**仪征中学高三语文作文素材积累11——**

**生活中那些常见心理效应**

**1、罗密欧与朱丽叶效应**

     莎翁的名著《罗密欧与朱丽叶》的故事几乎人尽皆知：罗密欧与朱丽叶相爱，但由于双方世仇，他们的爱情遭到了极力阻碍。但压迫并没有使他们分手，反而使他们爱得更深，直到殉情。心理学把这种爱情中的人儿“越是艰险越向前”的现象称为“罗密欧与朱丽叶效应”，即，当出现干扰恋爱双方爱情关系的外在力量时，恋爱双方的情感反而会加强，恋爱关系也因此更加牢固。这是有关爱情的一种“怪”现象。

    认知失调理论很好地解释了这个颇具罗曼蒂克色彩的效应。当人们被迫做出某种选择时，人们对这种选择会产生高度的心理抗拒，而这种心态会促使人们做出相反的选择，并实际上增加对自己所选择对象的喜欢。因此，人们在选择恋爱对象时，由于人们对父母反对等恋爱阻力的心理抗拒作用，反而会使双方的感情更牢固。当这种恋爱阻力不存在时，双方却有可能分开。经历过重重阻力和生死考验的爱情，不一定能抵得住平凡生活的冲击。当爱情的阻力消失时，也许曾经苦恋的两个人反而失去了相爱的力量。

**2、从众心理**

     学者阿希曾进行过从众心理实验，结果在测试人群中仅有1/4~1/3的被试者没有发生过从众行为，保持了独立性。可见它是一种常见的心理现象。从众性是人们与独立性相对立的一种意志品质；从众性强的人缺乏主见，易受暗示，容易不加分析地接受别人意见并付诸实行。

     生活中有不少从众的人，也有一些专门利用人们从众心理来达到某种目的的人，某些商业广告就是利用人们的从众心理，把自己的商品炒热，从而达到目的。生活中也确有些震撼人心的大事会引起轰动效应，群众竞相传播、议论、参与。但也有许多情况是人为的宣传、渲染而引起大众关注的。常常是舆论一“炒”，人们就易跟着 “热”。广告宣传、新闻媒介报道本属平常之事，但有从众心理的人常就会跟着“凑热闹”。

     不加分析地“顺从”某种宣传效应，到随大流跟着众人走的“从众”行为，以至发展到“盲从”，这已经是不健康的心态了。多一些独立思考的精神，少一些盲目从众，以免上当受骗，方为健康的心理。

**3、晕轮效应**

     晕轮效应，又称“成见效应”，这种强烈知觉的品质或特点，就像月亮形式的光环一样，向周围弥漫、扩散，从而掩盖了其它品质或特点，所以就形象地称之为光环效应。

     有时候晕轮效应会对人际关系产生积极效应，比如你对人诚恳，那么即便你能力较差，别人对你也会非常信任，因为对方只看见你的诚恳。

     最典型的例子，就是当我们看到某个明星在媒体上爆出一些丑闻时总是很惊讶，而事实上我们心中这个明星的形象根本就是她在银幕或媒体上展现给我们的那圈“月晕”，它真实地人格我们是不得而知的，仅仅是推断的。

**4、马太效应**

     马太效应（Matthew Effect），是指好的愈好，坏的愈坏，多的愈多，少的愈少的一种现象。名字来自于《圣经·马太福音》中的一则寓言。在《圣经·新约》的“马太福音”第二十五章中有这么说道：“凡有的，还要加给他叫他多余；没有的，连他所有的也要夺过来。”

    1968年，美国科学史研究者罗伯特·莫顿（Robert K. Merton）提出这个术语用以概括一种社会心理现象：“相对于那些不知名的研究者，声名显赫的科学家通常得到更多的声望即使他们的成就是相似的，同样地，在同一个项目上，声誉通常给予那些已经出名的研究者，例如，一个奖项几乎总是授予最资深的研究者，即使所有工作都是一个研究生完成的。”

     罗伯特·莫顿归纳“马太效应”为：任何个体、群体或地区，一旦在某一个方面（如金钱、名誉、地位等）获得成功和进步，就会产生一种积累优势，就会有更多的机会取得更大的成功和进步。

此术语后为经济学界所借用，反映贫者愈贫，富者愈富，赢家通吃的经济学中收入分配不公的现象。

**5、安慰剂效应**

     安慰剂效应，又名伪药效应、假药效应、代设剂效应（英文：Placebo Effect，源自拉丁文placebo解“我将安慰”），指病人虽然获得无效的治疗，但却“预料”或“相信”治疗有效，而让病患症状得到舒缓的现象。有人认为这是一个值得注意的人类生理反应，但亦有人认为这是医学实验设计所产生的错觉。这个现象无论是否真的存在，科学家至令仍未能完全理解。

