

Time
时代心理

徐光兴作品·心理花园系列

徐光兴心理学随笔

心能量

徐光兴◎著

XIN NENGLIANG
XU GUANGXING
XINLIXUE SUIBI



男人与女人的博弈 婚姻物语 心理咨询座右铭 音“药”疗法 梦的心理分析

全国百佳图书出版单位

ARCTIME
时代出版

时代出版传媒股份有限公司
安徽人民出版社

014035381

徐光兴作品·心理花园系列

B84-49
240

心 能 量

徐光兴心理学随笔

徐光兴◎著



XIN NENGLIANG

XU GUANGXING

XINLIXUE SUIBI

全国百佳图书出版单位
时代出版传媒股份有限公司
安徽人民出版社



北航

C1715321

B84-49
240

图书在版编目(CIP)数据

心能量:徐光兴心理学随笔/徐光兴著. —合肥:安徽人民出版社, 2013.10

ISBN 978-7-212-06946-9

I. ①心… II. ①徐… III. ①心理学—通俗读物 IV. ①B84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 247242 号

心能量:徐光兴心理学随笔

徐光兴 著

出 版 人:胡正义

责任编辑:张 旻 郑世彦

装帧设计:汪 耘

出版发行:时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽人民出版社 <http://www.ahpeople.com>

合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场八楼

邮编:230071

营销部电话:0551-63533258 0551-63533292(传真)

制 版:合肥市中旭制版有限责任公司

印 制:安徽创新印务有限公司

(如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂商联系调换)

开本:710×1000 1/16 印张:17 字数:25 万

版次:2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 978-7-212-06946-9 定价:32.00 元

版权所有,侵权必究



前言

人类一直在寻求幸福。早在两千多年以前，哲学家们就已经将幸福定为哲学研究的首要目标。

幸福，不仅是物质的丰裕和享受，而且是社会地位、成就的满足，更重要的是一种精神、心灵上的享受和自由。幸福就像是一件艺术品，需要人们去创造、捕捉和感受，就像诗人、作家、音乐家和戏剧家的作品，让人升华，或催人泪下；又让人感到轻松、自信和快乐。

也有一些奇特的时刻，幸福是从危机和灾难中突然显现并发挥作用的。只有那些经历过痛苦、挫折的磨炼，又能从不幸中走出来的人才能见证这种奇观。从不幸中迸发出幸福的火花，更加美丽。尽管这种现象是存在的，但有过此种经历的人感受却是千差万别的。

中国的禅宗认为，幸福在于人的内心，心灵保持觉醒，超然物外，无牵无挂，处于空灵愉悦的境界，享受着心境俱泯的忘机禅悦，这是精神的无上幸福，也是人生的最高智慧。这就好像人的内心时时有一盏明灯，散发着能量，洋溢着追求幸福的光芒，这就是本书取名为《心能量》的喻意。

本书共分三个专辑：第一辑“婚姻与性爱”，探讨目前社会男女两性的爱、性和婚姻问题。爱和性对于人类生活，就像空气和水对于生命；爱和性是人类生活的基石，而有了婚姻，生命才能够繁衍和继续。但如果空气和水被污染了，生命的质量就会下降，甚至会消亡。幸福的性爱和婚姻，就是清新或纯洁的空气和水。



第二辑“危机与援助”，主要以案例故事为主，关注现代社会人生百态。人，都希望生活在没有危机、安定和平的环境中，但如果没有居安思危、危机管理的意识，将会给自身带来更大的危险。因此各种心理援助、咨询和教育的专业知识和技术，成为现代人必须了解的科学常识。

第三辑“文化与分析”，展示社会传统文化与心理生活的关系，从解梦、古典名著、孩子的童话，直到人们的职场、社区生活和业余休闲，揭示我们今天大伤脑筋的许多问题，其实是人类所共有的问题。结合书中心理自测量表，可以帮助读者更加理解“自我”。

