

27 26 25 24 23 22 21 19 18 17 16 15 14 13 12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0

每天学一点·时尚阅读书系

20几岁

学点

心理学

墨墨/编著

知心理 占先机

标新立异、引爆思维的趣味指南

最实用的社会练习册
最有趣的心理说明书

27 26 25 24 23 22 21 19 18 17 16 15 14 13 12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0



每天学一点·时尚阅读书系

20几岁

学点

心理学



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

20 几岁学点心理学 / 墨墨编著. —北京:北京理工大学出版社,
2011.4

ISBN 978-7-5640-4220-2

I. ①2… II. ①墨… 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 011461 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / [http://www. bitpress. com. cn](http://www.bitpress.com.cn)

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京市通州富达印刷厂

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 17

字 数 / 250 千字

版 次 / 2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

责任校对 / 王 丹

定 价 / 28.00 元

责任印制 / 母长新

图书出现印装质量问题,本社负责调换

前言

FOREWORD

在 20 世纪初，有一位叫古尔的法国药剂师，在卖药时遇到一位没有处方的顾客，那位顾客一直缠着古尔要买一种药。

为了打发那位顾客走，古尔无奈之下，就给了他几粒没有药性的糖衣片，并对该药的效力大大鼓吹了一番。顾客得了“良药”之后，心满意足地走了。

几天之后，那位顾客突然到访，向古尔表示谢意。原来古尔推荐的药，竟然治好了那位顾客的顽症。

这可把古尔弄糊涂了。古尔知道，糖衣片根本就无法治愈这个人的疾病。可是，事实上他的确是吃了这种“药”而痊愈的。

这是一件不可思议的事情：一个患有顽疾的病人，靠吃糖衣片就治愈了。很显然，糖衣片并没有特别的疗效，那么，到底是什么治好了他的病呢？

其实，造成神奇疗效的，不是糖衣片，而是古尔的“鼓吹”。古尔对“药物”的一番吹嘘，实际上对顾客是一种积极的心理暗示。正是这种积极的心理暗示，让普普通通的糖衣片产生了神奇的疗效。

仅仅是心理上的暗示，就有如此魔力吗？有人还是有所怀疑，可事实证明，这一切并没有丝毫虚假。

有位报社编辑患了失眠症，去找医生看病，要求开一些帮助睡眠的药物。医生对于他的要求，感到很为难。因为安眠药的服用很不安全，尤其是对于从事神经紧张工作的人，服用安眠药后的副作用更大。

但是，不管医生怎么解释都无济于事，那个报社编辑还是一个劲儿地请求开安眠药。医生没有办法，只好一本正经地对他说：“好吧，我给你开药，但药不多，先开几片，你要准时服药。服药后 10 多分钟，你就开始出现昏昏欲睡的感觉。这时你上床躺好，就入睡了，两个小时后就可以醒过来。”

医生给他开了一周的药。一周之后，报社编辑高兴地来找医生，要医生继续给他开这种药，他说：“我服药后睡得挺香。”

医生一下子被逗乐了。因为他开的并不是什么安眠药，而是维生素片，根本没有催眠作用。医生老老实实把实情告诉了报社编辑，他还一脸不相信。没办法，医生只好再给他开了一周的“安眠药”……

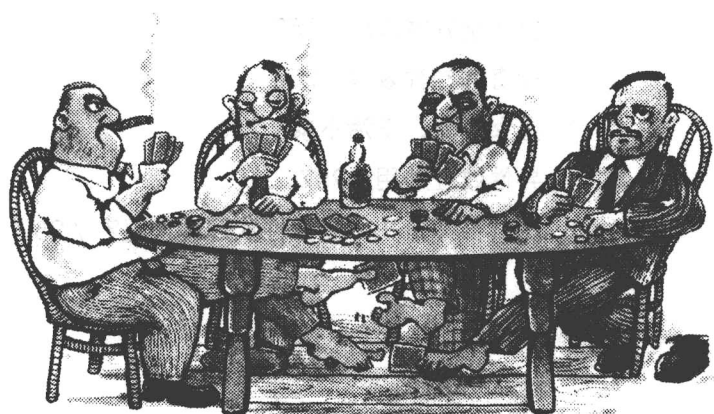
也许有人会觉得可笑，不过，这却是真实的事情。医生是懂得通过心理暗示影响患者的，事实上，很多时候心理暗示的效果比药物、手术还有效。

