

諾貝爾生理醫學獎得獎理論，哈佛學者30年驗證，行銷新時代的唯一有效法則！  
哈佛、史丹佛教授專業推薦，《洛杉磯時報》《華爾街日報》書評推薦！  
詹偉雄、建中校長 蔡炳坤、台大社會學系教授 孫中興 推薦！

# 綁架本能的世界

## 影響所有決定的「超常刺激」理論

蘋果動新聞、女神卡卡、3D電影、瑤瑤……  
當紅的這些事，都跟「超常刺激」脫不了干係。  
如果不去察覺自己對超常的顏色、尺寸和味道會過度反應，  
我們將任憑生物本能機制所宰割。



Supernormal Stimuli: How Primal Urges Overran Their Evolutionary Purpose

# 綁架本能的世界

## 影響所有決定的「超常刺激」理論

黛笛兒·芭瑞特 著 陳雅雲 譯

綁架本能的世界：影響所有決定的「超常刺激」理論 / 黛笛兒·芭瑞特  
(Deirdre Barrett) 著；陳雅雲 譯；-- 初版 -- 臺北市：究竟，2010.07  
256 面；14.8×20.8公分 -- (科普；33)  
譯自：Supernormal Stimuli: How Primal Urges Overran Their  
Evolutionary Purpose  
ISBN 978-986-137-126-9 (平裝)  
1. 發展心理學 2. 人類行為 3. 人類演化  
173.6 99009052

The Eurasian Publishing Group  
圓神出版事業機構  
用心 誠信 創新 服務 專業

究竟出版社  
Athena Press

<http://www.booklife.com.tw>

[inquiries@mail.eurasian.com.tw](mailto:inquiries@mail.eurasian.com.tw)

● 科普 ● 033

## 綁架本能的世界——影響所有決定的「超常刺激」理論

作者 / 黛笛兒·芭瑞特 (Deirdre Barrett)

譯者 / 陳雅雲

發行人 / 簡志忠

出版者 / 究竟出版社股份有限公司

地址 / 台北市南京東路四段50號6樓之1

電話 / (02) 2579-6600 · 2579-8800 · 2570-3939

傳真 / (02) 2579-0338 · 2577-3220 · 2570-3636

郵撥帳號 / 19423061 究竟出版社股份有限公司

總編輯 / 陳秋月

主編 / 連秋香

責任編輯 / 李美綾

美術編輯 / 金益健

行銷企畫 / 吳幸芳 · 范綱鈞

印務統籌 / 林永潔

監印 / 高榮祥

校對 / 連秋香

排版 / 陳采淇

經銷商 / 叩應有限公司

法律顧問 / 圓神出版事業機構法律顧問 蕭雄淋律師

印刷 / 祥章印刷廠

2010年7月 初版

Supernormal Stimuli: How Primal Urges Overran Their Evolutionary Purpose

Copyright © 2010 by Deirdre Barrett

Complex Chinese translation copyright © 2010 by The Eurasian Publishing Group (imprint:  
Athena Press)

Published by arrangement with W. W. Norton & Company, New York,  
through Bardou-Chinese Media Agency

博達著作權代理有限公司

ALL RIGHTS RESERVED

定價 280 元

ISBN 978-986-137-126-9

版權所有·翻印必究

◎本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換

Printed in Taiwan

〈推薦序〉

## 找回純潔的人性與本能

建中校長 蔡炳坤

在我們的生活中，常常會有不自覺的超常反應或行為發生，譬如大排長龍只爲了去看一場極盡聲光刺激、但毫無內涵的電影；爲了趕時髦去燙一頭連自己都難以忍受的髮型；爲了躋身上流社會，到處參加party，尋求曝光機會；爲了讓自己「美還要更美」，全身上下大大整型、處處美容；爲了彰顯自己的財富，大肆炫耀皮草、豪宅、名車。大人自己如此，對待小孩又何嘗不是如此？爲了怕孩子輸在起跑點，四處求名師補習揠苗助長；爲了擔心孩子的安全而極盡保護之能事。凡此種種，有因「譁眾取寵」而起、有因「刺激尋求」而來、有因「人云亦云」而然，現今社會看似無可避免的趨勢或自然現象，實則背後都有一股驅動力使然。不僅背離

