

青少年心理成长护航丛书

关注青少年心理成长，由著名儿童心理学专家李红教授 主编

神奇的 心理学实验

主编 冯廷勇 副主编 秦玲玲 陶安琪

心理学实验，巧妙、神奇、不可思议、发人深思。
本书将为你揭开心理学实验的神秘面纱……



西南师范大学出版社
全国百佳图书出版单位 国家一级出版社

青少年心理成长护航丛书

关注青少年心理成长，由著名儿童心理学专家李红教授 主编

神奇的 心理学实验

主编 冯廷勇 副主编 秦玲玲 陶安琪



1384
5231



西南师范大学出版社
全国百佳图书出版单位 国家一级出版社

图书在版编目(CIP)数据

神奇的心理实验/冯廷勇主编.——重庆:西南
师范大学出版社,2012.5

ISBN 978-7-5621-5720-5

I.①神… II.①冯… III.①实验心理学—青年读物
②实验心理学—少年读物 IV.①B84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 067934 号

青少年心理成长护航丛书

丛书主编:李 红

副 主 编:赵玉芳 张仲明 高雪梅

策 划:郑持军 卢 旭

神奇的心理实验

主 编 冯廷勇 副主编 秦玲玲 陶安琪

责任编辑:杜珍辉

装帧设计:曾易成 丁月华

出版发行:西南师范大学出版社

地址:重庆市北碚区天生路1号

邮编:400715 市场营销部电话:023-68868624

<http://www.xscbs.com>

经 销:新华书店

印 刷:重庆紫石东南印务有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:12.5

字 数:150千字

版 次:2012年5月 第1版

印 次:2014年10月 第4次印刷

书 号:ISBN 978-7-5621-5720-5

定 价:24.00元

若有印装质量问题,请联系出版社调换

版权所有 翻印必究



青少年心理成长护航丛书 编委会

主 编

李 红

副主编

赵玉芳 张仲明 高雪梅

编委 (以姓氏笔画为序)

于 璐	马文娟	王 琦	王冬梅	王晓樊
冯 立	冯廷勇	卢 旭	付 彦	刘廷洪
刘春卉	刘晶莹	向泓霖	向鹏程	朱 雯
米加德	齐新玉	但 浩	何腾腾	何颖操
余小燕	吴 沙	张 笑	张 萍	张久林
张绍明	张娅玲	李 倩	李 娟	李 浩
李 唯	李东阳	李宇晴	李富洪	李远毅
杨圆圆	汪孟允	肖钟萍	苏哲宸	邹锦秀
陈小异	陈宏宇	屈 沙	武晓菲	武姿辰
罗婷婷	周 婷	郑 伟	郑持军	施桂娟
洪显利	祝正茂	胡丽娟	胡朋利	赵永萍
赵伟华	赵轶然	钟建斌	欧 莹	奚 桃
秦玲玲	郭晓伟	陶安琪	曹云飞	曹贵康
黄 焰	程 凯	彭艳蛟	程文娟	雷园媛
熊韦锐				

