



SHENGHUOZHONG DE
XINLI XIAOYING

生活中的 心理效应

汤效禹 汤效荣 尹卫凤 · 主编



SHENHUOZHONG DE
XINLI XIAOYING

生活中的 心理效应

汤效禹 汤效荣 尹卫凤 · 主编



黄河出版传媒集团
阳光出版社

图书在版编目(CIP)数据

生活中的心理效应 / 汤效禹, 汤效荣, 尹卫凤主编
— 银川: 阳光出版社, 2022.11
ISBN 978-7-5525-6604-8

I. ①生… II. ①汤… ②汤… ③尹… III. ①心理学—通俗读物 IV. ①B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第220521号

生活中的心理效应 汤效禹 汤效荣 尹卫凤 主编

责任编辑 申 佳
封面设计 晨 皓
责任印制 岳建宁



黄河出版传媒集团
阳光出版社 出版发行

出版人 薛文斌
地 址 宁夏银川市北京东路139号出版大厦(750001)
网 址 <http://www.ygchbs.com>
网上书店 <http://shop129132959.taobao.com>
电子信箱 yangguangchubanshe@163.com
邮购电话 0951-5047283
经 销 全国新华书店
印刷装订 宁夏凤鸣彩印广告有限公司
印刷委托书号 (宁)0024952

开 本 710 mm × 1000 mm 1/16
印 张 11.75
字 数 150千字
版 次 2023年1月第1版
印 次 2023年1月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5525-6604-3
定 价 39.80元

版权所有 翻印必究

汤效禹

男，汉族，1955年10月出生，宁夏固原人。硕士研究生，心理学教授，硕士生导师。先后出版专著九部，发表论文五十多篇。

汤效荣

女，汉族，1968年4月出生，宁夏固原人。本科学历，现任固原市弘文中学教师，中学语文高级教师，系固原市骨干教师、弘文中学学科带头人。主持编写校本教材《中华古诗文读本》。发表多篇教育学论文。

尹卫凤

女，汉族，1986年10月出生，宁夏固原人。硕士研究生，现任银川市二十一小学湖畔分校语文教师。参与学校课题《小学语文体验式作文与研学实践相融合》研究工作。发表多篇教育学论文。

序

心理效应是社会生活实践中常见的心理现象和规律。每个人处处都在自觉或不自觉地运用这些心理规律。只不过人们很少知道这是为什么，就像一张捅不破的纸。例如，管理者们都在试图提升团队的执行力，但总是收效甚微；企业家和个体经营者都想利用一切机会做大做强，但总是不能梦想成真；教师和家长都希望孩子成龙成凤，但最终很多都是“恨铁不成钢”；人们都渴望得到别人的赏识和尊重，但总是因为无法控制自己的不良情绪而事与愿违；人们都想健康和长寿，但中青年猝死的现象越来越多。还有，在工作中，为什么人们会做出与大多数人一致的行为？在生活中，为什么人们愿意出更高的价格买同一种商品数量却较少的那一份？在成长中，为什么越是被禁止的东西，人们越想去做？在人际交往中，为什么总是摸不透别人心思？在身心健康方面，为什么人在生气后抵抗力会下降？……

其实，这都是神奇的心理效应在人们的工作、生活中发挥着奇妙的作用，左右着人们的生活方式。心理学的规律、法则和效应是科学的、严谨的。本书试图用浅显的语言、有趣的心理实验，按照一个心理效应，一个观点，若干个心理实验和配图，一个启示的方式展现。每一个心理效应，都是一个心理现象、一个心理规律。因此，正确认识、了解、掌握并利用心理效应，在人们的日常生活、工作中具有非常重要的作用。

