

改变人类生活的心理定律全集

朱 彤 著

当代世界出版社

序言：一本书的力量

在过去的2500年中，人类渴望揭开广大而幽渺的心理世界的面纱。在科技发展日新月异的今天，当人类的探索活动已经超越了脚下的地球走向外太空的宇宙中时，我们发现，曾几何时，人类自身的内心世界隐藏着一个更加深不可测的“未知宇宙”。

为什么人际交往中对别人过好，会对我们不利？

为什么在人际交往中，一定程度的自我暴露是给人好感的前提？

为什么热切的期望会使被你期望的人达到你的要求？

为什么对别人先否定后肯定、先抑后扬，最容易给人好感？

为什么情感有时比利益更能打动人心？

为什么完美的人不如有缺点的人可爱？

为什么世界并没有我们想象的那么大，碰见认识的人比我们想象的要容易？

为什么当责任不分明时，个体在团体中会出现不卖力的情况？

为什么当一种愿望无法得到满足，有时人们会用其他愿望来代替它？

为什么做喜欢的事如果收到物质奖励，会降低做这个事情的兴趣？

为什么情绪可以感染别人，使之产生相似的情绪感受？

为什么总是得不到尊重，会降低人的羞耻感？



为什么当别人答应了你的小要求，就比较容易答应你后面的大要求？

为什么动机太强，事情反而做不好；动机适度，事情才容易做好？

……

约瑟夫·福特说过：“上帝和整个宇宙玩骰子，但这些骰子是被动了手脚的，我们的主要目的，是了解它是怎样被动的手脚，以及如何使用这些手法，达到自己的目的。”

因此，你能在众多的书籍中打开这一本，是你真正的幸运。

不妨想一想，这个世界上有多少人在黑暗中苦苦挣扎，他们翻阅了无数教导人们如何成功的书籍资料，寻遍了各种引导成功的道路，却找不到方向。随着时间的流逝，他们由激情变得盲目，由盲目变得迷失，又由迷失变得消沉……你会重蹈他们的覆辙吗？你愿意重蹈他们的覆辙吗？

不！因为你已经打开了本书，仔细阅读它，你将不用继续在黑暗中摸索前进的方向，你将不会在错综复杂的人性丛林中迷失自己，你将领略近一个多世纪来最蓬勃发展的科学分支——心理学——的智慧魅力，你将了解支配人类社会和人类行为的黄金法则，最重要的是，你和你的命运也将随之改变。

本书精选的100条心理定律，涵盖了个人发展和组织成功的方方面面，同时又从许多日常现象和日常行为出发，带你一步一步迈入有趣而实用的心理学殿堂。

心理学是一门与日常生活紧密相关的学科。日常生活、工作中的许多现象，背后都受到心理学规律的支配，只不过不为我们所注意和了解罢了；人的行为背后也往往具有比较深层的心理奥秘，甚至当事人自己也未必知晓；有一些心理学规律，可以帮助我们更好地处事为人，但我们却不一定能将它们总结出来。因为心理学的特点就是，它深深隐藏在生活的表象之下，支配着



人们的行为,却不容易被人所发现。

此书有三个功能:一是帮助我们了解自己,包括认知、个性、情感、生理等方面;二是帮助我们更好地处世,因为它为我们提供了人际交往的规律和技巧;三是帮助我们更深地认识社会,了解人处在群体和社会中的心理规律。

此书是一本心理学的趣味入门读物,它不同于心理学理论著作的深奥晦涩,它对有趣味的故事和生活中司空见惯的现象,用深入浅出的心理学理论来阐释,使读者在轻松、愉悦的阅读中了解许多心理学的基本知识。此书可以帮你了解日常现象背后的心理学原因,给你提供一些有利于自己的为人处世方面的心理学原则,并使你对生活的观察从此多出一个心理学的角度。



目 录

第一编 认知、感官与记忆

001 心理暗示定律	2
002 定势思维定律	5
003 晕环定律	8
004 整体性定律	11
005 选择适度定律	14
006 控制错觉定律	17
007 对比定律	20
008 空白定律	23
009 酝酿灵感定律	26
010 大小刺激定律	29
011 角色深化定律	32
012 时间错觉定律	35
013 陌生时长定律	38
014 两头快中间慢定律	40
015 注意选择性定律	43
016 眼球经济定律	46
017 记忆系统性定律	49
018 感官协同定律	52
019 记忆选择性定律	54



