

世界上最经典的心理学故事

路西◎编著

通过心理学故事剖析心理学的原理、规律和方法，揭秘心理学的奥秘，让你快速汲取心理学的智慧，成就成功人生。

用轻松的方式，掌握有用的心理学知识。从故事中获得心理学的智慧，用智慧帮你解开心中的困惑。

精品
连载

每天读一个好故事，每天学一点心理学
妙趣横生的心理学，改变人生的故事书



黄河出版传媒集团
宁夏人民出版社

每天读一个故事 每天学一点心理学

世界上最经典的 心理学故事

路西 编著



黄河出版传媒集团
宁夏人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

世界上最经典的心理学故事 / 路西编著. — 银川: 宁夏人民出版社, 2013.4

ISBN 978-7-227-05395-8

I. ①世… II. ①路… III. ①心理学—通俗读物
IV. ①B84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 075865 号

世界上最经典的心理学故事

路西 编著

责任编辑 丁丽萍
封面设计 异 一
版式设计 王明贵
责任印制 李宗妮

黄河出版传媒集团
宁夏人民出版社 出版发行

地 址 银川市北京东路 139 号出版大厦(750001)

网 址 <http://www.yrpubm.com>

网上书店 <http://www.hh-book.com>

电子信箱 renminshe@yrpubm.com

邮购电话 0951-5044614

经 销 全国新华书店

印刷装订 北京凯达印务有限公司

开 本 787mm × 1092mm 1/16 印 张 25.5 字 数 541 千

印刷委托书号 (宁) 0010567

版 次 2013 年 7 月第 1 版 印 次 2013 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-227-05395-8/B·170

定 价 29.80 元

如果发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

版权所有 侵权必究

前 言

每个人都喜欢看故事、读故事，因为它能带给我们无穷的知识 and 无尽的智慧；它能使我们在轻松的阅读中得到有益的启迪，更深刻地理解和把握人生；它能使我们的意志更加坚强，人格越发健全；它是我们迷失时的灯塔，也是我们春风得意时的镇静剂。正如罗斯·斯图特所说：“一个故事能改善与他人之间的关系，怡人性情，使人恍然大悟；一个故事可以使我们沉思生存之意义；一个故事可以使我们接受新的真理。或给我们以新的视野和方式去体察大千世界，芸芸众生。”本书汇集了最经典、最发人深思、最耐人寻味的心理学故事！这些心理学故事，形象而生动地揭示了心理学的原理、规律和方法，揭示了心理学的奥秘。

心理学家弗洛伊德曾说，古今中外最有智慧的人，也是最会应用心理学知识和技巧的人。他们能在纷繁的事物中，看到事物的主流；能从复杂的现象中，发现事物的规律；能从曲折的过程中，看到光明的前景；能从微小的变化中，感受到即将掀起的风暴。对于个体而言，心理学在任何时候都能派上用场，我们说话办事、为人处世、求职经商、工作生活等，不仅仅要凭自己的诚意和能力，还要有眼力和心计。生存靠能力，发展靠谋略，成功靠智慧。学会运用心理学，学会耍点儿“花招”，玩点儿“花样”，能够把人做得漂亮，把事办得成功。

当今社会是一个瞬息万变、竞争激烈的社会，在竞争中，不是光凭一腔热血就能取得成功，还需要具备一定的心理学智慧。从古至今，从战场到商场，从工作到生活，人与人之间无时无刻不充满着竞争和对抗，心理学的各种智慧也就应运而生并影响着我们人生的每个阶段。而一旦在生活的各个领域都能将心理学用得游刃有余，你就能在人生的大弈局中永立于不败之地。因此，掌握并能够应用一定的心理学知识就显得尤为重要。

乔治·斯格密说：“如果说人生的成功是珍藏在宝塔顶层的桂冠，那么，健康的心理就是握在我们手中的一柄利剑，只有磨砺好这柄利剑，才能一路披荆斩棘，最终夺取成功的桂冠。”那么，怎样的心理才算健康？怎样才能拥有健康的心理，健全的人格？怎样才能不抱怨，积极面对人生？为了帮助大家更多地了解心理学，了解自我的心理困境和他人

