

白翎

陈彦方 陆 峥 蒋燕敏 / 编著

BAILING

适用于您的医学心理咨询

SHIYONG YU NIN DE
YIXUE
XINLI ZIXUN

白领：适用于您的 医学心理咨询

陈彦方 陆 峥 蒋燕敏 编著

中国协和医科大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

白领：适用于您的医学心理咨询 / 陈彦方，陆峥，蒋燕敏编著. —北京：中国协和医科大学出版社，2004.10

ISBN 7-81072-591-2

I. 白… II. ①陈…②陆…③蒋… III. 医学心理学-普及读物 IV. R395.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 103851 号

白领：适用于您的医学心理咨询

编 著：陈彦方 陆 峥 蒋燕敏

责任编辑：陈永生 李春宇

出版发行：中国协和医科大学出版社

(北京东单三条九号 邮编 100730 电话 65260378)

网 址：www.pumcp.com

经 销：新华书店总店北京发行所

印 刷：北京丽源印刷厂

开 本：850×1168 毫米 1/32 开

印 张：16.375

字 数：400 千字

版 次：2004 年 10 月第一版 2004 年 10 月第一次印刷

印 数：1—3000

定 价：35.00 元

ISBN 7-81072-591-2/R·584

(凡购本书，如有缺页、倒页、脱页及其他质量问题，由本社发行部调换)

前 言



随着我国各项事业迅速发展，“白领”（white collar）这一名称越来越广泛地在社会的各个领域中使用。但是，对“白领”至今还不能下一个确切的定义。作为本书的服务对象，我们定义“白领”是指受过良好教育，具有较高收入和较好工作环境，具有社会责任感和社会潮流导向的以脑力劳动为主的工薪阶层。他们一般是大型外企、上市公司或发展势头良好的民营企业的员工，国家机关的公务员，事业单位（如科技界、教育界、法律界、文艺界、卫生界等）的专业人员。他们具有较好的教育背景和薪资待遇，他们坚持再学习的理念。

“白领”的特殊地位和教育背景，使他们具有独特的文化要求和生活趣味。他们效力于具体的职能部门，稳定的收入使他们自信，但又仿佛有什么压抑。在企业或事业的运作中，他们彬彬有礼、面带微笑、有足够的耐心，但其背后都密切地联系着公司或部门的实际利益。他们肩负着各种指标，怀着焦虑不安的紧张心情，努力从事实现指标的艰巨任务。因此，他们的

躯体健康和心理健康亟需有人给予咨询，以便使他们能在日常生活和工作中，从生物、心理、社会三方面维护健康和增进健康。

我们撰写本书的目的在于为“白领”提供一本用于维护健康和增进健康的自助工具书，以及用于“白领”易患疾病的诊断、治疗导医工具书，以便“白领”们既能维护和增进自身的躯体健康和心理健康，也能在必要时（例如有健康事件，健康问题或害病等）正确地求医问药，得到医务人员的帮助。

近年来，本书编者花费较多的时间用于中华精神卫生网（WWW.CMA-MH.ORG）的编辑工作，因此除了能够浏览大量报章杂志的相关资料外，也有机会浏览大量兄弟网站的资料，在引用时已经注明出处，并对有关编著者表示衷心感谢。

陈彦方

2004年9月9日于北京

目 录

第一章 总 论	(1)
1.1 白领的定义	(1)
1.2 白领的文化	(4)
1.3 白领的健康自助	(8)
1.3.1 白领的自我健康评估	(10)
1.3.2 请您评出自我健康水平和提出自我 健康问题(病症)	(11)
1.3.3 白领自我护理项目的分类	(12)
1.3.4 白领自我护理程序举例	(14)
1.4 白领需要掌握的健康问题病因学知识	(16)
1.4.1 健康问题的致病因素	(16)
1.4.2 各种因素相互作用对健康问题的影响	(18)
第二章 白领需要掌握的社会功能及其障碍的相关 知识与自我维护	(19)
2.1 白领的医学心理咨询	(19)
2.1.1 心理咨询	(19)

