

心理学常识 速查速用大全集

一本书囊括你想要了解的心理学常识

案例应用版

京师心智◎编著



CHANG
XIAO
5
BAN
畅销
5版

百科全书式全面覆盖

领导心理学、管理心理学、营销心理学、投资心理学、成功心理学、夫妻相处心理学、子女教育心理学……

深入浅出的精彩案例

词条案例+经典解析。与传统心理学读物相比，本书案例的场景还原效应必能使您更容易理解那些看似高深莫测的心理理论。

互动性、趣味性十足

解释词条并讲解本词条的应用之道，同时穿插一些富有互动性和启发性的心理学小测试、小量表。您甚至可以现学现用，在亲友同事面前小露一手。

强大的实用性和操作性

不仅使您在平时拥有一份好心态，还可帮您在遇到非常环境和状况时镇定自若。

心理学常识

速查速用大全集

京师心智◎编著

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

心理学常识速查速用大全集：案例应用版 / 京师心智编著. —5 版. —北京：中国法制出版社，2018. 10
ISBN 978 - 7 - 5093 - 9678 - 0

I. ①心… II. ①京… III. ①心理学 - 基本知识
IV. ①B84

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 185469 号

责任编辑：陈晓冉 冯运

封面设计：仙境设计

心理学常识速查速用大全集：案例应用版

XINLIXUE CHANGSHI SUCHA SUYONG DAQUANJI: ANLI YINGYONGBAN

编著/京师心智

经销/新华书店

印刷/三河市国英印务有限公司

开本/710 毫米 × 1000 毫米 16 开

版次/2018 年 10 月第 5 版

印张/19 字数/309 千

2018 年 10 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 9678 - 0

定价：48.00 元

北京西单横二条 2 号

邮政编码 100031

传真：010 - 66031119

网址：<http://www.zgfzs.com>

编辑部电话：010 - 66054911

市场营销部电话：010 - 66017726

邮购部电话：010 - 66033288

(如有印装质量问题，请与本社印务部联系调换。电话：010 - 66032926)

顾问委员会

孙啸海	朱桂梅	李红军	兰祁蓉	李井杰
朱 玲	段然琪	师晨晖	赵金辉	王亚雄
谢欣原	孔马兰	鲁 俊	周家全	崔 潇
刘璐薇	杨 攀	谢 琴	崔慧辉	李艳萍
杨 驰	王涑雯	刘 博	李 想	孟 龙
郝红敏	宋亚丽	陈庆峰	陈国栋	孙风兰
刘 敏	陈涛涛	鲁 芳	隋 岩	董 斌
史文建	杨珊珊	李娟娟	王星星	常振兴

每天学点心理学常识

为什么中国人挤破头也要住大房子？为什么说谈恋爱就像买股票？为什么小沈阳能一夜走红？为什么韩寒和丁俊晖能受万千青少年顶礼膜拜？……也许您觉得我们罗列的这些不过是一些无序的热点话题，因为纵使绞尽脑汁，也似乎无法找出它们之间的共性。然而，这些事件真是毫无规律可循吗？答案是否定的，将它们联系在一起，就是本书重点讲解的心理学常识。

前些年的时候，心理学似乎是离大众较为偏远的一门学科。在书店心理学专架上罗列的，也都是一些专门为心理学专业学生提供的晦涩教材。但是近些年来，这种情况却发生了翻天覆地的变化，一大批以普通人为读者对象的心理学书籍如雨后春笋般涌现出来。究其原因，是因为随着人们生活方式和生存环境的变化，其心理也越来越复杂化了。面对日益膨胀的社会压力，面对生存竞争的日益激烈，城市里的不快乐渐渐成了普遍状态，我们都开始苦苦思索：如何回到那个恬静的自己，如何给自己和家人一个交代，如何平衡欲望与悲悯的冲突……

为了更好地解决这些人际交往中所遇到的问题，大家都应该了解一些心理学知识。为此，我们编写了这本《心理学常识速查速用大全集》，本书的主要特色如下：

一、百科全书式的全面覆盖

人之所以区别于动物，就在于人类具有丰富的情感、细腻的心理活动。我们尽己所能，从不同的维度解读特定场景、特定时间、特定人物下的各种不同心理状态。在本书中，有从生活场景角度分类的家庭心理学、职场心理学，告诉您生活和工作中那些神奇的心理现象和心理反应；有从人生发展阶段角度分类的成功心理学和人生阶段心理学，帮助您在人生不同时期都能洞察七情六欲；还有从社会群体角度分类的大众心理学、灾难心理学以及犯罪心理学，让您对于社会事件发生的心理机制了如指掌。