     安慰剂效应于1955年由毕阙博士 （Henry K. Beecher）提出，亦理解为“非特定效应” （non-specific effects）或受试者期望效应。

     一个性质完全相反的效应亦同时存在——反安慰剂效应 （Nocebo effect）：病人不相信治疗有效，可能会令病情恶化。反安慰剂效应（拉丁文nocebo解“我将伤害”）可以使用检测安慰剂效应相同的方法检测出来。例如一组服用无效药物的对照群组（control group），会出现病情恶化的现象。这个现象相信是由于接受药物的人士对于药物的效力抱有负面的态度，因而抵销了安慰剂效应，出现了反安慰剂效应。这个效应并不是由所服用的药物引起，而是基于病人心理上对康复的期望。

     医务人员可以利用安慰剂，以激发病人的安慰剂效应。当对某种药坚信不移时，就可增强该药物的治疗效果，提高医疗质量。当某种新药问世，评价其疗效价值时，要把药物的安慰剂效应估计进去。如果某种新药的疗效与安慰剂的疗效经双盲法试用后，相差不大，没有显著的差异时，这种新药的临床使用价值就不大。这也就是为什么一些新药刚刚问世时，人们往往把它们当作灵丹妙药，而经过一段时间的使用后，其热潮消失、身价下降的原因。安慰剂效应在药物使用过程中比比皆是，甚至如心绞痛这样严重的器质性疾病，使用安慰剂也有1/3以上的患者获得症状的改善，许多镇痛剂都具有明显的安慰剂效应。还有一些病人，在使用安慰剂时，也可出现恶心、头痛、头晕及嗜睡的药物副反应，这也属于安慰剂效应。

     使用安慰剂时容易出现相应的心理和生理效应的人，被称为安慰剂反应者。这种人的人格特点是：好与交往、有依赖性、易受暗示、自信心不足、好注意自身的各种生理变化和不适感、有疑病倾向和神经质。

     安慰剂效应是一种不稳定状态，可以随疾病的性质、病后的心理状态、不适或病感的程度和自我评价，以及医务人员的言行和环境医疗气氛的变化而变化。所以，就出现了安慰剂效应有时明显，有时不明显，或根本没有的现象。我们应当记住，在病人中安慰剂效应是较易出现的，大约有35%的躯体疾病病人和40%的精神病病人都会出现此种效应。也正由于病人有此心理特点，才使江湖医生和巫医术士得以有活动市场，施展其术。

**6、期望效应**

     期望效应又叫“皮格马利翁效应”，也叫“罗森尔塔效应”。这个效应源于古希腊一个美丽的传说。相传古希腊雕刻家皮格马利翁深深地爱上了自己用象牙雕刻的美丽少女，并希望少女能够变成活生生的真人。他的真挚的爱感动了爱神阿劳芙罗狄特，爱神赋予了少女雕像以生命，最终皮格马利翁与自己钟爱的少女结为伉俪。后来美国哈佛大学教授罗森林塔尔等人为首的许多心理学家进行一系列研究，实验证明，学生的智力发展与老师对其关注程度成正比关系。

     罗森塔尔和雅各布森认为，由他们提供的“假信息”最后出了“真效果”的主要原因，是“权威性的预测”引发了教师对这些学生的较高期望，就是这些教师的较高期望在8个月中发挥了神奇的暗示作用。这些学生在接受了教师渗透在教育教学过程中的积极信息之后，会按照教师所刻划的方向和水平来重新塑造自我形象，调整自己的角色意识与角色行为，从而产生了神奇的“期望效应”。

     其实，“罗森塔尔效应”是赏识教育的理论基础，其理论价值远远没有得到老师们的普遍重视。我想从这个期望效应中我们可以获得一点启示，那就是老师应给予学生更多的鼓励与期望，还应该把这种效应用于学生身上。老师要告诉学生，他们是世界上最聪明的一群人。让学生对自己增强自信心，对自己的人生前途更充满希望。在教学实际中，用对待聪明学生的态度方法对待你所有的学生，多给他们一些积极的期待，你的学生将会越来越聪明的。同时也给老师提个建议：凡是学生能自己办到的事，坚决不替代；课堂上能少讲的就少讲，能不讲的就不讲；把课堂时间还给学生，把学习的自由权交还给学生。那么，你还给学生的将是更美好的未来。

**7、霍桑效应**

     霍桑效应（Hawthorne Effect）或称霍索恩效应，起源于1924年至1933年间的一系列实验研究，其后，从1927年到1932年，乔治·埃尔顿·梅奥（George Elton Mayo）教授持续多年对霍桑实验结果进行研究、分析。霍桑一词源于用于实验的工厂，它是美国西部电气公司坐落在芝加哥的一间工厂的名称。实验最开始研究的是工作条件与生产效率之间的关系，包括外部环境影响条件（如照明强度、湿度）以及心理影响因素（如休息间隔、团队压力、工作时间、管理者的领导力）。