给青少年的一封信

亲爱的同学：

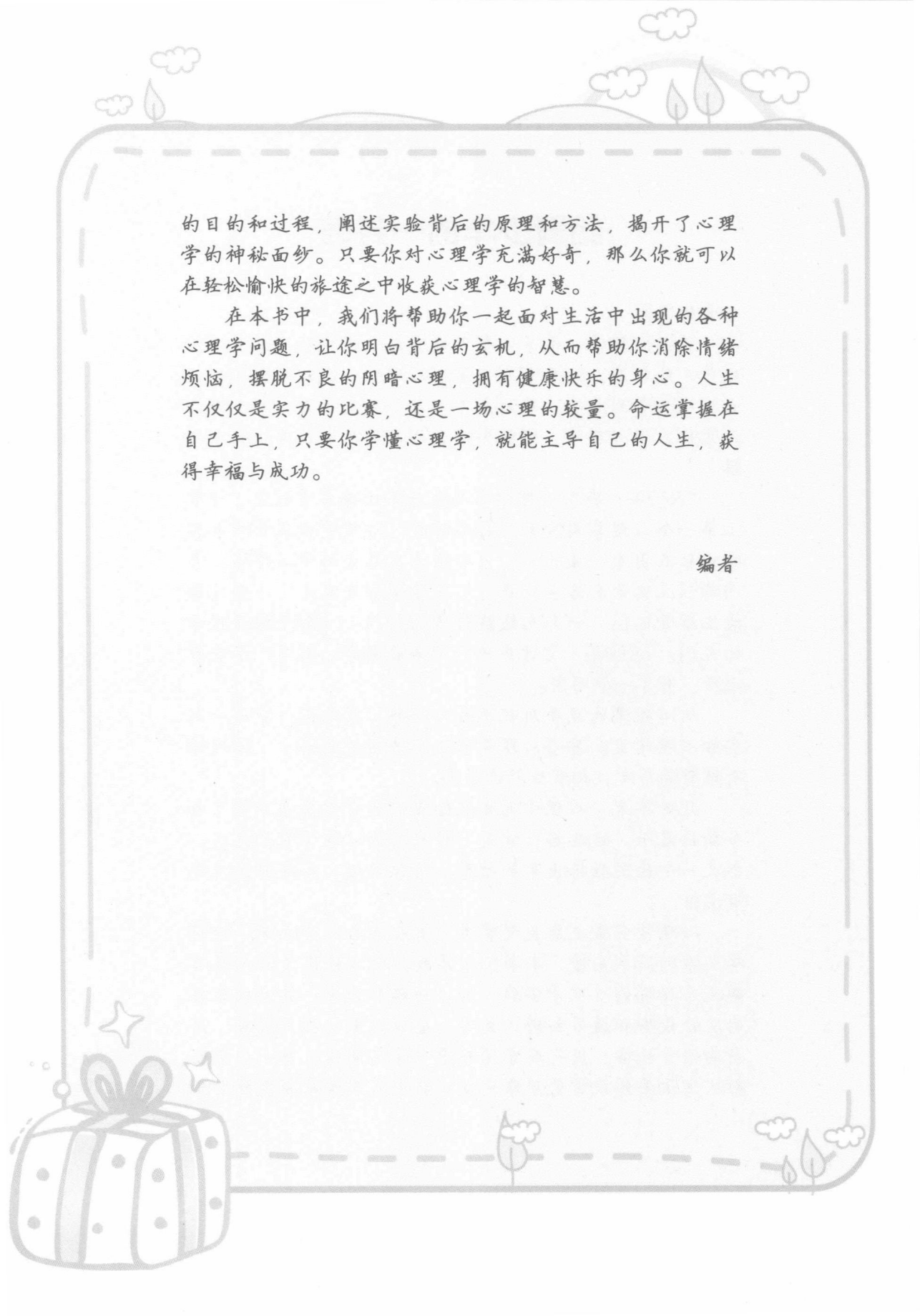
说起心理学，很多人都可能会说它很神秘。其实，心理学无处不在。只要有人，就有心理学。我们从出生到死亡，从儿童到成年、再到老年，每一天的生活中都会有意无意地应用心理学，它包含着我们人类对自己的认识与理解。

1879年，德国心理学家冯特在莱比锡大学创建了世界上第一个心理学实验室。自那时起，心理学就从哲学和医学中独立出来，成为一门以实验为基石的科学心理学。在冯特创立他的实验室以前，心理学像个流浪儿，一会儿敲敲生理学的门，一会儿敲敲哲学的大门，一会儿敲敲医学的大门。1879年，它才成为一门实验科学，有了一个安身之所，有了一个名字。

从心理学的发展历程来看，一部心理学史，就是一部实验心理学史。著名心理学家艾宾浩斯说的好：“心理学有短暂的历史，却有较长的过去。”

几十年来，心理学的发展给我们的日常生活带来了许多新的启示。这些启示就是“神秘”的心理学家们通过一个又一个的实验得出来的结果。很惊讶吧！心理学居然还有实验？！

心理学实验主题类型繁多，有些实验十分高深，而有些实验则简单易懂。本书限于篇幅，精心挑选了51个既有趣又易理解的心理学实验，加以讲解和分享。最具代表性的实验故事和通俗易懂的文字，配以形象的插图解释，清新的语言风格，因而非常适合中小学生学习。每一个实验都从生活案例或常见现象出发，引出心理学家研究此实验



的目的和过程，阐述实验背后的原理和方法，揭开了心理学的神秘面纱。只要你对心理学充满好奇，那么你就可以在轻松愉快的旅途之中收获心理学的智慧。

在本书中，我们将帮助你一起面对生活中出现的各种心理学问题，让你明白背后的玄机，从而帮助你消除情绪烦恼，摆脱不良的阴暗心理，拥有健康快乐的身心。人生不仅仅是实力的比赛，还是一场心理的较量。命运掌握在自己手上，只要你学懂心理学，就能主导自己的人生，获得幸福与成功。