目录

CONTENTS

第一章 管理中的心理效应

- | | |
|--------------|--------------|
| 成就效应 / 001 | 名望效应 / 022 |
| 出其效应 / 002 | 目标难度效应 / 023 |
| 从众效应 / 003 | 内激励效应 / 024 |
| 挫折效应 / 004 | 匿名效应 / 025 |
| 地位效应 / 005 | 鲑鱼效应 / 028 |
| 导向效应 / 006 | 鸟笼效应 / 029 |
| 分粥效应 / 007 | 破窗效应 / 030 |
| 德西效应 / 008 | 巧克力效应 / 031 |
| 定势效应 / 009 | 青蛙效应 / 032 |
| 服从效应 / 011 | 权威效应 / 033 |
| 观众效应 / 013 | 社会惰化效应 / 034 |
| 规定效应 / 014 | 跳蚤效应 / 035 |
| 过度理由效应 / 015 | 团队效应 / 036 |
| 惯性效应 / 016 | 武器效应 / 037 |
| 加强信号效应 / 018 | 习得恐惧效应 / 038 |
| 精神激励效应 / 019 | 行为变化效应 / 040 |
| 竞争效应 / 020 | 正激励效应 / 040 |
| 懒蚂蚁效应 / 021 | |

第二章 经营中的心理效应

- 饱眼效应 / 042
- 边际效应 / 043
- 参照系效应 / 044
- 差别阈限效应 / 045
- 登门槛效应 / 045
- 短视厌恶损失效应 / 046
- 多米诺骨牌效应 / 047
- 二选一效应 / 048
- 凡勃伦效应 / 049
- 风险效应 / 050
- 贵即好效应 / 051
- 花生效应 / 052
- 环境效应 / 053
- 竞争效应 / 054
- 乐观偏差效应 / 055
- 留面子效应 / 056
- 锚定效应 / 058
- 名人效应 / 059
- 破扫帚效应 / 060
- 囚徒效应 / 062
- 权衡效应 / 063
- 三分之一效应 / 064
- 完整性效应 / 065
- 希望效应 / 066
- 心理创富图像效应 / 068
- 心理加减法效应 / 069
- 羊群效应 / 069
- 下半身效应 / 070
- 中杯效应 / 071

第三章 教育中的心理效应

- 阿伦森效应 / 073
- 巴纳姆效应 / 074
- 标签效应 / 075
- 不完美效应 / 076
- 触摸效应 / 077
- 蔡戈尼效应 / 078
- 成败效应 / 079
- 成功概率效应 / 080
- 重叠效应 / 081
- 顿悟效应 / 082
- 多感官效应 / 083
- 对比效应 / 084
- 反馈效应 / 085
- 过度学习效应 / 088
- 概念效应 / 089
- 赫洛克效应 / 090

角色效应 / 091	扇贝效应 / 109
禁果效应 / 093	说谎效应 / 110
近因效应 / 094	贪睡者效应 / 112
依恋心理效应 / 095	习得性无助效应 / 113
联想效应 / 096	延迟满足效应 / 115
毛毛虫效应 / 097	揠苗效应 / 117
猕猴效应 / 098	厌恶效应 / 118
名人效应 / 099	遗忘效应 / 119
莫扎特效应 / 100	预期效应 / 120
目标效应 / 102	酝酿效应 / 121
逆反效应 / 103	最后通牒效应 / 122
皮格马利翁效应 / 104	坐向效应 / 123
期待效应 / 106	座椅效应 / 124
任务难度效应 / 107	

第四章 人际交往中的心理效应

贝勃效应 / 126	首因效应 / 140
病毒效应 / 127	体语效应 / 142
定势效应 / 128	投射效应 / 142
多看效应 / 129	外貌效应 / 144
观念效应 / 131	微笑效应 / 146
黑暗效应 / 132	喜好效应 / 148
互惠效应 / 133	瑕玉效应 / 149
距离效应 / 135	异性效应 / 150
空间效应 / 136	晕轮效应 / 151
两性空间效应 / 137	增减效应 / 153
邻近效应 / 138	自我评价效应 / 154
名字效应 / 139	