的心理谜题，我们编撰了这本《世界上最经典的心理学故事》。

本书汇集了数百个最有启发性、最有指导意义、最具价值的经典心理学故事，剥去了心理学复杂的外衣，用通俗易懂的文字剖析心理学的原理、规律和方法，揭示心理学的奥秘。即使不懂心理学的人，也可以通过一个个经典的故事汲取心理学的智慧，破译内心的记忆密码，解读神秘的心理效应；驱除糟糕情绪的困扰，远离亚健康的导火索；洞悉灰色心理的内涵，摆脱阴暗心理的羁绊；摒弃不良嗜好与怪癖，挣脱异常心理的毒害；跨越畸变的人格障碍，扭转走向歧途的性灵；全力地塑造阳光心态，成功地打造完美个性。

希望你可以在轻松的心境下，和我们一起，听听故事，悟悟人生，为心灵打开尘封的锁，给心灵找个歇脚的地方。



目 录

· 第一辑 走近心理学：心理学是什么 ·

第一章 认识真实的自我，由心开始——普通心理学	2
小公主长大了——感觉.....	2
寻回遗失的手表——听觉.....	3
失去感觉的贵族——感觉剥夺.....	5
长不大的男孩——假装长不大.....	6
和尚在，我去哪儿了——自我认知.....	8
德国间谍现形记——注意力.....	10
猩猩的惊人智慧——顿悟.....	12
和珅为什么受宠——同理心.....	13
女王与妻子——角色转换.....	14
第二章 为什么这个社会充满了不安——社会心理学	16
黑猩猩的政治——动物心理.....	16
勒温的拓扑理论——动机的拓扑理论.....	18
漂亮的优势——光环效应.....	19
孩子们受到的不公平待遇——过度理由效应.....	20
“被精神分裂”的心理学家——刻板印象.....	22
飞机将推迟一小时着陆——留面子效应.....	23
震惊全美的凶杀案——责任分散效应.....	24
是什么杀死了那个年轻人——群体冷漠.....	25
给总统送书——名人效应.....	26
偷车贼的心理——破窗效应.....	27
曾参杀人——从众效应.....	28

第三章 人格的魅力与困惑——人格心理学	30
青蛙和蝎子——人格稳定性	30
截然不同的双胞胎兄弟——气质	32
同处一室的不同性格者——性格	34
马斯洛需求层次理论——需求	35
奥尔波特的人格特质论——特质	37
扼住命运的咽喉——自励	39
伯乐王旦——贝尔效应	40
“石引”治病——意志品质	42
第四章 身体健康的人心也会生病——医学心理学	43
希特勒的变态心理——本我和超我冲突	43
天才儿童的自闭症——自闭症	44
他到底是谁——多重人格	46
甘受皮肉之苦的贝蒂——性虐待症	47
她是在装病吗——躯体化	48
弗洛伊德听来的案例——移情	50
弗洛伊德与埃米夫人——自由联想法	52
绵羊和猫的心理阴影——反向抑制	53
母亲的担心——认知疗法	54
第五章 一切的存在皆因心理的不平衡——生理及其他心理学	56
火山爆发——梦	56
爱因斯坦大脑之谜——大脑	57
詹姆斯·朗格情绪说——情绪滞后	59
阿基米德和纯金的皇冠——灵感	61

· 第二辑 健康心理学：健康的生活来自阳光的心态 ·

第一章 健康从“心”开始——阳光心态	64
国王与大臣——乐观	64
只需一根柱子——自信	65
丘吉尔的幽默——幽默	67
不食嗟来之食——自尊	68
摔跤的福特总统——豁达	69
法师与小沙弥——平常心	70
“先生，你掉了钱”——善良	71