本书以散文、故事、寓言或小品等艺术形式来叙述，实质上是一种心理学和文学艺术相结合的文化产物。是为了让读者获得一种更为愉悦和轻松的阅读感觉。

阅读本书，相信读者在追求人生旅程的幸福感时，能够点起一盏明亮的心灯，从中获得智慧的启迪。

徐光兴

2013 年秋



目 录

前 言	001
-----------	-----

第一辑 婚恋与性爱

男人与女人的博弈	003
文化与塑造 / 003 男人和女人是一种性别方言 / 006 走婚 / 009 男女对歌的心理 / 011 吵嘴的学问 / 015 “剩女”时代 / 018 婚恋的“围城”内外 / 021	
论性感	025
婚姻物语	028
安徒生笔下的童话 / 029 新年礼物 / 030 微型影视剧 / 031	
精神分析与裸身愿望	034
话说日本的“接吻日”	037
一吻定江山 / 037 接吻文化的比较 / 038 向左吻,向右吻 / 039	
男人的爱,女人的爱	041
心理测试:你的爱情是给予型的还是接受型的? / 043	
男女的第四种情感	046
案例点评 / 049	
结婚恐惧症	050
案例点评 / 052	
一个女孩“性创伤”的经历	054
追求梦幻般的淘金生活 / 054 足浴行业的遭遇 / 055 “性”是一	



种报复的武器 / 057	开始新的人生 / 058	案例点评 / 059
中年女性的“思秋期”		061
尴尬的母子关系 / 061	困惑的婚姻 / 062	婚外情 / 063
案例点评 / 064		
婚外恋之剧		066
电话中的声音 / 066	街上的“侦察” / 067	最后的“决战” / 068
案例点评 / 069		

第二辑 危机与援助

枪响之后	073
美国校园枪击案的启示 / 073	生离死别的惨案 / 074
案例点评 / 076	
附录：“创伤后应激障碍”的诊断标准 / 078	
工作中毒症	080
案例点评 / 081	
跳槽的“青鸟”	086
案例点评 / 089	
网络成瘾与大脑中毒	091
案例点评 / 092	
测一测你的大脑	095
药物与大脑 / 095	糖分与大脑 / 096
刺激品与大脑 / 097	心理测试：你的脑力综合水平 / 098
青春期“心理离乳”	103
案例点评 / 105	
年终工钱	108
案例点评 / 110	
心理问题与心理健康	113
心理测试：你是否需要心理咨询 / 115	



心理咨询:一种精神救赎	119
找一个“新的水缸” / 119 不要因习惯而做蠢事 / 120 付出有时并不会失去 / 120 不要因小而失大 / 121 设身处地,以退为进 / 122	
心理咨询座右铭	124
21 世纪现代人的心理健康	126
“心理健康”的含义 / 126 生涯发展的心理健康 / 128 心理危机的必然性与偶然性 / 129 心理健康的历史发展与国际动向 / 131 中国心理健康的课题 / 132	
东京夜曲:心理咨询师的两个故事	135
中国朋友的故事 / 135 日本朋友的故事 / 138	
音“药”疗法	140
基因革命带来的心理危机	144

第三辑 文化与分析

梦的心理分析	149
心理测试:梦的心理分析训练测试 / 151	
解梦集锦十五例	158
乘上一辆奇怪的车 / 158 自己突然变老 / 159 浑身被乱线纠缠 / 159	
被蛇攻击 / 160 森林里遇到小男孩 / 161 梦见爸爸突然去世 / 161 医院里面没生成孩子 / 162 疯狂购物最后成空 / 163 小学考试迟到 / 163 梦里掉落牙齿 / 164 半空中竟能飞起来 / 165 衣不蔽体 / 165 找不着鞋的新娘 / 166 误杀他人 / 167 前男友入梦 / 167	
笑,精神的呵痒	169
心理测试:你的笑声属于哪一种类型 / 170	
眼泪	173
城市物语	175
在上海的屋檐下 / 175 彼此之间如此接近又如此遥远 / 177 心理测	