第五章 身心健康方面的心理效应

安慰剂效应 / 156

暗示效应 / 159

被微笑效应 / 161

感觉剥夺效应 / 162

霍桑效应 / 163

嫉妒效应 / 164

恐惧效应 / 165

矛盾效应 / 166

美女效应 / 167

怒气效应 / 168

偏时偏食效应 / 169

七八分饱效应 / 170

齐加尼克效应 / 171

身随心违效应 / 172

神经紧张效应 / 173

生物钟效应 / 174

现实效应 / 176

心理创伤效应 / 176

猩猩效应 / 178

异性效应 / 179

意念效应 / 180

后 记 / 182

第一章 管理中的心理效应

成就效应

【观点】 在相同条件下，人们对工作成就感的在乎程度往往会超过报酬本身。

【实验】 心理学家曾经做了这样一个实验：证实成就感对人的激励作用。他雇了一名伐木工人，要他用斧头背砍一根圆木。心理学家告诉伐木工人，干活时间不变，但报酬加倍，他唯一的要求是用斧头背砍圆木。干了半天之后，伐木工人终于不干了，问及为什么？“我要看到木屑飞出来。”伐木工人说。



【启示】 成就效应说明：员工的工作目的不完全是为了报酬，他们往往会更在乎工作成就感。因此，管理者在调动员工积极性时，不只要用酬薪激

励，更要注重成就激励。员工在做出成绩并且得到领导的肯定时，往往比加薪更加喜悦，更加愿意做好工作。

出其效应

【观点】一个人在没有心理准备的情况下，容易接受别人突然让其做一件并不困难的事。

【实验】心理学家在地铁车厢里做了这样的实验：让一位实验者，以站着的乘客身份，突然对坐着的乘客说：“请你把座位让给我！”实验结果为，受“突然袭击”的乘客让座率高达56%。让另一位实验者也以站着的乘客身份，悄悄地、缓和地对坐着的乘客说：“请你把座位让给我！”实验结果为，让座率仅为28%。



【启示】出其效应说明：人们习惯于接受命令。对于一些难度不大的工作任务，管理者可以在对方没有心理准备的情况下，突然直接指派其完成，这样就容易实现工作目标。

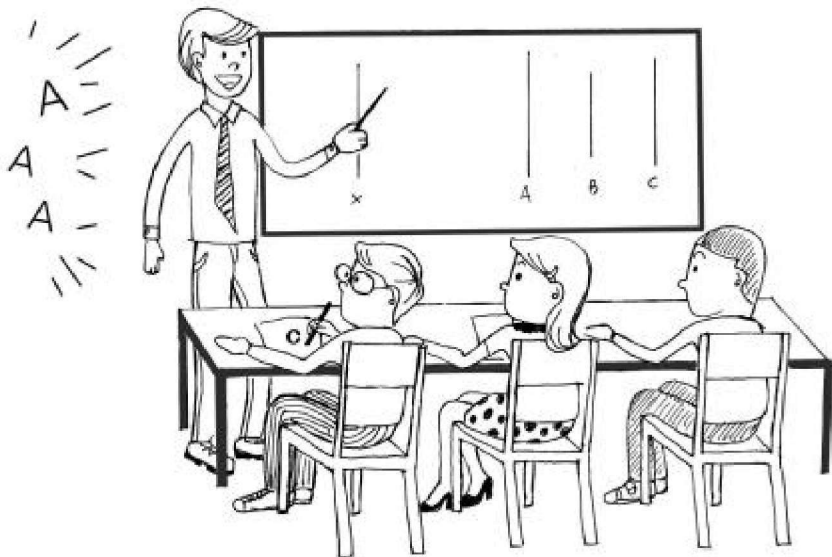
从众效应

【观点】 当个体受到群体影响时，人们都有随大流的倾向。

【实验】 1951年，美国社会心理学家阿希为了了解人们在做出决策或行动时是否会受到他人的影响，曾在一所大学进行了如下实验。

实验前，大学生们被告知实验的目的是测试人的视觉能力。在参与实验的大学生来到实验室之前，他先安排5个人在实验室等候。当参加实验的某个大学生来到实验室看到已经有5个人坐在那里时，便自觉地坐到第六个位置上。实验正式开始后，阿希拿出两张画：一张画有一条线段，一张画有三条不同长度的线段，前者的线段同后者中的一条线段等长。