二、深入浅出的解析与精彩案例

本书不仅囊括了您能够想象得到的所有心理反应发生情景，更是以第一章性格心理学来提纲挈领，首先告诉您如何分析基本的人类心理状态，然后从第二章开始步步

深入，将基本的人类心理分析手法运用到丰富多彩的生活实践中去。本书不但从宏观的篇章结构上采用了方法论指导实践的逻辑顺序，在微观的内容处理上同样采取了“词条解析+经典案例”的形式，案例的场景还原效应也会有助于您更好地理解 and 掌握心理知识。

三、互动性、趣味感十足

与一般心理学读物教条式的枯燥解说不同，本书在解释词条含义的同时，还会讲解本词条的应用之道。在挑选词条的时候，我们还将一些富有互动性和启发性的心理学小测试、小量表穿插其中。您甚至可以现学现用，在亲友同事面前小露一手。在本书的最后，还有一个以一周七天为单位的心理学日历，每天结束时您都可以提前知晓下一天的心理秘密，未雨绸缪，做一个心理调节达人。

四、强大的实用性

本书从挑选词条到最后编辑词条，始终强调其实用性，不但有家庭、职场、流行时尚这几大现今社会必不可少的心理学现象篇目，还有性格心理学、人生阶段心理学以及成功心理学、犯罪心理学等人生所有必经阶段的心理学篇目，帮助您不仅在平常状态下能够拥有一份好的心态，而且遇到非常环境和状况时依然能够镇定自若。

心理学的世界浩瀚无垠，了解它，您就可以洞察一个人的内心世界；掌握它，您就可以引领一群人的追求；运用它，您就可以改变更多您想改变的。

我们衷心地期盼，您能每天拿出几分钟时间，读一下这本书，学习一下心理学常识；我们也衷心地祝愿，您能早懂心理学早过好日子！

第一章 性格心理学——从一沙到一世界

一、情感及性格心理学	2	◎A 型性格：候诊室里地面与心理的 双重凹陷	12
◎布朗定律：让戴安娜羞愧的修女	2	◎B 型性格：唱白脸的贾母享人瑞的 人生哲学	13
◎代表性直觉：丰田广告一石激起千 层浪	2	◎C 型性格：软迎春一载赴黄梁	13
◎易得性直觉：小寒的工作锦囊	3	◎D 型性格：一个人的 A 君，无限量 的孤独	14
◎自我实现预言：被恐惧杀死的不流 血犯人	4	◎E 型性格：过分追求完美，容易毁 掉一生	15
◎酝酿效应：让阿基米德裸奔的发现	4	◎人来疯反应：从将军到阿 Q 的通行 爱好	15
◎自我选择效应：求官者求官一生未 中	5	二、认知及感官心理学	16
◎厌恶心理定律：史上最勇敢的蠢货	5	◎晕轮效应：普希金的败家老婆	16
◎无批判接受顺言：星座预言的心理 学诡计	6	◎认知失调：20 美元即可购买一个 人的主见	16
◎补偿作用：一招鲜吃遍天	7	◎刻板印象：墨西哥人的广告宣传	17
◎攀比效应：攀登财富小道，坠崖者 十之有八	8	◎选择性知觉：你爱上了《红楼梦》 的什么？	18
◎体育健全性格：为何运动员总是 “大心脏”	9	◎投射效应：个人感觉过于良好的职 业病	18
◎接种效应：大文豪的小人生	10	◎顺序效应：说你行你就行，不行也行	19
◎镜中我理论：历史之镜照得月明渠 水开	10	◎信念固着：股市一年四季都是节庆	
◎Q 的秘密：勇敢揭露生活中的说谎者	11		