试:你的社会人际关系 / 178	
心理童话两篇	181
魔术大师的手杖 / 181 “鬼国”的微笑 / 185	
童话的心理分析	193
心理测试:婚姻、家庭生活、性格类型 / 196	
《红楼梦》人物心理诊断	201
秦可卿香消玉殒之谜 / 201 贾瑞遗精症的背后 / 205 薛蟠的性嗜好 异常 / 208 晴雯的被撵和屈死 / 212 林黛玉哀莫大于心死 / 215 附录 1:抑郁症倾向心理预诊方法 / 219 附录 2:常见抑郁症状表现参考表 / 222	
《儒林外史》人物心理诊断	223
穷愁潦倒的老秀才 / 223 一朝中举喜疯范进 / 226 新婚烦恼的鲁小 姐 / 230 附录:你的应激性生活事件和压力 / 233	
现代心理教育寓言	237
我们应该如何办学校 / 237 老师应该如何教孩子 / 239 做父母的应该 如何“护”孩子 / 240 教师和家长应如何评价孩子 / 243 分析与点评 / 245	
美国心理教育一瞥	247
取得签证 / 247 美国的大学风光 / 248 心理健康是一门重要的学 问 / 250	
现代时尚观	252
时尚的泛滥 / 252 新的宠儿 / 254 时尚是一种巨大的资源 / 256 “新新人类”族 / 258	
世博会印象	260
色彩的心理 / 260 性别与消费 / 262	



第一辑

婚 恋 与 性 爱

男人与女人的博弈

论性感

婚姻物语

精神分析与裸身愿望

话说日本的“接吻日”

男人的爱，女人的爱

男女的第四种情感

结婚恐惧症

一个女孩“性创伤”的经历

中年女性的“思秋期”

婚外恋之剧





男人与女人的博弈

1 文化与塑造

如果把女人的经历看作一部丰富多彩的长篇小说,那么她们每个人都是这部小说的一个主角。而男人的许多经历则可以组成一出真正的喜剧。

男人与女人相反,他们羞于谈论内心世界而对外部世界的变化津津乐道;男人沉迷于足球、拳击、网络、个人事业等,却对家务劳动神经过敏。同一个物种,可以进化得如此截然不同。

日本人喜欢用猫和狗来比喻男人和女人的关系。女人恋家,不声不响,温柔地待在一处,像猫一样爱干净,走起路来步态轻盈,不仅充满了妩媚,而且比较自恋和神经质。而男人则像狗一样,整天大喊大叫,精力充沛,一帮子五大三粗的乌合之众,在领导面前摇晃着尾巴,但一转身也能做出惊天动地的豪举。

这里面究竟有什么生物学、心理学的原因呢?德国的一位心理学家施万尼茨这样说道:“男人是人造的,女人是自然的。”这句话的意思是女人是人生出来的,男人是人塑造出来的。女人的品质是天生的,是文化的继承;而男人要想成为男人,则需通过一整套由社会组织的仪式来塑造。例如人生刚开始,男人是一个小孩子,他在女性社会里成长,受母亲的保护和宠爱,举手投足基本上可以和女人一样,可以害羞,可以哭,也可以流露出自己的胆怯。总



之,他的情感可以自由宣泄,他的行为也是可爱的。

但到了一定阶段,特别是进入青春期。男孩子就要和女孩子分开,他们要经受特别的磨炼。他们被告知不许哭,要强忍眼泪,不许撒娇,可以冷酷无情,但要勇敢,不许软弱,要除掉孩子气,尽快成熟、粗犷起来。要学会忍受孤独和痛苦,不能太情绪化,总之,有许多的“不”和更多的“要”,原先儿童的角色将在他内心中逐渐消失。

男女性别关系并不是一种对称关系。即女人的一半是男人,但男人的一半绝不是女人。例如,从性别角色上来说,社会通常会容忍一个女扮男装的女人,但绝对讨厌一个男扮女装的男人。一个女人如果能干、豪爽、有事业心,社会不仅不会表示反感,反而会相当敬重。女人如果失去自己女性化的东西,如强忍眼泪,冷酷无情,并不会遭到指责,在我们现代社会文化中,女人的表现早已和男人一样了。如果一个女孩子表现得很野,而且像个“男人婆”,这样的女孩并不会遭到唾弃。

但是反过来男人要像女人那样,社会却不能接受了。他会被指责为缺乏男性气概,或“娘娘腔”,或被怀疑做过变性手术。在同性恋问题上也是如此,对待女同性恋者,人们只是不认同,对男同性恋者则绝对是敌视、厌恶或倒胃口了。

社会的文化与塑造对男女性别角色的形成影响是如此之大。

女性为何喜欢有人送花?