     由于受到额外的关注而引起绩效或努力上升的情况我们称之为“霍桑效应”。也就是所谓的“宣泄效应”。

     霍桑效应的发现来自一次失败的管理研究。美国芝加哥郊外的霍桑工厂，是一个制造电话交换机的工厂。这个工厂具有较完善的娱乐设施，医疗制度和养老金制度等，但员工们仍愤愤不平，生产状况也很不理想。为探求原因，1924年11月，美国国家研究委员会组织了一个由心理学家等各方面专家参加的研究小组，在该工厂开展了一系列的试验研究。这一系列试验研究的中心课题是生产效率与工作物质条件之间的关系。这一系列试验研究中有一个“谈话试验”，即用两年多的时间，专家们找工人个别谈话两万余人次，并规定在谈话过程中，要耐心倾听工人们对厂方的各种意见和不满，并做详细记录，对工人的不满意见不准反驳和训斥。

     这一“谈话试验”收到了意想不到的结果：霍桑工厂的产量大幅度提高。这是由于工人长期以来对工厂的各种管理制度和方法有诸多不满，无处发泄，“谈话试验”使他们的这些不满都发泄出来，从而感到心情舒畅，干劲倍增。社会心理学家将这种奇妙的现象称为“霍桑效应”。

**8、维特效应**

    所谓“维特效应”指的是两百年前德国大文豪歌德发表了一部小说，名叫《少年维特之烦恼》，该小说讲的是一个青年失恋而自杀的故事。小说发表后，造成极大的轰动，不但使歌德名声在欧洲大噪，而且在整个欧洲引发了模仿维特自杀的风潮，为此，好几个国家将《少年维特之烦恼》列为禁书。

    “维特效应”，从社会心理学角度分析，就像情绪上的“流感”。媒体对自杀新闻的大肆渲染对于一些徘徊在生死边缘的人具有强大的暗示、诱导性。比较典型的例子是，2003年4月1日，张国荣自杀事件发生后，媒体的报道连篇累牍、大肆渲染。结果从当天深夜到第二天凌晨9小时内，全香港有6名男女跳楼自杀，其中5人不治，当月香港共有131宗自杀身亡个案，较3月份增加32%。有几名死者留下遗书，清楚写明其自杀与张国荣轻生有关。

    在中国，每年约有25万人死于自杀，至少有100万人自杀未遂。自2000年以来，每年10万人中有22.2人自杀，每2分钟就有1人自杀、8人自杀未遂。可以说，如果每一起自杀都要报道的话，恐怕整张报纸都装不完。

    实际上近年来中国人自杀的比例越来越大，这当然跟中国社会转型期急剧变化，人们承受的精神和物质压力越来越大有直接的关系，自杀行为的增加，也不能全部怪罪于媒体。但是正如笔者前面所说的，媒体的自杀新闻与自杀行为的增加确实有不可回避的关联。仅仅出于敬畏生命的人道主义考虑，媒体也应该主动进行反思并警醒。

    社会可以关注自杀现象，但不应炒作自杀个案，或者把自杀“娱乐化”处理，而应该在报道中采访一些专家学者等，突出心理危机干预，从而启发公众对自杀背后社会问题的思考和讨论，避免类似事件再次发生。

**9、刻板效应**

    所谓刻板效应，又称刻板印象、社会定型，是指对某人或某一类人产生的一种比较固定的、类化的看法。是还没有进行实质性的交往，就对某一类人产生了一种不易改变的、笼统而简单的评价，这是我们认识他人时经常出现的现象。

    有些人总是习惯于把人进行机械的归类，把某个具体的人看作是某类人的典型代表，把对某类人的评价视为对某个人的评价，因而影响正确的判断。刻板印象常常是一种偏见，人们不仅对接触过的人会产生刻板印象，还会根据一些不是十分真实的间接资料对未接触过的人产生刻板印象，例如：老年人是保守的，年轻人是爱冲动的；北方人是豪爽的，南方人是善于经商的等等。

    刻板效应的表现多种多样。比如，有的领导者认为爱挑毛病的人一定是“刺儿头”，沉默寡言的人一定城府很深；活泼好动的人一定办事毛糙，性格内向的人一定老实听话；青年人单纯幼稚、容易冲动，老年人经验丰富、保守、稳重。此外，还有地域上的刻板印象。

**10、破窗效应**

    所谓“破窗效应”（Break Pane Law），是关于环境对人们心理造成暗示性或诱导性影响的一种认识。“破窗效应”理论是指：如果有人打坏了一幢建筑物的窗户玻璃，而这扇窗户又得不到及时的维修，别人就可能受到某些暗示性的纵容去打烂更多的窗户。