第二编 自我、个性与道德

020 了解自己定律	58
021 自我宽恕定律	61
022 需求发展定律	64
023 态度重要性定律	67
024 尊重需求定律	70
025 厚脸皮定律	73
026 挑战自我定律	76
027 挫折必然性定律	79
028 指标定律	82
029 目标适度定律	85
030 得寸进尺定律	88
031 动机适度定律	90
032 下坡容易定律	93
033 竞争优势定律	96
034 配套定律	99
035 道德动机定律	102

第三编 情感与情绪

036 情感宣泄定律	106
037 禁果定律	109
038 急中生智定律	112
039 空虚寂寞定律	115
040 厌恶防卫定律	118
041 代偿定律	121
042 当头棒喝定律	124
043 金钱破坏兴趣定律	127



044 情绪共鸣定律	130
045 好心情乐助人定律	133
046 物极必反定律	135
047 情绪转移定律	138
048 酸葡萄甜柠檬定律	141

第四编 身体、环境与心理

049 身体语言定律	146
050 感觉剥夺定律	149
051 心身疾病定律	152
052 疼痛麻木定律	155
053 心理疲劳定律	157
054 感觉适应定律	160
055 眼不见为净定律	163
056 成瘾定律	165
057 体育健全性格定律	168
058 拥挤定律	171
059 颜色定律	174
060 天气定律	177
061 噪音定律	180

第五编 人际关系与影响力

062 自我暴露定律	184
063 互惠定律	187
064 投射定律	190
065 首因定律	193
066 近因定律	196
067 相似定律	199



068 互补定律	202
069 相互吸引定律	204
070 皮格马利翁定律	207
071 攀比定律	210
072 以貌取人定律	213
073 邻里定律	216
074 情感与理性宣传定律	219
075 单面和双面宣传定律	222
076 心理控制定律	225
077 交往适度定律	228
078 欲扬先抑定律	231
079 情感征服定律	234
080 换位思考定律	237
081 交际氛围定律	240
082 讨厌完美定律	243
083 异性定律	246

第六编 社会与群体

084 从众定律	250
085 传播扭曲定律	253
086 社会促进定律	256
087 社会促退定律	259
088 权威定律	262
089 名人定律	265
090 冷漠旁观定律	268
091 社会感染定律	271
092 社会懈怠定律	274
093 小世界定律	276
094 破窗定律	279



095 马太定律	282
096 社会性定律	285
097 社会角色规范定律	288
098 社会角色转换定律	291
099 权力膨胀定律	294
100 遵从时尚定律	298



定律 001

心理暗示定律

别人的心理暗示有时会影响我们的判断。

二次世界大战的时候，凶残的德军曾经对一个俘虏做过一个实验。他们把他绑起来，蒙上眼睛，告诉他要把他的血放光。然后在他的手腕处施加一点刺痛，再用水龙头一滴一滴地放水，发出不断的滴答的声音。

他们也许只是想捉弄他，但是想不到的是，过了一段时间，这个俘虏竟然真的死掉了！当然并没有任何致命的措施施加给他，那他为什么会死掉呢？

心理学家告诉我们，这是心理暗示发生的作用。所谓心理暗示，是指在无对抗的条件下，通过语言、行动、表情或某种特殊符号，对他人的心理和行为发生影响，使他人接受暗示者的某一观点、意见，或者按照被暗示的方式活动。

在这个事例中，德军给俘虏的暗示是：要把他的血放光。而



这个俘虏相信了他们的话,就是接受了暗示,就影响了自己的身体机能,导致自己死亡。

暗示施行起来是非常简单的。暗示者只要给一些现成的信息,使被暗示者无批判地接受,暗示就会发生作用。

暗示不需要讲道理,只靠直接的提示。比如美国有一种戒烟电话,当一个人烟瘾上来难以抑制时,就可以拨打它,然后就会听到难听的气喘声和咳嗽声。这就是在暗示你,如果不戒烟,下场也会是这样!这种暗示,往往比大堆的说教还要有效,也许是因为给人的感觉很直接吧。

那么,人为什么会接受别人的暗示呢?难道人们没有所谓的“主见”吗?

