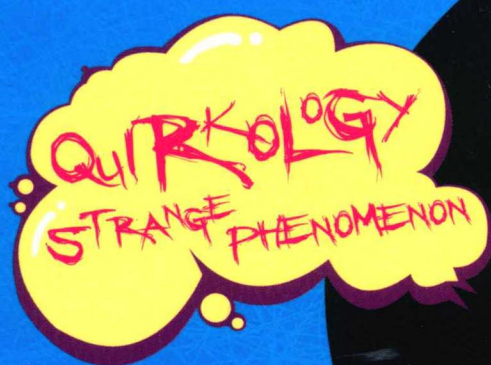




怪诞心理学

揭秘人际交往中的怪异现象

耿沫◎编著

史上最猛最怪异的
心理学实验故事

不可思议的
情绪心理学

不可思议的职场心理学

不可思议的
爱情心理学

怪诞来袭
强力出击



B84-49
201418

阅 览

怪诞心理学

揭秘人际交往中的怪异现象

耿沫◎编著



图书在版编目(CIP)数据

怪诞心理学 揭秘人际交往中的怪异现象 / 耿沐

编著. — 长春 : 吉林出版集团有限责任公司, 2013.9

(读书会)

ISBN 978-7-5534-2955-7

I. ①怪… II. ①耿… III. ①心理学—通俗读物

IV. ①B84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 203551 号

读书会

怪诞心理学 揭秘人际交往中的怪异现象

Guaidan Xinlixue Jiemi Renji Jiaowang Zhong de Guaiyi Xianxiang

出版 吉林出版集团有限责任公司 (www.jlpg.cn/yiwen)

(长春市人民大街4646号, 邮政编码130021)

发行 吉林出版集团译文图书经营有限公司

(http://shop34896900.taobao.com)

电话 总编办0431-85656961 营销部0431-85671728

制作  (www.rzbook.com)

印刷 北京天宇万达印刷有限公司

开本 889mm×1194mm 1/16

印张 20

字数 440千字

版次 2013年11月第1版

印次 2013年11月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-5534-2955-7

定价 39.90元

Part 01

怪诞决策心理学：深藏心底的“糗神” / 7

你应当知道的几种影响决策的意识 / 8

- ◇ 意象 / 8
- ◇ 记忆 / 12
- ◇ 无意识 / 15
- ◇ 场景知觉 / 18
- ◇ 分配性注意 / 21
- ◇ 选择性注意 / 24

潜意识带给决策的神奇魔力 / 28

- ◇ 良药苦口难下咽 / 28
- ◇ 别为打翻的牛奶而哭泣 / 31
- ◇ 小心就能驶得万年船吗 / 34
- ◇ 没有选择余地的“选择” / 36
- ◇ 当断不断，反受其乱 / 40
- ◇ 大家都选择的的就是好的吗 / 43
- ◇ 赢得起，输不起，大家都一样 / 46
- ◇ 多人负责等于无人负责 / 49
- ◇ 有竞争才有超越 / 52
- ◇ 抢来的东西怎么那么好吃 / 55
- ◇ 安眠药和维生素 / 58
- ◇ “经验之谈”真的有用吗 / 61
- ◇ 人人都是“路西法” / 64
- ◇ “完美主义”很不完美 / 67
- ◇ 为何周四老出事 / 70
- ◇ 字看久了竟会不认识 / 73
- ◇ 为什么丑事传千里 / 76
- ◇ 谁不想好好表现自己 / 79
- ◇ 为何咬着笔会更快乐 / 82

Part 02

怪诞情绪心理学：恶魔与天使的对决 / 85

情绪似变化多端的天气 / 86

- ◇ 快乐如晴 / 86
- ◇ 恐惧如雹 / 89
- ◇ 悲观如霜 / 92
- ◇ 惊奇如风 / 95
- ◇ 接受如云 / 98
- ◇ 警惕如雾 / 101
- ◇ 憎恨如雪 / 104

情绪，恶魔OR天使 / 108

- ◇ 他人言论能左右你的情绪吗 / 108
- ◇ 世界冠军居然被一只小苍蝇打败了 / 111
- ◇ 前进的道路上有堵墙 / 114
- ◇ 紧绷的弦无法奏出华丽的乐章 / 117
- ◇ 并非人人都喜新厌旧 / 120
- ◇ “仇富”心理从何而来 / 123
- ◇ 不要和陌生人说话 / 126
- ◇ 欲望带来的错误 / 129
- ◇ 胡思乱想，庸人自扰的烦闷 / 132
- ◇ 幸福感究竟在哪里 / 135
- ◇ 让兴趣化身为动力 / 138
- ◇ 时间拥有抚平一切的力量 / 141
- ◇ 好心情与美食有必然联系吗 / 144
- ◇ 为什么萌宠能够带来更多乐趣 / 147
- ◇ 拥挤的环境更容易让人抓狂 / 150

Part 03

怪诞行为心理学：囿在心间，乐在人为 / 153

内在需求决定外在行为 / 154

- ◇ 生存需要 / 154
- ◇ 安全需要 / 157
- ◇ 社交需要 / 160
- ◇ 尊重需要 / 162

囿在心间，乐在人为 / 166

- ◇ 拖延成精，焦虑成魔 / 166
- ◇ 罚款再多，照样违章 / 169

目录

CONTENTS



- ◇难以抑制的“恋童癖” / 172
- ◇“裸露”成风，自毁前程 / 175
- ◇摸你一下能怎样 / 178
- ◇给“天价商品”一个正解 / 181
- ◇超市“捏捏族”的小心思 / 184
- ◇打折狂的内心独白 / 187
- ◇赠品意味着什么 / 190
- ◇为什么会恋父、恋母 / 193
- ◇“十赌九输”怎么还要赌 / 196
- ◇福无双至，祸不单行 / 199
- ◇疯狂团购背后你是谁 / 202
- ◇人肉搜索是真的因为愤怒吗 / 205
- ◇网络炫富，炫的只是财富吗 / 208
- ◇“冷血”教师，为何如此狠心 / 211
- ◇“御宅族”的自我世界 / 214
- ◇“专家”还是“砖家” / 217
- ◇名人出书热与推荐热 / 220
- ◇饭局上，抢着买单的那个人 / 223
- ◇不爱购买独爱DIY / 227
- ◇“送礼”的奥妙 / 230

