

克倫著  
何清儒譯

實用心理學

商務印書館發行

George W. Crane 著  
何清儒 譯

實 用 心 理 學

商務印書館發行

中華民國二十六年三月初版

密

三七七上

(23732.1)

實用心理學一冊

Psychology Applied

每冊實價國幣壹元捌角

外埠酌加運費匯費

原著者

George W. Crane

譯述者

何清儒

發行人

王雲五  
上海河南路

印刷所

商務印書館  
上海河南路

發行所

商務印書館  
上海及各埠

\*\*\*\*\*  
版 權 所 有  
翻 印 必 究  
\*\*\*\*\*

(本書校對者 徐鼎之 林仁銘) 通



## 譯者序

心理學是與人生最有關係的科學。心理學的原則與方法，在許多方面的人生活動上，都有極重要實用的價值。對於人生的需要感覺愈深，心理學的實用愈爲急切。現今無論何種事業中都感覺人的重要，所以實用心理學的價值一天大似一天。研究心理學的往往以心理學爲空洞，恐即因爲沒有認清實用的價值。所以實用心理學的內容，極有表現的重要。

關於實用心理學的書籍本來不多，而我國更少，所以極有補充的需要。克倫所著的實用心理學內容豐富新穎，出版後爲美國四十餘大學所採用，所以極有介紹於國人的價值。原作者是美國西北大學教授，積多年教授經驗方著此書，可算是本學科的一種結晶品。

譯者從事譯述這書，除爲供給大學教材外，並希望對於一般感覺心理學需要，或對心理學不甚認識的，亦有所供獻。譯述的時候注重其要義，而對於文字方面免不了欠精妙的地方。至於名辭，因爲現尚未有公認的漢譯名辭，有些不得不自撰。這種種方面，自然有許多缺點，尙希讀者指正。

何清儒廿五，十五。

# 目錄

|      |           |     |
|------|-----------|-----|
| 第一章  | 促動人類的方法   | 一   |
| 第二章  | 學習與記憶的心理學 | 二四  |
| 第三章  | 人類效率的增進   | 五一  |
| 第四章  | 個人差別與兩性差別 | 七三  |
| 第五章  | 暗示對於行爲的影響 | 一〇二 |
| 第六章  | 改進人格的心理學  | 一二四 |
| 第七章  | 售賣物品的心理學  | 一五六 |
| 第八章  | 廣告的範圍與功用  | 一八五 |
| 第九章  | 人事管理      | 二〇六 |
| 第十章  | 音樂與道德的心理學 | 二三四 |
| 第十一章 | 公衆演講的心理學  | 二四五 |

|      |                 |     |
|------|-----------------|-----|
| 第十二章 | 著述與美術的心理學·····  | 二六五 |
| 第十三章 | 兒童心理學·····      | 二八一 |
| 第十四章 | 教育的實用心理學·····   | 三〇三 |
| 第十五章 | 精神治療學與心理衛生····· | 三二三 |
| 第十六章 | 專業的實用心理學·····   | 三四八 |

# 實用心理學

## 第一章 促動人類的方法

實用心理學所包括的，大部是如何運用刺激，使人所欲得的習慣發動。自然亦有時，卽如在教育上，需要養成本來不存在的習慣。所以很明顯的，實用心理學家必須熟悉人類的本能與習慣，合造成與改變習慣的定律。他亦必須明瞭能影響各感覺器官的刺激，並且知道各種刺激效力的大小。

由他的研究可以看出人類可以用代替的，或標識的刺激，來促動或控制。這些刺激，卽如速記的字母一樣，代表別種事物或動作。這類刺激裏，包括語言、文字、圖畫、圖表、樂譜、錢幣、符號。本書大部，討論教師、牧師、推銷員、僱用員、政治家、著作家、父母、醫士、律師等，如何養成及運用標識的刺激。我們先從人類動作基本的神經作用起始。