也许很多人都并没有想到，心理上的影响居然有如此的魔力。其实，现在已经有人把这种神奇的心理治疗法更加广泛地运用起来了。

在美国田纳西州，有一座工厂，许多工人都是从附近农村招募来的。这些工人由于不习惯在车间里工作，总觉得车间里的空气太少，因而，顾虑重重，工作效率低。后来，厂方在窗户上系上了一条条轻薄的绸巾，工人们的工作效率就得到了有效提高。

原来，这些绸巾不断飘动着，让工人们产生了这样的心理——空气正从窗外吹进来。结果，这样一来，就点燃了他们的工作激情。

事实证明，我们可以通过语言、表情、动作等对他人的心理和行为产生影响，使其在认识上、行为上接受我们的观点或者指令。因此，能熟练掌握心理法则并巧妙地运用的人会比较容易取得成功；忽视心理法则作用的人则常常事倍功半，在人生的道路上蹒跚而行。



第一章 手表定律：生活要有明确的目标

什么是手表定律 / 002

选择你所爱，爱你所选择 / 005

标准多了等于没标准 / 008

没有绝对的民主 / 010

测试：你是一个见异思迁的人吗？ / 012

第二章 蘑菇定律：忍得寂寞方为妖

什么是蘑菇定律 / 015

在阴暗的角落里成长 / 017

从最简单的事情开始 / 019

敢于面对现实 / 021

测试：看看自己的职场忍耐力如何？ / 024

第三章 鲑鱼效应：工作需要激情

什么是鲑鱼效应 / 027

在沙丁鱼槽中放入一条鲑鱼 / 029

“鲑鱼式”人才的管理 / 031

测试：你是职场“鲑鱼”吗？ / 034

第四章 木桶定律：将你的“短板”变长

什么是木桶定律 / 036

不做最短的那块木板 / 038

短中见长，取长补短 / 040

测试：你的劣势是什么？ / 043

第五章 酒与污水定律：不做“烂苹果”

什么是酒与污水定律 / 047

治理天下与牧马 / 049

小心！近墨者黑 / 051

测试：你在团队中的角色定位 / 053

第六章 马太效应：强者愈强，弱者愈弱

什么是马太效应 / 057

为什么贫者越贫，富者越富 / 060

成功是成功之母 / 062

测试：你适合做哪种投资？ / 065

第七章 多米诺骨牌效应：警惕“小恶”成“大患”

什么是多米诺骨牌效应 / 068

小隐患可能毁掉你全部努力 / 071

成败就在一张牌 / 073

测试：你对别人具有影响力吗？ / 075

第八章 青蛙效应：居安思危，不要在安逸中死去

什么是青蛙效应 / 080

驱除人性中的惰性 / 082

对于危机，不要空喊“狼来了” / 085

测试：你是一个懒惰的人吗？ / 087

第九章 巴纳姆效应：认识真实的自己

什么是巴纳姆效应 / 091

走出巴纳姆效应的迷雾 / 092

认识自己，才能改变自己 / 095

测试：找到自己的优势 / 097

第十章 蝴蝶效应：防微杜渐，细节决定成败

什么是蝴蝶效应 / 100

从丢失一颗钉子到亡掉一个帝国 / 102

小细节决定大成败 / 104

测试：你是一个细心的人吗？ / 107

第十一章 酸葡萄效应：学会给自己解压

什么是酸葡萄效应 / 110

走好心灵的平衡木 / 111

合理的自我安慰 / 114

测试：你的嫉妒心强吗？ / 116

第十二章 海格力斯效应：宽容比仇恨更有力量

什么是海格力斯效应 / 118

宽容别人，等于解脱自己 / 121

测试：你是一个大度的人吗？ / 124

第十三章 霍布森选择效应：给自己争取选择的空间

什么是霍布森选择效应 / 127

想成功，先给“创造力”松绑 / 129

测试：你是一个具有创造性的人吗？ / 131

第十四章 布里丹毛驴效应：犹豫是生命的大敌

什么是布里丹毛驴效应 / 134

选择决定成败 / 136

剔除性格中的优柔寡断 / 140

测试：看你的决断力如何？ / 143

第十五章 皮格马利翁效应：让积极的心态占据你的生活

什么是皮格马利翁效应 / 147

自尊和自信是人的精神支柱 / 149

不要只盯着别人的错误 / 151

赞美能使白痴变成天才 / 153

测试：你的自尊心有多强？ / 156

第十六章 刺猬效应：保持与他人的“安全距离”