- 行情 19
- ◎错觉思维：彩票技术流的滑稽 20
- ◎自我知觉理论：美国推销员的大锅饭心态 20
- ◎视网膜效应：满城皆是墨绿车 21
- ◎时间错觉定律：宛若 1500 万年的恐怖 15 小时 22
- ◎苏东坡效应：丈二的解差摸不着头脑 22
- ◎记忆偏差原理：不靠谱的记忆，离谱的司法 23
- ◎陌生时长定律：活了 135 岁的爱迪生 23
- ◎蔡戈尼效应：让一个作曲家起床的最佳锦囊 24
- ◎认知地图效应：管仲的老马 GPS 导航系统 24
- ◎群伙效应：70 后、80 后、90 后，还有多少标签可以贴 25
- ◎右脑幸福定律：爱因斯坦的小提琴为谁而奏 26
- ◎史华兹论断：约翰逊药品公司变危为机 27
- ◎自适应效应：你永远不知道一个婴儿有多强 28
- ◎催眠效应：中国特色的填鸭式教育 28
- ◎心灵感应：最细微处的心理神话加工 29
- 三、身体及环境心理学 30
- ◎囚徒困境：为何倒霉的总是出头的自行车选手 30
- ◎验证性偏见：贝利的乌鸦嘴 30
- ◎霍布森选择效应：卖马的聪明反被聪明误 31
- ◎疼痛麻木定律：关公刮骨的故事 32
- ◎心理摆效应：失去平衡的冠军之心 32
- ◎神奇三小时效应：5 点到 8 点的工作或许没有那么可怕 33
- ◎潜能最佳状态：游泳健将其实全都是船长 34
- ◎成瘾心理：魏晋南北朝的最牛酒鬼 34
- ◎感觉剥夺定律：对于都市人最狠的惩罚 35
- ◎噪音定律：割草机噪音 CD 光碟，彪悍的新西兰式报复 35
- ◎拥挤定律：拥挤的时刻请加倍小心 36
- ◎感觉适应定律：厨师做菜越做越咸的秘密 37
- ◎身体语言效应：面试官的动作比言语更加有意义 37
- ◎月曜效应：周一的办公室为何哈欠连天 38
- ◎天气定律：孟德斯鸠的天气决定论 38
- ◎天花板效应：中国人挤破头也要住大房子的理由 39
- ◎心理疲劳定律：高中的课程与大学课程的对比 39
- ◎大脑需要空间：切莫陷入备考酒店房间的误区 40
- ◎身勤脑快定律：正确坐姿面面观 41
- ◎压力影响记忆：春晚大腕的低级错误接力 41
- ◎和大脑说话：李乔治的健康型自言自语 42
- ◎情绪过敏：一夜白头不是神迹也非正常 43
- ◎身心兼治：我们的目标——在考试时没有蛀牙 43
- ◎脚部动作解密：女孩的心思，脚部

动作可管中窥豹	44	◎反直觉定律：沃尔顿夫人乔装打扮 考验应聘者	52
四、行为分析心理学	45	◎急中生智定律：拿破仑式举枪特训 游泳法	53
◎安慰剂效应：山泉真的甜吗？	45	◎竞争优势效应：假如上帝给你三个 愿望	54
◎角色扮演：每个人的内心都有杀虐 的魔鬼	45	◎角色深化定律：为了反对而反对是 人之常情	54
◎过度合理化：当小孩的兴趣被换成 赤裸裸的金钱	46	◎虚假一致偏差：没见过猪跑的唐朝 皇族	55
◎理由不足：曹操对关羽的反向刺激	47	◎PAC 理论：浙商成功典范	56
◎安全需要效应：开发商绑架了中国 人的安全感	48	◎定势理论：农民贷款难	57
◎逆向思维：高僧的生意经组合	49	◎米格—25 效应：苏联飞机步步落 后却整体领先	57
◎两头快中间慢定律：聪明老板的工 作安排	49	◎卡壳效应：考试卡壳功力锐减七成	58
◎迁移效应：举一反三进入新境界	50	◎韦德现象：扯淡的童年热气球经历	59
◎平衡理论：当女友接受自己去当清 洁工时的完美平衡	50	◎信手涂鸦现象：史上最牛特工	60
◎社会促进和促退定律：司马迁与李 煜的最高境界	51	◎笔迹性格关联论：人如其字确有其事	61
◎反馈效应：经营之神的周全处世之道	52		