促動的根據 動作的根據有兩種，這兩種的分別，在學理上比實用上多，因為在對成人的影響上，很難分辨。

(一) 本能 這些基本的根據，常認為是早年所控制的反射連鎖，是人與動物主動的因素。從下生以至青春都有表現。在生殖作用上至停經期為止，在別種作用上，以至死亡，很活動的影響行為。本能的數目，各心理學家所舉的不同，但大多數所列的都太多。如果我們認清許多習慣是基於這些反射的連鎖，這種錯誤很易明瞭，並且

彼此連繫起來，以後不易分辨。我們的本能分類如下：

(甲) 自存 這類中包括多種動作的基本，如饑餓、排洩、呼吸、爭鬪、恐懼、避免身體痛苦、合動作阻礙的慾望。

(乙) 喜愛 這名辭是廣義的，包括父母的愛、子女的愛、情人的愛、合其他性愛。前三種恐係基本的愛情反射作用與社會的控制參合起來。

(二) 習慣 這種動作的基本非常多。人類與動物的行為，即藉此而分。動物同人類，都有本能的行為，但祇有人類可以有複雜的習慣，最高的如語言合各種社會的遺傳。

饑餓雖是一種本能的動作基本，但我們吃稀飯還是吃饅頭，吃牛羊肉還是吃豬肉，乃是由覆蓋在本能上的習慣所決定。欲促動或控制別人行為的人，對於覆蓋上的習慣，是應急切注意的。

例如在上古時代，性的衝動表現極為直快。一箇追求伴侶的青年，見到一箇女子，可以憑武力、速度、或武器、奪去。到新婚巢穴去的路上，常是布滿了反對的親屬的破裂頭顱。

現今這種行為是受制裁的。一箇青年如欲得到一箇促動他心情的女子，他必須得到介紹。此後必須時常約會，中間加雜多次的糖菓、鮮花、電話交談、情書往還，以至雙方家族的認識。以後，訂婚戒指繼續增加美感的觸覺刺激，最終舉行婚禮，賃屋同居，這種求婚過程與古人不同，或許經過多年，全憑他如何在他情人面前，或僱主室內，運用各種標識的刺激。



總起來，我們可說本能合習慣是人類動作神經的基本。雖然習慣能改變本能的行為，本能常是比習慣的力量大。因為習慣與本能很連繫，所以凡欲促動別人行為的，必須特別注意。下節將再詳為討論。

誘惑與威脅 漁夫釣魚，都知道不能用惆悵使魚上鉤。必須設法誘惑，從前面吸引，不能從後面追逐。他們必須使食物適合所要釣的魚的飲食習慣。他們亦應當明瞭各種的魚，按照牠們化學的狀況，食物的習慣不同。對甲魚有效的引物，對乙魚未必有效。簡言之，促動必須根據對於特別習慣與本能的知識，及對於能促動這些習慣的刺激的了解。

所以同樣的刺激，如果受的人沒有改變，永遠發生同樣的反應。促動人類的困難，就是因為我們不能看見人的外面，而能斷定他有牙痛，或不消化症，或因失掉銀錢或股票跌價而惱喪。所以我們應付人類，永遠不能達到完全沒有錯誤的境地。但對人類努力的用科學方法去研究，可以使我們得到相當的成功，因為選舉總統亦不必要各個人投票，

誘惑的藝術是值得研究的。威脅自然有時發生效力，但即是訓練動物的人，都知道用魚丸合糖塊，比用鞭子能得較好的結果。

用這兩種方法所得的結果，有一種很顯著的心理差別。受威脅去工作，我們作的愈少愈好，並且存一種反抗的態度，不久即感覺疲乏。被誘惑去工作，我們熱心增加效力，並以工作為榮，滿意主管的人，並不感覺疲乏。單就經濟方面說，誘惑比威脅好的多。