什么是刺猬效应 / 159

戴高乐总统的座右铭 / 161

白玉为何无瑕 / 163

测试：你与朋友相处得愉快吗？ / 165

第十七章 超限效应：把握做人的分寸和做事的尺度

什么是超限效应 / 170

物极必反，把握尺度 / 172

做人做事要恰到好处 / 173

测试：你是一个爱唠叨的人吗？ / 175

第十八章 羊群效应：用自己的脑袋想问题

什么是羊群效应 / 177

地狱里的石油问题 / 179

真理掌握在少数人手里吗 / 181

测试：你是个有主见的投资者吗？ / 183

第十九章 马蝇效应：出色的领导，都深谙激励之术

什么是马蝇效应 / 186

吸引人才、壮大企业的“奶油蛋糕” / 189

善于激励，你就捕获了成功 / 191

测试：你是善于激励他人的管理者吗？ / 193

第二十章 登门槛效应：得寸进尺，实现目标

什么是登门槛效应 / 199

循序渐进，从小事做起 / 202

切分目标，一步一个脚印 / 204

测试：你有达成目标的决心吗？ / 207

第二十一章 齐加尼克效应：让工作快乐起来

什么是齐加尼克效应 / 210

视工作为乐趣方可成功 / 212

用高效的方法愉悦工作 / 214

测试：你对工作的满意度 / 216

第二十二章 “懒蚂蚁”效应：懒于杂务，才能着重思考

什么是懒蚂蚁效应 / 219

勤于思考，走向成功 / 221

学做善于思考的创造型人才 / 224

测试：你是善于思考的创造型人才吗？ / 226

第二十三章 奥卡姆剃刀定律：不要被繁琐的事情压垮

什么是奥卡姆剃刀定律 / 230

简单代表精益 / 232

提高办事的效率 / 233

吃鱼与熊掌，简单优先 / 236

简单之道 / 237

测试：你解决问题的能力有多强？ / 239

第二十四章 凡勃伦效应：当心成为“冤大头”

什么是凡勃伦效应 / 242

富豪征婚与凡勃伦效应 / 244

注重消费者的心理因素 / 246

经营者产品定价问题 / 247

测试：你能成为理性投资理财者吗？ / 249

第二十五章 异性效应：完善自己的“性别个性”

什么是异性效应 / 252

神奇的异性效应 / 254

男女搭配，干活不累 / 256

异性效应妙用 / 257

测试：你是一个受异性欢迎的人吗？ / 259

第一章 手表定律： 生活要有明确的目标

只有一块手表时，可以知道几点。然而，当拥有两块或更多块手表时，却无法确定确切的时间。这就是“手表定律”。

“手表定律”告诉我们：对任何一件事情，不能同时设置两个不同的目标，否则将使这件事情无法完成；对一个人而言，不能同时选择两种不同的价值观，否则将陷于混乱；一个人不能由两个以上的人来指挥，否则将无所适从；一个企业不能同时采用两种不同的管理方法，否则这个企业将无法发展。

什么是手表定律

这要从一个故事讲起：

在森林里住着一群猴子。每天太阳升起的时候，猴子们外出觅食；太阳落山的时候，它们回去休息。猴子们的日子过得虽然平淡，但很幸福。

后来，发生了一件事，改变了猴子们的生活。

有一天，一名游客穿越森林，不慎将一块手表落在了树下的岩石上，被一只小猴子拾到了。这只小猴子很聪明，它很快就弄清楚了手表的用途，于是，这只小猴子就成了整个猴群的明星，每只猴子都向它请教确切的时间，最后整个猴群的作息时间就由它来规划。

在“掌控时间”的情况之下，这只小猴子逐渐树立起威望，当上了猴王。

成为猴王的小猴子认为，获得地位是因为手表给自己带来了好运，于是，它便每天都到森林里寻找，希望能够拾到更多的表，为自己添加运气。功夫不负有心人，它真的又拾到了手表，前前后后，它拾到了3块手表。

然而，获得更多手表的猴王并没有赢得好运，反而遇到了麻烦：因为每只手表的时间指示都不相同，弄不清哪一个才是准确的时间。猴王被这个问题给难住了。

当其他猴子再次来问时间时，猴王开始支支吾吾答不上来。于是，整个猴群的作息时间也开始变得混乱起来。

过了一段时间，已经毫无秩序的猴子们突然造起反来，把猴王推下了宝座，并且收缴了那些手表。但是，很快，新任猴王也困惑了：“到底哪一只表的时间才是准确的呢？”

