

附录二：知识储备——常见的心理效应

心理学作为一门研究心理现象和规律的科学，在现代社会中具有越来越重要的作用。人类的心理活动深刻地影响着人们的行为，而从中归纳出的一些心理效应，则是心理学的精华。如何在教育实践中发现、利用、总结心理效应，是每一位班主任的必修课。了解心理效应有助于教师了解学生、帮助学生寻找适合自身的学习方法、帮助教师预测并及时干预学生以及帮助教师自身成长。以下列举德育工作中较为常见的心理效应。

专题一：教育学中的心理效应

1、门槛效应

门槛效应或登门槛效应（Foot In The Door Effect）又称得寸进尺效应，是指一个人一旦接受了他人的一个微不足道的要求，为了避免认知上的不协调，或想给他人以前后一致的印象，就有可能接受更大的要求。这种现象，犹如登门坎时要一级台阶、一级台阶地登，这样能更容易更顺利地登上高处。

心理学家认为，在一般情况下，人们都不愿接受较高较难的要求，因为它费时费力又难以成功，相反，人们却乐于接受较小的、较易完成的要求，在实现了较小的要求后，人们才慢慢地接受较大的要求，这就是“登门坎效应”对人的影响。

2、期望效应（或称“皮格马利翁效应”或“罗森塔尔效应”）

教师期望效应(effect of teachers' expectation)亦称“皮格马利翁效应”

(Pygmalion effect)、“罗森塔尔效应”。教师对学生的美好期望能戏剧性地收到预期效果的现象。体现在课堂教学中，教师对学生寄予的较高期望能转化为教师的教学行为，通过教师对被寄予期望的学生的相互作用，学生的行为表现和智力会朝着教师期望的方向发展。

教师期望效应的相关研究以自我应验预言为基础。自我应验预言是指在有目的的情境中，个人的期望常常在自己以后的行为中得到应验，即自己事先期望什么，事后就将得到什么，自己的行为验证了自己的预言。为证实课堂中的自我应验预言，美国哈佛大学心理学教授罗森塔尔 1964 年在奥克小学进行对比实验。实验人员将实验学校 20% 的学生随机指定为学业上的“激增者”，预期他们未来有很快的发展。“激增者”的名单告诉教师，但不告诉学生及其家长。经过一学年的教学，复测结果表明，实验组学生的 IQ 分数发生明显提升变化。该实验证实，课堂上存在教师的“自我应验预言”。罗森塔尔称这种由教师预期引起的学生智力变化为“皮格马利翁效应”。

3、空白效应

“空白效应”是关于艺术作品审美欣赏的概念。它指的是作品留给读者想象和再创造的空间，读者可以凭借自身的文化素养，展开思维羽翼去思考，从而获得对作品更深层次的理解和把握。一幅画如能适当地留下不着色彩的空白，会收到恰是未曾着墨处，烟波浩渺满目的艺术效果；诗歌语言的跳跃，电影艺术的空镜头，也都能收到此时无声胜有声的艺术感染力。广告空白可以归属于广义的背景，虽然它不直接装载广告信息，但它所具有的“回旋余地”有很强的审美促销作用。在具体运用中，广告空白通过语言组合、构图形状和刊播方式表现出来。这些都是空白效应。

4、光环效应（或称“晕轮效应”）

光环效应又称晕轮效应，它是一种影响人际知觉的因素。这种爱屋及乌的强烈知觉的品质或特点，就像月晕的光环一样，向周围弥漫、扩散，所以人们就形象地称这一心理效应为光环效应。和光环效应相反的是恶魔效应。即对人的某一品质，或对物品的某一特性有坏的印象，会使人对这个人的其他品质，或这一物品的其他特性的评价偏低。名人效应是一种典型的光环效应。不难发现，拍广告片的多数是那些有名的歌星、影星，而很少见到那些名不见经传的小人物。因为明星推出的商品更容易得到大家的认同。一个作家一旦出名，以前压在箱子底的稿件全然不愁发表，所有著作都不愁销售，这都是光环效应的作用。

5、首因效应

首因效应由美国心理学家洛钦斯首先提出的，也叫首次效应、优先效应或第一印象效应，指交往双方形成的第一次印象对今后交往关系的影响，也即是“先入为主”带来的效果，人际交往中第一印象至关重要。虽然这些第一印象并非总是正确的，但却是最鲜明、最牢固的，并且决定着以后双方交往的进程。

