

改变生活的 心理学法则

陈倩 / 编著

79个不可不知的生活潜规则

告诉你如何洞悉领导心思，进入职场游刃有余；告诉你学会如何为人处世，积累丰富的人际关系；告诉你如何敏锐洞察顾客心思，提升销售业绩；告诉你如何战胜商场劲敌，掌握市场经营的脉搏；告诉你如何提高管理能，令下属心悦诚服。

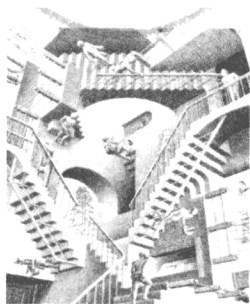


一条经典法则就是一盏明灯

改变生活的心理学法则

79条不可不知的心理学法则

陈倩 ◎ 编著



 武汉出版社
WUHAN PUBLISHING HOUSE

(鄂)新登字 08 号

图书在版编目 (CIP) 数据

改变生活的心理学法则 / 陈倩编著. — 武汉:

武汉出版社, 2009.7

ISBN 978-7-5430-4292-7

I.改… II.陈… III.心理学-通俗读物 IV.B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第097291号

书 名: 改变生活的心理学法则

编 著: 陈 倩

责任编辑: 刘理忠

封面设计: 耀午书装

出 版: 武汉出版社

社 址: 武汉市江汉区新华下路103号 邮 编: 430015

电 话: (027) 85606403 85600625

<http://www.whcbs.com> E-mail: wuhanpress@126.com

印 刷: 北京正合鼎业印刷技术有限公司 经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm 1/16

印 张: 13.75

字 数: 160千字

版 次: 2009年7月第1版 2009年7月第1次印刷

定 价: 23.80元

版权所有 侵权必究

如有质量问题, 由承印厂负责调换。

序 言

为什么曾经深受消费者青睐的三鹿奶粉,在“毒奶粉”事件中轰然倒闭,最终退出市场?

为什么有人在众目睽睽下遇到灾难时,竟然得不到救助,真的是现代人冷漠至此吗?

为什么投机者愿意花高价买下某个东西,即使它的价格远远高出实际价值?

为什么算命先生有时说得很准,难道他们真有未卜先知的能力吗?

为什么地上的垃圾没有及时清理,用不了多久,就会满地狼藉?

为什么棒打鸳鸯,反而让恋人们爱得难分难舍?

这些纷繁复杂的社会现象,我们虽然已经习以为常,但并不了解隐藏在背后的真相。其实,在我们身边存在一些心理学法则,它们像是一只只无形的手,在冥冥中拨弄着命运的心弦,有的成为我们生命中的暗礁,有的则成为通往成功的秘密捷径。

若是懂得蝴蝶效应,我们就会明白细节决定成败,一次危机事件能够毁掉一个王牌企业,一个温情的举动也能迎来幸运女神的眷顾;

我们若是了解人们的从众心理,就会知道群体的观望会抑制个人的救助行为,所以当我们身处险境时,一定要有针对性地向某人寻求援助;

如果明白最大笨蛋理论,我们就会清楚人们的投机行为,并不由价格杠杆来衡量,而是取决于是否有人肯花更高的价钱买下自己手中的东西;

巴纳姆效应告诉我们,人们容易将笼统的人格描述视为自己的真实写照,所以当我们听到算命先生一些具有共性的言辞后,自然会觉得他说得很准;



破窗效应给我们的启示是,环境对人的行为具有强烈的暗示性,一些容易被忽视的小问题如果得不到及时处理,极有可能带来无法弥补的损失;

罗密欧与朱丽叶效应带给我们爱的真谛——感情越禁止越牢固,外界的干扰会让人产生抗拒的情绪,相爱的人会彼此更加珍惜,爱得更深。

掌握了这些心理学法则,我们就能窥探人类心理的奥秘,解释人生中的诸多现象,甚至指导我们如何去改变自己的命运。反之,如果对这些法则视若无睹,我们即便竭尽全力,往往也是事倍功半,最终与成功擦肩而过。

