



华夏智库·新经济丛书

互联网 心理学

央视财经频道特约心理专家 赵小明◎著

INTERNET
PSYCHOLOGY



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网心理学/赵小明著. —北京: 经济管理出版社, 2017. 5

ISBN 978 - 7 - 5096 - 5034 - 9

I. ①互… II. ①赵… III. ①互联网络—社会心理学—研究 IV. ①TP393.4-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 060709 号

组稿编辑: 张 艳

责任编辑: 范美琴

责任印制: 黄章平

责任校对: 王淑卿

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京银祥印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 12.75

字 数: 167 千字

版 次: 2017 年 5 月第 1 版 2017 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 5034 - 9

定 价: 42.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

小明开篇说

放眼观望，互联网时代奇事多多：

名校的价值说没就没

现在，有一个可怕的现象是所有的重点小学、中学都在转型，其原有的价值将会大幅下降，这又会带来学区房的巨大贬值！因为现在最优秀的中学、小学老师都将在微课教学。未来家长会选择让孩子上最好玩儿的学校，在微课接受一流的小学、中学教育。当前上海的口号是让小学老师流动授课。

有了网络课，无论在哪个学校都可听名师讲课，重点中学的老师、高级教师的教学视频会网络化，就像现在很多大学名校推出名师的公共课，在网络都可免费观看。

因此，父母可能将不再把孩子送到名校了。另一个新的行业正在产生——专门为一些优秀的孩子提供在一起活动的平台和时间。

现在，专门为这些孩子提供私塾教育的高端会所正在各大城市悄然兴起。因为聪明的父母明白，互联网时代，未来有价值的职业都是招聘受过独特教育的孩子，而不是和大多数人思维方式一样的孩子。

简单地说，正是因为和大多数人不同，这些孩子才会在未来社会有价值。否则，只会成为失业的群体。

因为，大多数人都能做的工作机器都可以替代，而只有创新性的工作机器无法替代。

避免和大众的思维一致，才是我们当代人和未来的孩子最重要的塑造方向。

银行的资金说空就空

五大行一个月存款流失 4000 多亿元，贷款额骤降 600 亿元；中行、建行一年减员近 9000 人；工商银行两年关掉 150 个营业网点。曾经全年无休的银行，突然开始陆续放假；曾经沾沾自喜的大堂经理，突然觉得生活戛然而止。就连威武霸气的银行行长，也突然发声“寒风刺骨，日子难过”！由于国家托底，银行不至于倒闭，但是会收缩战线，紧接着大量的银行员工会下岗。

京东最新的战略调整是要开始替代传统银行业，接下来其他的互联网公司也会跟进，而银行业对这一切并没有良策。京东白条已经开始延伸到教育贷款、购房贷款等一切形式的贷款。银行对京东的突然转型措手不及，这么大的银行业都没估计到互联网革命如此迅猛，更不要说大众对这场革命的麻木。

传统企业说亏就亏

互联网行业吸引了全世界的资本。马克思的资本论认为资本最大的特点是“闻着味儿、跟着最赚钱的行业走”。这意味着大量的传统企业将得不到投资。有钱人做任何投资，只要是非互联网行业的，都将可能亏损。他们唯一能做的可能就是餐饮业，而做餐饮，却不如年轻、玩互联网的人做得更好。

传统心理学理论说失数就失数

微信，对教育界的冲击最大。最典型的是，心理学界大佬之前很贵的地面课程现在沦为零元微课。互联网对心理学界的冲击将是颠覆性的。原因是100多年以来人们创造的所有心理学理论基本是个体心理学，特别是弗洛伊德的理论体系，而互联网时代的新心理学是群体效应心理学。心理学界的大佬们因船太大，巨浪来时来不及转型，终将被淘汰。

未来真正有价值的心理学理论是互联网心理学、群体心理学、群体的心理学效应，包括新式的精神分析。研究这些理论才能对未来有引导性的作用，而且它们是未来真正有价值的学科。

全民金融的时代说来就来

本人应邀参观西部某大型证券公司，为他们设计专门的培训课程。但有件事情值得注意，他们租了一栋楼建设自己的直播演播室。这个现象意味着什么呢？

本书会详细分析这一切。预先透露一点，这意味着：

第一，电视台利润将大幅下降；

第二，全民金融、全行业金融，甚至所有产品都将会具有金融属性。

互联网是对人类文明的一次重组。互联网的深刻革命性，将改变人的定义，人的定义将更接近于马克思所主张的社会关系的总和。只不过这个关系，不是过去意义上的社会关系，而会成为互联网时代的社群关系的总和。由于人的定义的改变，所有建立在人的定义基础上的心理学、教育学理论，都将被改写。