哥達(H. H. Goddard)曾敘述一故事很能證明上面所舉的點。約翰是一箇在實際年齡上的成人，但智力不過等於七歲兒童。有一天早晨對監工的說他不舒服，不能去耕地。監工的固然可以勉強他去駕馬耕種，但他並不這樣。他反而對約翰的體況表示關心與同情，勸他到屋裏牀上去休息，可以快快的養好了病回來工作，因為沒有人能耕種像約翰那樣好，沒有他實在不行。他太好，離了他一定感覺不便。

但是約翰並不離開，仍留在田倉附近。過一刻後，監工的又勸他去休息，因為要他早早回來。他們不願意找別人替代，因為別人不能像約翰工作那樣好。約翰還是不動。以後監工的又作第三次同樣的勸告，約翰說他不去休息，他已經覺得好些，要去耕種。

約翰耕種了一天，工作時口中歌唱，並且耕種的極整齊潔淨。心中沒有反抗、報怨、不悅的情形，亦沒有草率從事。這種變化如何造成？不是什麼具體的刺激，如冰攪凌、點心、或手鎗、或新衣服、或小刀、祇是幾句話而已。這些話沒有金錢的價值，亦不能像小刀一樣，可以帶在身上，拿出來給別人看。不過是一點空氣，撞在約翰的耳膜上。但是這點空氣，是有特別意義的，成為標識的刺激。對於約翰所發生的意義乃是：他是一箇領袖，受主管的人所重視。這箇意義擡高他的自尊心。約翰是一箇低能的人，能被這類標識刺激所誘動，終日的去耕種。一箇狗或別種動物，用千百的善言巧語，亦不能促動作十小時勞力的工作。

用標識刺激作引子的效力，亦可由別的故事證明。對於一羣人亦是可以用應用，這是廣告家合演說家都可舉例證明的。在學校中，我們可以用圖表鼓勵兒童多吃各種青菜。將表中寫上各種青菜的名稱。兒童在前一日吃過

什麼青菜，即可在那種青菜下寫上姓名。寫姓名的青菜種類愈多，愈覺得光榮。兒童彼此比賽，看誰吃的青菜種類多，這是關係個人尊榮的。

實際上用這方法，使兒童回家向母親索要各種青菜吃。著者知道有些兒童情願作些雜事討母親喜歡，增加青菜的種類，以便次日能得到金星或藍星標識的榮耀。

促動全部人民的一箇最好實例，即是馬鈴薯的通行。當這種食品初由愛爾蘭輸入英格蘭的時候，極遭大眾的反對。文字的攻擊，道士的抨責，非常劇烈，以爲凡種植這種食品的土地，都不能生長，並且發生各種疾病。

但寇克(Thomas William Coke)看清了這種食品可以救濟貧苦的功用，決意提倡種植。他由他自己的鄰舍與佃戶起始，但是他們非常反對。五年之久，他雖輕輕的威迫他們，亦不能使他們種植。最終他免去田地租費，亦是無效。等到他自己種了一種特大的馬鈴薯，別的農夫方承認這種東西不致毒死豬狗。

法國的巴門第(Parmenier)用了極不同的手段。這位藥劑師在當俘虜的時候遇見了馬鈴薯。別的同囚的人都激烈的反對吃這樣東西，但他反探詢種植與烹製這種食物的方法。

他回到法國之後，他由皇帝得到一塊試驗的田地，種上馬鈴薯。到了收掘的時候，他自出費用僱了些兵士圍繞田地看守。同時他約請名人到地中去參觀，嚐試馬鈴薯的滋味。到了晚間他將守衛撤去。過了幾天早晨，一箇兵士報告說，看見了賊人偷去一部分收成。

巴門第非常喜歡並大聲的說，「當人民偷竊來得我的馬鈴薯，馬鈴薯的通行是必定的了。」

所以從心理方面說，誘惑即是將發生滿意結果的刺激，放在人前。我們已經說明誘惑比威脅的優長。這種方法對於動物、兒童、合大組的成人，都有效力。誘惑的藝術，比威脅的方法，自然需要更精細的對動作基本加以分析，但是結果比較圓滿。所以凡是在事務上、交際上、欲求到對人有效的應付者，都應細心研究。欲得到最大成功，用這方法的人，必須注意具體的刺激，這就是我們下面要討論的。