2.1.2	医学心理危机干预	(22)
2.1.3	常见心理危机简介	(23)
2.1.4	中华精神卫生网 (WWW.CMA-MH.ORG) 简介	(27)
2.2	白领常见心理问题和精神障碍的相关心理 测验和量表	(29)
2.2.1	心理测验的定义和功用	(29)
2.2.2	常用心理疾病的心理测验工具 ——量表	(30)
2.2.3	临床量表	(34)
2.2.4	人格测验	(34)
2.2.5	认知测验	(36)
2.2.6	应激相关的心理测验	(37)
2.3	白领的工作与学习	(38)
2.3.1	白领的择业和职业生涯	(38)
2.3.2	自测心理年龄	(39)
2.3.3	按年龄顺序分析和建议您择业与 职业生涯	(40)
2.3.4	白领的令人心痛处	(62)
2.3.5	白领丽人有更多的令人心痛处	(64)
2.3.6	压力带来的心理问题	(72)
2.3.7	白领：莫让电脑或网络捆住您	(82)
2.4	白领的社交	(86)
2.4.1	正确处理您与上司的关系	(86)
2.4.2	正确处理您与同事的关系	(88)
2.4.3	如何婉拒同事的不合理请求？	(91)
2.4.4	您与客户的工作应酬少不了怎么办？ ...	(94)

2.5	白领的婚姻和家庭	(95)
2.5.1	天津 50 万人选择不结婚	(95)
2.5.2	单身白领女性的寂寞	(100)
2.5.3	白领丽人不肯做母亲	(103)
2.5.4	正确处理妻子与丈夫的关系	(104)
2.5.5	白领丽人请处理好您的工作、婚姻 和家庭生活	(107)
第三章	白领需要掌握的心理健康及精神障碍知识 与自我维护	(109)
3.1	从“心理反应”到“心理问题”到 “精神病”	(109)
3.2	如何进行心理疾病的自我保健	(110)
3.3	脑的高级功能——精神活动及精神障碍	(113)
3.3.1	认知及认知障碍的知识	(114)
3.3.2	情感及其障碍的知识	(124)
3.3.3	行为及其障碍的知识	(125)
3.4	中毒性精神障碍的相关知识与自我维护	(127)
3.4.1	一氧化碳中毒	(130)
3.4.2	工业中毒	(134)
3.4.3	非成瘾药物中毒	(137)
3.4.4	食物中毒	(144)
3.5	精神活性物质所致精神障碍的相关知识 与自我维护	(147)
3.5.1	酒精所致精神障碍	(150)
3.5.2	阿片类物质所致精神障碍	(160)
3.5.3	中枢神经系统兴奋剂所致的精神障碍	(169)
3.6	精神分裂症的相关知识与自我维护	(172)

3.7	心境障碍的相关知识与自我维护	(178)
3.8	癔症的相关知识与自我维护	(188)
3.9	应激障碍的相关知识与自我维护	(198)
3.9.1	创伤后应激障碍	(200)
3.9.2	适应障碍	(201)
3.9.3	白领综合征	(203)
3.10	神经症的相关知识与自我维护	(205)
3.10.1	恐惧症	(205)
3.10.2	焦虑症	(209)
3.10.3	强迫症	(221)
3.10.4	躯体形式障碍	(226)
3.10.5	神经衰弱	(231)
3.10.6	您需要了解神经症治疗简要汇总	(232)
3.11	睡眠及其障碍的相关知识与自我维护	(234)
3.11.1	睡眠生理	(234)
3.11.2	基本睡眠周期	(234)
3.11.3	睡眠剥夺	(238)
3.11.4	非器质性睡眠障碍	(239)
3.12	性功能及其障碍的相关知识与自我维护	(246)
3.12.1	性功能的相关知识与自我维护	(246)
3.12.2	性功能障碍的相关知识与自我维护	(247)
3.12.3	同性恋	(270)
3.13	自杀	(274)
3.14	几种常见自杀行为的急救	(283)
3.14.1	自缢	(283)
3.14.2	溺水	(284)
3.14.3	触电	(286)