感谢别人给予的一切——感恩	72
国王与三个儿子——宽容	73
第二章 跨越畸变的心理障碍——心理障碍	75
史蒂芬的苦恼——回避型人格障碍	75
生性顽劣是谁的错——反社会型人格障碍	76
都是划痕惹的祸——偏执型人格障碍	77
漂亮女生的双重生活——循环型人格障碍	79
洪水留下的阴影——创伤后应激障碍	80
问题儿童的由来——攻击型人格障碍	81
疯狂的赌徒——病理性赌博障碍	83
第三章 驱除坏情绪的困扰——不良情绪	85
博客成为避风港——压抑	85
不肯远行的蜗牛——逃避	86
平衡与不平衡的差距——抱怨	88
塔里兰的阴谋——愤怒	89
方丈与青年——厌倦	91
富商也有苦恼——紧张	92
他为什么总是战战兢兢——自卑	94
活在昨天的年轻人——怀旧	96
第四章 摆脱异常心理的毒害——异常心理	98
从佼佼者到名落孙山的女孩——忧郁症	98
禁不住诱惑的结果——恐怖症	99
爱人要出轨——妄想症	100
约翰的可怕念头——强迫症	102
无病乱投医——疑病症	104
出走带来的后患——癔症	105
第五章 远离亚健康的导火索——亚健康心理	106
博士的“旷世杰作”——自恋	106
人生为何如此黑暗——空虚	107
嫉妒是人生的毒药——嫉妒	109
丈夫离去的日子里——孤独	111
幸福靠自己争取——怨恨	112
生死边缘的徘徊——抑郁	113
把工作留到明天——拖延	115

他为什么会脸红——羞怯·····	116
地上的泥土与天上的星星——挫折·····	118
特殊的寻找者——完美主义·····	119
见义勇为不是错——定式错位·····	121
第六章 学做自己的心理医生——心理自救 ·····	123
鉴真做名僧的愿望——战胜挫折·····	123
睡觉时胡子放在哪儿——简单生活·····	124
小和尚买油——转移注意力·····	125
死神也怕咬紧牙关的人——珍惜生命·····	126
让妻子变得更加美丽——接受缺陷·····	127
偷懒的马会把你拉进失败——克服懒惰·····	128
最重要的就在我们的身边——把握现在·····	130
请先看完所有题目——归零心态·····	131
大鱼的故事——承受风险·····	132
推销《圣经》的神父——挑战自我·····	133
拗不过骆驼的人——合理期望·····	134
城里老鼠和乡下老鼠——安心自在·····	135

· 第三辑 社交心理学：交往的艺术，心理的维度 ·

第一章 关系决定命运，人脉才是关键——人脉 ·····	138
两个人的不同结局——留有余地·····	138
受委屈的邓肯——灵活应对·····	139
重新上岗的下岗工人——广交朋友·····	141
百越救楚——亲戚人脉·····	142
靠老乡成功办厂——地缘人脉·····	145
“化敌为友”的本茨与戴姆勒——对手资源·····	146
比尔·盖茨和他的合伙人——“中间人”·····	148
改变自己的社会交往结构——“搭乘头等舱”·····	149
第二章 沟通从说话开始——沟通 ·····	151
卡耐基谨记的教训——避免争论·····	151
能言善辩的口才家优孟——实话巧说·····	152
查尔斯·史考伯的经验之谈——赞美·····	153
“主张和平”的俾斯麦——场面话·····	155
善于倾听的安平侯——倾听·····	156