编者



目录

第一章 儿童心理学实验

- 第一眼就是妈妈——洛伦兹的印刻实验..... 3
- 你看见红点了吗？——皮亚杰的自我认知实验 7
- 娃娃和我看的一样吗？——三山实验 10
- 皮球不见了——客体永存性实验..... 14
- 哪个杯子的水更多？——守恒实验 17
- 脚下的悬崖——吉布森的视崖实验 21
- 毛绒绒的母布猴——哈洛的依恋实验 24
- 不要和陌生人说话——依恋类型的陌生情境实验 27
- 海因茨买药——科尔伯格的道德两难实验 31
- 想吃糖果吗？——延迟满足实验..... 35

第二章 生物心理学实验

- 左脑右脑不一样——割裂脑病人的研究 41
- 丰富的经历,让你更聪明——罗森茨威格的老鼠实验..... 45



哥哥弟弟爬梯子——格赛尔的双生子实验	49
老大更聪明? ——出生顺序对智力的影响	53

第三章 感知觉心理学实验

48 公里外的烛光——绝对感觉阈限实验	59
如果没有感觉,世界将会怎样? ——感觉剥夺实验	62
你能坚持几天不睡觉? ——睡眠剥夺实验	65
颠倒的世界——斯特拉顿的空间知觉实验	68

第四章 学习实验

猫走迷笼——桑代克的学习实验	74
铃声的召唤——巴甫洛夫经典条件反射实验	77
小阿尔伯特的悲剧——华生的行为恐惧实验	80
迷信的鸽子——斯金纳操作条件反射实验	84
绝望的狗——塞利格曼习得性无助实验	88
榜样的力量——班杜拉的观察学习实验	92
老鼠走迷宫——托尔曼的潜伏学习实验	95



第五章 记忆实验

- 遗忘的秘密——艾宾浩斯曲线 100
- 神奇的 7 ± 2 效应——短时记忆容量实验 104
- 撞车后的碎玻璃——错误记忆实验 108

第六章 思维实验

- 锤子的作用——功能固着效应实验 114
- 阿基米德和王冠的故事——酝酿效应 117
- 怎样量水？——陆钦斯的思维定势实验 120
- 你会说话吗？——框架效应 124
- 音乐：神奇的力量——莫扎特效应 127

第七章 情绪、动机实验

- 我懂你的表情——艾科曼的面部表情识别实验 133
- 嫉妒的猴子——公平实验 137
- 欲速则不达——耶克斯-多德森动机实验 140
- 皮格马利翁国王的神话——罗森塔尔的实验者效应 143



第八章 社会心理学实验

哪条线更长? ——阿希从众实验	148
你会电击别人吗? ——米尔格拉姆服从权威实验	151
“狱警”与“囚犯”——津巴多监狱模拟实验	155
真疯还是假疯? ——罗森汉恩的精神病诊断实验	158
人多力量小? ——社会懈怠效应	161
情人眼里出西施——晕轮效应	164
人生只如初见——首因效应	166
你喜欢我,我就喜欢你——阿伦森效应	169
朝谁开枪? ——美国人黑白种族歧视实验	172
穷者越穷,富者越富——马太效应	175
你相信算命吗? ——巴纳姆效应	178
墙倒众人推——破窗效应	182
星星之火,可以燎原——蝴蝶效应	186
得寸进尺——登门槛效应	189