开学迎接新生就是运用首因效应的好机会。当我们管理好了第一印象，就能有效地利用首因效应，将更多积极的信息传递给学生，继而潜移默化地影响他们地整个学生时代生活。

6、近因效应

近因效应是指最新出现的刺激物促使印象形成的心理效果。1957年，心理学家A·卢琴斯根据实验首次提出。实验证明，在有两个或两个以上意义不同的刺激物依次出现的场合，印象形成的决定因素是后来新出现的刺激物。例如介绍一个人，前面先讲他的优点，接着“但是”，讲了许多缺点，那么后面的话对印象

形成产生的效果就属于近因效应。

专题二：师生沟通中的心理效应

1、暗示效应

暗示效应是指在不对抗的条件下，用含蓄、抽象诱导的间接方法对人们的心理和行为产生影响，从而诱导人们按照一定的方式去行动或接受一定的意见，使其思想、行为与暗示者期望的目标相符合。一般说来，儿童比成人更容易接受暗示。管理中常用的是语言暗示，如班主任在集体场合对好的行为进行表扬，就是对其他同学起到暗示作用。也可以使用手势、眼色、击桌、停顿、提高音量或放低音量等等。有经验的班主任还常常针对学生的某一缺点和错误，选择适当的电影、电视、文学作品等同学生边看边议论，或给学生讲一些有针对性的故事，都能产生较好的效果。

2、自己人效应

在人际交往中，如果双方关系良好，一方就更容易接受另一方的某些观点、立场，甚至对对方提出的难为情的要求，也不大容易拒绝。这在心理学上叫做“自己人效应”。例如，同样一个观点，如果是自己喜欢的人说的，接受起来就比较快和容易。如果是自己讨厌的人说的，就可能本能地加以抵制。有道是：“是自己人，什么都好说；不是自己人，一切按规矩来。”

3、南风效应

南风效应(South Wind Law)也叫做“南风法则”或“温暖法则”，它来源于法国作家拉·封丹写的这则寓言。它告诉我们：温暖胜于严寒。运用到管理实践中，南风法则要求管理者要尊重和关心下属，时刻以下属为本，多点“人情味”，

多注意解决下属日常生活中的实际困难，使下属真正感受到管理者给予的温暖。这样，下属出于感激就会更加努力积极地为工作，维护企业利益。

“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，但由于同一目标，但方法不一样，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。我们还可以看到，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？

4、禁果效应

心理学中把“不禁不为”、“愈禁愈为”的逆反心理现象称之为“潘多拉效应”或“禁果效应”。潘多拉效应的心理实质是好奇心和逆反心理在起作用。潘多拉效应告诉我们：要求人们做什么或不做什么，必须有相对充分的理由。

多拉效应告诉我们：要求人们做什么或不做什么，必须有相对充分的理由。倘若宙斯给潘多拉盒子时，告诉她盒子里装的是人类的罪恶，想必潘多拉是不会打开盒子的，反之，倘若不加令人信服的说明和解释，或说明和解释不能为人们所领会，只是简单地“禁止”，那么，禁止的结果必然引起人们各种各样的疑虑、揣度、猜测，并为探究为什么不许做而跨越禁区。结果人们偏偏要犯禁。

5、淬火效应

淬火，原意是指金属工件加热到一定温度后，浸入冷却剂（油、水等）中，经过冷却处理，使工件的性能更好、更稳定，心理学上引申了这个定义，成为“淬火效应”。教育上也会有类似的现象，被称之为“冷处理”。对于那些长期受到表扬有些张扬的学生，不妨设置一点小小的障碍，施以挫折教育，几经锤炼，使

其心理更趋于成熟，心理承受能力更强；对于麻烦事或已经激化的矛盾，不妨采用“冷处理”，放一段时间，思考会更周全，办法会更稳妥。

专题三：班级管理中的心理效应

1、奖惩效应

惩罚时用语要得体、适度、就事论事，使学生明白为什么受罚和怎样改过。同时还应注意的是奖惩的频率，从心理学的研究结果看，当奖惩的比例为 5：1 时往往效果最好。奖励和惩罚是对学生行为的外部强化或弱化的手段，它通过影响学生的自身评价，能对学生的心理产生重大影响，由奖惩所带来的。

心理学实验证明，表扬、鼓励 and 信任，往往能激发一个人的自尊心和上进心。但奖励学生的原则应是精神奖励重于物质奖励，否则易造成“为钱而学”、“为班主任而学”的心态。同时奖励要抓住时机，掌握分寸，不断升华。当然“没有惩罚就没有教育”，必要的惩罚是控制学生行为的有效信号。