用谐音把话说圆——谐音妙用·····	157
马西尔斯的下场——言多必失·····	158
别人说出来的订单——忌表现欲·····	160
贡禹的“高明”——会“绕圈子”·····	161
苏格拉底服人心——欲擒故纵·····	162
第三章 我们的身体在“说话”——身体语言 ·····	164
皇后与妃子的不同命运——表情·····	164
一双“死鱼般”的手——握手·····	165
熊抱过后——拥抱·····	167
颤腿的小伙子——站姿·····	168
被看出心理的客人——坐姿·····	169
大学毕业前的最后一顿饭——手势·····	171
第四章 察言观色，瞬间读懂你周围的人——读人 ·····	173
武则天的谋略——洞悉小人·····	173
刘宰破案——识破心虚·····	175
藏芷识楚——识人本质·····	176
爱哭的女人——不被表象迷惑·····	177
韩非子讲故事——主观臆断·····	178
揭穿骗局的铁匠——洞察谎言·····	179
御史巧计救李靖——以谎试谎·····	180
司马懿铲除异己——摸清底牌·····	181
朱棣惨败——长期观察·····	182
虚有其表的伯宗——培养判断力·····	183
第五章 一招制胜，攻破人心弱点——攻心 ·····	185
陈胜吴广起义——利用信仰·····	185
经理与科长的差距——转换立场·····	186
“表叔”出面好办事——攀亲拉故·····	187
数字挑战法——提出挑战·····	189
袁崇焕之死——离间计·····	190
柯伦泰的忠诚和才干——红白脸战略·····	192
被一块面包打动的德国兵——互惠互利·····	193
第六章 揣摩人心，掌握人际交往主动权——博弈 ·····	195
子高求情——“高帽”策略·····	195
诸葛亮计服孙权——反向激将·····	196

把握分寸送出人情——人情战略·····	197
传奇式人物尼桑——信息博弈·····	199
电影院之争——斗鸡博弈·····	200
卢循之败——均衡博弈·····	201

· 第四辑 爱情心理学：爱是一切的答案 ·

第一章 落花有意，流水有情——恋爱心理 ·····	204
你肩膀上有蜻蜓吗——珍惜·····	204
活了一百万次的猫——牵挂·····	205
两棵树的守望——相守·····	207
他和鱼——被爱·····	209
半碗粥的爱情——一见钟情·····	210
女孩生命中的三个男人——伪爱·····	211
第二章 爱情的可控与失控——爱情路上 ·····	213
不言中的遗憾——承诺·····	213
晨曦曾经那么美好——怀念·····	215
剩下食物都给他——得不到·····	217
还君明珠——爱逝·····	219
青草娃娃——勇气·····	220
驼背的墨西——美丑·····	221
爱的全部——付出·····	222
蜜蜂与花的爱情——放弃·····	223
不爱江山爱美人——代价·····	226
梁山伯与祝英台——无奈·····	227
美人鱼和王子——献身·····	228
第三章 爱是感觉，还是选择——爱情形态 ·····	230
邓丽君与保罗的爱情——姐弟恋·····	230
肖邦与桑夫人——姐弟恋·····	231
黄宗英夫妇的亲密晚年——黄昏恋·····	233
钱学森夫妇的钻石婚——同龄恋·····	234
第四章 知己知彼，琴瑟和谐——婚姻迷津 ·····	235
早起 89 年的幸福——珍爱妻子·····	235
弱水三千，只取一瓢饮——一生固守·····	237

来生，再也不爱你——相濡以沫·····	238
婚姻的真谛——享受平淡·····	240
托尔斯泰的家庭地狱——切勿吵闹·····	241
幸福的感觉如此简单——给予温柔·····	242
爱情就是手里的沙子——空间尺度·····	243
为“亲爱的”付费——为爱付出·····	244
他们的婚姻为何解体——互相体谅·····	245
有了外遇的妻子——学会理解·····	246
爱是一盏灯——学会宽恕·····	247