本书分为情绪、社交、职场、经商和成功五个篇章,选取与生活息息相关的79个心理学法则,涵盖了个人成功与企业发展的方方面面。这些定律就像人类智慧的一扇窗户,通过它们,你可以探寻到社会现象背后的真相,解读人类心理的奥秘,驾驭自己的命运。

书中大量引用古今中外贴近现实的典型案例,将心理学法则寓于故事之中,用轻松活泼的语言讲述如何将这些法则运用于不同的领域。这些经过精挑细选的法则,可以帮助个人在人际交往中如鱼得水,创造出辉煌的事业,同样也是领导者管理员工、带领团队的金科玉律。

无数事实证明,若能掌握并运用书中的心理学法则,你就可以调适好自己的情绪,拥有阳光健康的心态,享受美满的生活;能够事半功倍地完成工作,成为上司的得力干将,让自己的事业蒸蒸日上;成为令人敬重的领导,带领一个高效运转的团队;避免决策的失误,成为市场的领先者,赢得更多的利润;能够在平凡与寂寞中不断修炼自我,步步为营,拥抱最后的成功。

书中的心理学法则曾改变过无数人的生活 and 命运。如果你满怀激情,迫切想改变自己的生活,让命运发生翻天覆地的变化,请你取下这本书,慢慢读。你会蓦然发现,那些曾令你百思不得其解的心理困惑,也不过如此!

编者



第一篇 情绪篇

- 1. 皮格马利翁效应:期望与赞美能创造奇迹 / 2
- 2. 杜利奥定律:敞开心扉,拥抱热情 / 5
- 3. 酸葡萄与甜柠檬心理:精神胜利法 / 7
- 4. 巴纳姆效应:正确认识你自己 / 9
- 5. 心理摆效应:消除情绪的大起大落 / 11
- 6. 霍桑效应:不良的情绪要及时宣泄 / 14
- 7. 超限效应:物极必反,过犹不及 / 17
- 8. 情绪转移定律:别把坏情绪传染给他人 / 19
- 9. 感恩定律:心存感激,让世界充满爱 / 21
- 10. 逆反心理:越禁止越向往的偏激情绪 / 24
- 11. 宽容定律:退一步海阔天空 / 26

第二篇 社交篇

- 12. 首因效应:不可忽视的第一印象 / 30
- 13. 近因效应:最近的印象很重要 / 33
- 14. 投射效应:人们常常以己度人 / 36
- 15. 晕轮效应:情人眼里出西施 / 38





- 16. 从众心理:人云亦云,盲目跟风 / 41
- 17. 约哈里窗户理论:恰如其分地暴露自己 / 44
- 18. 异性效应:男女搭配,干活不累 / 46
- 19. 罗密欧与朱丽叶效应:感情越禁止越牢固 / 49
- 20. 刺猬法则:距离产生美 / 51
- 21. 自己人效应:自己人,一切好商量 / 54
- 22. 犯错误效应:不完美的人更受欢迎 / 56
- 23. 过度理由效应:少一点理所当然的猜想 / 59
- 24. 留面子效应:欲得寸先进尺 / 62
- 25. 相悦定律:士为知己者死,女为悦己者容 / 65
- 26. 钥匙理论:只有心与心的交往才能产生共鸣 / 68
- 27. 邻近性原则:远亲不如近邻 / 70
- 28. 相似性原则:人们喜欢与自己相似的人 / 72
- 29. 换位思考定律:站在对方的立场,将心比心 / 75
- 30. 社会角色转换定律:扮演好自己的社会角色 / 77
- 31. 古德曼定律:没有沉默就没有沟通 / 79
- 32. 阿伦森效应:先抑后扬的评价更有效 / 82
- 33. 投其所好定律:找到他人的兴趣和爱好 / 85
- 34. 身体语言定律:此时无声胜有声 / 87
- 35. 互补定律:性格互补的人容易相处 / 90
- 36. 多看效应:见面时间长,不如见面次数多 / 93