第二章 家庭心理学——微妙的平衡

一、婆媳相处心理学	63	◎等视法则：辜负慧忠国师的愚钝侍者	65
◎瀑布心理效应：小妾讥嘲儿竟引杀 身之祸	63	◎储蓄指导原则：婆媳和睦的世界级 奇迹	66
◎移情效应：武则天爱屋及乌乱点鸳鸯谱	63	◎对比效应：为啥老师发飙时效果如 此震撼	66
◎互悦机制：简单一句话愉悦大家庭	64	◎眼不见为净定律：婆媳争宠，山文 方左右为难	67
◎迂回法则：肖邦与李斯特的绝杀音 乐双簧	65	◎妒忌的周期：女人的醋坛子恒定法则	68

- ◎超级目标：儿子带来的家庭地位 68
- ◎分离焦虑：当婆婆对儿子的依赖遇到儿子结婚后的“离开” 69
- ◎异己者漠视：最顽固的人类厌烦路径情感 70
- ◎小烦恼循环促健康：迪纳博士力挺小烦恼 71
- ◎癔症：驱除臆想出来的病魔 71
- ◎永远不会寄出去的信：荣迪思用写作对抗癌症病魔 72
- ◎性节律：婆婆的不解风情与新婚的干柴烈火 73
- 二、尊幼相处心理学** 74
- ◎巴纳姆效应：算命先生比你父亲还了解你的秘诀 74
- ◎海格力斯效应：古希腊大力士的一根筋脑子 74
- ◎有限尊严原理：菱角并非长于山前山后 75
- ◎换位思考定律：说服长者要用长者的话语系统 76
- ◎白德巴定理：狐狸不怕树，野猫傲独孤 77
- ◎家庭关系第一定律：嫁给阿冲等于嫁给阿冲全家 77
- ◎情感征服定律：丘吉尔将美国排进己方阵营 78
- ◎不对称定律：韩寒、丁俊晖在非主流中显风流 79
- ◎连带效应：80后撕掉标签，90后标签接力 80
- ◎涌动体验：不太需要爱情的金融成功人士 81
- ◎感恩拜访：轻松化解隔代教育良方 81
- ◎性教育纠错：人之初，性开颜；不知性，何知礼 82
- ◎退休失衡综合焦虑：退休的破坏力不亚于59岁效应 83
- ◎印象操纵：西方男人并不是只知道花天酒地 84
- ◎心理“黑子”：凡事必争才是大坏事 84
- ◎金凤凰和土山鸡：球星兄弟的苦情戏 85
- ◎情绪觉悟力：噩梦从起床开始 86
- ◎情绪反刍：哲学诗人尼采的反刍习惯 86
- 三、夫妻相处心理学** 87
- ◎麦穗原理：柏拉图、苏格拉底爱情问答题 87
- ◎多看效应：夫妻相就是看到顺眼为止的结果 88
- ◎幸福公式：每个人都能创造数学公式 88
- ◎马赫带现象：谈恋爱与买彩票不过一臂之隔 89
- ◎鸡尾酒会效应：看一个电话如何毁掉一对恩爱夫妻 90
- ◎梭哈效应：每个虎威男人背后都有一位虎嫂 91
- ◎空白定律：完全的占有等于完全的毁灭 91
- ◎围城效应：婚姻的历史性循环不容打破 92
- ◎鸡同鸭讲定律：女孩的心思，男孩你猜也猜不透 93
- ◎女性动作解读优势：粗枝大叶的男人与心思缜密的女人 93
- ◎爱情科学观：科学能够盘算的只是爱情的开始 94