了人的本性，也傷害了人的本能。這種綁架了人性與本能，使人們不自覺地沉溺於不健康的反應或行爲中的驅動力，就稱做「超常刺激」。

「超常刺激」理論原是由諾貝爾獎得主丁柏根與勞倫茲所共同提出。他們發現動物會受制於本能，對外物做出執著不變或過度的反應。更具體地說，超常刺激指的是會激發原始本能的人造模仿物，因為特徵鮮明、誇張，比自然事物更具吸引力。動物通常在人類設計的實驗中遭遇超常刺激，黛笛兒·芭瑞特則進一步詮釋了超常刺激對人類社會隱含的意義，並發現人們竟是一直在爲自己製造各種超常刺激，而寫就了《綁架本能的世界——影響所有決定的「超常刺激」理論》這本書。全書除了解說丁柏根與勞倫茲發現超常刺激的過程，以及相關的概念外，並分別檢視了假性愛、過度可愛、美食街上覓食、捍衛家園、社交生活的替代品、追求智性滿足等六個現代社會中深受關切的議題，精采極了！

這是一本結合動物理論基礎與人類實際經驗的著作，不只讓我們了解到超常刺激對動物所產生的有趣吸引力，更重要的是剖析了超常刺激爲人類帶來的複雜影響力。誠如作者所說：對於了解現代文明的問題，「超常刺激」將是動物行爲學最重要的貢獻；從超常刺激的觀點來檢視人類面臨的諸多困境，同時融入演化學領域

其他重要的觀念，期能為現代人的困境指引一條出路。這真是一針見血的道出了超常刺激的重要意涵，以及作者寫就本書的殷切期許，值得大家仔細閱讀與深思。至盼透過大家的省思，除去一味追逐超常刺激的吃喝玩樂，重新找回人之所以為人的純潔人性與本能，這才是我推薦這本書的主要意旨。

〈導讀〉

## 不尋常的行銷推動力

究竟編輯部

在平淡無奇的生活中，若仔細觀察，往往可以看出不尋常之處：

爲什麼《蘋果日報》推出「動新聞」，瞬間就衝高點閱率？

爲什麼怪招百出的女神卡卡成爲全球觀眾爭睹的焦點？

爲什麼老少咸宜的洋芋片等零嘴，總是一吃就停不下來？

這些現象，其實背後有著共同的原因，可以在動物行爲學中找到線索！

荷蘭動物行爲學家丁柏根觀察到，動物在本能的驅使之下，會對「誇大的人造刺激」表現出過度的反應。他提出「超常刺激」理論來說明這個現象，並因此與勞倫茲共同獲得一九七三年的諾貝爾生理醫學獎。

經過三十年，哈佛醫學院的演化心理學家黛笛兒·芭瑞特深入研究之後，首

次為世人詮釋「超常刺激」對人類社會的影響，發現超常刺激已經無所不在，而且被廣泛運用在商業行銷上，是許多暢銷熱賣商品的重要推手。而你可以從「超常刺激」獲得的創意啟發，將遠遠超過一般行銷書籍所能告訴你的。

畢竟，就像那句有名的廣告詞所說的，「科技始終來自人性」，成功的商品或行銷方式，也永遠在貼近、甚至不惜「綁架」人性的本能。

簡單的說，豐盛的食物會激發食欲，迷人的異性會引動性欲……人的行為和動物行為一樣，都受到本能的驅動和影響。在特定訊號的刺激之下，本能就會啟動。若給予動物「誇大的人造刺激」，會觀察到牠們出現怪異、好笑的反應，例如：雁鵝媽媽本來就偏好花紋漂亮的蛋，當研究人員送來精心上色的排球，牠就當成蛋來孵。

如果你覺得雁鵝媽媽的行為很好笑，或許也該來看看人類如何因應「誇大的人造刺激」：

- 漢堡、薯條、冰淇淋等加重色香味的食品，讓人吃了還想再吃。
- 裸露或性暗示的廣告頻繁出現，讓人不自覺投以注目。



- 商家以集點換「可愛」公仔的活動刺激消費。
- 遠在天邊的災難被放大報導，讓需要安全感的人類不斷感受威脅。
- 腥羶色新聞讓人看了不舒服，卻屢屢成功炒熱話題。
- 宅男宅女寧可窩在房間裡上網，也不想出門從事社交活動。
- 熬夜觀賞運動比賽，平常卻連樓梯都很少爬幾階。

本書作者芭瑞特提醒，人類的本能（食欲、性欲、領域性、社會性……）已被各種「超常刺激」所「綁架」了。愈是高度文明、消費盛行的社會，愈充斥著超常的顏色、尺寸和味道，從可愛商品、糖果速食、電視網路、色情產業、整型手術，無一不是人類在擴大自然的訊號，不但搶攻著人們的注意力，還使人容易上癮。不知不覺中，我們已習慣一再接收這些過度或誇大的刺激，透過這些人造事物來獲得替代性的滿足。