第三篇 职场篇

- 37. 权威效应:让自己成为领袖和榜样 / 98
- 38. 马斯洛定律:满足员工的不同需求 / 100
- 39. 热炉效应:千万不要触犯公司的制度 / 103



- 40. 对比效应:在比较中脱颖而出 / 105
- 41. 参与效应:让员工产生主人公意识 / 108
- 42. 竞争优势效应:合作才能双赢 / 110
- 43. 特里法则:主动承认错误,更容易被原谅 / 113
- 44. 最后通牒效应:巧妙利用最后期限 / 116
- 45. 地位效应:身份地位对人的影响 / 118
- 46. 鲶鱼效应:用危机激发潜能 / 121
- 47. 南风法则:用温情俘获员工的心灵 / 124
- 48. “灯塔”效应:给企业设定远景目标 / 127
- 49. 授人荣誉定律:用荣誉激励下属 / 129
- 50. 蔡戈尼效应:善始善终,一生只做一件事 / 132
- 51. 倾听法则:成功职场从倾听开始 / 135
- 52. 不值得定律:选择你所爱的,爱你所选择的 / 138
- 53. 破窗效应:防微杜渐,及时制止小错误 / 140

第四篇 经商篇

- 54. 思维定势:摆脱传统思维的束缚 / 144
- 55. 互惠原理:欲先取之,必先予之 / 147
- 56. 印刻效应:争做市场的领先者 / 149
- 57. 马蝇效应:让竞争对手“叮”住自己 / 152
- 58. 冷热水效应:谈判制胜的法宝 / 154
- 59. 短缺原理:造成产品热销的热潮 / 157
- 60. 最大笨蛋理论:不要害怕投资的风险 / 159
- 61. 承诺和一致原理:引导他人自我说服 / 162
- 62. 情感与理性宣传定律:晓之以情动之以理 / 164
- 63. 单面和双面宣传定律:有时优缺点均讲更有利 / 166





第五篇 成功篇

- 64. 登门槛效应:步步为营,得寸进尺 / 170
- 65. 多米诺骨牌效应:勿以恶小而为之 / 172
- 66. 蝴蝶效应:细节决定成败 / 175
- 67. 杜根定律:用自信照亮人生 / 178
- 68. 跨栏定律:困难决定了成就的高度 / 181
- 69. 马太效应:成功是成功之母 / 184
- 70. 蘑菇定律:韬光养晦,等待出头之日 / 186
- 71. 卡贝定理:放弃是创新的钥匙 / 189
- 72. 约拿情结:人不仅害怕失败,也害怕成功 / 192
- 73. 卢维斯定理:真正的谦虚是忘掉自己 / 195
- 74. 跳蚤效应:目标决定跳跃的高度 / 197
- 75. 塞里格曼效应:紧紧抓住梦想,永不言弃 / 200
- 76. 蜕皮效应:只有超越自己,才能不断成长 / 203
- 77. 布利斯定理:凡事预则立,不预则废 / 205
- 78. 韦奇定律:走自己的路,让别人说去吧 / 208
- 79. 犬獒效应:在困境与竞争中崛起 / 210





第一篇

情绪篇

在日常生活中,我们的情绪复杂多变,犹如大海的波涛,大起大落:喜悦时如沐春风,抑郁时黯然神伤,生气时急火攻心,伤心时愁肠百结,焦虑时惶惶终日,紧张时惴惴不安……

唯有驾驭好自己的情绪,我们才能在人际交往中游刃有余。从现在开始,学点情绪心理学,做自己情绪的主人。了解自己的情绪周期,冷眼看待生活中的得意与失意;读懂别人的情绪波动,避免成为别人的“出气筒”。

2. 皮格马利翁效应:期望与赞美能创造奇迹

古希腊神话中记载了这样一个故事:塞浦路斯的国王皮格马利翁非常喜欢雕塑。一次,他用一块象牙精心雕塑了一个美女像,给她取名为“盖拉蒂”。这尊雕塑实在太完美了,皮格马利翁逐渐爱上了自己的作品。他每天对着雕塑倾诉绵绵情话,赞美她的美貌,真诚地希望她能够幻化为人形,成为自己美丽的妻子。一天,皮格马利翁的痴心最终感动了女神,雕像化作一位楚楚动人的美女,笑吟吟地朝他走来。皮格马利翁的期望终于成真,迎娶了眼前这位让自己朝思暮想的女子。

