

通俗易懂的心理学知识读本 解读热点 洞察玄机

每天懂一点

周艳科 周峰 编著

Learn A Little
Every Day
Psychology

心理学

从细微的心理常识开始，破解行为背后的心理奥秘，开启心灵深处的智慧之门。

- 心理学常识：用人性的力量化解日常的困惑
- 心理学应用：用心灵的沟通代替人际的争执
- 心理学技巧：囊括心理学精要获悉心理战秘诀



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

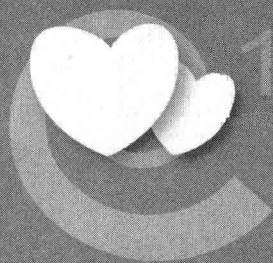
每天懂一点

周艳科 周峰 编著

Learn A Little
Every Day
Psychology

心理学

从细微的心理常识开始，破解行为背后的心理奥秘，开启心灵深处的智慧之门。



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

现实生活告诉我们：人与人之间的交往，实质上就是心理的博弈。为什么你会因为一些生活小事而使自己内心不那么顺畅，有时甚至影响到你的日常生活和工作呢？其实症结就在于你不懂得心理学。

本书将与人们日常生活联系最为紧密的心理知识一一进行列举，如认知自我、社交、成功、心态、管理、教育、职场、销售、经营、人生目标和投资理财等。并且本书针对不同的人际交往情景，提供了多方面的应对策略，集知识、趣味、智慧、休闲于一体，使读者通过本书，能够获悉心理学的所有奥妙，帮助读者轻松化解冲突，看清别人，认识自己，了解情感，发挥个人魅力，在每一场心与心的博弈中轻松获胜。

本书适用于学生、生意上的大忙人、企事业领导，以及青少年等在心理学方面相对薄弱的读者，将有助于提高身心素质，进而使生活更加幸福美满。

图书在版编目（CIP）数据

每天懂一点心理学/周艳科，周峰编著. —北京：
中国铁道出版社，2011.8
ISBN 978-7-113-12769-5

I. ①每… II. ①周… ②周… III. ①心理学—通俗
读物 IV. ①B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第053695号

书 名：每天懂一点心理学
作 者：周艳科 周 峰 编著

责任编辑：苏 茜
特邀编辑：李新承
封面设计：张 丽
责任印制：李 佳

读者热线电话：010-63560056

封面制作：郑少云

出版发行：中国铁道出版社（北京市宣武区右安门西街8号 邮政编码：100054）

印 刷：三河兴达印务有限公司

版 次：2011年8月第1版 2011年8月第1次印刷

开 本：880mm×1230mm 1/32 印张：6.875 字数：198千

书 号：ISBN 978-7-113-12769-5

定 价：29.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社发行部联系调换。



前 言

近来在社会上涌现出一股“心理学”热潮，报纸、杂志、新闻媒体和我们耳边经常都会出现“心理学”这个名词。然而，我们发现在大街小巷风靡一时的似乎只是各种各样的心理测试，以及对因为危机而引发的自杀、压抑及变态等“热点”事件的媒体报道，而这并非完全科学意义上的心理学。

事实上那些仅仅只是些乐趣，娱乐并不是心理学的主题，那些关于自杀、变态狂之类的新闻报道往往可以使人们的好奇心得到满足，只是媒体新闻吸引读者的幌子，而疾病心理学也只是心理学广阔研究领域中的一个分支。就心理学本质而言，它是一门帮助我们正确处理认知与行为、自身与环境，以及工作与人际关系等问题的实践科学。

在欧美等发达国家，特别是在以强调应用科学而著称的美国，心理学作为一门实践学科已被摆在了相当重要的位置上，并已经渗透到政治、经济、军事、疾病康复和日常生活等方方面面。在这些国家，不仅是公众人物，几乎所有的人都对心理学抱有浓厚的兴趣。

在欧美国家的大小书店里，都有很多心理学方面的书籍出售，这些为非专业人士准备的书籍从如何理解人的心理入手，深入浅出地讲解了心理学与社会现象、组织运营、人际关系和自我情绪控制等知识，几乎涉及生活的方方面面。