这个故事讲的就是著名的“手表定律”：只有一块手表时，可以知道确切的时间，然而当拥有两块或更多块手表时，却无法确定确切的时间。

间了。

按一般的逻辑来说，更多的钟表将会使时间更准确，因为有多只钟表的时间进行比较参考，误差率就能够大大降低。然而，现实却表明，更多的钟表并不能告诉人们更准确的时间，反而会让看表的人不知道准确的时间。

多只钟表的存在，最明显的表现之一，就是实行多种规则而没有确定的原则性。在这种情况下，往往会打破统一与共识，使一切陷入混乱。

中国已是日本最大的贸易伙伴，到 2005 年年末，在华的日本企业已达 3.5 万家，日本的经济繁荣早已离不开中国。然而，就在中日经济关系日益密切的时候，日本政坛却吹起了一股“寒流”，令其经济出现了“感冒”。

当时的日本首相小泉纯一郎还颇以“政冷经热”自豪，以为政治上再怎么闹腾，中日经济也不会“降温”，因此无所顾忌地参拜靖国神社，导致日中关系不正常，从而影响了日本经济的发展。

这让日本国内的经济圈很不满，便向其政治圈提出建议，希望领导人停止不合适的言行，在此基础上，加强中日两国的各层面交流。

然而，首相小泉仍然认为，“生意与政治是两回事”。事实上，政治与经济是相互联系的，并且有一以贯之的原则要遵守。无论是经商还是从政均需顾及他人，取信于人。不讲信义，商人或许能“暴发”一时，却很难长久立足。同样，没有信义，政客可能在短期捞得若干政治资本，但长远却只能令世人嗤之以鼻。

可惜，这位日本首相不仅执迷不悟，还异想天开，想要别人在经济上讲信义，而自己在政治上却毫无信义，这种做法岂能不被人嗤之以鼻？

从这一事例中我们得出一个道理：无论是做人，还是做事，都应该遵守统一的规则。没有统一的规则，很多事情就会变得矛盾重重，混乱不堪，甚至无法化解。只有遵守统一的规则，人与人之间才能对话，才能更妥善地合作，解决问题。

在企业规划发展中，“手表定律”也有所反映，其中最主要的一方

面就是企业发展目标的混乱以及企业后期的机构臃肿问题。

2002年，美国最大的日用品连锁零售商之一——凯玛特走向破产。1962年3月，凯玛特的第一家分店在美国密歇根州开业，之后便迅速采取一系列扩张战略来扩大公司规模。

规模形成之后，凯玛特就开始迫不及待地进行跨国经营和多元化并购。到1976年，凯玛特已经拥有1000多家分店。接着，凯玛特又将触角伸向各个领域，从而营造出一种迅速发展的“繁荣景象”。

然而，凯玛特的这种“繁荣”只是一种假象。由于不断扩张和并购，凯玛特已经身负巨额债务。最主要的是，凯玛特吃进了各种业务，一时难以消化，根本没有足够的能量使这些业务正常运作，更不用说创造利润了。

很显然，凯玛特走向破产是与其过度发展其他领域有密切关系的。在企业发展中，贪多求全导致了管理混乱。

004 在管理方面，同样有“手表定律”的存在。“手表定律”告诉我们：一个人不能由两个以上的人来指挥，否则这个人会无所适从；一个企业更不能同时采用两种不同的管理方法，容纳两种不同的企业文化，否则，这个企业将无法发展。美国在线与时代华纳的合并就是一个典型的失败案例。

美国在线是一家年轻的互联网公司，企业文化强调操作灵活、决策迅速，要求一切为快速抢占市场的目标服务；而在长期的发展过程中，时代华纳建立起了强调诚信之道和创新精神的企业文化。

然而，两家企业合并后，企业高级管理层并没有很好地解决两种价值标准的冲突，导致员工完全搞不清企业未来的发展方向。最终，时代华纳与美国在线的世纪联姻以失败告终。

“手表定律”的深层含义在于：每个人都不能同时挑选两种不同的行为准则或价值观念，否则工作和生活必将陷入混乱。

我们将“手表定律”的深层含义展开来看，就能够得到不同的启示：对于任何一件事情，不能同时设置两个不同的目标，否则这件事情将无法完成；对于一个人而言，也不能同时选择两种不同的价值观，否则行为将陷入混乱；一个人不能由两个以上的人来同时指挥，否则这个