3.14.4	急性药物中毒·····	(287)
第四章	白领需要掌握的躯体疾病及所致精神	
	障碍的知识与自我维护 ·····	(290)
4.1	脑器质性精神障碍的知识与自我维护 ·····	(290)
4.1.1	脑器质性精神障碍的常见综合征 ·····	(290)
4.1.2	脑血管病及所致精神障碍的知识与 自我维护 ·····	(293)
4.1.3	脑外伤及所致精神障碍 ·····	(315)
4.1.4	眩晕 ·····	(320)
4.1.5	晕倒 ·····	(322)
4.1.6	面瘫 ·····	(323)
4.2	心血管系统疾病及所致精神障碍的知识与 自我维护 ·····	(324)
4.2.1	高血压症 ·····	(324)
4.2.2	心绞痛 ·····	(339)
4.2.3	胸痛 ·····	(341)
4.2.4	心慌 ·····	(342)
4.3	消化系统及其精神障碍的相关知识 自我维护 ·····	(343)
4.3.1	饮食的相关知识与自我维护 ·····	(343)
4.3.2	饮食障碍的相关知识与自我维护 ·····	(345)
4.3.3	神经性厌食 ·····	(346)
4.3.4	肥胖 ·····	(348)
4.3.5	消化不良 ·····	(351)
4.3.6	腹泻 ·····	(352)
4.3.7	便秘 ·····	(354)
4.3.8	腹痛 ·····	(357)

4.4	糖尿病	(357)
4.5	泌尿生殖系统疾病及所致精神障碍的知识 与自我维护	(360)
4.5.1	泌尿系排泄功能及其障碍	(360)
4.5.2	尿失禁	(361)
4.5.3	男性前列腺病	(362)
4.5.4	妇女生殖系统及其相关障碍的知识 与自我维护	(364)
4.5.5	痛经	(369)
4.5.6	更年期综合征	(371)
4.5.7	艾滋病	(375)
4.5.8	淋病	(379)
4.5.9	梅毒	(380)
4.6	皮肤骨骼运动系统疾病及所致精神障碍的 知识与自我维护	(382)
4.6.1	颈肩腕综合征	(382)
4.6.2	风湿痛	(385)
4.6.3	骨质疏松症	(386)
4.7	各种疼痛的知识与自我维护	(388)
4.7.1	头痛	(388)
4.7.2	三叉神经痛	(391)
4.7.3	颈部疼痛	(393)
4.7.4	腰痛	(394)
4.7.5	背痛	(398)
4.7.6	坐骨神经痛	(399)
4.8	肿瘤及所致精神障碍的知识与自我维护	(401)
4.9	骨质疏松症	(413)

第五章 白领需要掌握的精神障碍治疗相关知识	(416)
5.1 医学专业相关的心理治疗知识	(416)
5.1.1 解释性心理治疗	(429)
5.1.2 分析性心理治疗	(432)
5.1.3 行为治疗	(438)
5.1.4 认知治疗	(443)
5.1.5 家庭治疗	(446)
5.2 白领需要了解的精神药物知识	(451)
5.2.1 抗精神病药	(453)
5.2.2 心境稳定剂——锂盐	(462)
5.2.3 抗抑郁药	(464)
5.2.4 抗焦虑药与镇静催眠药	(477)
5.2.5 抗癫痫药	(483)
5.2.6 抗帕金森症药	(491)
5.2.7 益智药与脑代谢改善药	(492)
5.2.8 氨基酸及其衍生物与神经肽类药物	(501)
5.2.9 内分泌治疗	(501)
5.2.10 其他精神药物	(505)
5.2.11 白领需要了解的精神科电疗知识	(506)
5.3 精神障碍康复治疗的相关知识	(508)