惩罚时用语要得体、适度、就事论事，使学生明白为什么受罚和怎么改过。同时还应注意的是奖惩的频率，从心理学的研究结果看，奖惩的比例为 5:1 时往往效果最好。

2、刻板效应

刻板效应，又称刻板印象，是指对事物形成的一般看法和个人评价，认为某种事物应该具有其特定的属性，而忽视事物的个体差异。也是由社会按性别、种族、年龄或职业等分类而形成的固定印象。刻板印象虽然可以在一定范围内进行判断，不用探索信息，迅速洞悉概况，节省时间与精力，但是往往可能会形成偏见，忽略个体差异性，人们往往把某个具体的人或事看作是某类人或事的典

型代表，把对某类人或事的评价视为对某个人或事的评价，因而影响正确的判断，若不及时纠正进一步发展或可扭曲为歧视。

3、鲶鱼效应

挪威人喜欢吃沙丁鱼，尤其是活鱼。市场上活鱼的价格要比死鱼高许多，所以渔民总是千方百计想办法带活沙丁鱼回港。虽经种种努力，可大部分沙丁鱼还是会在中途窒息而死。后来，有人在装沙丁鱼的鱼槽里放进了一条以鱼为主要食物的鲶鱼。沙丁鱼见了鲶鱼四处躲避，这样一来缺氧的问题得到解决，大多数活蹦乱跳地回到了渔港。这就是著名的“鲶鱼效应”。

鲶鱼效应是指鲶鱼在搅动小鱼生存环境的同时，也激活了小鱼的求生能力。鲶鱼效应是采取一种手段或措施，刺激一些企业活跃起来投入到市场中积极参与竞争，从而激活市场中的同行业企业。

4、超限效应

马克·吐温听牧师演讲时，最初感觉牧师讲得好，打算捐款；10分钟后，牧师还没讲完，他不耐烦了，决定只捐些零钱；又过了10分钟，牧师还没有讲完，他决定不捐了。在牧师终于结束演讲开始募捐时，过于气愤的马克·吐温不仅分文未捐，还从盘子里偷了2元钱。而这种由于刺激过多或作用时间过久，而引起逆反心理的现象，就是“超限效应”。

超限效应是指刺激过多、过强或作用时间过久，从而引起心理极不耐烦或逆反的心理现象。

4、破窗效应

破窗效应认为环境中的不良现象如果被放任存在，会诱使人们仿效，甚至变本加厉。以一幢有少许破窗的建筑为例，如果那些窗不被修理好，可能将会有破

坏者破坏更多的窗户。最终他们甚至会闯入建筑内，如果发现无人居住，也许就在那里定居或者纵火。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；一条人行道有些许纸屑，不久后就会有更多垃圾，最终人们会视若理所当然地将垃圾顺手丢弃在地上。这个现象，就是犯罪心理学中的破窗效应。

在日常管理中，班主任也要防止班级出现第一块“破窗”。可以说，学生管理环环相扣，班主任不仅要有抓大放小的意识，也要做到“心中有尺、眼里有事”，从卫生、考勤、仪表、言行、纪律等仿麦呢细节入手，心明眼亮，不放过每一个问题，抓住第一块“破窗”。及时修缮，避免班级出现滑坡、雪崩。

5、责任分散效应

旁观者效应也称为责任分散效应，是指对某一件事来说，如果是单个个体被要求单独完成任务，责任感就会很强，会作出积极的反应。但如果是要求一个群体共同完成任务，群体中的每个个体的责任感就会很弱，面对困难或遇到责任往往会退缩。因为前者独立承担责任，后者期望别人多承担点儿责任。“责任分散”的实质就是人多不负责，责任不落实。

社会心理学家拉塔尼和达利（1970）发现当有其他的旁观者在场时，会显著的降低人们介入紧急情况的可能性。自1980年以来，有60多个实验研究比较了独自一人或与他人在一起时的亲社会行为表现，结果发现，大约有90%的实验都证明独自一人时更可能提供帮助。研究还发现，在场人数越多，受害者得到帮助的可能性越小。

6、蝴蝶效应

蝴蝶效应（The Butterfly Effect）是指在一个动力系统中，初始条件下微

小的变化能带动整个系统的长期的巨大的连锁反应。它是一种混沌现象，说明了任何事物发展均存在定数与变数，事物在发展过程中其发展轨迹有规律可循，同时也存在不可测的“变数”，往往还会适得其反，一个微小的变化能影响事物的发展，证实了事物的发展具有复杂性。