互联网还在进一步改变着人性，修改我们几万年以来的基本驱力模型。同时，互联网还在改变人的情感模型，以及人类的大脑。

互联网革命如此的猛烈，如此的彻底，如此的颠覆，无人可以逃脱，因此，我们不能不懂，我们必须得了解互联网时代的心理学！我们现在做的事情就是要建立一套全新的、互联网时代的心理学理论，不过，我们不是去发明，也不是去描述，因为它本身就存在着！

一直以来，心理学都被认为是所有学科里看起来很难产业化的学科。但是，在互联网时代，心理学就有了很多的可能。比如，全国每年都会开发出很多心理测试的软件，大多都是名牌大学的学生毕业后出来组建公司开发的软件，而且一年的收入也是非常可观的，动辄上千万元。如果有足够的知识，就能变现，事实上，实际生活对于知识的需要，是海量的。

就是如此，互联网时代的心理学其实和我们的实际生活息息相关，有的甚至已经变成我们生活的一部分了。互联网心理学的很多内容完全可以在我们的实际生活中找到对应点。

在这本书里，我不想写太多理论性的东西，我想呈现给大家的是具有实操性的内容，建议大家在看这本书的时候，一边看一边思考，本书中的每条理论与我们的实际生活有着怎样的联系。另外，我希望这本书里的某个知识点，能给大家的学习或工作带来一些思考和启发，以及如何在互联网时代获得一些先见之明，而不只是当作理论的学习。

现在互联网还是未开垦的处女地，互联网上的每一个领域都有大量的可以开发的可能性。哪怕你并没有从事互联网相关的行业，你仍然会被互联网所影响。所以，你一定要了解这个时代互联网的游戏规则。

一定要比别人早半拍！

这也是我写这本《互联网心理学》的目的，希望大家提前抓住机遇！

因为，互联网时代，对我们所有人而言，是开始，也是终结，更是过渡！

目 录

第一章 如何重新定义互联网	1
第一节 重新认识互联网	1
一、大脑模型与互联网	1
二、复杂系统与互联网	3
第二节 互联网“土改”	5
一、全民“搬家”	5
(一) 互联网“土改”与互联网场景	5
(二) 全民“搬家”与互联网设计	9
(三) 全民“搬家”与互联网生态	12
二、互联网时代的成功秘笈	15
(一) 鼓励参与	17
(二) 印象管理	18
(三) 情感与组织	21
三、互联网时代的新逻辑	24
(一) 镜像改变人类话语权	24
(二) 从信号检测论看开撕问题	29
(三) 小众经济还是大众狂欢	32

(四) 你要修一块巨长的板	33
(五) 解密大爆炸式创新	35
(六) 互联网时代的混沌思维	36
第二章 互联网改变人类定义	41
第一节 人类定义从个体到群体	41
一、生物学概念的人	44
二、社会学概念的人	45
(一) 母婴客体关系: 亲密关系操纵了我	45
(二) 拉康的阉割: 欲望操纵了我	46
(三) 荣格的文化人类学: 文化原型操纵了我	48
三、互联网概念的人	49
(一) 群体操纵了我	49
(二) 互联网时代人的特性	53
(三) 互联网时代的女人	55
第二节 群体效应的可怕与可敬	57
一、群体效应的表现	60
(一) 群体快感与群体共振	60
(二) 群体无意识	62
(三) 群体智慧	64
(四) 群体暴乱	67
二、群体效应的启发	69
(一) 从群体控制到互联网控制	69
(二) 群体决策非最优	73

第三章 互联网改变人类驱力	75
第一节 人类驱力从传统到互联网时代	75
一、传统的驱力模型	75
二、互联网的驱力模型	77
(一) 游戏驱力	77
(二) 群聚驱力	80
(三) 自恋镜像驱力	82
第二节 互联网时代驱力模型对生活的颠覆	84
一、互联网时代驱力下的产品设计	85
(一) 游戏化产品设计	85
(二) 群聚化产品设计	88
(三) 自恋镜像化产品设计	91
二、互联网时代的孩子教育	95
(一) 拒绝社会化	95
(二) 网络社会化	97
(三) 自然生活、城市生活、虚拟生活的平衡	99
第四章 互联网改变人类情感联系	101
第一节 人类连接从强联系到弱联系	101
一、强联系与弱联系的区别	101
二、强联系的衰减与弱联系的递增	103
(一) 强联系的衰减	103
(二) 弱联系的递增	105
三、强联系向弱联系的过渡	107