本能在超常刺激的綁架之下，使我們陷入自動反應，沉溺於不健康的習慣中。我們嗜吃高熱量的零食，導致肥胖和營養不均衡；爲了集點換公仔，我們花錢買下根本不需要或比較貴的東西；我們買報紙，沒意識到是聳動的頭版新聞在刺激

內心的不安。看電腦展時，我們爭相擠到辣妹表演的舞台，渾然不覺這是廠商炒熱話題和銷量的把戲。

人類的本能早已和商業活動綁在一起。可以想見，當一項商品緊緊勾住本能，就會比較容易刺激消費者掏錢購買。會熱賣的商品，往往不要求消費者嚴謹比價、冷靜分析優劣，而是直接訴諸本能，造成搶購的熱潮。

商家不見得是有意識地利用本能作行銷，但消費者卻幾乎很少思考，驅使自已買東西的背後力量是什麼。尤其在不景氣的年代，商家更樂於搬出「超常刺激」來綁架消費者的本能，因為那正是爭取注意力的絕佳工具，也是商品吸睛、爆紅、暢銷的祕密！

當然，消費者也可以拒絕這樣的綁架。若能透過對「超常刺激」的了解，檢視自己的消費活動，就不必讓自己一次次受制於本能。

雁鵝媽媽把上過色的排球誤認為是最優秀的後代，人們則蒐集可愛玩偶來滿足養育照顧下一代的本能。雖然本能都會被綁架，但我們人類比雁鵝多了一項優勢——動動大腦思考，就可以幫助我們凌駕先天的制約，做出更聰明的選擇！

# CONTENTS

推薦序 找回純潔的人性與本能 蔡炳坤 I  
導 讀 不尋常的行銷推動力 究竟編輯部 V

## 第一章

何謂「超常刺激」？ 001

超常刺激的要素就在於誇大的模仿，誇大的模仿物比原本真實的事物更具吸引力。

## 第二章

動物行為學的奇特發現 009

丁柏根觀察到「超常刺激」現象：動物本能的展現取決於若干種特徵的存在。將這些特徵誇大化，便可以輕易愚弄動物。

熱愛動物觀察的荷蘭少年 011

格陵蘭研究之旅 014

自創動物實驗法 016

與勞倫茲志同道合 019

二次大戰的考驗 023

性情冷淡的科學家 029

諾貝爾獎兄弟檔 032

第二章

- 人類看不見自己的本能 034  
從演化角度看人類行為 036

假性愛 041

從色情文學到廣告模特兒，從整型手術到化妝品，都是人類在擴大自然的訊號。透過人為的超常刺激，得以窺見人類潛在的性本能。

色情跨入虛擬世界 043

美貌的標準提高 048

男人愛色情，女人愛浪漫 054

一夫一妻制不自然？ 060

當青春期提前到來 065

第四章

過度可愛 069

「可愛」是幼兒觸發成人養育照顧行為的機制，但也成為商業慣用的行銷工具。大眼睛和嘟嘟嘴，商品愈可愛，銷售量也愈高。

「可愛」好處多 073

幼體延續現象 078

人類最好的朋友原是狼？ 081

# CONTENTS

## 第五章

馴養友善的狐狸	084
人類特別可愛？	088
「可愛」讓消費者買單	090
可愛王國的隱憂	093
美食街上覓食	099

我們對脂肪、糖和鹽的渴望，並不是速食業者和廣告客戶創造出來的，他們充其量只是在利用這些渴望而已。

人類歷史上最嚴重的錯誤？	103
狩獵速食，採集速食	105
兒童比成人胖得快！	113
外銷肥胖	115
改變飲食的三個方法	119
跟反菸害一樣重要的事	126
想想自己在吃些什麼	131

## 第六章

### 捍衛家園

135

人類有察覺威脅的本能，但在這個人口高度密集的世界，我們太容易察知惡意的威脅，於是在真的遇到威脅時，本能反而會出錯。

第七章

戰爭是人類世界的常態？	138
最可怕的掠食動物是人類	141
財產本非私有	145
以防衛之名出擊	150
還擊的原則	153
投降的訊號	156
「虛擬人種」互相敵視	157
戰爭如毒品	161
有可能終結戰爭嗎？	164
<b>社交生活的替代品</b>	<b>169</b>
在現代，對一個平面影像人物產生激情已不足為奇，那麼對電視裡的人產生友情或愛情，又有什麼大不了？	
常看電視，使人變呆？	172
《一千零一夜》故事為何沒完沒了？	175
塑膠盒子裡的虛擬人生	178
超常刺激的攻擊	181
不必動身體的全民運動	185