· 第五辑 教育心理学：让人成为人 ·

第一章 为何家会伤人——父母育儿心理 ·····	250
“你对孩子的教育晚了两年半”——早期教育·····	250
给孩子更大的空间——鱼缸法则·····	251
公正地对待孩子——马太效应·····	252
有梦想就有动力——目标效应·····	254
把爱撒到孩子心里——真爱法则·····	255
安徒生的童年——重视环境影响·····	257
勤奋读书的欧阳修——习惯养成·····	258
荣誉就像玩具——情商教育·····	260
往敬器里倒水的故事——倒U形假说·····	262
第二章 完整的教育，完整的人——孩子学习心理 ·····	263
不知疲倦“问一生”——学会学习·····	263
快乐在哪里——确立目标·····	264
我们为何会“对着干”——逆反心理·····	265
斯坦福大学诞生记——学会尊重·····	266
请为你的冷漠付费——关爱他人·····	267
平分生命——学会去爱·····	268
帽子之爱——为人着想·····	269
秦皇岛名称的由来——尊敬老师·····	270
李斯特的女学生——学会容忍·····	271
第三章 因材施教，有教无类——教师心理 ·····	272
苏步青和三位恩师——教师人格·····	272
给孩子贴上正面标签——标签效应·····	273

期望能产生奇迹——罗森塔尔效应·····	275
均衡发展最重要——木桶定律·····	276
“小笨蛋”爱因斯坦——永不放弃·····	277
赞美的力量——南风效应·····	279
走完下一千米——近期目标效应·····	280
负重走过“鬼谷”路——压力效应·····	282
史塔勒公理——奉献精神·····	283
有与没有的区别——坚定信念·····	284
第四章 方法改变命运——教育方法 ·····	286
给孩子失败的机会——自然惩罚法则·····	286
黄檗禅师的传教方法——当头棒喝·····	287
望远镜的发明——培养创造力·····	289
苏格拉底成功的秘诀——耐心守候·····	290
马卡连柯的“平行影响教育法”——平行教育法·····	291
陶行知与四块糖——宽容教育·····	292
卡耐基与比西奇——夸奖教育·····	293

· 第六辑 管理心理学：管理在人，管人在心 ·

第一章 一呼百应的秘密——领导者心理 ·····	296
麦当劳的椅子——走动管理·····	296
杜邦公司的三驾马车——集权与分权·····	297
肯德基的特殊顾客——激动力·····	299
钢铁大王卡内基的用人术——善用优秀者·····	300
第二章 看不见的手——决策心理 ·····	302
分众传媒的崛起——“蓝海战略”·····	302
三年前的选择——长远选择·····	303
巨人集团的“巨人行动”——决策不慎·····	304
壳牌公司的智慧——众人决策·····	306
松下公司退出大型计算机市场——及时退出·····	307
西武集团的十年之“忍”——以忍制变·····	308
第三章 团队协作——团队建设心理 ·····	310
站着开会的日本公司——时间管理·····	310
修网还是找出破网原因——二八法则·····	311

买回短吻鳄的海因茨——快乐管理·····	313
微软的内部电子邮件系统——内部沟通·····	314
三洋公司的“鲶鱼策略”——竞争意识·····	315
麦考密克新任总裁的决定——提高士气·····	316
本田公司的团队——竞争型团队·····	317
我们快是因为对手更快——速度竞争·····	318
吃尽苦头的史蒂夫——团队目标·····	319
第四章 知人与善任——管人用人心理 ·····	321
福布斯的用人策略——人尽其才·····	321
西华公司市井之中寻奇才——用人标准·····	322
摩托罗拉公司的教训——授权控权·····	324
松下公司的用人制度——用人不疑·····	326
索尼公司的内部跳槽——鼓励竞争·····	328
提拔不喜欢的人——谋求发展·····	329
为一个人才买下一家公司——留住人才·····	331
大胆提拔年轻人——提拔年轻人·····	332
三洋公司培养人才——内部提升·····	333
丰田的管理优势——杜绝终身雇用制·····	334
第五章 管理之道在于经营人心——管人在于管心 ·····	337
3M公司坦然面对失败——容忍错误·····	337
茶杯的故事——兼顾情理·····	338
替员工端上一杯茶——爱护员工·····	340
红牌作战法——改正错误·····	341
把人放在第一位——尊重员工·····	342
· 第七辑 商用心理学：经商有风险，心态是关键 ·	
第一章 摆正心态，从容赚钱——投资心理 ·····	344
渴望一夜暴富的散户——理念优先·····	344
从天堂到地狱和旅鼠现象——勿盲目跟风·····	345
猴子偷食——勿贪婪·····	346
普洱“地震”——勿投机·····	348
收藏品的魅力——恰当投资·····	349
在股市中亏本的人们——正视风险·····	351
看清“市场先生”的游戏——远离市场·····	353