第一章 总 论



1.1 白领的定义

20 世纪, 80 年代以来, 随着我国“改革、开放”政策深入人心, 各项事业迅速发展, 白领这一名称越来越广泛地在社会的各个领域中使用。但是, 对白领至今还不能下一个确切的定义。关于白领, 凌膨在 1999 年, 报告零点市场调查公司对京、沪、穗、宁等 11 个中心城市 5673 名 18 岁以上居民的随机入户访问结果。3897 名对白领有所耳闻的居民, 用自己的语言描述了他们心目中的白领。其中, 对白领有两方面的看法较一致, 即白领的工作环境好和主要从事脑力劳动, 并比较一致地高度评价白领具有“高学历、有能力、懂技术”等自身修养和应该获得“高工资”。但是, 这一调查也发现, 无论什么职业、什么年龄、什么学历、什么收入, 在社会的不同阶层中, 都有人认为自己是白领。例如, 自认为是“矿工白领”者以为“有技术”就是白领; 55 岁以上的“老白领”认为“有文化”、“国家机关工作人员”就是白领; 学历在小学以下的“低学历白领”中, 认为“在外资企业工作的人”就是白领; 收入在 400 元以下的

“低收入白领”中，认为“有文化”、“坐办公室的”就是白领。而相对以上四种不同关于白领的分类条件，在三资企业中层以上管理人员、本科以上学历、月薪 3000 元以上的群体中，他们并非百分之百都认为自己是白领。其中，否认自己为白领的人，对白领的看法是“工作环境优越”和“工资高”，说明他们并不认为自己所在的工作条件和收入水平达到了他们心目中的白领条件。尽管如此，被访者对白领在各方面得到描述，褒大于贬，说明在某种程度而言，是对社会现实的一种肯定，也是对未来优良生活质量的憧憬。

现在社会，当我们提到“社会阶层”时，通常是指个人或者集团对财富的拥有量，而不是指对生产资料的占有量。社会阶层一般是指具有相同或相似的经济水平和社会身份的社会群体的总称。本书所指的白领是指受过良好教育，收入较高；以脑力劳动为主；具有社会责任感和社会潮流导向的阶层。他们一般是大型外企、上市公司或发展势头良好的民营企业的员工；具有较好的教育背景和薪资待遇，同时坚持再学习的理念。对于白领而言，薪资当然是重要的一部分，但是更重要的是员工的工作、培训的氛围。作为本书的服务对象，我们从职业、修养、收入和仪表等四方面定义白领，以便读者能对号入座（表 1-1）。

在我国，像西方国家在工业化过程一样，随着商业社会创造经济奇迹的同时，也创造了一个新的阶层，即白领阶层。这个阶层的人数在不断地增长，他们中有很有一部分人，置身于大公司、文化传播、商业交通以及第三产业的各个部门，他们的身份是经理、业务员（如医药代表）、制作人、技术专家（如医生、律师）和基层公务员等办公室职员，以脑力劳动为主的文职员工。这些人并不拥有显赫的地位和权力，但对一般劳动者说来，他们又是成功者的象征。总的说来，他们衣着整洁，

举止高雅，是一个试图寻求自我完善的阶层。他们以自己的智能和付出，获取较高的报酬，并促进和维护着社会发展。

表 1-1 调查对象对白领的描述

序号	大类	典型描述
1	职业 53%	脑力劳动者，如管理人员；国家公务员；大公司职员；秘书；会计师；医务工作者；律师；金融部门；从事商贸；文职人员；文艺界；新闻界；教员等
2	修养 21.7%	有学历；有文化(大专以上)，有技术；懂外语；有职称；高素质；能力强；思想境界高；懂法；被人尊重
3	收入 13.3%	稳定并较高；平均比平常人多出 50%，如北京地区收入约 2500 元/月，或更高
4	仪表 1.3%	领子干净；衣冠楚楚；有风度

注：指调查对象认同的百分比

白领的特殊地位和教育背景，使他们具有独特的文化要求和生活趣味。稳定的收入使他们衣食无忧，自信但又仿佛有什么压抑。白领不同于传统的中产阶级，他们没有私人资产，没有独立的地位。他们都效力于具体的职能部门。例如在商业领域的白领，他们在实际上控制着商品的流通和运转。在企业或事业的运作中，他们彬彬有礼、面带微笑、有足够的耐心，但其背后都密切地联系着公司或部门的实际利益。没有任何一个社会阶层能比白领更会精打细算和目标明确。他们肩负着各种指标，怀着焦虑不安的紧张心情，努力从事现实指标的艰巨任务。