人格心理学家告诉我们,任何人做出判断,都是由人格中的“自我”部分,综合了个人需要和环境限制之后而做出。这样的决定和判断,我们称为“主见”。

一个“自我”比较发达、健康的人,是比较“有主见”的。但是,我们知道,人不是神,世上并没有万能的和完美的人,任何“自我”都不可能所有情况下都正确。这就导致了“完全有主见”的人是不存在的。正是“自我”在客观上的缺陷,为别人的影响和心理暗示,留出了空白,提供了机会。

当然我们对心理暗示不要一味地恐惧和排斥,因为心理暗示并不都是消极的,还有很多积极的。前面讲到的那个戒烟电话就是一个。另外,我们的古人也早已学会了这个方法。

《三国演义》中有一段“望梅止渴”的故事,讲曹操有一次率兵马长途跋涉,天气炎热,官兵们又累又渴,偏偏又找不到一口水井和一条溪水。于是曹操对士兵们说:“前面山上有一片梅林,马上就要吃上梅子了,到时就不渴了!”

梅子是酸的,人们一提到“酸”,因为条件反射的作用,就会分泌大量唾液,这样就可以暂时解渴。士兵们听到曹操说有梅



子,一下在嘴里分泌了许多唾液(当然他们自己意识不到),感到不那么渴了,也来了精神,不自觉地加快了脚步。

在这里,曹操就巧妙地使用了心理暗示。

在生活中,也有许多利用积极心理暗示的例子。比如一名运动员的成绩已经非常接近世界记录了,这时,他的教练在旁边轻轻暗示道:“你能行,你一定能得第一!”这一暗示,激发了他全部的潜能,使他发挥到最好,在比赛中真的得了第一。

其实积极的心理暗示,我们不必一定要等待别人给予我们,我们自己就可以给予自己很多这样的暗示。许多成功学家提到,人要有积极的心态,要善于自我激励就是这个意思。

如果你经常对自己说:“我能行,我是最好的!”就能调动起很大的能量。这就是自己暗示自己的作用。



定律 002

定势思维定律

人们在思维上有一种惯性，就是容易用过去的观念来衡量新的事物。

我们都知道大象是一种力量无比的动物，可是我们不知道的是，那样的庞然大物，只用一根细细的竹竿就可以把它拴住。世界上许多的驯象人都是这么做的。这是为什么呢？

原来，在象很小的时候，就被拴在上面，小象虽然拼命挣扎，却无力逃脱。最后它们只好放弃努力，并形成了一种观念：这竹竿是我无法挣脱的。渐渐地，象长大了，虽然它已经有很大的力量，别说是竹竿，就是一棵树也可能连根拔起，但他自己却不知道！它以为这根细细的竹竿仍然是他无法挣脱的，甚至连试都没有试一次。

这就是因为它小时候形成的印象，一直保持到长大，却没有通过尝试去发现已经变化了的情况。或者说，拴住大象的不是什



么竹竿,而是那种“我没法逃脱”的想法。这就是心理学上的“心理定势”,就是用过去形成的经验来衡量新的事物。

其实我们不应该笑话固步自封的大象,因为在生活中这样的人也不在少数。

在亚利桑那新开的一家印第安珠宝店里,女老板为一批脱不了手的绿松石珠宝发愁。当时正是旅游旺季,她的绿松石虽然价廉物美,却总也卖不掉。最后,在去外地进货的前一天晚上,她气急败坏地写了一张纸条给售货员,“此盒内物件,价钱乘以二分之一”。她打算亏本也要卖了。几天之后,她从外地回来,发现那批珠宝果然卖光了。但令她惊讶的是,不是以一半的价钱,而是以两倍的价钱卖掉的,因为售货员没有看清她写的字,以为“二分之一”是“二”!