第一章 儿童心理学实验

第一眼就是妈妈——洛伦兹的印刻实验

你看见红点了吗？——皮亚杰的自我认知实验

娃娃和我看的一样吗？——三山实验

皮球不见了——客体永存性实验

哪个杯子的水更多？——守恒实验

脚下的悬崖——吉布森的视崖实验

毛绒绒的母布猴——哈洛的依恋实验

不要和陌生人说话——依恋类型的陌生情境实验

海因茨买药——科尔伯格的道德两难实验

想吃糖果吗？——延迟满足实验





章节导言

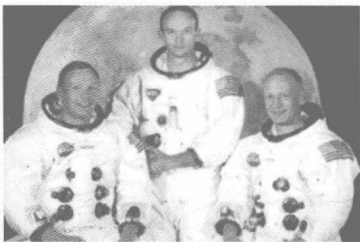
谚语说：“世界上没有相同的两片叶子。”人也一样。

本章作为心理学的重要分支之一，我们选录了儿童心理学领域中的10个经典研究。这10个实验研究中，我们首先探讨了洛伦兹的印刻实验，读懂了这个实验，你就会明白当初黑溜溜的小蝌蚪为什么找不到绿色的青蛙妈妈了；皮亚杰的红点实验、三山实验、客体永存实验和守恒实验都是经典的儿童实验，皮亚杰也以此为基础，建立了今天人人知晓的认知发展理论；有趣的视崖实验，描述了测量婴儿深度知觉能力的著名方法“视崖”装置的发明；哈洛博士用猴子做的实验证明了婴幼儿早期的依恋对以后的心理成长的重要性；陌生人情境实验揭示了妈妈和宝宝之间的关系会影响宝宝的成长问题；科尔柏格的道德两难实验告诉我们你是怎样学会区分好人和坏人的；延迟满足实验则会让你明白“先苦后甜”的道理。

儿童心理学并不仅仅是关于小孩子的研究，我们通过学习 and 认识儿童成长的心理，能够明白我们是怎样成为现在这个样子的。正如“读史可以明鉴”一样，我们了解自己的历史、自己的过去，这对于我们未来的发展有很好的借鉴。

第一眼就是妈妈

——洛伦兹的印刻实验



大家都知道世界第一高峰是珠穆朗玛峰。那第二高峰呢？很多人就不知道了吧。有些人回答乞力马扎罗山。其实，第二高峰也在喜马拉雅山脉，海拔仅比珠峰低 200 多米。而乞力马扎罗山海拔却不到 6000 米，让大家记住的原因是，它是非洲第一高峰！第一个登上月球的是谁？阿姆斯特朗。第二个呢？相信很多人的回答是不知道！其实当时一同登上月球的艾尔德林仅仅比阿姆斯特朗晚了 19 分钟。杨利伟被记住是因为他是中国第一个进入太空的宇航员，翟志刚被记住是因为他是中国第一个在太空行走的宇航员。而“神六”、“神七”其他组员的名字，你还能想得起来吗？似乎大家都有些“只认第一，不认第二”。这不是对第二名的残忍，而是人类甚至动物的本性就是如此。心理学家们对这个现象也进行了很多的探索，就是从本文中会讲到的奥地利生物学家洛伦兹做的印刻实验开始的。



实验介绍

也许在你看来,一群鸭子长得都一模一样,那小鸭子们是怎样认得自己的妈妈和同伴的呢?以前人们认为动物知道自己的母亲和同类是本能的反应,因为它们长得一样。但是,奥地利生物学家洛伦兹却改变了这个看法。

他在进行实验时,让刚刚破壳而生的小鸭子不是先看到鸭妈妈,而是看到他本人。于是,有趣的事情发生了,小鸭子们都把洛伦兹当成了妈妈。无论他什么时候在前面走着,后面都会跟着一串小鸭子。

经过多次的实验后,洛伦兹认为,小鸭子在出生后不久所遇到的某一种对象,不管是母鸡、人或电动玩具,都会印入到它的脑海之中,使它对这种最先印入的对象产生特别的印象和喜爱。当它们以后再遇到这个对象或类似的对象时,就会引起它的追随。但是,如果小鸭子在孵出蛋壳后,过了好一段时间才接触到外界的活动对象,那它们就不会出现这种追随“第一眼妈妈”的动作了。这一现象被洛伦兹称为“印刻”。



背后的奥秘

进一步的研究发现,小鸡、小鸟辨认自己的母亲和同类,都是通过“印刻”实现的,而且,这一现象在其他哺乳动物的身上也是有的。一般来说,小鸡、小鸭的“母亲印刻”的关键时期在出生后的10~16个小时,而小狗的“母亲印刻”关键期在出生后的3~7周。野鸭、鹅及鸭子等动物的幼崽都会把看到的第一个移动目标作为追逐的对象。小鸭最初看到的在动的东西常常是母鸭,小鸭跟着母鸭走是为了保卫自己的生存安全,这是一种合理的行为。这些刚出生的小动物最初只要看到移动的东西,不管那是什么,都会跟着跑。比如,那个运动物体是人,它就跟着人跑;是个玩具动物,它会连自己的母亲