- ◎好感原理：拍马屁能打动所有矜持的女人 95
- ◎勇敢女人现象：杜十娘与男人的懦弱 95
- ◎选择爱侣的经济模式：陈小姐的爱情打分表 96
- ◎科学调情法：泡妞绝学的理论总结 97
- ◎完整之我：男生女生黑白配的漫漫长跑 97
- ◎闻味寻爱情：咱爷们也可以“闻香识女人” 98
- ◎恐惧心理与爱情：美女是否让你感到地动山摇 99
- ◎匹配定律：天造地设的一对 99
- ◎过分概括化：中学教师的爱情输给了一条短信 100
- ◎奖赏回路：爱情的悲剧解释 100
- 四、子女教育心理学 101
- ◎自我参照效应：安德鲁·杰克逊的自我怀疑 101
- ◎习得性无助：百米飞人也有软弱无助的时刻 102
- ◎自我妨碍：逃避的最佳借口 103
- ◎猩猩实验：猩猩尚且知道趋炎附势，何况人乎 104
- ◎瓦拉赫效应：天生我材必有可用之处 105
- ◎手表定律：猴子伯克大起大落的族群生活 105
- ◎超限效应：有求于人最好点到为止 106
- ◎南风效应：GE 的高超技巧足以温柔地杀死你 107
- ◎低声效应：吃软不吃硬 108
- ◎椰壳效应：陶行知四糖出击，收服顽劣少年 108
- ◎家庭氛围效应：德国人的严格从家中做起 109
- ◎罗森塔尔效应：说你行你就行 110
- ◎遗忘曲线：记忆是奇妙的数学概念 110
- ◎感官协同效应：熟习朱熹三到，成功不怕不到 111
- ◎成就动机：从零开始的艰难与困苦 112
- ◎兴趣心理：盖茨的办公桌抽屉 112
- ◎激将法：刘国梁出“狠招”逼出王皓神勇 113
- ◎保龄球效应：卡耐基的神奇驭人之道 114
- ◎莫扎特效应：音乐并不是富人与贵族的专利 115
- ◎情绪 ABC 理论：老渔民的生活智慧 115
- ◎优势效应：鹬蚌相争，渔翁得利，亘古不变 116
- ◎第十名现象：或许你家孩子就是下一个丁磊 117
- ◎模仿效应：接近少年变年轻 118
- ◎当头棒喝定律：一喝惊醒恍惚梦 118
- ◎过度学习理论：卖油翁油瓶中有大智慧 119

第三章 职场心理学——不战而屈人之兵

- 一、领导心理学 122
- ◎自己人效应：冯玉祥的治军之道 122
 - ◎布利丹效应：荒诞的硬币决策机 122
 - ◎波特定律：为人们的心灵系紧每一根鞋带的表演大师 123
 - ◎布利斯原则：中国企业的弱管理困局 124
 - ◎拜伦法则：希尔顿长盛不衰的秘密 124
 - ◎磁力法则：玫琳凯的心情化妆术 125
 - ◎杰奎斯法则：纠结之时另辟蹊径 126
 - ◎帕金森定律：贫困县里多干部 127
 - ◎改宗效应：所有人的赞美敌不过反对者的一个微笑 128
 - ◎拱道效应：名校光环照耀，自信便成活水之源 129
 - ◎篮球架效应：跳一跳，才能够得着 129
 - ◎特里法则：坚持者总能得胜 130
 - ◎三明治效应：高中政治老师标本兼治迷途班长 131
 - ◎奥格尔维法则：从林肯眼里看到的永远是人类美好的价值 132
 - ◎自圆心理：陆游的积极理想与领导的过度膨胀 133
 - ◎热爱和振奋的情感 + 政客 = 政治心理学 133
 - ◎社会时差感：拥挤城市的上班跋涉透支职场锐气 134
 - ◎鱼缸法则：水至清则无鱼，但起码有人 135
 - ◎独家激励法则：重要的不是红烧肉而是独家红烧肉 135
- 二、管理心理学 136
- ◎霍桑效应：阴差阳错，劣等生群体的结实反击 136
 - ◎德西效应：IBM 奖励制度撩动员工原初动力 137
 - ◎阿伦森效应：一块五毛钱智退愣头青 137
 - ◎热炉法则：诸葛亮斩马谡背后的心路历程 138
 - ◎软化效应：专制的学校引反感 139
 - ◎阿尔布莱特法则：一群聪明人的叠加也有可能致巨大的愚蠢 140
 - ◎艾德华定理：双头鸟自相残杀，害人之余终害己 140
 - ◎安泰效应：如何对付外强中干的大力神 141
 - ◎事前计划定理：苛罗尼雅用工业化流水线标准建公司 142
 - ◎伯恩斯坦定律：赵王用人剑走偏锋 142
 - ◎邦尼人力定律：筷子故事揭露人性黑暗 143
 - ◎刺猬法则：戴高乐的雇员——世界上最郁闷的雇员 144
 - ◎杜利奥定理：塞尔玛与荒漠做伴，生活中处处有美好 145
 - ◎达维多夫定律：清洁工一语道破电梯设计玄机 146