   美国斯坦福大学心理学家菲利普·辛巴杜（Philip Zimbardo）于1969年进行了一项实验，他找来两辆一模一样的汽车，把其中的一辆停在加州帕洛阿尔托的中产阶级社区，而另一辆停在相对杂乱的纽约布朗克斯区。停在布朗克斯的那辆，他把车牌摘掉，把顶棚打开，结果当天就被偷走了。而放在帕洛阿尔托的那一辆，一个星期也无人理睬。

    后来，辛巴杜用锤子把那辆车的玻璃敲了个大洞。结果呢，仅仅过了几个小时，它就不见了。以这项实验为基础，政治学家威尔逊和犯罪学家凯琳提出了一个“破窗效应”理论，认为：如果有人打坏窗户玻璃，而又得不到及时的维修，别人就可能去打烂更多的窗户。久而久之，这些破窗户就给人造成一种无序的感觉。结果在这种公众麻木不仁的氛围中，犯罪就会滋生、繁荣。

**11、瓦拉赫效应**

    奥托·瓦拉赫是诺贝尔化学奖获得者，他的成功过程极富传奇色彩。瓦拉赫在开始读中学时，父母为他选择了一条文学之路，不料一学期下来，教师为他写下了这样的评语：“瓦拉赫很用功。但过分拘泥，难以造就文学之材。”此后，父母又让他改学油画，可瓦拉赫既不善于构图，又不会润色，成绩全班倒数第一。面对如此“笨拙”的学生，绝大部分老师认为他成才无望，只有化学老师认为做事一丝不苟，具备做好化学实验的素质，建议他学化学，这下瓦拉赫智慧的火花一下子被点燃了，终于获得了成功。瓦拉赫的成功说明了这样一个道理：学生的智能发展是不均衡的，都有智慧的强点和弱点，他们一旦找到了发挥自己智慧的最佳点，使智能得到充分发挥，便可取得惊人的成绩。后人称这种现象为“瓦拉赫效应”。

**12、蝴蝶效应**

    1960年，美国麻省理工学院教授洛伦兹研究“长期天气预报”问题时，出现了疑难问题：她在计算机上用一组简化数据模拟天气的演变，原本是想利用计算机的高速运算来提高天气预报的准确性。但是，事与愿违，多次计算表明，初始条件的极微小差异，会导致错误的结论。心理情绪也是如此，有一组漫画显示，一个人在单位被领导训了一顿，心里很恼火，回家冲妻子发起了脾气，妻子无来由地被训，也很生气，就摔门而去。走在街上，一条宠物狗拦住了去路，“汪汪”狂吠，妻子更生气啦，就一脚踢过去，小狗受到踢打，狂奔路过一个老人面前，把老人吓了一跳。正巧这位老人有心脏病，被突然冲出的小狗一吓，当场心脏病发作，不治身亡。

    洛伦兹发现了微小差异导致的巨大反差，她用一个形象的比喻来表达这个发现，一只小小的蝴蝶在巴西上空振动翅膀，它煽动起来的小小漩涡与其他气流汇合，可能在一个月后的美国得克萨斯州会引起一场风暴——这就是混沌学中著名的“蝴蝶效应”。

    在对人力资源的管理中，人事管理工作者如果灵活运用人事心理效应，就能充分调动下属或人才的积极性，使人尽其才，才尽其能，从而使工作效能达到最优。

**13、责任分散效应**

    1964年3月13日夜3时20分，在美国纽约郊外某公寓前，一位叫朱诺比白的年轻女子在结束酒吧间工作回家的路上遇刺。当她绝望地喊叫："有人要杀人啦！救命！救命！"听到喊叫声，附近住户亮起了灯，打开了窗户，凶手吓跑了。当一切恢复平静后，凶手又返回作案。当她又喊叫时，附近的住户又打开了电灯，凶手又逃跑了。当她认为已经无事，回到自己家上楼时，凶手又一次出现在她面前，将她杀死在楼梯上。在这个过程中，尽管她大声呼救；她的邻居中至少有38位到窗前观看，但无一人来救她，甚至无一人打电话报警。这件时引起纽约社会的轰动，也引起了社会心理学工作者的重视和思考。人们把这种众多的旁观者见死不救的现象称为责任分散效应。

    对于责任分散效应形成的原因，心理学家进行了大量的实验和调查，结果发现：这种现象不能仅仅说是众人的冷酷无情，或道德日益沦丧的表现。因为在不同的场合，人们的援助行为确实是不同的。当一个人遇到紧急情境时，如果只有他一个人能提供帮助，他会清醒地意识到自己的责任，对受难者给予帮助。如果他见死不救会产生罪恶感、内疚感，这需要付出很高的心理代价。而如果有许多人在场的话，帮助求助者的责任就由大家来分担，造成责任分散，每个人分担的责任很少，旁观者甚至可能连他自己的那一份责任也意识不到，从而产生一种"我不去救，由别人去救"的心理，造成"集体冷漠"的局面。如何打破这种局面，这是心理学家正在研究的一个重要课题。