蝴蝶效应在社会学界用来说明：一个微小的机制，如果不加以及时地引导、调节，可能会给社会带来非常大的危害，戏称为“龙卷风”或“风暴”；一个微小的机制，只要正确指引，经过一段时间的努力，将有可能会产生轰动效应，或称为“革命”。蝴蝶效应在心理学方面的应用：蝴蝶效应指一件表面上看来毫无关系、非常微小的事情，可能带来巨大的改变。此效应说明，事物发展的结果，对初始条件具有极为敏感的依赖性，初始条件的极小偏差，将会引起结果的极大差异。

7、木桶效应

木桶定律是讲一只水桶能装多少水取决于它最短的那块木板。一只木桶想盛满水，必须每块木板都一样平齐且无破损，如果这只桶的木板中有一块不齐或者某块木板下面有破洞，这只桶就无法盛满水。一只木桶能盛多少水，并不取决于最长的那块木板，而是取决于最短的那块木板。也可称为短板效应。任何一个组织，可能面临的一个共同问题，即构成组织的各个部分往往是优劣不齐的，而劣势部分往往决定整个组织的水平。因此，整个社会与我们每个人都应思考一下自己的“短板”，并尽早补足它。

专题四：家校沟通中的心理效应

1、链状效应

有一句俗语是“近朱者赤近墨者黑”，在心理学上这种现象被称为“链状效应”，它是指人在成长中的相互影响以及环境对人的影响。

这种效应在教育中表现得尤为明显。我经常发现，一个孩子的家庭中，如果父亲是一个不三不四的人，往往孩子也会成为他的继承者，品行不端，举止粗野，学习落后。就学生的链状效应看不是单方面的，既表现在思想品德方面的互相感染，也在个性、情绪、兴趣、能力等方面发生综合影响。一个学生在接受教育的过程中，同学之间的相互影响，在一定程度上，超过教师对学生的影响。

2、情绪效应

情绪效应又称情感效应 (Emotional Effects) 所谓情绪效应是指一个人的情绪状态可以影响到对某一个人今后的评价。尤其是在第一印象形成过程中，主体的情绪状态更具有十分重要的作用，第一次接触时主体的喜怒哀乐对于对方关系的建立或是对于对方的评价，可以产生不可思议的差异。与此同时，交往双方可以产生“情绪传染”的心理效果。主体情绪不正常，也可以引起对方不良态度的反映，就影响良好人际关系的建立。因此，管理者在对被管理者做思想政治工作时，一定要注意被管理者的情绪，双方在平等和睦的气氛中交谈，这样才能收到良好的管理效果。

3、威尔德效应

威尔德效应是由英国管理学家威尔德提出，他认为有效的沟通始于倾听，终于回答。一个人只有认真倾听别人的话，才可以实现有效沟通。要实现教育的理想目标，教师就必须学会倾听，不仅要做一个忠实的听众，更要做一个仁者，要拥有宽广的胸襟，倾听学生和家的心声，找到问题的症结，才能有的放矢。同事，学生的倾诉也是其宣泄情绪的途径，老师的倾听能够让他们敞开封闭的心灵，

从而取得意想不到的教育效果。

专题五：生活中的心理效应

1、角色效应

在现实生活中，我们每个人都要以不同的社会角色参加各种各样的社会活动，而在扮演不同的角色时，我们又会调整自己的心理或行为，以适应角色的需要。这种因角色不同而引起的心理或行为变化就被称为“角色效应”。

2、从众效应

从众效应(Bandwagon Effect)，也称乐队花车效应，是指当个体受到群体的影响（引导或施加的压力），会怀疑并改变自己的观点、判断和行为，朝着与群体大多数人一致的方向变化。也就是指：个体受到群体的影响而怀疑、改变自己的观点、判断和行为等，以和他人保持一致。也就是通常人们所说的“随大流”。

从众效应作为一个心理学概念，是指个体在真实的或臆想的群体压力下，在认知上或行动上以多数人或权威人物的行为为准则，进而在行为上努力与之趋向一致的现象。从众效应既包括思想上的从众，又包括行为上的从众。从众是一种普遍的社会心理现象，从众效应本身并无好坏之分，其作用取决于在什么问题及场合上产生从众行为，具体表现在两个方面：一是具有积极作用的从众正效应；二是具有消极作用的从众负效应。积极的从众效应可以互相激励情绪，做出勇敢之举，有利于建立良好的社会氛围并使个体达到心理平衡，反之亦然。