关于心理学有这样一则小故事：

老板接到一桩业务，要将一批货物搬运到码头上去，又必须在半年内完成。这个任务相当重，而手下仅那么十几个伙计。

这天一早，老板亲自下厨房做饭。开饭时老板给伙计一一盛好，还亲自捧到他们每个人的手中。

伙计甲接过饭碗，拿起筷子，正要往嘴里扒，一股诱人的红烧肉浓香扑鼻而来。他急忙用筷子扒开一个小洞，3块油光锃亮的红烧肉夹在米饭当中。他立即扭过身，一声不吭地蹲在屋角，狼吐虎咽地吃起来。

这顿早饭，伙计甲吃得特别香。他边吃边想：老板看得起我，今天我要多出点力。

于是搬运时，他把货装得满满的，一趟又一趟，来回飞跑着，搬得汗流如雨……

整个上午，其他伙计也像他一样卖力，个个挑得汗流浹背。一天的活，一上午就干完了。

中午，伙计甲不解地问伙计乙：“你今天咋这样卖力？”

乙反问甲：“你不也干得起劲吗？”

甲说：“不瞒你，早上老板在我的碗里塞了3块红烧肉！我总要对得住他的关照嘛。”

“哦！”伙计乙惊讶地瞪大了眼睛，说：“我的碗底也有红烧肉。”

两个人又问了其他的伙计，原来老板在大家的碗里都放了肉。众伙计恍然大悟，难怪吃早饭时，大家都不声不响地闷头吃得那么香……

如果这碗红烧肉放在桌上，能让大家都不声不响地闷头吃得那么香吗？

同样是这几块红烧肉，同样这几张嘴，却产生了不同的效果，不能不说这也是一种精明，但这种精明不正是那位老板对伙计心理准确把握的结果吗？

通过这个故事我们看到，对人心理状态的把握并非像一般想象的那样玄妙高深，心理学这门学问在我们身边每天都在应用着，它已成为所有人际交往高手的必备“武器”。

本书将与人们日常生活联系最为紧密的心理知识进行一一列举，如认知自我、社交、成功、心态、管理、子女教育、职场、销售、经营、人生目标和投资理财等。并且本书针对不同的人际交往情景，提供了多方面的应对策略，集知识、趣味、智慧、休闲于一体，使读者通过本书，能够获悉心理学的所有奥妙，帮助读者轻松化解冲突，看清别人，认识自己，了解情感，发挥个人魅力，在每一场心与心的博弈中轻松获胜。

同时本书在写作中力求角度平实，叙述生动，事例丰富，方法实用。真

诚地希望本书能带给读者朴实无华而心有灵犀的阅读感觉，也真诚地盼望本书能带给您幸福美满、和谐圆通的人生！

本书适用于学生、生意上的大忙人、企事业领导，以及青少年等在心理学方面相对薄弱的读者，将有助于提高身心素质，进而使生活更加幸福美满。

本书由周艳科、周峰编写，下面人员对本书的编写提出过宝贵意见并参与了部分编写工作，他们是陆佳、张振东、王真、李晓波、周贤超、杨延勇、解翠、王荣芳、李岩、周科峰、陈勇、孟庆国、赵秀园、王征、孙更新、于超、栾洪东、尹吉泰、纪欣欣、王萍萍、高云、李永杰、盛艳秀。本书插画由朱清芳设计，特此表示感谢！

由于时间仓促，加之水平有限，书中的缺点和不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正。如果读者在阅读本书的时候出现任何疑问，还可以发送电子邮件及时与我们取得联系，我们将尽快给予答复。我们的邮箱是 suqian@tqbooks.net。

编 者
2011 年 6 月

第1章 自我认知领域要学的心理学 \ 1

尼采曾说：“聪明的人只要能认识自己，便什么也不会失去。”在现代社会中，只有正确地认知自己，才能正确地评价自我。当对自己有了一个全面、客观、正确的认知之后，还要与其竞争者进行比较，发现自己的长处与短处，这样才会在以后的生活和工作中找准自己的位置。