某男士到一位女士家访问,怀中抱着她喜欢的花束,按响门铃后,女士开门后,扑面送来一束鲜花,一瞥之下,非常欣喜。在影视剧中,这样的场景屡见不鲜。

女性为何都喜欢有人送花给她们呢?从心理学上分析有以下几个理由:

第一,花朵鲜艳美丽,对于女性来说是一种近距离的美的象征。美丽作为礼物来赠送,哪位女性都会感到高兴,都会产生一种情不自禁的陶醉感。

第二,满足了女性爱美的自尊心。首饰项链尽管喜欢,可是没有生命力,



鲜花充满了芬芳的生命力,让人更易产生亲近感,女性当然高兴。

第三,鲜花虽美,价格并不昂贵,容易接受。如果男士赠送昂贵的项链或钻石戒指,女性方面会想:他要有什么用心?容易产生警戒心理或心理负担。鲜花是女性的象征,女人爱美,追求美的象征,所以喜欢有人送花。

男人为何喜欢漂亮的女性?

时下女大学生的求职应聘遇到一些难题,有些企事业单位对女大学生的身材、容貌、长相也提出了一定的要求。也就是说不仅要有学历“知本”,还要有“资本”。这也难怪,你看看当今的影视颁奖仪式、剪彩活动和奥运小姐的选拔等,美女的商业用途越来越广泛,美女经济正在引导时代发展新潮流,从城市旅游形象大使到期刊封面女郎,从汽车展上的靓女到擂台赛举牌的女郎。

男人为何喜欢漂亮的女性?其实这个问题很愚蠢,美日两国的心理学者经过共同研究,提出以下五条理由:

第一,从学习心理学上讲,是文化“习得”的结果。例如影视剧中的影星,电视台的主持人,“美”才有人气,有人气才有前途,因此“美”和“人气”是巴甫洛夫经典条件的反应之一。

第二,爱美之心人皆有之,没有什么特殊的理由,这是男人的生理自然反应。

第三,与漂亮女性在一起的男人容易得到肯定或好评,因为这个男人必是有某种优点或长处,如钱财、事业、权利、社会地位等相伴,才能更多地受到美人青睐。

第四,漂亮的女性一般具有较高的魅力,能够给与之相伴的男性产生一种“背光效果”。什么是“背光效果”呢?就是我们去庙宇看到的神佛像背后有光环等装饰,让人产生敬重感,使人驻足观望,这种心理影响叫做“背光效果”,也叫做魅力传感。

第五,从精神分析学上说,漂亮有魅力的女性能给我们以审美感,引起我



们的自由联想,或做一下白日梦,让我们感叹造物主进化之完善。

这就是为什么男人在潜意识中喜欢漂亮女性的原因了。

2 男人和女人是一种性别方言

美国的华盛顿大学语言学家德博拉·塔恩教授研究了男孩和女孩的社会行为差异,出版了一本书叫《其实你不理解我》,她在书中认为男女性别之间存在许多误解。

塔恩教授的理论有一个新颖的地方,她认为“男性的”和“女性的”这两个词就使用来讲,意思是“荷兰话”和“巴伐利亚话”,它们实际上是两种方言,用她的话来说,就是“性别方言”。举例说,就像我国的上海话和北京话,温州话和广东话之间的差异。

为什么会形成这两种方言呢?这是因为女孩和男孩生长在两个不同性别世界里,这两种方言拥有相同的词汇和语法,但是声调和使用的规则却完全不一样。女孩子比较理解关爱的语言,她们把社会和家庭看成是一个网络,在这个网络中,通过语言和交谈与伙伴或他人建立联系,因此女人的交谈多半是对称的。而男人则不一样,他们把世界看作是由等级组成的系统,在这个系统中,重要的是占据一个好的位置。

因而,女人交谈的目的是为了建立联系和好感,男人的语言以竞争为目的,为了赢得世界。当这两种方言走到一起时,误解便产生了。女人会把这种咄咄逼人的竞争语言感受为威胁,在不得已的情况下,她们要么回避,要么采用反击的方式予以报复。