以消费领域为例，在过去的 5 年中，中国消费者的购买力

呈绝对快速增长。法国的一家报纸曾经这样评论：中国有 13 亿人口，真正具有强势购买力的有 8000 万人口，真正具有品味的消费者只有 3000 万，在这 3000 万人口中能辨别法国产品价值的也许只有 300 万人。我们可以用金字塔式的结构来看中国市场消费阶层的购买力分布：第一阶层是金领阶层、第二阶层是白领阶层、第三阶层是蓝领阶层和灰领、第四阶层是无领阶层。从消费趋势的角度看，真正领导消费趋势的是白领阶层。因为第一阶层是金领是社会中的少数，只占社会中 3%~4% 的人口，并不领导消费趋势。第二阶层是白领，这个群体最重要的特点是喜欢接受包装好的、传播广的与概念新的产品，并且对价格很敏感，因为中国白领的经济宽裕度有限，所以他们非常擅长讨价还价，要求买好牌子但价格便宜的商品。最时尚的消费概念就是时尚。中国消费者换手机换得那么快，快让美国人看傻了。与此同时，中国消费者还非常快速地接受了很多其他来源的新概念、新产品。时尚差不多成了最流行的口头语了。

总之，白领在精神方面既有正性的一面，也有负性的一面，他们常感到“受外力操纵，谨小慎微，痛感精神上的无根无援”。他们都市派头，挟着皮包，气概不凡，但不屑于谈个人责任。他们最突出的特点是追新逐流，缺少坚定的信仰。因此，他们的健康观念和健康状况（包括躯体健康和心理健康）观亟需有人给予咨询（杨子晚报人才教育 2003 年 01 月 15 日）。

1.2 白领的文化

一个标准白领开始他标准化的一天大致如下：一早上 8 点准时到小区门口坐班车上班，在车上吃掉麦皮面包加牛奶或果汁营养早餐，8:45 到公司楼下，随着人潮挤上电梯，最后再整理一下平整得无以复加的套装，坐到办公桌旁，开始一天繁忙

的工作。一直在一个城市里过着一种生活，每天都在重复着昨天。终于，人变得烦躁不安，暗暗发誓，一定要离开这个空间笼罩之下的人和事，寻求一段新生活，然后凭着稍有恢复的生气，又去面对枯燥的标准化都市生活。

白领文化与大众文化的区别，在于具有自命不凡的高雅气质。白领对大众文化所流行的性与暴力没有特殊兴趣。白领作为温和的个人主义群体，不像大众文化，既不亵渎神圣，也不倡导神圣，但他使生活失去了激情和冲动。流行的白领趣味有多种多样，但都与高价位消费相联系，比如打保龄球、高尔夫球以及健身，到酒吧独坐以消磨时光，双休日到郊外或乡下小住、到精品商店购物，参加酒会和舞会，经常进美容院等。而在文化消费上，白领杂志则相当典型地展示了白领的趣味。这些杂志的内容几乎全部与生活有关，但又是普通人难以实现的。每一期它的广告都占有极大的比例，豪华轿车、风行世界的名表、时装、名酒、化妆品、美食等，所有品牌都是举世闻名的。就中国的白领阶层而言，大部分不具有那样高的消费能力。但这并不重要，重要的是它可以通过这些趣味来表达一个阶层的身份，就是它背后隐含的全部语义（白领趣味的流行，1998年1月，有修改）

请看一位北京白领以第一人称“我”在上海零距离接触上海白领的生活：这是今年我的第10次上海之行，与以往不同的是，这次回到上海没有缠身的公务，所以心情格外愉快。8月5日，我的好朋友，文汇新民报业集团的资深编辑刘×约我一起在席家花园共进晚餐。这里的几道家常菜是老上海几十年也吃不厌的：响油鳝糊、红烧狮子头、鸡鸭血汤……席家花园一开张，就应验了一句老话：近悦远来。张国荣来过，曾志伟来过，谭咏麟来过，1999年初夏的某一天，一个戴墨镜的洋人破门而