3、名人效应

名人效应，是名人的出现所达成的引人注意、强化事物、扩大影响的效应，或人们模仿名人的心理现象的统称。名人效应已经在生活中的方方面面产生深远

影响，比如名人代言广告能够刺激消费，名人出席慈善活动能够带动社会关怀弱者等等。简单的说名人效应相当于一种品牌效应，它可以带动人群，它的效应可以如同疯狂的追星族那么强大。在现实生活中，利用“人名”和“名人效应”的大有人在，而且愈演愈烈。随着名人被抢注事件的屡屡见报，远的如诸葛亮，近的如李连杰、姚明，都没有逃脱成为商标这一劫。不仅名人创作的艺术品值得收藏，名人用过的物品也不可轻视。艺术品的投资与收藏，同样存在着名人效应。

4、酸葡萄效应

在《伊索寓言》中有一则故事叫《狐狸与葡萄》，说的是狐狸本来很想得到已经熟透了的葡萄，它跳起来，没够到，又跳起来，又没够到，再跳起来……想吃葡萄而又跳的不够高，于是，那狐狸说：“反正这葡萄是酸的”，言外之意是反正那葡萄也不好吃，即使跳得够高，摘得到也还是“不好吃”，这样，狐狸也就“心安理得”地走开，去寻找其他好吃的了。心理上以此为例，把个体在追求某一目标失败时，为了冲淡自己内心的不安常将目标贬低为“不值得”，聊以自慰，这一现象被称为酸葡萄机制或酸葡萄效应。

5、马太效应

马太效应（Matthew Effect）是指强者愈强、弱者愈弱的现象，广泛应用于社会心理学、教育、金融以及科学领域。马太效应，是社会学家和经济学家们常用的术语，反映的社会现象是两极分化，富的更富，穷的更穷。

在学校教育中，“马太效应”的作用是消极的。例如，一个品学兼优的好学生，学校领导称赞他，班主任更是经常表扬，回到家中也倍受宠爱，如此优越的成长环境，带给他的也不都是欢乐。学生们给他的是这样的“优待”，风言风语声声：“老师就想着他一个，什么好处都是他的。”“老师就夸他能力强，经常

出风头，能力能不强吗？他有缺点，但老师还要护着他。”“什么三好学生，优秀团员和干部，都是他得的，老师就是戴着有色眼镜看人。”等等。这类事情在学校并不鲜见，如果不注意这种“马太效应”，那就必然造成只重视和培养少数拔尖学生，忽视和放弃大多数学生，形成少数和多数的隔膜、分化、对立。所以有经验的老师往往这样说：要偏爱差生，发掘他们身上的闪光点。

6、齐加尼克效应

齐加尼克效应是指：因工作压力导致心理上的紧张状态。它源于法国心理学家齐加尼克曾经作过的一次很有意义的实验。1888年，美国第23届总统竞选之日，候选人本杰明·哈里森（1833—1901年）很平静地在等候最终的结果。他的主要票仓在印第安那州。印第安那州的竞选结果宣布时已经是晚上11点钟了，一个朋友给他打电话祝贺，却被告知哈里森在此之前早已上床睡觉了。第二天上午，那位朋友问他为什么睡这么早。哈里森解释说：“熬夜并不能改变结果。如果我当选，我知道我前面的路会很难走。所以不管怎么说，休息好不失为是明智的选择。”休息是明智的选择，因为工作会带来压力。哈里森明白这一点，但他也许不知道自己所要对付的，实际上是因工作压力所致的心理上的紧张状态。在心理学上，这种状态被称为“齐加尼克效应”。

7、贝尔纳效应

贝尔纳效应，指的是兴趣过于广泛、思维过于发散，对精细、深入的创造是非常不利的，后人就将这种现象称为贝尔纳效应。

英国学者贝尔纳是一位著名科学天才，但贝尔纳一生未能获得诺贝尔奖金。贝尔纳为什么没有获得诺贝尔奖金？有一种公认的回答是“他总是喜欢提出一个题目，抛出一个思想，首先自己涉足一番，然后，就留给他人去创造出最后的

成果。全世界有许许多多的其原始思想应归功于贝尔纳的论文，都在别人的名下出版问世了……他一直由于缺乏‘面壁十年’的恒心而蒙受了损失”。

这个效应告诉我们对于科学研究不能停留在表面而是要深入的研究或者对于研究需要专注。