- ◎峰终定律：宜家让小利搏大益的经营之道 146
- ◎古德曼效应：没有沉默就没有沟通 147
- ◎古德定律：贾翊借古说今规避君臣尴尬 148
- ◎互补理论：盖茨的军功章里有鲍尔默的一大半 149
- ◎三分之一效应：班干部总是集体里最狡猾的人 149
- ◎酒和污水定律：一粒老鼠屎坏了一锅粥 150
- 三、交际心理学 151**
- ◎首因效应：一块小牌子换来一份好工作 151
- ◎中心品质原理：规规矩矩会让你迅速变得苍白 151
- ◎恐惧心理：第一夫人的浪漫爱情故事 152
- ◎名片效应：相似性博得面试官的认同 153
- ◎莱斯托夫效应：小沈阳的出位与眼球冲击效应 153
- ◎握手研究：勤练握手于关键时刻显峥嵘 154
- ◎坐向效应：电视辩论节目的激烈对抗 155
- ◎配套效应：狄德罗也难免陷入盲目购物的陷阱 155
- ◎印象整饰：偷吃葡萄一串留下罪名百万 156
- ◎飞镖效应：看早恋初期如何弄假成真 157
- ◎多看效应：见面长不如常见面 157
- ◎亲和效应：温总理亲和中显大国气魄 158
- ◎出丑效应：有小缺点的总是比完美的那个更可爱 158
- ◎小世界链效应：小心，地球村里可能随时遇见丈母娘 159
- ◎相似相惜律：管宁和华歆，历史转角处的两块磁石 160
- ◎人际关系心理距离：面对面交流距离必胜指南 161
- ◎交往适度定律：一斗米养个恩人，一石米养个仇人 162
- 四、营销心理学 162**
- ◎留面子效应：买的再精明终究斗不过卖的 162
- ◎低球技巧：汽车销售内有乾坤，虚报低价不可不察 163
- ◎贝勃定律：如何在物质过剩年代制造物质紧缺的消费饥饿感 164
- ◎拆屋效应：出走学生“开天窗”倒逼班主任服软 165
- ◎弗洛伊德口误：超级推销员的察言观色宝典 165
- ◎自由信息：能够成功与顾客聊上天的推销员就已经成功了一半 166
- ◎心理账户：同为 200 元，丢卡与丢票效果大相径庭 167
- ◎自我暴露定律：硬汉落泪打动女性消费者 168
- ◎眼球经济定律：缔造贾君鹏神话的网络世界 169
- ◎幽默效应：诗人儿子喝墨水被处嚼纸惩罚 169
- ◎蹲跪效应：服务的姿态决定服务的最终接受度 170
- ◎等待效应：海底捞餐餐火爆的独家秘诀 171

- ◎言行一致原理：跟风不分年龄不论经验 171
- ◎心理黑客：或许是下一个新兴的高收入职业 172
- ◎波什定律：非洲村落里的和谐社会模式 173
- ◎牛鞭效应：销售圣经里的决胜专章 173
- ◎杜彻尼微笑：敷衍的笑容容不下肌肉的天然忠诚 174
- ◎星期天抑郁症：推销员必须了解的大城市病 175
- 五、投资心理学** 175
- ◎马太效应：富者更富，穷者更穷 175
- ◎羊群效应：地狱里的石油矿井 176
- ◎热手效应：千万不要由着手气买股票 177
- ◎路径依赖规律：股市从来不相信一招鲜的故事 177
- ◎叶克斯—多德森定律：资本市场的最高境界 178
- ◎过度自信倾向：巴菲特也不知道股市明天是否会涨 179
- ◎巴菲特定律：股神原来是天线宝宝的幕后贵人 180
- ◎毛毛虫效应：美国小工厂的审时度势与华丽转身 180
- ◎棘轮效应：俭，德之共也；侈，恶之大也 181
- ◎金钱态度：得到运气眷顾，不同乞丐之冷暖人生 182
- ◎减法哲学：犹太老板的境界 182
- ◎80/20法则：一分耕耘加上一分聪明才等于一分收获 183
- ◎相关定律：世界是连在一起的 183
- ◎幸福消费观：独乐乐与众乐乐，后者方为科学之乐 184
- ◎颜色选房论：颜色丰富的房子只可远观不可近玩 185