在正常情况下，绝大多数人都能做出正确的判断，错误概率小于1%。但是，当“托儿”纷纷故意做出错误的判断时（这是实验者的安排），参加实验的人就显得犹豫不决，怀疑自己的判断能力。此判断一共进行了18次，参加实验的大学生先做出了正确的判断，紧接着事先安排好的5个人都故意做出错误的判断。当听到这5个人做出的判断和自己不一样时，参与实验的



大学生们开始犹豫不决，最终的结果是约 76% 的人做了从众判断，只有 24% 的人坚持了自己的判断。

实验后，实验者访问了从众判断的大学生，了解他们当时的想法。有的说：“开始我坚持，后来看着大家讲的都与我不一样，怀疑自己眼睛有问题，怕自己是错的，所以也就随大流了。”有的说：“开始我相信自己是对的，后来发现我一个人和别人不同，觉得奇怪，于是就从众了。”

【启示】 从众效应说明：人们对于那些没有把握的事情，一般都会采取随大流的做法。因此，管理者要利用随大流的从众效应，对于本单位出现的好人好事，要及时鼓励并引导全体人员从众。如果出现消极行为，要及时制止，否则，消极行为一旦被员工从众，纠正起来难度就大了。

挫折效应

【观点】 人在受到挫折以后往往会表现出攻击性、破坏性等极端行为。

【实验】 心理学家做过一个实验：让一组孩子站在玻璃墙外看着满屋吸引人的玩具，在长时间的痛苦等待之后才允许他们玩这些玩具。而另一组孩



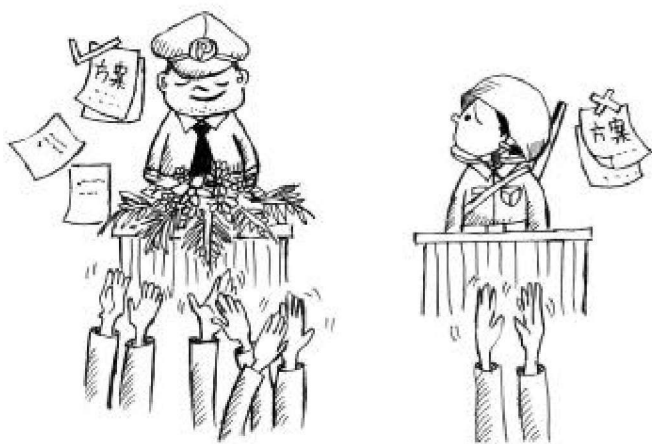
子没有等待，直接让他们玩玩具。那些没有经过等待的孩子非常高兴，爱惜地玩玩具。而那组经过等待、受过挫折的孩子表现出极端的破坏性，他们会破坏玩具，或把玩具踩在脚下。

【启示】挫折效应说明：挫折会导致攻击破坏行为。遇到挫折在人们日常生活和工作当中是不可避免的，作为管理者，在员工经受挫折后，要及时给予安慰、疏导，要尽量避免员工因挫折而产生负面情绪。

地位效应

【观点】人们对社会地位高的人提出的意见和办法会产生认同心理和执行行为，而对社会地位低的人提出的同样意见和办法，多数情况下会拒绝，更不会执行。

【实验】美国心理学家托瑞做了这样一个实验：他要求机场空勤人员，包括驾驶员、领航员、乘务员等一起讨论并寻找一个问题的解决办法，规则是参与此项讨论的每个成员都要拿出一份可行的解决方案。在他们讨论完毕后，托瑞把全组提出的办法和意见都记录下来。结果发现，绝大多数成员都同意领航员提出的解决方案，只有很少一部分人同意乘务员的意见。如果领航员的办法正确，所有人都会同意；而乘务员的办法正确，只有 40% 的人同意。