- ❖ 记忆的自我参照效应：庸人自扰 \ 2
- ❖ 晕轮效应：现代版的爱屋及乌 \ 5
- ❖ 苏东坡效应：只缘身在此山中 \ 9
- ❖ 错觉原理：千奇百怪的假象 \ 12
- ❖ 刻板印象：无形的“有色眼镜” \ 15
- ❖ 时间错觉定律：度日如年 \ 19
- ❖ 投射效应：以小人之心，度君子之腹 \ 21
- ❖ 巴纳姆效应：你真正认识自己吗 \ 23

第2章 社交领域要学的心理学 \ 27

有人说：“三十岁以前依靠自己的专业特长来赚钱，三十岁以后依靠自己的社会关系来赚钱。”

可见在社会活动交际中，人脉关系的重要性。在人际交往中，交际高手往往能够做到左右逢源，四通八达；相反，无人脉做事

则会如履薄冰，寸步难行。因此现代人应该把维护和扩展人际关系当成自己的日常功课，重视扩展和维护适宜的人际关系。

- ❖互惠关系定律：让对方产生必须回报的负疚感 \ 28
- ❖亲和效应：缩短空间距离，拉近心理距离 \ 31
- ❖首次效应：给他人留下一道靓丽的风景 \ 34
- ❖刺猬效应：保持距离，把握尺寸 \ 37
- ❖瀑布心理效应：留人颜面，为人更为己 \ 40
- ❖自信法则：成为社交场合中的“发光源” \ 42
- ❖南风法则：用温暖的力量感动他人 \ 45
- ❖冷热水效应：调平人人心中的那杆秤 \ 47

第3章 心态领域要学的心理学 \ 49

良好的心态不是自然产生的，它需要我们有意识地努力和行动，光有良好的夙愿是不够的。无数事实告诫我们：一个人纵然有良好的心态，也未必会赢得他人的喝彩与关注，但若要摘取成功的桂冠，必须要有良好的心态。

- ❖幸福公式：过多的欲望是人不幸的天敌 \ 50
- ❖酸葡萄心理：虽然不能改变环境，但要适应环境 \ 52
- ❖小池定理：学会选择，学会放弃 \ 54
- ❖出丑效应：不要苛求完美的人生 \ 57
- ❖罗伯特定理：别让自己打败自己 \ 59
- ❖视网膜效应：擦亮双眼看世界 \ 62
- ❖对比效应：朱门酒肉臭，路有冻死骨 \ 64

第4章 教育领域要学的心理学 \ 68

每一个孩子都是一个天分、能力和缺点的独特集合体。从这个意义上来讲，作为老师和家长都要尊敬和承认孩子的独特性和特殊性，不应该用片面的角度分析和对待孩子。

本节着重叙述了有关教育领域要学的心理学的相关知识，将有助于读者从心理学方面帮助孩子发展他们的天分，纠正他们的缺点。

- ❖ 期望效应：每个孩子都可能是天才 \ 69
- ❖ 超限效应：对孩子不能过度批评 \ 71
- ❖ 强化/消失定律：好习惯需要不断强化 \ 73
- ❖ 甘地夫人法则：培养孩子勇敢面对挫折的能力 \ 75
- ❖ 一分钟效应：每天进步一分钟 \ 78
- ❖ 瓦伦达心态：放弃忧虑，人生轻松 \ 80
- ❖ 梦想法则：培养孩子的梦想 \ 83
- ❖ 阿伦森效应：最受孩子们欢迎的策略 \ 85

第5章 成功领域要学的心理学 \ 88

成功就是达到自己的理想，是一种积极的感觉，它是每个人达到自己理想之后的一种自信状态和满足感觉。总之，我们每个人对于成功的理解是各不相同的，而到达成功的方法却只有一个——付出常人所不能付出的努力。