第四章 人生阶段心理学——岁岁年年人不同

- 一、儿童心理学** 187
- ◎俄狄浦斯情节：强大的父亲更容易得到孩子的认同 187
- ◎贴标签效应：美军战士战斗力变化的绝佳讽刺 187
- ◎皮肤饥饿效应：无论多忙抽空给孩子尽可能多的拥抱 188
- ◎法厄同行为：息国不自量力遭遇惨败 189
- ◎心理制裁效应：法国父母的耐心教导之道 190
- ◎祖母原则：彤彤的墙壁变化与心理耐力的提高 191
- ◎强化效应：切莫忽视小红花对于小朋友的价值 191
- ◎预防针效应：控制儿童“漫天要价”必须事先“明码标价” 192

◎ 依恋心理：小猴子也不要的铁丝妈妈 ...	192	◎ 成年孩子回家秘诀：人像候鸟，千里不忘回家路	205
◎ 窗口理论：冷酷国务卿赖斯出人意料的 一面	193	◎ 25 岁综合焦虑症：有谁关注过研 究生高不成低不就	206
◎ 关键期：儿童早期教育，错过某阶 段时机便不可再来	194	◎ 以貌取人，不服不行：裁判判罚看 脸蛋饶是假装也逼真	206
◎ 照镜：豆豆小朋友的争宠历程	195	◎ 求偶从众心理：青春期女孩用大众 的眼光来衡量爱情的重量	207
◎ 水是聪明的源泉：请果断地将你儿 子手上的饮料拿掉	195	◎ 一见钟情假象：无情的科学将爱情 导向无聊的极端	207
◎ 社会化历程：尝试在自己手里终结 溺爱	196	◎ 手机依赖症：机器的奴隶	208
◎ 孤独症识别法：不怕一万就怕万一 的隐形孤独	197	◎ 网络依赖症：让每一缕阳光穿透阴 暗的电脑屏幕	209
二、青春期心理学	198	◎ 情感依赖症：11 黄金点自检自我 情感真实状态	209
◎ 异性效应：男女搭配飘到外太空也 不累	198	◎ 心理减肥：让减肥成为与增肥一样 简单的事情	210
◎ 罗密欧与朱丽叶效应：青春期宛若 压力锅	198	◎ 单相思：爱你爱到杀死你	211
◎ 逆反心理：汤姆·索亚轻松实现零 代价刷墙外包	199	◎ 心理虚脱：大学生的普遍性茫然与 自我放逐	212
◎ 禁果效应：皇家卫队严防死守土豆 地的秘密	200	三、更年期心理学	212
◎ 黑暗效应：爱情必须是两眼一抹黑 地盲目配对	201	◎ 情绪效应：可怜的阿维森纳羊因恐 慌而死去	212
◎ 心理断乳期：迈克尔·杰克逊的真 实心理年龄	201	◎ 踢猫效应：别将自己的坏情绪发泄 到他人身上	213
◎ 完美笑话公式：把讲笑话上升到科 学的高度	202	◎ 野马结局：冷静蝙蝠降服强大的狂 躁野马	214
◎ 心理相容效应：混混小帮派的形成 不需要理由	203	◎ 情感宣泄定律：陌生女人的倾诉垃 圾桶	214
◎ 相互吸引定律：从《越狱》里学习 做团队领袖的必备素质	203	◎ 约哈里窗户：最了解自己的人未必 是自己	215
◎ 个人空间定律：尊重和保护成年前 夕孩子的隐私	204	◎ 心理早衰：衰老过早降临皆因心理 顽疾	216