巴菲特讲“霹雳猫”的故事——数据分析·····	354
可口可乐的成功——顺应消费心理·····	356
第二章 大道至简——营销心理 ·····	358
福特的失败与宝马的成功——选取市场·····	358
亚历山大的鞋店——产品人性化·····	360
美国黑人化妆品市场的黑马——捆绑销售·····	361
福特公司的抽奖活动——活动促销·····	362
西屋公司的“W”标签——品牌标签·····	364
永乐、苏宁、国美三聚头——商圈·····	365
便利店的王者之途——便利商机·····	366
第三章 双赢是最高境界——公关心理 ·····	368
航空公司的客户满意度——客户投诉·····	368
争与不争有差别——合作态度·····	369
卖烟草的李克——心理公关·····	371
冷漠无情的接线员——情感关注·····	372
“哈罗”啤酒——事件营销·····	374
Windows7的“供不应求”——饥饿营销·····	376
“保护”鸽子——新闻造势·····	377
受命于危难之际的弗兰西斯——感性诉求·····	379
可口可乐进入中国市场——心理满足·····	380
海尔与阿里巴巴的选择——灾难公关·····	381
第四章 要懂得应对之策——谈判心理 ·····	383
销售顾问的技巧——预先设局·····	383
马林是怎么拿到订单的——肯定对方·····	384
在行家面前弄巧成拙的露丝——巧妙报价·····	386
谈判专家的策略——后亮底牌·····	387
适时告退的经销商——欲擒故纵·····	388
机智的克林顿——制造悬念·····	389
一点一点慢慢来——探询式递进·····	391
日本人的小计谋——消磨对方·····	392

第一辑

走近心理学：
心理学是什么

· 第一章 ·

认识真实的自我，由心开始——普通心理学

小公主长大了——感觉

我们的一切知识和能力都来自感官，或者说得更确切一点，都来自感觉。

——（法国）孔狄亚克

炎炎夏日，人们在外面的时间过长，常常会慨叹：“热死了！”由此可见，大家对“感觉”这一现象并不陌生。

事实上，人体上分布着很多神经，这些神经支配着我们的眼、耳、鼻、舌、皮肤等感觉器官。于是，我们通过感觉器官和感觉神经把外界的声、光、味、冷、热等传到大脑，即所谓的“感觉”。感觉是人脑对直接作用于感觉器官的客观刺激物的个别属性的反应。从生理学角度分析，感觉是神经系统对外界刺激的反应。它只对客观刺激的个别属性做出反应，因而，也是最简单的心理活动。

感觉的形成要依赖于感觉系统。感觉系统由感受器、感觉通路及大脑感觉皮层组成；各部分各司其职，共同完成整个感觉过程。感觉系统工作的第一步就是将外界各种能量形成的刺激（如光、声波）转变成能量在神经系统中传导的生物电信号，完成这种转变的装置就是感觉系统的感受器。每种感受器对神经形成的刺激特别敏感，该刺激就是感受器的适宜刺激。例如，人眼的适宜刺激是400~700纳米的光波。不同的适宜刺激引起感受器的反应，感受器把刺激转化成能量，引起神经的冲动，从而形成感觉。感觉形成后，其作用也就开始发挥了。

感觉是由某种刺激物作用于感觉器官而引起的，但并非任何刺激物都能引起感觉。例如，人们无法看到落在皮肤上的灰尘，也无法感觉到它的重量。只有当刺激物的作用达到一定强度时，才可能引起感受器的反应，发放神经冲动引起感觉。感觉器官这种对适宜刺激的感受能力称为感受性。