## CONTENTS

### 第八章

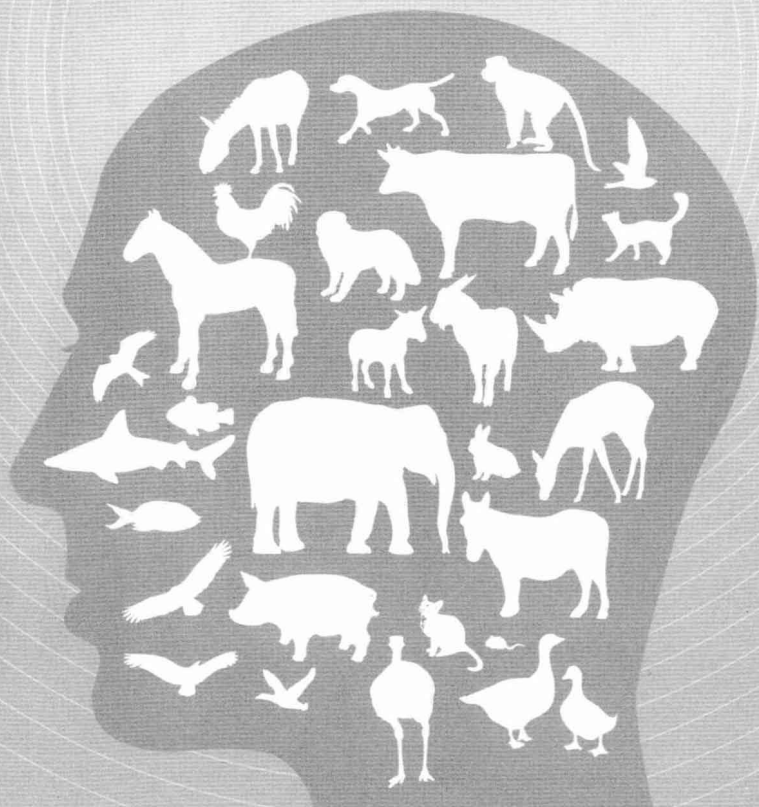
- 「頭腦簡單，四肢發達」的迷思 188
- 人類遵循最小力氣原則 191
- 超常刺激養大的世代 193
- 網際網路可解救遲鈍的心智？ 196
- 如何擺脫電視的綁架 200
- 追求智性滿足 205**

人們能藉由創造或解決謎題獲得滿足感。這種對知識的好奇心衍生出獨特的超常刺激，也就是比實際問題更有趣的各種心智遊戲。

- 天生的求知欲 207
- 沉迷心智遊戲 210
- 當對手換成電腦 213
- 職業的選擇透露智性需求 216
- 如果優勢無法傳給子孫 219
- 擋不住造人的渴望 221
- 其實，改變本能也是一種選擇 225
- 結語 別再被假蛋騙了！ 229

# 第一章 何謂「超常刺激」？

超常刺激的要素就在於誇大的模仿，  
誇大的模仿物比原本真實的事物更具吸引力。





人們耳熟能詳的咕咕鐘，用的是大杜鵑獨特的叫聲。這種鳥看起來一副憨傻樣，一點也不狡詐，但牠們卻是巢寄生的最佳實例。雌大杜鵑會偷偷潛入別的鳥類巢裡，趁親鳥外出時在巢裡下一顆蛋，還會把巢內原本的蛋擠掉一顆，讓蛋的總數保持不變。然後牠會繼續去找別的鳥巢，重複相同的動作，把子女留給不知情的鳥照顧。

大杜鵑的蛋與巢內原有的蛋相似，但通常會大一點、顏色鮮豔一點。如果巢裡有太多蛋需要保溫，鳥巢主人會優先坐在大杜鵑的蛋上。大杜鵑幼鳥孵出後，鳥喙比其他幼鳥寬、顏色也比較紅。但這得要有其他幼鳥存在，才有得比較！因為雌大杜鵑先前已經把鳥巢主人



1897 — Young Cuckoo in Hedge-Sparrow's Nest.

養父母餵食大杜鵑幼鳥。