心理学上的“皮格马利翁效应”,便是人们从这个故事中总结出来的,是指热切的期望与赞美能够产生奇迹:期望者通过一种强烈的心理暗示,使被期望者的行为达到他的预期要求。它又被称作“罗森塔尔效应”和“期待效应”,是由美国著名心理学家罗森塔尔和雅格布森,在一次经典的实验后共同提出的。

1968年,罗森塔尔和雅格布森来到一所小学,从一至六年级中各选三个班,在学生中煞有介事地进行了一次“发展测验”。然后,他们列出了一张学生名单,声称名单上的学生都极具潜质,有很大的发展空间。八个月后,他们又来到这所学校进行复试,惊喜地发现,名单上的学生成绩进步很快,性格更为开朗,与老师和同学的关系也比以前融洽了很多。

事实上,这是心理学家进行的一次心理实验,用以证明期望是否会对被期望者产生重大的影响。他们所提供的名单完全是随机抽取的,通过“权威性的谎言”暗示教师,并随之将这种暗示传递给学生。尽管教师们悄悄地将这份名单暗藏心中,却在不知不觉中通过眼神、微笑、言语等途径,将掩饰不住的期望传递给那些名单上的学生。他们受到教师的暗示作用后,变得更加开朗自信,充满激情,在不知不觉中更加努力地学习,变得越来越优秀。

后来,人们将皮格马利翁效应总结为“说你行,你就行,不行也行;说你不行,你就不行,行也不行”。我们从中得出这样一个启示:赞美和期待具有一种超常的能量,能够改变一个人的行为与思想,激发人的潜能。一个人得到别人的信任与赞美后,他会变得更加自信和自尊,从而获得了一种积极向上的原动力。为了不让对方失望,他会更加努力地将自己的优势发挥到极致,尽力达到对方的期望。相反,如果向对方传递了一种消极的期望,则会让他变得自暴自弃,向着消极的一面发展。

人类对自我形象的评判,常常综合了个人和外界环境的看法。外界的信息对自我评价起着至关重要的作用。与“巴纳姆效应”有所不同的是,“皮格马利翁效应”专指那些来自外界的、正面的暗示,而前者泛指所有外界环境的信息与暗示,当然也包括一些对个人的发展起着消极作用的暗示。

心理学家威廉·詹姆斯曾经说过:“人性最深切的渴望就是获得他人的赞赏,这是人类之所以有别于动物的地方。”无论是高高在上的名流贵胄,还是卑微平凡的贩夫走卒,人人都希望得到他人的赞美与尊重。就连宠辱不惊的华盛顿,也喜欢别人热情地称呼他为“美国总统阁下”;凯瑟琳女皇拒绝接受任何没有注明“女皇陛下”的信函;法国作家雨果希望巴黎有朝一日能改名为雨果市;莎士比亚千方百计想为家族赢来一枚荣誉勋章,等等。如果将他们的这些行为简单地归结为虚荣,似乎有悖人性。荣誉,是社会对个人能力、价值的一种的赞许与肯定,无可厚非。

赞美,并不局限于他人与社会,来自亲人的赞美更能让我们终生难忘,感动至深。台湾著名作家三毛曾在散文《一生的战役》中写道:“我一生的悲哀,并不是要赚得全世界,而是要请你欣赏我。”文中的“你”,指的便是她的父亲。一天,父亲偶然读到这篇文章,悄悄给她留条写道:“深为感动,深为有这样一株小草而骄傲。”三毛看到后,眼泪夺眶而出,在日后的一篇文章中写道:“等您这一句话,等了一生一世,只等您——我的父亲,亲口说出来,扫去了我在这个家庭用一辈子消除不掉的自卑和心虚。”