第二节 互联网连接模型对生活的颠覆	110
一、人类情感重组	111
(一) 全面孤独时代的宠物经济	113
(二) 新的婚恋模型	116
(三) 亲子关系模型重组	120
二、圈子与人脉	122
三、网络与口碑	125
(一) 网络的关键节点分析	125
(二) 网络的扁平化设计	129
(三) 口碑营销的启发	132
四、弱联系下的组织公民行为	135
 第五章 互联网改变人类大脑	 137
第一节 互联网下的大脑	137
一、注意力的改变	140
(一) 过度注意力	140
(二) 深度注意力	142
二、大脑超载	144
(一) 大脑超载的表现	144
(二) 大脑超载下的“回音壁效应”	152
(三) 如何应对大脑超载	155
第二节 互联网大脑工作模型对生活的颠覆	156
一、外部储存	158
(一) 大脑的分布式储存	158
(二) 外部储存的设想	161

二、外部大脑	163
(一) 外部大脑的可能性	163
(二) 外部大脑的隐忧	164
(三) 人工智能是一种思维方式	165
三、孩子大脑的塑造	169
附 录	175
互联网时代小明的 10 个微预言	189
后 记	191

第一章 如何重新定义互联网

第一节 重新认识互联网

一、大脑模型与互联网

要科学地研究互联网时代的心理学，我们必须精确地定义互联网。

什么是“互联网”？互联网的本质是社会群体心理的聚集效应。

互联网即边和节点的关系。用最简单的话说，互联网是由边连接在一起的节点组成的集合。节点对应互联网网络中的个体（例如神经元、网站、人），边则是个体之间的关联（例如突触、网页超链接、社会关系）。

什么是心理学视角的“互联网思维”？

互联网思维的核心是一种关注关系。互联网思维意味着关注的不是事物本身，而是事物之间的关系。例如，人类和芥菜都大致有 25000 个基因，这似乎无法体现人类与这种植物的生物复杂性的差别。近几十年来，一些生物学家提出生物的复杂性主要来自基因之间交互作用的复杂性。

可能上述概念你不一定能理解。下面，我们用大脑模型来诠释“互联

网”这个概念。

关于大脑新皮质的重要发现是：其基础结构出现了超乎寻常的一致性。美国神经系统科学家弗农·蒙卡斯尔（Vernon Mountcastle）发现了大脑新皮质的柱状组织。

蒙卡斯尔对于大脑新皮质显著的不变结构进行了描述，假定它是由不断重复的单一机制构成，还提议将皮层柱（Cortical Column）作为基本单位。上述不同区域某些层厚度的区别只是由各区域所负责处理的互联性的差异造成的。

蒙卡斯尔假定皮层柱中存在微小柱状体，但这一假定引发了争议，因为对这种更小的结构没有明显的界定。可是，大量的实验揭示，皮层柱的神经元结构中确实存在重复的单元。我的观点是，这种基本单位是模式识别器，同时也是大脑新皮质的基本成分。

也就是说，人的大脑神经模型是柱状的神经细胞，从低到高呈柱状往上垒，而大脑的信号也是这样传递的。比如，身体的某个部位感觉很痒，刚开始只是一个小信号能让周围一圈神经细胞感觉到痒，而后信号就从圆柱底层往上传递，传到上一层。信息就是以这样从下往上的传递方式，一直传到柱状神经的顶端，大脑就开始意识到痒了。互联网的信息传递方式也是如此。

我们假设，人类大脑的每个细胞相当于是互联网上的每一个人。而我们的大脑大概有 100 亿个神经细胞，而地球上的人也快到 100 亿了。那么每个人组成的一个社会网络也是联网的，互联网就相当于是一个“超级大脑”。

那么，人的大脑为什么会产生意识？

一般来说是这样产生的：大脑里面的每一个神经细胞，从本质上看，它都是一个有机生命。我们可以设想，人大脑的 100 亿个神经细胞联网之后就形成了人的大脑的意识，我们就变成了聪明的动物。就像蚁群产生的群体智慧一样，这么大的群脑细胞会产生一种群体智慧。所以，大脑里所有的神经

细胞联网，然后产生群体智慧之后，人的意识就产生了。

而当我们受到猛烈的撞击，这使我们的大脑细胞可能因为撞击就断线了。大脑一断线，所产生的意识就没了。意识没了，通俗来说就是脑死亡，大脑不能工作了，就像手机死机了。手机死机后我们可以重启，现在不知道人到底怎么重启大脑。植物人没办法拯救，原因就是这个大脑联不上网。人的大脑之所以聪明的最根本的原因在于，我们的 100 亿个神经细胞产生了联网效应。