觸動的特殊性 觸動即是對於在神經組織中所養成的習慣的刺激，所以與所有的習慣刺激，有同樣的作用。習慣的一項規律，即是刺激愈特殊，反應愈迅速。飯館的招牌上寫「精美食品」，是太廣泛，不能引起食慾，使唾液分泌。我們沒有感覺細胞，像味球似的，能對「食品」發生感覺。但我們有味球能感覺甜、鹹、酸、苦等味。所以糖、蛋糕、冰攪凌、醋、檸檬、柿子、金雞納霜等物，能使唾液起分泌作用。

我們可以按照對感覺器官的遠近，將刺激分為等級。即就味覺說，糖及糖菓糕點可說是第一等刺激。語言文字如「糖」、「糕點」等，是第二等刺激。第三等刺激是普通名辭，如「食品」、「餐膳」、「菜單」、「飲食」等。

在促動人類行為上，我們要認清一箇不變的定理，第一等刺激比第二等的有效，第二等刺激比第三等的有效。我們自然不能時時攜帶糖菓、綢緞、汽車、鋼琴，各處奔走，這是很明顯的。所以促動人的方法變成如何運用第二第三等刺激，這就是我們所稱為標識的刺激。

許多推銷員、演講員、教員，合一般領袖，在應付別人上，用的第三等刺激太多。第三等刺激很少的時候，能引起反應，祇因我的習慣並不是按廣泛的字意所養成的。我們點燈燒柴，並不用一片火來引火，我們用一枝火柴，或一



點小火。我們對於「服務」、「效率」、「安全」這些名辭，不發生熱心，但是如果一天送一次信的改爲二次，新的檔案法能增加歸檔的卷數，新保險門能制止工人觸電免得賠償損失，我們立刻即有了動作。

史歐 (A. J. Snow) 舉了一箇很好的例，證明節省一百九十元的觀念，都不能發生效力，及至將錢數變爲面子合母親的責任，方起始作用：

一位推銷鋼琴的，已經用了兩星期的工夫推銷一架鋼琴。有意的買主是一位寡婦，爲她女兒買鋼琴。她原有意買別家較貴的鋼琴，這位推銷員給她講明如買他的琴，可以省一百九十元。

以後她決定買那貴價的琴，因爲貴的能得親友的讚揚，這種體面亦值得一百九十元。

這位推銷員非常困難。他的省錢理由現在是無效的。他坐在琴前，一面慢慢的彈，一面想道，「我的理由是買同樣的琴可省一百九十元。但她不在乎錢，祇要琴的牌子好就好。」

以後他想像若這位太太專好顧面子，他即可利用這種心理。

他停止彈琴，轉過身來說，「胡太太，鋼琴的樂趣，不盡在鋼琴，是在乎彈的好壞。你爲你女兒請的是什麼教師？」

「馬丁女士，」她回答說。

「哼！我願意你請夏教授，」推銷員回答說。

「不得了！他每半小時五元學費，我出不起。」

「我聽說馬丁女士每課二元。」

「是的。」

「那末你要買那別種鋼琴多花的一百九十元，足夠你女兒請夏教授教琴六十課用的。同夏教授學六十次，關係你女兒的前途，不是可以忽視的。」

他使這位太太大加思索，想想一百九十元可得的利益，至終將琴售出。

由上面的例可以看出金錢可常成爲第三等刺激，除非受的人或推銷員將牠變成第二等刺激，然後動作方容易發生。

所以從心理學的立場說，觸動的特殊性是激動舊習慣必要的。習慣的一種特徵，即是一種反應受一種刺激所控制。別的刺激，除非在學習的時候亦表現過，成爲控制的或標識的刺激，不能發生效力。我們已經提出三種刺激，並指明第一等刺激結果最滿意，但不方便應用。所以實用心理學家的問題，即是如何選擇第二等刺激，而不用模糊的第三等。無論利用下列的何種動機，選擇的過程是有益的。