**14、“南风效应**”

    法国作家拉封丹曾写过一则寓言，讲的是北风和南风比威力，看谁能把行人身上的大衣脱掉。北风首先来一个冷风凛凛寒冷刺骨，结果行人为了抵御北风的侵袭，便把大衣裹得紧紧的。南风则徐徐吹动，顿时风和日丽，行人因为觉得很暖和，所以开始解开钮扣，继而脱掉大衣。结果很明显，南风获得了胜利。这就是“南风效应”这一社会心理学概念的出处。“南风效应”给人们的启示是：在处理人与人之间关系时，要特别注意讲究方法。北风和南风都要使行人脱掉大衣，但由于方法不一样，结果大相径庭。比如：有些同学与大家在一起时很凶很要强，一次、两次可能因为你很凶，要了别人强，占了上风，但不久你就会发现你已经失去了朋友。我们可以还看到，在与别人发生矛盾，各不相让，到最后往往是两败俱伤，想想如果学学“南风”两人平心静气地好好谈谈，结果是否会好许多呢?

**15、“酸葡萄”心理和“甜柠檬”**心理

    “酸葡萄”心理是指自己努力去做而得不到的东西就说是“酸”的，是不好的，这种方法可以缓解我们的一些压力。比如：别人有一样好东西，我没有，我很想要，但实际上我不可能得到。这时不妨利用“酸葡萄”心理，在心中努力找到那样东西不好的地方，说那样东西的“坏话”，克服自己不合理的需求。

    “甜柠檬”心理就是认为自己的柠檬就是甜的，“甜柠檬”是指自己所有而摆脱不掉的东西就是好的，要学会接纳自己。每个人都有自己的优点，都有自己的优势，每个人也都有自己的特点，千万不要轻易说自己这不好，那不如人，不妨试试“甜柠檬”心理学会接纳自己，逐渐增强自信。

**16、心理学中的巴纳姆效应**

    朋友一次问我世界上什么事最难。我说挣钱最难，他摇头。哥德巴赫猜想？他又摇头。我说我放弃，你告诉我吧。他神秘兮兮地说是认识你自己。的确，那些富于思想的哲学家们也都这么说。

    我是谁，我从哪里来，又要到哪里去，这些问题从古希腊开始，人们就开始问自己，然而都没有得出令人满意的结果。然而，即便如此，人从来没有停止过对自我的追寻。正因为如此，人常常迷失在自我当中，很容易受到周围信息的暗示，并把他人的言行作为自己行动的参照，从众心理便是典型的证明。

   其实，人在生活中无时无刻不受到他人的影响和暗示。比如，在公共汽车上，你会发现这样一种现象：一个人张大嘴打了个哈欠，他周围会有几个人也忍不住打起了哈欠。有些人不打哈欠是因为他们受暗示性不强。哪些人受暗示性强呢？可以通过一个简单的测试检查出来。

    让一个人水平伸出双手，掌心朝上，闭上双眼。告诉他现在他的左手上系了一个氢气球，并且不断向上飘；他的右手上绑了一块大石头，向下坠。三分钟以后，看他双手之间的差距，距离越大，则暗示性越强。

    认识自己，心理学上叫自我知觉，是个人了解自己的过程。在这个过程中，人更容易受到来自外界信息的暗示，从而出现自我知觉的偏差。

    在日常生活中，人既不可能每时每刻去反省自己，也不可能总把自己放在局外人的地位来观察自己。正因为如此，个人便借助外界信息来认识自己。个人在认识自我时很容易受外界信息的暗示，从而常常不能正确地知觉自己。

    心理学的研究揭示，人很容易相信一个笼统的、一般性的人格描述特别适合他。即使这种描述十分空洞，他仍然认为反映了自己的人格面貌。曾经有心理学家用一段笼统的、几乎适用于任何人的话让大学生判断是否适合自己，结果，绝大多数大学生认为这段话将自己刻画得细致入微、准确至极。下面一段话是心理学家使用的材料，你觉得是否也适合你呢？

    “你很需要别人喜欢并尊重你。你有自我批判的倾向。你有许多可以成为你优势的能力没有发挥出来，同时你也有一些缺点，不过你一般可以克服它们。你与异性交往有些困难，尽管外表上显得很从容，其实你内心焦急不安。你有时怀疑自己所做的决定或所做的事是否正确。你喜欢生活有些变化，厌恶被人限制。你以自己能独立思考而自豪，别人的建议如果没有充分的证据你不会接受。你认为在别人面前过于坦率地表露自己是不明智的。你有时外向、亲切、好交际，而有时则内向、谨慎、沉默。你的有些抱负往往很不现实。”