意识的作用就是觉知并决策，就像许多大组织领导人所采取的策略，这就是“我要一份有关事实的简明纪要，现在就要”。美国前总统里根（Ronald Reagan）在这方面负有盛名，他总是要求他的助手把任何要他决定的问题（从税收改革到战略导弹防御）都精简到一页纸，并依据这一执行概要（Executive Summary）作出最后的决策。

二、复杂系统与互联网

互联网上的诸多效应可以看作是一种复杂系统，如果对复杂系统加以定义，可以这样描述：复杂系统是由大量组分组成的网络，不存在中央控制，通过简单运作规则产生出复杂的集体行为和复杂的信息处理，并通过学习和进化产生适应性。有时候会对复杂适应系统（在其中适应性扮演重要角色）和复杂非适应系统（比如飓风或湍流）加以区分。

如果系统有组织的行为不存在内部和外部的控制者或者领导者，则也称为自组织（Self-organizing）。由于简单规则以难以预测的方式产生出复杂行为，这种系统的宏观行为有时也称为涌现（Emergent）。这样就有了复杂系统的另一个定义：具有涌现和自组织行为的系统。复杂性科学的核心问题是：涌现和自组织行为是如何产生的？

复杂系统主要关注有交互主体的系统是如何引起涌现现象（Emergent

Phenomena) 的。涌现现象的潜在含义通常是指个体的、局部性的行为聚集成全局行为。这种全局行为,从某种意义上来说,脱离了它的起源。这种脱离意味着,在一定范围内,局部行为的细节对聚集的结果而言并不重要。这种观念在考虑离散系统时,它是复杂系统研究的关键——十分重要。

在互联网中,某一个时期,共同的一些东西同时出现,称之为涌现现象。并且,涌现现象已经变成互联网很重要的一个特质。“双 11”就是一种涌现效应。

比如蛋糕的味道,蛋糕就是鸡蛋加面粉,再加上糖、巧克力、奶油等烤熟。如果这些材料单独吃,味道并不好。

其实,人类进化后是很喜欢也很需要糖的,因为糖是提供养分的,人的大脑也需要糖分。所以,当各种各样甜的东西全放在一起之后,就会产生一种味觉上特别强烈的冲击,这也就是整体大于部分之和。

实际上这也是一种哲学思考,来源于心理学完形流派。

互联网也有这种特性,单个东西出来时可能没有任何价值。比如一则新闻发布出来,人们不看就没有价值,但当所有人都来对新闻关注时,就会产生比新闻本身更大的价值。这就是涌现现象。涌现现象也可以这样理解,如同人的大脑一样,如果一个神经元发出一个信号“疼”,并没有什么,如果所有神经元都发出同样的“疼”的信号,这时大脑就会感觉到异常的痛苦。所有的痛苦加在一起的时候,一定大于痛苦简单地相加,人是受不了这种疼痛的。

所以,要想在互联网时代传播,做广告,就要特别把握涌现现象。

因为在互联网的世界里,人们不看距离。因为互联网可以把所有的东西连在一起。与距离就没有任何关系。互联网看待的是涌现,是一种远距离、超距离的影响。

第二节 互联网“土改”

一、全民“搬家”

(一) 互联网“土改”与互联网场景

互联网到底对我们的生活产生着什么样的影响呢？可能很多人并没有仔细去探究。我们只是把互联网当成一种新的科学工具。就像交通工具从自行车到摩托车再到汽车的更迭，我们很多人都会认为这些只是交通工具的升级，其实不是这样的。所以，互联网绝对不是自行车到汽车的升级，互联网是对我们社会的颠覆。

人类社会发展到今天，几乎所有的资源都是围绕着土地进行的，一切都源于土地资源。但一旦进入网络时代之后，土地资源就成为零了。

互联网时代是一个全民“搬家”的时代，也就是说，最终现实生活中所有的一切全部都将搬到虚拟网络上去。你能想到的每一件事都会搬上去，只不过是先搬谁后搬谁的问题。

成功的案例姑且不说，比如网约车。在搬家的过程中，有时候某些互联网公司，他们在创业过程中由于没有掌握如何把传统的企业搬上互联网，或者把一个传统事业搬上互联网，或者把一个传统的生活场景搬上互联网，有时候可能会导致个别行业的失败。但是失败之后他们会卷土重来，直到一个个全部占领。

举一些失败的案例，比如有人创建网上4S店，主要是做网约对车进行保养，而且还雇了一些美女，用户只要在网上预约，就有美女来替用户做汽