女性的这种反应说明她们没有理解男人的“方言”,男人是竞争性的,他不是和一个人竞争,而且和所有人竞争;即他不仅和女人竞争,更重要的是和所有男人竞争,以此肯定自己的身份,在等级系统中获得较高的层次。这就是所谓的“男子气”或男子气概。



如果这种误解没有消除,便会造成男女之间紧张关系的升级。用一个心理咨询案例来说,在一次家庭讨论中,男人说话原本无恶意,但是女人误解了,用异常冲动的话语回敬男人,语气之严厉,让男人不知所措;于是男人认为遭到不公正的待遇,为了肯定自我,赢回主动,他开始发动反击。最终,夫妻双方吵得不可开交。

在这个案例中,女人觉得男人过于凶狠,不通情理;男人认为女人过于敏感,连碰都不能碰一下。这是因为男女双方不理解对方的“性别语言”所导致的结果。

女性为何容易哭泣?

和男人相比,女人容易哭泣,这是为什么呢?心理学家用“性别角色”的理论来加以说明。“性别角色”的意思简单地说是人们在一定的文化环境中,表现出与自己性别特征相吻合的行为方式。例如女性温柔,富有性感色彩,男性精力充沛,具有独立不羁的活动能力等,这是文化和教育的结果。因此,女性容易哭泣,是与其性别角色相吻合的一种特质表现。

男人看见爱哭的女孩,会产生这是一个性格柔弱、温和的女性之印象,在这样女孩面前,他的语言也变得柔和了,不得不使用一些安慰的语言。另一方面,正是男人温和、安慰的语言,反而引发女孩的眼泪。

相反,如果一个男人动不动在人们面前哭泣,这是与他的性别角色不相吻合,反而会引起人们的反感,这是为什么男儿有泪不轻弹的缘故。

同时,从发展心理学和精神分析理论上说,女性的哭泣是一种自我保护的退化行为。哭泣常见于幼儿阶段的行为,幼儿的哭泣是为取得父母的让步、安慰或者爱护。有的女性像孩子一样哭泣,是为了让人觉得可怜可爱,或者是为了免遭更大的伤害,取得对方的关心、让步而为,也许有些女性就是这样经过思量和计算,有效地发挥哭泣效果的。

男人容易产生劣等感?

劣等感是一种复杂情结,由精神分析学家阿德勒最初提出,即与他人相



比,产生的一种不完善、无价值、无可奈何、缺乏自信的情感状态。它有两种发展方向,一种是对自己的失败、无能进行辩解,并使其合理化的过程;第二种是为了补偿这种劣等感,而发愤图强,以绝对的努力获得其他方面的成功。

劣等感产生的原因,由容貌、身材、能力、性格、职业、学历、社会地位等条件所导致。劣等感的反面是优越感,例如通过努力得到的成功、事业或社会名声等。另一方面是向神经症、疾病、反社会行为的逃避过程。

男人和女人相比,由于他是一种竞争性的动物,所以更容易产生劣等感,然而也有不少男人,正是以劣等感作为原动力,使自己更努力,更强大地成长起来。

比较多的男性会产生劣等感的原因是身材的高低。美国的社会文化有崇尚身高的倾向,哈佛大学一个调查报告,对男大学生毕业后的工资、职务晋升进行研究,结果发现身材高的人占了很大的便宜。

有趣的是,从1900年以来,当美国的共和党和民主党角逐总统宝座时,这两党的候选人中,身材高的一方候选人大多能获得选举胜利。

在亚洲的中国或日本,女性选择理想的男性,其中一个重要的条件就是“身材要高”,多年来这种传统文化信念都不变。在原始社会中,男性身高能看见野外狩猎的动物,身高才能力壮,才能捕获、背回猎物。根据现代女性的“方言”,男性的身高和他们的魅力、能力高低与人品有着极大的相关性,影响到她们择偶的观念和标准。

在这样的情况下,男人当然会感到焦虑,劣等感也就自然会产生。当然也有些男人因而被塑造得更优秀,如法国历史上矮个皇帝拿破仑,便因此而创造出伟大的巨业。

男人更容易产生劣等感,因此男人也更容易产生动力,去取得成功。