    这其实是一顶套在谁头上都合适的帽子。

    一位名叫肖曼.巴纳姆的著名杂技师在评价自己的表演时说，他之所以很受欢迎是因为节目中包含了每个人都喜欢的成分，所以他使得“每一分钟都有人上当受骗”。人们常常认为一种笼统的、一般性的人格描述十分准确地揭示了自己的特点，心理学上将这种倾向称为“巴纳姆效应”。

    有位心理学家给一群人做完明尼苏打多相人格检查表（MMPI）后，拿出两份结果让参加者判断哪一份是自己的结果。事实上，一份是参加者自己的结果，另一份是多数人的回答平均起来的结果。参加者竟然认为后者更准确地表达了自己的人格特征。

    巴纳姆效应在生活中十分普遍。拿算命来说，很多人请教过算命先生后都认为算命先生说的“很准”。其实，那些求助算命的人本身就有易受暗示的特点。当人的情绪处于低落、失意的时候，对生活失去控制感，于是，安全感也受到影响。一个缺乏安全感的人，心理的依赖性也大大增强，受暗示性就比平时更强了。加上算命先生善于揣摩人的内心感受，稍微能够理解求助者的感受，求助者立刻会感到一种精神安慰。算命先生接下来再说一段一般的、无关痛痒的话便会使求助者深信不疑。

**17、迁移效应**

    在学习心理学中，先行学习对后继学习的影响，称为“迁移效应”。它有三种效应方式：

    先行学习A促进了后继学习B的效应，称为正效应；先行学习A干扰和阻碍了后继学习B的效应，称为负效应；先行学习A促进了后继学习B无任何影响，称为零效应。

    在日常生活和学习中，不注意有关迁移条件产生的条件，就会发生不必要的迁移现象，如，日本司机在美国开车，常发生困难，甚至出现车祸。这主要是因为在日本是“车左、人右”，而在美国却恰好相反。当然，如果运用好迁移效应就可能产生下面的效果。如，在棒球队员中选拨出高尔夫球的集训队员；让会英语的人去突击学习法语、德语、西班牙语一般都有会取得较为理想的效果。

这一理论给学习的启示是：

一是要注意发现概念、原理的相同、相通之处。

二是注重学习方法的总结，即在学习过程中注意掌握那些具有规律性的解决问题的方式方法。

三是要广泛地积累各方面的学习经验。

四是要注意防止在学习过程中，尤其是在解决问题的过程中产生定势。

**18、糖果效应**

    萨勒通过实验得出的“糖果效应”这个概念。

    萨勒对一群都是4岁的孩子说：“桌上放2块糖，如果你能坚持20分钟，等我买完东西回来，这两块糖就给你。但你若不能等这么长时间，就只能得一块，现在就能得一块！”这对4岁的孩子来说，很难选择——孩子都想得2块糖，但又不想为此熬20分钟；而要想马上吃到嘴，又只能吃一块。

    实验结果：2 / 3的孩子选择宁愿等20分钟得2块糖。当然，他们很难控制自己的欲望，不少孩子只好；把眼睛闭起来傻等，以防受糖的诱惑，或者用双臂抱头，不看糖或唱歌、跳舞。还有的孩子干脆躺下睡觉——为了熬过20分钟！1 / 3的孩子选择现在就吃一块糖。实验者一走，1秒钟内他们就把那块糖塞到嘴里了。

    经12年的追踪，凡熬过20分钟的孩子（已是16岁了），都有较强的自制能力，自我肯定，充满信心，处理问题的能力强，坚强，乐于接受挑战；而选择吃1块糖的孩子（也已16岁了），则表现为犹豫不定、多疑、妒忌、神经质、好惹是非、任性，顶不住挫折，自尊心易受伤害。

    这种从小时候的自控、判断、自信的小实验中能预测出他长大后个性的效应，就叫糖果效应。

**19、超限效应**

    鲁迅先生曾于1927年在《无声的中国》一文中写下了这样一段文字："中国人的性情总是喜欢调和、折中的，譬如你说，这屋子太暗，说在这里开一个天窗，大家一定是不允许的，但如果你主张拆掉屋顶，他们就会来调和，愿意开天窗了。”这种先提出很大的要求，接着提出较小较少的要求，在心理学上被称为"拆屋效应"。虽然这一效应在XXXXX生活中多见，但也有不少学生学会了这些。如有的学生犯了错误后离家出走，班主任很着急，过了几天学生安全回来后，班主任反倒不再过多地去追究学生的错误了。实际上在这里，离家出走相当于"拆屋"，犯了错误相当于"开天窗"，用的就是拆屋效应。因此，班主任在教育学生的过程中，教育方法一定要恰当，能被学生所接受，同时，对学生的不合理要求或不良的行为绝不能迁就，特别要注意不能让学生在这些方面养成与班主任讨价还价的习惯。25超限效应著名作家马克·吐温有一次在教堂里听牧师演讲。最初，他觉得牧师讲得很好，使人感动，就准备捐款，并掏出自己的所有钱。过了十分钟后，牧师还没有讲完，他有些不耐烦了，决定只捐一些零钱。又过了十分钟，牧师还没有讲完，他于是决定一分钱也不捐。到牧师终于结束了长篇的演讲开始募捐时，马克·吐温由于气愤，不仅未捐钱，相反。还从盘子里偷了二元钱。这个故事告诉我们，刺激过多、过强或作用时间过久，会引起极不耐烦或逆反的心理现象，心理学上称之为"超限效应"。这个效应启示我们，在批评或表扬学生时，应掌握一个"度"。"不及"固然达不到既定的目标，但"过度"又会产生超限效应，非但起不到应有的效果，甚至会出现一些反作用。