- ◎弗洛伊德成年游戏理论：装嫩时代
走向 40 岁熟女 216
- ◎隐形更年期现象：美女上位不可
遏止 217
- ◎更年期健忘：郭太太在遗忘中流走
的 40 后人生 218
- ◎恋子情节：女人 40 何去何从 218
- ◎更年期抑郁症：痛苦的现实与衰弱
的身体在时间轴上交会 219
- ◎情感短路：王大姐与老伴儿的平地
起狂澜 220
- ◎心理斜坡：越是热闹欢快的人群就
越寂寞 220
- ◎绿色疗法：生活中多一抹绿色就会
少一丝灰色 221
- ◎夏季情感障碍症：更年期女性心凉
自然静 221
- ◎小应激：焦虑是一切疯狂反应的导
火索 222
- ◎美丽补充剂：合理的睡眠就是最好
的生命投资 222
- 四、老年心理学** 223
- ◎近因效应：仇恨总是比欢快和幸福
更难以抹去 223
- ◎路径依赖理论：两条铁轨之间标准
距离源自古老的规矩 224
- ◎第二获得效应：老人的经验是预测
未来最宝贵的财富 225
- ◎摩西奶奶效应：不怕你开始得晚，
只怕你永远不开始 226
- ◎重叠效应：老年学新知反能巩固老
记忆 226
- ◎大脑如同肌肉：马尔克斯老夫聊发
少年狂 227
- ◎回归心理：听奶奶讲那绵延不绝的
过去故事 227
- ◎寻找愉快：找乐子并非年轻人的
专利 228
- ◎同性相吸现象：老头老太太的三
八线 229
- ◎消费补偿心理：老年人的市场是下
一块商业的大蛋糕 229
- ◎离退休综合征：被工作抛离的充实
生活 230
- ◎愉快积极型：101 岁坐摩托车逛
街，童心不改 231
- ◎直接兴趣型：65 岁琴棋书画全能
发展 231
- ◎关心健康型：疑神疑鬼，无病造病
终拖垮自己 232
- ◎追求支持型：给老年人再婚开一把锁
就是给家庭的和睦多打造一把钥匙 233
- ◎坚持工作型：长寿的秘诀 233
- ◎自责型：被骗的老人仿佛做了坏事
的孩子 234
- ◎愤怒型：公共汽车上倚老卖老的道
德观之辩 235
- ◎心理免疫：老来病频，调心调身同
等重要 235

第五章 大众心理学——千篇一律的世界

一、流行时尚心理学	238	意锻造长久品牌	246
◎从众现象：看汉堡大街上传来的莫名恐慌如何迅速蔓延	238	◎“广告定位”理论：会讲故事的产 品才是 90 后最欣赏的产品	247
◎睡眠效应：大家都喜爱的缺斤短两商品	239	◎不对称信息：最失败的广告——记 住了广告词，没有记住产品	247
◎凡勃伦效应：哥买的不是手表，买 的是价格的数字	239	二、信息传播心理学	248
◎时尚效应：原来牛仔裤已经 109 岁 高龄	240	◎锐化效应：42 年产品不坏，A. O. 史密斯借势炒作效果佳	248
◎邻里效应：100 万能够买到好房 子，1000 万才能买到好邻居	241	◎传播扭曲定律：众口传说丁家井下 妖精遍地	249
◎布里特定理：可口可乐的商业秘诀 ——99% 广告 + 1% 的产品	241	◎蝴蝶效应：理查国王的一世英名因 四个马掌而毁灭	250
◎社会影响力原理：快速获得捐款名 单的秘密	242	◎社会感染效应：官家欺人太甚，顺 民反抗循环上演	251
◎六度空间理论：不可思议的六人无 联系传递	242	◎沾光效应：多少名人曾经忘却自己 的真实生辰	252
◎愉快 + 情感 + 要出卖的商品 = 广告 心理学	243	◎谣言传播公式：商业帝国不堪传言 攻击而轰然倒塌	252
◎惰性思维：千篇一律的跟风款式与 别出心裁的独创风险	243	◎查尔斯·巴斯克维尔效应：迷信在 任何一个时代都有固定市场	253
◎临近效应：深入生活中每一个细 节的汰渍洗衣粉广告	244	◎心理画像：神探冷静推理，迅速解 开犯罪难题	254
◎泡菜效应：不同的水泡出味道迥异 的蔬菜	245	◎简单断言传递：连环绑架惊恐深圳 家庭	254
◎耦合振荡体系统：不做出头鸟的古 训缔造时尚跟风潮	245	◎传播隔阂：亮亮与妈妈眼里截然不 同的 21 天训练营	255
◎共情：《阿凡达》以俗套剧情通吃 全球市场	246	◎说服效应：枪弹论	256
◎好奇心制胜法则：鹤鸣皮鞋独特创 造	246	◎模糊信息从众现象：误导信息让高 知分不清线段的长短	257