都不看一眼，拼命地朝着玩具动物追去……

印刻现象不仅存在于低等动物中，同样也适合人类。婴儿出生后所处的环境里大都有电视机。婴儿降生后一个半月左右，耳朵基本上能听到声音，眼睛也能看见东西了。如果这时就给他看电视，婴儿的头脑里就会刻上电视的印迹。这样的话，婴儿对母亲的声音反而会变得没有反应，即使母亲把看到的東西讲给他听或给他唱歌，他也会无动于衷。

婴儿的这种“印刻效应”大约发生在刚出生到两年的时间里。所以婴儿最好不要看电视，因为这不仅仅会造成单方面地接受电视语言，没有说话的机会，使得说话能力变得缓慢；而且还有更严重的危险——印刻式危险。



为我所用

有人计算过，在市场上最先进入消费者心里的商品品牌，比第二位的品牌同期市场占有率要多一倍以上，而第二位的占有率又比第三位多一倍以上，显然“第一”所建立的地位具有巨大的优势。

不仅在商业上是这样，生活和学习中更是如此。比如每次考完试，当然，大家首先想到的是自己得了多少分，但是对于其他人的成绩，恐怕都是想知道第一名是谁吧。家长在讨论自己的孩子的时候，也会对第一名的名字更深刻，谁还会去关心第二名是谁，他与第一名相差多少分。俗话说“宁做鸡头，不做凤尾”，第一名的优势不言而喻，所以凡事追求做得最好，应该是我们终生追求的目标！“印刻效应”就是这样，第一个占据大脑的记忆很难被抹除或替换掉。

成为第一是困难的，但好在我们大脑中的空白地太多了，做不了第一，我们可以挖掘一个空白来创造第一。劳斯莱斯豪华第一，奔驰舒适第一；Google 全球搜索第一，Baidu 中文搜索第一；英语不是第一，口语可以是第一；王宝强憨傻第一，LadyGaga 疯狂第一。只要细分，这世界上会有无数个第一可以去创造。多一条细分，就多一条路。要想别人记得你，就努力创造出属于自己的“第一”吧！



趣事多多

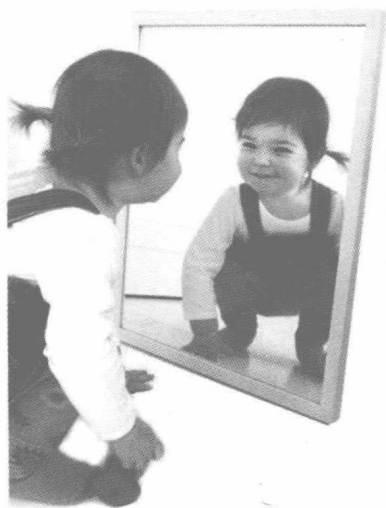


相信大家对于脑白金的广告语“今年过节不收礼，收礼还收脑白金”，已经熟悉得不能再熟悉了。每到过年过节，脑白金的“收礼还收脑白金”就会在各个电视台狂轰乱炸地反复播出，一对老头老太太不停地跳着舞说着同一句话，看得电观众都快反胃了。因

为播出太多，又总是简单重复，令人很反感，几乎每一年的脑白金广告都被网友评为最缺乏创意的恶俗广告之首。但是为什么脑白金公司还是一直坚持不懈地用这个广告，每年投入巨额的广告费呢？难道他们没有正常点的广告策划人员？公司的总裁没有看见这个广告带来的危害吗？

错了，他们正是聪明的广告营销人才！虽然脑白金的广告引起了很多人的反感，但它却是推动销售最好的广告，它留给人的印象特别深刻，很多人因此记住了脑白金。虽然每次看到广告必皱眉头，但当自己购买保健礼品时，消费者不自觉地就会想起“今年过节不收礼，收礼只收脑白金”。你在商店里看到脑白金，脑海里很容易就浮现出老头老太太跳舞的画面。这么多年来，脑白金以礼品定位一直稳居保健品头把交椅，在春节、中秋等送礼旺季尤为火爆，成为消费者“第一个想起的保健品”。

你看见红点了吗？ ——皮亚杰的自我认知实验



从小到大，总有人问我们：“你是谁？”我们都会响亮地告诉他们：“我是某某……”我们在很多时候总是首先想到自己，因此很难想象，曾几何时，我们居然没有“我”的概念。那么，我们是从一出生就意识到了自我吗？20世纪70年代初的一个简单实验揭示：直到2岁左右，我们还不能在镜子里认出自己，直到过了2岁生日，我们才出现自我概念。