**20、过度理由效应**

    “过度理由效应”很容易发生在过分讲究“1”和“0”角色分配的情侣身上。经常有一方抱怨自己的BF不懂得付出，只是一味地索取，而对方则不以为然地觉得这是作为“老公”应该尽的责任。究其原因，正是在于两人的关系长期只是陷于单一的流向。一开始，作为“老公”的一方确立了自己“1”的角色以后，为了显示自己男人的宽大肩膀用心呵护自己的爱人，不断地从各个层面的付出，另一方则拼命地体现出自己的“小鸟依人”感。久而久之，“过度理由效应”便产生了作用，两人不自觉地将情侣关系的定位留于浅表的“施予和获得”这个利益层面的原因，而忽视了深层次的感情交流、生活适应和个性融合等等方面。最后，索取的一方的直接欲望越来越膨胀，而付出的一方往往到最后变得疲惫不堪。到分手时，一个会觉得对方自私自利、只为了得到好处而和自己在一起，另一个却会一味地指责对方根本不爱自己或者另有他欢才不再对自己付出。可以看出，“过度理由效应”常常更多在缺心眼的人身上体现。就像那个抛弃了原来的BF而毅然转投日本男人怀抱的男孩一样。若非看重了表面的外貌、长相等因素吸引，他也不可能做出如此重大的抉择，丝毫不考虑真的东渡日本以后其他种种更为重要的后果。所以，单纯的付出虽然能够暂时保持表面上的火热与紧密，但这同时也意味着分崩离析的前奏。一旦这种付出由于对方与日俱增的欲望而无法维继时，那就预示着悲剧的上演，因为让对方得以相信那个能维系两人关系的表面理由已不复存在了。

    在日常生活中我们常有这样的体验：亲朋好友帮助我们，我们不觉得奇怪，因为“他是我的亲戚”、“他是我的朋友”，理所当然他们会帮助我们；但是如果一个陌生人向我们伸出援手，我们却会认为“这个人乐于助人”。同样，在家庭生活中，妻子和丈夫常常无视对方为自己所做的一切，因为“这是责任”、“这是义务”，而不是因为“爱”和“关心”；一旦外人对自己做出类似行为，则会认为这是“关心”，是“爱的表示”。

    为什么会有这么大的区别呢？这就是由于社会心理学上所说的“过度理由效应”。每个人都力图使自己和别人的行为看起来合理，因而总是为行为寻找原因，一旦找到足够的原因，人们就很少再继续找下去，而且，在寻找原因时，总是先找那些显而易见的外在原因，因此，如果外部原因足以对行为做出解释时，人们一般就不再去寻找内部的原因了。

    有这样一个有趣的故事：一位老人在一个小乡村里休养，但附近却住着一些十分顽皮的孩子，他们天天互相追逐打闹，喧哗的吵闹声使老人无法好好休息，在屡禁不止的情况下，老人想出了一个办法。他把孩子们都叫到一起，告诉他们谁叫的声音越大，谁得到的报酬就越多，他每次都根据孩子们吵闹的情况给予不同的奖励。到孩子们已经习惯于获取奖励的时候，老人开始逐渐减少所给的奖励，最后无论孩子们怎么吵，老人一分钱也不给。

    结果，孩子们认为受到的待遇越来越不公正，认为“不给钱了谁还给你叫”，再也不到老人所住的房子附近大声吵闹。

    行为如果只用外在理由来解释，那么，一旦外在理由不再存在，这种行为也将趋于终止，因此，如果我们希望某种行为得以保持，就不要给它足够的外部理由。

    公司老板如果希望自己的职员努力工作，就不要给予职员太多的物质奖励，而要让职员认为他自己勤奋、上进，喜欢这份工作，喜欢这家公司；希望孩子努力学习的家长，也不能用太多的金钱和奖品去奖励孩子的好成绩，而要让孩子觉得自己喜欢学习，学习是有趣的事。