- ❖ 马太效应：赢家通吃的时代 \ 89
- ❖ 权威效应：对权威切莫一味盲从 \ 91
- ❖ 临界点效应：成功就是再坚持最后一分钟 \ 93
- ❖ 目标效应：伟大的目标产生伟大的动力 \ 95

❖自我实现定律：人生没有什么是不可能的 \ 98

❖毛毛虫效应：摆脱因循守旧的束缚 \ 101

❖蝴蝶效应：细节决定成败 \ 103

❖挫折必然定律：失败也是一种机会 \ 105

第6章 工作领域要学的心理学 \ 109

不管是事业单位、企业单位，还是私人单位，领导对下属的评价一般都只看两点：（1）下属的日常工作表现。（2）下属为人处世的方式。

而领导对你的评价将直接关系到你日后事业的成败。所以与领导接触尤需谨慎小心，要学会弄懂、理解领导的心理。本节着重叙述了有关职场领域要学的心理学，将有助于你在事业上平步青云，大展宏图！

❖日清日毕效应：当日事当日毕 \ 110

❖狼群法则：团队协作是构建霸业的基石 \ 112

❖卡瑞尔公式：忧虑是成功路上的绊脚石 \ 115

❖蔡戈尼效应：都喜欢有始有终的人 \ 118

❖华盛顿合作原理：三个和尚没水喝的现代版 \ 120

❖脱皮效应：成功需要远离舒适区，不断超越自己 \ 123

❖观众效应：保持好自己的姿态，让自己成为一道靓丽的风景 \ 125

❖倒U假说：适当的压力才能产生动力 \ 127

第7章 管理领域要学的心理学 \ 130

作为领导，认知下属、理解下属是非常重要的。领导与下属之间的关系重点在于一个“用”字，就是在围绕如何使用下

属、如何用好下属上动脑筋。这里面有太多的文章可做，有心者不得不用心体会。

- ❖ 霍桑效应：让员工把心中的不满发泄出来 \ 131
- ❖ 鲇鱼效应：生于忧患，死于安乐 \ 135
- ❖ 手表效应：选择你所爱的，爱你所选择的 \ 137
- ❖ 波特定理：员工也有自尊心 \ 141
- ❖ 位差效应：真正的沟通建立在平等的基础上 \ 143
- ❖ 雷尼尔效应：想要留住人才，必须知道员工的需要 \ 146
- ❖ 向心效应：对下属要宽容大度 \ 148
- ❖ 归属感效应：员工对企业忠诚的根本 \ 150
- ❖ 竞争效应：物竞天择，适者生存 \ 152
- ❖ 激励定律：诚于嘉许，宽于称道 \ 155

第8章 销售领域要学的心理学 \ 158

作为一名销售人员，怎样才能获得真正的影响力呢？如何才能保持客户真实购买意向的清醒认知？销售人员如何通过自己的行为，对客户的购买判断做出影响，并对最后的销售成果负责呢？带着这些问题，我们一起来阅读本章。

- ❖ 认知对比原理：谁影响了人们的选择 \ 159
- ❖ 从众效应：“随大流”可取吗 \ 161
- ❖ 250 定律：口碑的力量 \ 164
- ❖ 邻近性原则：熟悉的才是最好的 \ 166
- ❖ 费斯法则：步步为营，方可百战百胜 \ 168
- ❖ 伯内特定律：有头脑的人，方能占领市场 \ 170

- ❖ 凡勃伦效应：巧用面子心理 \ 172
- ❖ 不完美法则：家丑不可外扬 \ 174

第9章 投资领域要学的心理学 \ 176

投资市场的狂热和波动其实源于人们的心理，即投资是一场心理战。华尔街有句古老的格言，市场由两种力量推动：贪婪和恐惧。在投资交易过程中，我们最容易忽略的就是心理因素对交易的干扰，最难以掌握的也是心理因素对利润的吞噬和对亏损的放大。