正是因为期望与赞美的暗示对人能产生极大的促进作用,皮格马利翁效应被广泛地运用于教育、管理、营销等领域。在学校教育中,一些优秀的老师运用





皮格马利翁效应,开始有意识地关注一些后进学生,帮助他们更快地进步;在现代企业管理中,皮格马利翁效应不仅传达了管理者对员工的信任和期望,还更加适用于团队精神的培养,一些精明的管理者也开始利用这个效应来激发员工的斗志,从而创造出惊人的效益;在营销策划中,策划人可以利用顾客“优质高价”的固有思想,通过提高价格的手段,提升产品在顾客心目中的期望值,获取更高的利润收益。

在家庭教育中,最残酷的伤害莫过于对孩子自尊心和自信心的伤害,最明智的举动莫过于用鼓励与赞美给孩子支撑起人生信念的风帆,帮助他们步入成功的殿堂。卡耐基很小的时候,母亲就去世了。缺乏母亲的管束,他像放纵的野马一般,特别喜欢调皮捣蛋。九岁那年,他有了一位继母。继母刚进家门的那天,父亲指着卡耐基对她说道:“他可是全镇最坏的孩子,你以后可得提防着。”

继母走到卡耐基面前,温柔地摸着他的头,说道:“他怎么会是坏孩子呢,我看他应该是全镇最快乐、最聪明的孩子。”这样一句简朴的话,不仅让他消除了对继母的抵触情绪,而且还成为激励他的动力。多年以后,卡耐基成为了家喻户晓的成功学大师。

皮格马利翁效应同样也被应用于现代企业管理中。通用电气前任 CEO 杰克·韦尔奇和美国钢铁公司总裁查尔斯·史考伯都是这个效应的实践者。韦尔奇认为,团队管理的最佳途径是致力于激励员工完成自己的构想,并说道:“给人以自信是到目前为止我所能做的最重要的事情”;史考伯曾说道:“我认为,我那能够使员工鼓舞起来的能力,是我所拥有的最大资产。而使一个人发挥最大能力的方法,是赞赏和鼓励。”在日常管理实务中,他们善于激励和赞赏自己的员工,创造出一片蔚为壮观的商海翰林,相继成为各自领域中的翘楚巨子。

著名的心理学家杰丝·雷尔曾说道:“称赞对温暖人类的灵魂而言,就像阳光一样,没有它,我们就无法成长开花。但是我们大多数的人,只是敏于躲避别人的冷言冷语,而我们自己却吝于把赞许的温暖阳光给予别人。”



2. 杜利奥定律:敞开心扉,拥抱热情

一位将军到沙漠参加演习,他的妻子塞尔玛随军驻扎在陆军基地里。沙漠中干燥高热的气候,让塞尔玛非常难受。再加上身边没有一个朋友,孤独中的她经常写信给父母,倾诉自己想要立刻回家的想法。父亲的回信很短,只有两行:“两个人从牢中的铁窗望出去,一个看到泥土,一个却看到了星星。”她看了信后心头一颤,决定要在沙漠中寻找星星。

从那以后,塞尔玛的生活发生了巨大的改变。她开始和当地人交朋友、互送礼品,研究沙漠里的仙人掌、几百万年前的海螺壳。渐渐地,她迷上了这里,后来写了一本书,以《快乐的城堡》为书名出版了。原本悲观的她看到的只是泥土,当心态发生转变后,乐观积极的她重新找回了热情,看到的就是星星。

面对同样的生活,所持的心态不同,便能够品出不一样的味道。如果缺少热情,你将遗憾地失去一双能发现生活之美的眼睛。美国作家杜利奥曾经说过“没有什么比失去热忱更使人觉得垂垂老矣”,并将自己的理论命名为“杜利奥定律”。