**21、蝴蝶效应:**

上个世纪70年代，美国一个名叫洛伦兹的气象学家在解释空气系统理论时说，亚马逊雨林一只蝴蝶翅膀偶尔振动，也许两周后就会引起美国得克萨斯州的一场龙卷风。

蝴蝶效应是说，初始条件十分微小的变化经过不断放大，对其未来状态会造成极其巨大的差别。有些小事可以糊涂，有些小事如经系统放大，则对一个组织、一个国家来说是很重要的，就不能糊涂。

**22、青蛙现象：**

把一只青蛙直接放进热水锅里，由于它对不良环境的反应十分敏感，就会迅速跳出锅外。如果把一个青蛙放进冷水锅里，慢慢地加温，青蛙并不会立即跳出锅外，水温逐渐提高的最终结局是青蛙被煮死了，因为等水温高到青蛙无法忍受时，它已经来不及、或者说是没有能力跳出锅外了。

青蛙现象告诉我们，一些突变事件，往往容易引起人们的警觉，而易致人于死地的却是在自我感觉良好的情况下，对实际情况的逐渐恶化，没有清醒的察觉。

**23、鳄鱼法则：**

其原意是假定一只鳄鱼咬住你的脚，如果你用手去试图挣脱你的脚，鳄鱼便会同时咬住你的脚与手。你愈挣扎，就被咬住得越多。所以，万一鳄鱼咬住你的脚，你唯一的办法就是牺牲一只脚。

譬如在股市中，鳄鱼法则就是：当你发现自己的交易背离了市场的方向，必须立即止损，不得有任何延误，不得存有任何侥幸。

**24、鲇鱼效应：**

以前，沙丁鱼在运输过程中成活率很低。后有人发现，若在沙丁鱼中放一条鲇鱼，情况却有所改观，成活率会大大提高。这是何故呢?

原来鲇鱼在到了一个陌生的环境后，就会“性情急躁”，四处乱游，这对于大量好静的沙丁鱼来说，无疑起到了搅拌作用;而沙丁鱼发现多了这样一个“异已分子”，自然也很紧张，加速游动。这样沙丁鱼缺氧的问题就迎刃而解了，沙丁鱼也就不会死了。

**25、羊群效应：**

头羊往哪里走，后面的羊就跟着往哪里走。

羊群效应最早是股票投资中的一个术语，主要是指投资者在交易过程中存在学习与模仿现象，“有样学样”，盲目效仿别人，从而导致他们在某段时期内买卖相同的股票。

**26、刺猬法则：**

两只困倦的刺猬，由于寒冷而拥在一起。可因为各自身上都长着刺，于是它们离开了一段距离，但又冷得受不了，于是凑到一起。几经折腾，两只刺猬终于找到一个合适的距离：既能互相获得对方的温暖而又不至于被扎。

刺猬法则主要是指人际交往中的“心理距离效应”。

**27、手表定律：**

手表定律是指一个人有一只表时，可以知道现在是几点钟，而当他同时拥有两只时却无法确定。两只表并不能告诉一个人更准确的时间，反而会使看表的人失去对准确时间的信心。

手表定律在企业管理方面给我们一种非常直观的启发，就是对同一个人或同一个组织不能同时采用两种不同的方法，不能同时设置两个不同的目标，甚至每一个人不能由两个人来同时指挥，否则将使这个企业或者个人无所适从。

**28、破窗理论：**

一个房子如果窗户破了，没有人去修补，隔不久，其它的窗户也会莫名其妙地被人打破;一面墙，如果出现一些涂鸦没有被清洗掉，很快的，墙上就布满了乱七八糟、不堪入目的东西;一个很干净的地方，人们不好意思丢垃圾，但是一旦地上有垃圾出现之后，人就会毫不犹疑地抛，丝毫不觉羞愧。

**29、二八定律(巴莱多定律)：**

19世纪末20世纪初意大利的经济学家巴莱多认为，在任何一组东西中，最重要的只占其中一小部分，约20%，其余80%尽管是多数，却是次要的。

社会约80%的财富集中在20%的人手里，而80%的人只拥有20%的社会财富。这种统计的不平衡性在社会、经济及生活中无处不在，这就是二八法则。

二八法则告诉我们，不要平均地分析、处理和看待问题，企业经营和管理中要抓住关键的少数;要找出那些能给企业带来80%利润、总量却仅占20%的关键客户，加强服务，达到事半功倍的效果;企业领导人要对工作认真分类分析，要把主要精力花在解决主要问题、抓主要项目上。

1. **木桶理论：**

组成木桶的木板如果长短不齐，那么木桶的盛水量不是取决于最长的那一块木板，而是取决于最短的那一块木板。

1. **马太效应：**

《圣经马太福音》中有一句名言：“凡有的，还要加给他，叫他有余;没有的，连他所有的，也要夺过来。”社会学家从中引申出了“马太效应”这一概念，用以描述社会生活领域中普遍存在的两极分化现象。