- ❖ 共生效应：为什么生意人喜欢扎堆 \ 177
- ❖ 三分之一效应：货比三家，以免上当 \ 179
- ❖ 卡贝定律：放弃是创新的钥匙 \ 180
- ❖ 目标法则：是谁铺平了成功者的道路 \ 183
- ❖ 目标激励定律：成功者的阶梯 \ 187
- ❖ 博傻理论：有没有比自己更大的笨蛋 \ 191
- ❖ 鳄鱼法则：投资需要果断止损 \ 194
- ❖ 视野理论：失去 1 元的痛苦比得到 1 元的喜悦来得更强烈 \ 196
- ❖ 羊群效应：学会避免盲目跟风 \ 199
- ❖ 名称效应：股票也要有个好名称 \ 202
- ❖ 禀赋效应：自家的东西比别人家的好 \ 203
- ❖ 框架效应：表达的艺术 \ 205

第

1

章

自我认知领域要学的心理学

尼采曾说：“聪明的人只要能认识自己，便什么也不会失去。”在现代社会中，只有正确地认知自己，才能正确地评价自我。当对自己有了一个全面、客观、正确的认知之后，还要与其竞争者进行比较，发现自己的长处与短处，这样才会在以后的生活和工作中找准自己的位置。





记忆的自我参照效应：庸人自扰

在日常生活中，人们往往会把那些与自己有关的信息或事情记得更加牢固，是什么原因导致了这一现象呢？

在某大学，一位专家抽出1名长得很漂亮的女大学生，给她呈现如下一些词汇：漂亮、山脉、雄壮、沙滩、聪明、地瓜、令人羡慕、死海、软盘、温柔、镜子、山羊、清纯、柏油马路和长发飘飘等，让她花4分钟记忆。一天后，再让她回忆记住了哪些词。

心理学研究的结果显示：这名女大学生倾向于更多地回忆出漂亮、聪明、令人羡慕、温柔、镜子、清纯和长发飘飘等词。

为了进一步验证实验的普遍性，紧接着又进行了另外一组实验。

在社会上，这位专家随机抽出20名实验者，并将这20名实验者分为甲乙两组。给甲组实验者呈现20个描述性格的褒义形容词，如善良、正直、勇敢和真诚等，以及20个描述性格的贬义形容词，如胆小如鼠、势力、自私自利和小肚量等，然后让他们逐一评价：“哪些词是描述自己的？”给乙组实验者同样呈现上述40个形容词，然后让他们逐一评价：“哪些词的描述更加像杰克逊？”等两组学生都完成评价活动之后，让他们回忆都记忆了哪些形容词。

心理学家调查的结果显示：甲组学生对褒义形容词的记忆效果更好，为什么会出现这样的结果呢？

心理专家认为：在我们的日常生活中存在着一种神奇的效应，这种效应显示，在日常工作和学习中，人们往往在接触到那些与自己相关的信息或事情时，最不能忽视或者出现遗忘。人们把这种神奇的效应称为“记忆的自我参照效应”。

“记忆的自我参照效应”虽然已被许多实验所证实，但是针对这种效应的解释目前还处于众说纷纭的状态，但有两种观点目前已被大家所接受。

一种观点认为：在人类的大脑中那些与自我相关联的事物已经被进行了精细加工，与大脑中原有的知识建立了深刻联系，因此为以后的回忆提供了线索，使得记忆效果更加牢固。

另一种观点则认为：那些与自我相关联的事物在大脑中已形成一种结构良好的组织体系，这种组织体系与相关的事物有着更好的相固作用；同时，大脑中自我知识又在相关信息下被激活，因此回忆起来更加容易。

（一）“检查”产生的自律

针对“记忆的自我参照效应”有这样一个实例：

美国的一家大型企业日常工作费用开支很大，企业总裁为了降低费用开支，想出了这样一个办法。他雇了一名面孔严肃，资历很深，且有丰富会计经验的老会计师。经理让这位会计坐在前面有玻璃窗的办公室里，这样，他就可以看到在他前面办公的所有员工。企业总裁告诉所有的员工说：“他是被雇来检查所有费用账目的。”