这个定律给我们带来的启示是:人与人之间的差异很小,仅仅在于是否拥有热情积极的心态。这种微小的差异却造成了巨大的差别,那就是最终的成功与失败。成功人士的首要标志,在于他们具有热情积极的心态,乐观地面对人生,乐观地接受挑战。如果能够做到这一点,那他就已经成功了一半。很多人在功成名就之前,也只是芸芸众生中的一个。他们正是以热情的心态全身心地投入工作,这才邂逅了幸运之神,登上事业的巅峰。

美国标准石油公司里曾经有一位普通职员,叫做阿基勃特。他业绩平平,没有什么过人的才能,在公司里毫不起眼。然而,他却有一个令人不解的习惯:每次出差住旅馆时,都要在自己签名的下方写下“每桶4美元的标准石油”的字样,而平时在书信及收据上也不例外,签了名,就一定要写上那几个字。为此,同



事们都戏谑地称呼他为“每桶4美元”。

这件事传进公司董事长洛克菲勒耳中,他说道:“我们公司中竟有这样一位忠心的职员,不遗余力地宣扬公司的声誉,我一定要见一见他。”于是,他真诚邀请阿基勃特共进晚餐。洛克菲勒卸任后,将董事长的位置传给了阿基勃特。在人才济济的石油公司中,一定有比阿基勃特更有才华的员工,然而却很少有人像他这样,怀着巨大的热情投入工作,当然也只有他能当之无愧地成为董事长。

美国作家爱默生曾说道:“一个人如果缺乏热情,那是不可能有所建树的。热情像糨糊一样,可让你在艰难困苦的场合里紧紧地粘在这里,坚持到底。它是在别人说你‘不行’时,发自内心的有力声音——‘我行’。”

麦当劳的老板克罗克的创业故事很好地说明了这一点。克罗克成长的年代,正逢美国1931年经济大萧条时期。他到处求职,先后做过急救车司机、钢琴演奏员和搅拌器推销员。即使生不逢时,遭受坎坷曲折的命运,克罗克始终怀着满腔的热情,相信自己终有一天会打拼出一片辉煌的事业。直到1955年,在外面闯荡了半辈子的克罗克回到了老家,开始下海经商。年过半百的克罗克仍然热情不减,借债270万美元买下了麦当劳兄弟的餐厅。经过几十年的苦心经营,麦当劳现已成为全球最大的以汉堡包为主食的快餐公司。克罗克也因此被誉为“汉堡包王”。

热情,不是指一种盲目的乐观,而是一种对待生活的态度。从某种意义上说,它更是一种来自心底的信念。生活处处有磨难,关键在于你用怎样的心态去面对。积极的心态使你充满热情,乐此不疲地去创造财富和事业,获取瑰丽多彩的幸福生活;而消极的心态却让你对生命中有意义的东西熟视无睹,对生活感到乏味与失望,最终与成功失之交臂。

“要么你去驾驭生命,要么就是生命驾驭你。你的心态决定谁是坐骑,谁是骑师。”我们不难发现,身边的一些成功人士总是怀着自信、乐观、积极的心态,而一些碌碌无为的人则整天悲观失落、不停地抱怨。命运掌控在自己手中,尽管我们无法改变自己的出身、周围的环境,但可以调整好自己的心态,点燃热情的心灯。

一位老太太有两个女儿,大女儿开了一家洗衣店,二女儿经营着一家雨衣店。老太太每天忧心忡忡,雨天焦虑大女儿洗衣店里的衣服晾不干,晴天又担心



小女儿雨衣店的生意不好,时间长了,愁出一身病来。有人对她说,为什么不换个角度想想呢,雨天小女儿的雨衣生意很好,晴天大女儿的洗衣店生意也很好,不是每天都可以开开心心的吗?老太太听了,宽了心,病自然就好了。

当我们在生活中不顺心的时候,可以尝试着改变思维方式,保持良好平和的心态。这种乐观的心态会转化成积极、自信的力量,帮助我们在枯燥、单调的工作中找到乐趣,生活自然会发生改观。