各種動機力量的比較 因爲本能是人生的基本動力，舉列動機的時候，自然將與「自存」、「親愛」有關的，放在前面。下面的表是司達 (Daniel Starch) 調查七十四位男女的結果。他使他們將下列各種動機，按照每日決定各人行動的關係評判高下。最有力的給十分，其餘的由零分至十分，按輕重去定。

表一

動機

百分比

動機

百分比

食慾饑餓  
 健康  
 父母的愛  
 喜樂  
 占有心理  
 羣衆心理  
 容貌  
 清潔  
 家庭安逸  
 好奇  
 競爭  
 敬神  
 保護別人  
 顯揚  
 款待

九・二  
 九・〇  
 八・九  
 八・六  
 八・四  
 七・九  
 七・八  
 七・七  
 七・五  
 七・五  
 七・三  
 七・一  
 七・〇  
 六・九  
 六・六

愛子女  
 性的吸引  
 志向  
 身體舒適  
 受人贊許  
 口味  
 安全  
 休息睡眠  
 經濟  
 效率  
 合作  
 同情別人  
 家事性  
 對人忠誠  
 熱情

九・一  
 八・九  
 八・六  
 八・四  
 八・〇  
 七・八  
 七・八  
 七・七  
 七・五  
 七・三  
 七・一  
 七・〇  
 七・〇  
 六・八  
 六・五

|      |     |      |     |
|------|-----|------|-----|
| 仿倣   | 六·五 | 客氣禮讓 | 六·五 |
| 游戲運動 | 六·五 | 管理別人 | 六·四 |
| 冷淡   | 六·二 | 恐懼謹慎 | 六·二 |
| 體力動作 | 六·〇 | 擺弄   | 六·〇 |
| 建設   | 六·〇 | 時式   | 五·八 |
| 幽默   | 五·八 | 消遣   | 五·八 |
| 羞澀   | 四·二 | 戲弄   | 二·六 |

得到上面結果的這種方法有兩種缺點：（一）評判的人不容易將名辭變為實際的情形，所以不完全明瞭各名辭的意義；（二）評判的人不是永遠能評判自己的行為。換言之，他們以為他們所作的，與他們實際作的，完全相同。

比較好一點的方法，是將許多確實的刺激表示給一羣人，注意他們對於何種刺激反應最快而最多。如果能將包含上列各種動機廣告的結果分析分析，看看何種動機的廣告最有觸動性，那是更為可靠。海德門九利亞（Haldeman-Julius）曾作過這類分析。他藉看報紙雜誌的廣告售賣小叢書。這些書祇用書名標明，現今共有一千二百種。這些書分為許多種類，如幽默、愛情、衛生等，但沒有一冊有圖畫，可以使這本比那本的引入效力大。買書的直接憑書名定購，所以沒有推銷員的人的影響。下列表中表示最風行的書。



表二

| 書名       | 每年售出冊數  |
|----------|---------|
| 現代世界之娼妓  | 一二九、五〇〇 |
| 已婚女子須知   | 一二二、〇〇〇 |
| 已婚男子須知   | 九七、五〇〇  |
| 婦女之性生活   | 九七、五〇〇  |
| 男子之性生活   | 七八、五〇〇  |
| 如何改進談話藝術 | 七七、〇〇〇  |
| 增進識字法    | 七六、〇〇〇  |
| 酒令       | 五五、〇〇〇  |
| 書牘法      | 五三、五〇〇  |
| 五百謎      | 五三、五〇〇  |
| 皮髮保護法    | 五二、〇〇〇  |
| 一九二六的笑話選 | 五〇、五〇〇  |
| 西班牙文自授法  | 四七、〇〇〇  |