每天早晨企业会计处的员工都会把一叠费用账目摆在他的办公桌上。到了晚上，他们又来把这些账目拿走交给会计部门。然而这位被请来的会计师根本未曾翻阅过那些账目，但是所有的员工都不知道这回事。

奇迹出现了，在会计师来企业“检查”账目的一个月时间内，企业所有的费用开支降低至原来的90%。但是实际上，这家企业请来的会计师每天并没有检查账目，但奇迹为什么出现了呢？

这主要是由于企业的员工出现了“记忆的自我参照效应”。企业请会计师这一客观事实，引起企业员工的神经冲动，开始产生心理活动，感知到“检查”，对“检查”做出整体反映，就是要进行自律，不能胡乱开支。

同样在学习中也可能会出现这样的现象，比如对于新知识，如果我们

所学的新知识同我们自身有着密切的关系，就会提高我们学习的积极性，并且记忆也会深刻。这也是很多人对过去的大多事情记不太清楚，但却唯独回忆起自己经历的某一件特别的事情时，每一个细节都不会出现差错。

（二）吓坏自己的参照效应

在此基础上，“联想记忆法”应运而生，不论什么时候，不论学什么，都可以利用“记忆的自我参照效应”来帮助自己记忆，要尽可能地把新知识同自己或自己所熟悉的事情联系起来，从而提高自己的学习和记忆效率。当然，“记忆的自我参照效应”还有很多的负面影响。

美国历史上最出色的政治家之一安德鲁·杰克逊，曾经于 1837 年出任美国总统。在他妻子死于中风后，杰克逊对自己的健康状况变得非常担忧，再加上已经有好几个朋友也同样死于中风，因此杰克逊认定自己必会死于同样的疾病，所以他一直在这种阴影下极度恐慌地生活着。

一天，他正在家中与一位朋友下棋。突然杰克逊的手垂了下来，整个人看上去非常虚弱，脸色发白，呼吸沉重，乏力地说，“它到底还是来了，我得了中风，我的整个右侧瘫痪了。”

“你是怎么知道的呢？”朋友惊讶地问。

杰克逊有气无力地说道，“那是因为，刚才我在右腿上捏了几次，但是一点感觉也没有。”

朋友听后大笑地说道：“你当然没有感觉了，刚才你捏到的是我的腿啊！”

不要以为这种“记忆的参照效应”只会出现在一位垂垂老去的人身上，实际上它在我们每个人的身上都存在，只不过表现的形式与程度不同而已。之所以这样说，是因为每个人都会受到一种“记忆的自我参照效应”。

我参照效应”的影响。

比如医学院的学生常常碰到这种情况，每当学到一种病症的时候，就会先想到自己是否出现过类似的征兆，倘若恰好不巧有两三点看似符合，就开始惊慌，怀疑自己是否已经病入膏肓，其实自己一点都没事。

提醒大家不要走入记忆自我参照效应的误区，不要庸人自扰。



心理学轻轻告诉你

“记忆的自我参照效应”告诉我们：对待问题应从事物的本质全面客观地去分析，不要仅仅依据自己的记忆信息来为问题下定论，这样做是不科学的。



晕轮效应：现代版的爱屋及乌

在日常生活中，人们对待他人品行认知往往依据个人的好恶做出判断，然后再从这个判断推论出该人品行的好坏。为什么会出现这样的现象呢？是因为“晕轮效应”在人们心中作怪。

“晕轮效应”又称“光环效应”，是由美国的著名心理学家爱德华·桑戴克于20世纪20年代提出的。“晕轮效应”是指人们看待问题像月晕一样，即由一个中心点逐渐向外扩展成越来越大的圆圈，是一种为突出事物的某一特征，像月晕的光环一样产生的以点带面、以偏概全的社会心理效应。

在日常人际交往中，人们对他人的认知往往只从局部出发，然后扩散而得出整体印象，即常常以偏概全。如果一个人的品质被标明是好的，他就会被一种积极肯定的光环笼罩，并被赋予一切都好的品质；如果一个人的品质被标明是坏的，他就被一种消极否定的光环所笼