3. 酸葡萄与甜柠檬心理:精神胜利法



《伊索寓言》中有这样一则故事:一个炎热的夏日,狐狸走过一个果园,他停在一大串熟透而多汁的葡萄前。狐狸想:“我正口渴呢。”于是他后退了几步,向前一冲,跳起来,却无法够到葡萄。狐狸后退又试。一次,两次,三次,但是都没有得到葡萄。狐狸试了一次又一次,都没有成功。最后,他决定放弃,他昂起头,边走边说:“我敢肯定它是酸的。”

后来,狐狸的这种“酸葡萄心理”被正式引入心理学。它又被称作“酸葡萄效应”,是指当个人的需求无法得到满足而产生挫折感的时候,为了保持自尊,减少因失败带来的焦虑、不安等不良情绪,有意编造出一些“理由”自我安慰,以消除紧张,减轻压力,保护自己的心理免受伤害。

在日常生活中,当我们在追求某一种东西而得不到时,为了冲淡自己内心的不安,时常也像那只狐狸一样,为自己寻找一个冠冕堂皇的“理由”。有的男性追不到某一女孩,就会到处散布那个女孩的坏话:“哼!那种水性杨花的女孩子,不要也罢!”容貌平平的女人,特别相信美丽的女人不容易得到幸福;公司的职员希望获得更高的职位,却事与愿违,只好安慰自己:“职位越高责任越重,还不如现在逍遥快活呢!”没有考上重点大学的学生为了缓解心中的落寞,寻求心理平衡,对朋友说道:“那所学校离家太远,也没有我喜欢的专业,没考上也不会遗



憾。”……

与“酸葡萄心理”相反,有的人吃不着“葡萄”,只好退而求其次吃“柠檬”,他就认为柠檬是甜的。这种不说自己达不到的目标或得不到的东西不好,却百般强调,凡是自己认定的较低的目标或已经拥有的东西都是好的,借此减轻内心的失落和痛苦的心理现象,被称为“甜柠檬心理”。

生活中也有很多“甜柠檬心理”的现象。有的孩子天资愚钝,智力平平,他的父母就安慰自己说“憨人有憨福”;有的人被偷被抢,损失惨重,他便安慰自己说“破财免灾”;有的男人娶了个容貌一般的老婆,便说“容貌平凡的女人才贤惠”;有的女人嫁了个木讷寡言的丈夫,却说“这才有安全感呢”;有的女孩刚买了一件衣服,回家后才发现价格太贵,颜色也不怎么喜欢,便对自己的好友说“这是今年最流行的款式”。

这种知足常乐的心理,不失为一种帮助人们接受现实的好方法。如果运用得当,可以帮助人们化解对于不平等引起的怨气,消除心理紧张、缓和心理气氛;若运用过度,则会产生消极懒惰的情绪,妨碍人们去追求真正需要的东西。

一次,美国前总统罗斯福的家中被盗,丢失了许多东西。一位朋友闻讯,忙写信安慰他,劝他不必太在意。罗斯福给朋友写了一封回信,信中写道:“亲爱的朋友,谢谢你来安慰我,我现在很平安,感谢生活。因为,第一,贼偷去的是我的东西,而没伤害我的生命;第二,贼只偷去我的部分东西,而不是全部;第三,最值得庆幸的是,做贼的是他,而不是我。”

“酸葡萄心理”和“甜柠檬心理”都是自我解嘲式的心理调节方法,是在人遭受挫折或无法达到所追求的目标时,为了减轻内心的焦虑不安,维护自尊,“自圆其说”地寻找一些牵强附会的理由进行自我辩解。

在生活中,每个人都会遇到一些挫折和不尽如人意的东西,有些状况经过我们的努力后能够得到改善,也有很多事情是我们在当时的条件下无法更改的现状。这时候,我们是躲在黑暗的角落里为“打翻的牛奶”不断自责和懊悔,还是从跌倒的地方爬起来,整理好自己的心绪,继续向前呢?一味地愁苦与懊悔既不利于身心健康,也无法挽回那些已经铸成的错误。鲁迅笔下的阿Q,每次被人打时便在心中念叨着“反正是儿子打老子”,于是也就悠悠然忘却了皮肉之苦。我