【启示】 地位效应说明：人们对位高权重的人会产生遵从感，对他们说出的话、做出的行为都有认同感。因此，管理者要利用这个效应，将应该在团队中倡导的精神，借用名人名言作为团队文化提出来，员工就容易接受；把在团队中应该推行的提议，由团队中受大家尊重的人提出来，就容易得到推行。

导向效应

【观点】 导向情景在人们的选择意向中有明显的影响作用。

【实验 1】 实验者在繁华的街道上停放了一辆瘪了一只车胎的福特牌汽车，一名年轻妇女站在车旁，一个充满气的车胎放在汽车旁边。这是控制条件。在经过的 200 辆汽车中，只有 35 辆汽车停下来帮助这名妇女换车胎。实验者在离测验地（停放瘪了车胎的汽车处）400 米外的地方停放另外一辆汽车，一名妇女站在一旁看一名男士为她的汽车换轮胎。结果发现，看到这种帮助情景的 200 辆汽车中有 58 辆停下来帮助妇女修理汽车。



【实验 2】 美国心理学家班杜拉把 66 名幼儿园小朋友（男女各半）分成三组，每组 22 人。实验分两个阶段。

第一阶段：

让第一组看到一个彪形大汉打一个橡皮人，又安排另外一个人给彪形大

汉送鲜花。结果，这些小孩都打了橡皮人。

让第二组看到一个彪形大汉打一个橡皮人，又安排另外一个人惩罚这个彪形大汉。结果，这些小孩都没有打橡皮人。

让第三组只看到橡皮人，其他什么都没有安排。结果，这些小孩没有特定的反应。

第二阶段：

班杜拉对 66 名小朋友说：“谁打了橡皮人，离开的时候就可以领取巧克力。”结果，66 名小朋友都打了橡皮人。

【启示】 导向效应说明：在管理工作中，导向作用是非常明显的。作为管理者，应该在团队中旗帜鲜明地倡导积极表现，反对消极行为。

分粥效应

【观点】 实现公开、公平、公正的分配结果，要靠制度而不是人的觉悟。

【实验】 一位管理者进行了这样的实验：安排 6 个人每天喝粥，首先指定了一个人全权负责分粥，发现这个人给自己分的粥最多。于是又换了一个人负责分粥，结果还是一样，负责分粥的人碗里的粥最多、最好。他又让大家轮流坐庄，每人一天。每个人一周里总有一天吃撑了，其余 6 天都是饥饿难耐。他又让大家选举一个信得过的人负责分粥。刚开始这位品德高尚的人



还能公平分粥，但不久他便给溜须拍马的人和自己多分，分粥变得不公平了。之后让分粥者最后喝粥，等所有人把粥领走了，分粥者自己才能取剩下的那份粥。这就给分粥者提出了一个最起码的要求，每碗粥都要分得很均匀。如果分得不均匀，最少的那碗肯定是自己的。只有分得合理，自己才不至于吃亏。因此，分粥者即使只为自己着想，结果也是公平、公正的。

【启示】分粥效应说明：管理不能仅靠道德教化，如果没有制度上的约束，品德高尚的人也会堕落。制度是现代管理理念的重要内容，也是一种有效的管理方式。在一个团队里，制定一套好的制度，是有效管理的关键。

德西效应

【观点】当外加报酬和内感报酬兼得的时候，人的工作欲望不仅不会增加，有时反而会降低。

【实验】心理学家德西在1971年做了一项专门的心理实验：他让一些学生解答妙趣横生的智力难题。开始，他对所有学生都不奖励，然后把他们分