为什么会发生这种现象呢?这也是心理定势在起作用。许多顾客都有这样的心理,认为价钱高的东西是好的,价钱低的东西是差的。顾客也许对这些宝石并不了解,而盲目地相信价钱高=质量高,而顾客也许正想买的就是高档货呢,所以宝石成功地卖了出去。

这也体现了人们的一种心理规律,就是人们在认知人或事时,总是根据自己以往的经验、知识、认识来判断,而在主观上有一定的定型。

当然定势思维并不总是让人“上当”,它首先具有积极的作用,就是帮助人们按类型来记忆事物,判断事物。头脑里积累一定的知识、经验,可以使我们在认识同一类新的事物时,更加省力,更加容易,不再需要长时间的摸索。

但是客观事物千差万别,情况又总是在变化,“老眼光看人”,凭“想当然”,有时也会出错,就是我们上面说的那些情况。定势思维还容易妨碍人们的创新。

日本的东芝电气公司1952年前后积压了大量的电扇卖不出



去,7万多名职工费尽心机,也想不出办法。有一天,一个小职员向董事长石坂提出了改变电扇颜色的建议。当时,全世界的电扇都是黑色的,而这个小职员建议把黑色改为浅色。公司采纳了这个建议,结果大获成功,而且从此以后,世界上的电扇就不再是一种颜色了。

这一设想,看似简单,其实突破定势思维并不像我们想象的那么容易。否则为什么那么多人都没有想到呢?在我们如今的生活里,也有很多定势的思维束缚住了我们,只是我们可能没有意识到。谁能突破定势思维,推陈出新,就更容易成为这个时代的赢家。



定律 003

晕环定律

人们在判断事物时,容易犯以点代面、以偏概全的错误。

有个成语叫做“爱屋及乌”,意思是如果我们喜欢某个人,连同他的屋子和栖歇在屋上的乌鸦也喜欢。谁都知道,乌鸦很丑,浑身漆黑,呱呱乱叫,一直被当作不祥之物。但是乌鸦怎么会讨人喜欢呢?就是因为对房子的主人太喜欢了,推及到他的房子不说,还推及到乌鸦身上!

这其实是一种认识的偏差,这种偏差在心理学上叫“晕环定律”。所谓晕环,是指太阳周围的一圈光晕,比喻扩大化的意思。晕环定律就是说,人们在判断其他事物时,容易犯以点代面、以偏概全的错误,就是由一个优点推及到所有优点,由一个缺点推及到所有缺点。

在生活中也经常会有这样的现象发生。比如有时候我们到



一家私人商店买东西，发现其中有一件商品质量低劣，价钱却高，可能会不高兴地说：“都是奸商，没有一个好东西，唯利是图！”

有时候我们与一位知识渊博的人谈话，即使对方说一些无聊的笑话，我们可能也会以为他是在含蓄地表达什么观点。

有时候青年恋人因为喜欢对方一个特点，就看对方什么都顺眼，最突出就是“情人眼里出西施”这种现象。

以上这几种现象的本质，都是我们看到对象的某个缺点或优点时，把它扩大化到对象的整体。

比如前面那个例子，以一个商人的表现推导出所有商人都不是“好东西”；第二个例子，由知识渊博者的身份，推导出他在任何时候都是有思想水平的；第三个例子，因为一个优点，扩展到整个人的魅力。

为什么我们会对已知的一个特点进行放大呢？这是因为我们在与事物接触时，想通过一种简单的方法就可以看到整体的情况。

比如当发现某个人在交往方面比较主动的，就会判断他是外向性格。而外向性格在我们心目中一般具有这样的特点：积极、快乐、比较随和又不固执，有活动能力等等。于是我们就判断对方是这样的人，并采取相应的方式与他交往。

当然这种以点代面的判断有时是正确的，可是错误的时候也不在少数，这是我们需要提防的。

当前社会中的年轻人在崇拜明星方面，几乎可以达到“爱屋及乌”的程度了。

一个明星，歌星，他（她）的可爱之处主要在于他（她）戏演的好，歌唱的好。而他们的“粉丝”，却把他们当成是无所不能，没有缺点的完人，当成人生的偶像来崇拜。

他们在演唱会上尖声叫喊，如醉如痴，为得一个签名排几个