04

怪诞职场心理学：潜伏在办公室的“奇葩” / 233

理性与非理性的摇摆 / 234

- ◇用较少的努力获得理性的结果 / 234
- ◇用自利的方式作为选择证据的标准 / 237
- ◇即将失去>尚未得到 / 239

鱼与熊掌的权衡取舍 / 242

- ◇导游“装出”的方向感 / 242
- ◇被人们高估的劳动成果 / 245
- ◇棋逢对手≠你的正能量 / 248
- ◇形同虚设的“全勤奖” / 251
- ◇离职人陷入不离职“怪圈” / 253
- ◇大众的集体催眠 / 256

- ◇办公室里的“牢骚一族” / 259
- ◇为什么男女搭配效率会更高 / 262
- ◇远离办公室的“心理污染” / 265
- ◇怎样消除“上班恐惧症” / 268
- ◇对薪酬避而不谈的真实原因 / 271
- ◇谈判中的“黑脸”与“白脸” / 273

05

怪诞爱情心理学：当爱神沦为“囫神” / 277

爱情是个三角形 / 278

- ◇浪漫爱：亲密+激情 / 278
- ◇愚蠢爱：激情+承诺 / 281
- ◇伙伴爱：亲密+承诺 / 284

孤单之后想狂欢 / 286

- ◇游走在围城的边缘 / 286
- ◇剩女幻想中的第一次 / 289
- ◇绝口不提初恋情人 / 292
- ◇靠谱男人不嚼瑟 / 295
- ◇在线约会PK媒妁之言 / 298
- ◇男人好色的根源竟是基因 / 301
- ◇为何人人只说两段情 / 304
- ◇你相信心电感应吗 / 307
- ◇“闪婚”怎么越来越主流 / 310
- ◇春哥、伪娘引领何种时尚 / 313
- ◇试婚族，试的究竟是什么 / 316





B84-49
201418

阅 览

怪诞心理学

揭秘人际交往中的怪异现象

耿沫◎编著



图书在版编目(CIP)数据

怪诞心理学 揭秘人际交往中的怪异现象 / 耿沐

编著. — 长春 : 吉林出版集团有限责任公司, 2013.9

(读书会)

ISBN 978-7-5534-2955-7

I. ①怪… II. ①耿… III. ①心理学—通俗读物

IV. ①B84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 203551 号

读书会

怪诞心理学 揭秘人际交往中的怪异现象

Guaidan Xinlixue Jiemi Renji Jiaowang Zhong de Guaiyi Xianxiang

出版 吉林出版集团有限责任公司 (www.jlpg.cn/yiwen)

(长春市人民大街4646号, 邮政编码130021)

发行 吉林出版集团译文图书经营有限公司

(http://shop34896900.taobao.com)

电话 总编办0431-85656961 营销部0431-85671728

制作  (www.rzbook.com)

印刷 北京天宇万达印刷有限公司

开本 889mm×1194mm 1/16

印张 20

字数 440千字

版次 2013年11月第1版

印次 2013年11月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-5534-2955-7

定价 39.90元



前言



形形色色的人和千奇百怪的事，构成了一个纷繁复杂的世界。

有人说，如今的世界已经变得越来越疯狂。各种形形色色的怪咖、囧人、另类、糗事等每天都层出不穷，一拨又一拨地刺激着人们的眼球。而当我们乐此不疲地谈论时，当我们坚定不移地追逐时，当我们亲身经历或付诸实践时，是否有人仔细思考过，究竟这些囧人中的“怪咖”、糗事中的“另类”是如何出现的？他们为什么会存在呢？

诚然，凡事既然存在于世，就有它的道理。那些囧人囧事虽然令人啼笑皆非、莫名其妙，但也有它们存在的理由。而能够解释这些怪异现象的真正“道理”，不是何等高深的理论，仅仅是这本《怪诞心理学》。

曾经，英国著名的大众心理学家理查德·怀斯曼将怪诞心理学定义为：以科学的方法研究日常生活中稀奇古怪的各个方面。在他眼中，生活中的很多囧人囧事，都是可以用科学的理论去解释和说明的。为此，他花费多年时间，进行了大量实验，试图对人们各种各样的怪诞行为做出科学的解释。那些看似枯燥的定义、数据、法则、模型，可以使从人从不一样的角度得到与众不同的结论。因此，怪诞心理学方面的理论渐渐被大众接受和追捧。

毫无疑问，与其他类型的心理学相比，怪诞心理学更贴近生活实际，也更有趣。

试想一下，我们曾遇到过的那些奇怪问题。比如，说话的方式可以暴露内心的想法吗？为什么人总是愿意窥探并且宣扬别人的隐私？为什么高个子容易给人留下更好的印象？为什么宁可忍受手术的痛苦也要变得更美丽……

还有些已经融入生活，被人认为是习以为常的事。比如，为什么男女搭配干活就不觉得疲惫？为什么饭局时要抢着买单？为什么说“千穿万穿马屁不穿”？为什么看到打折的东西就忍不住想要买回家……这些几乎每天都有人在做着的事，也有其深刻的心理根源，而并非是长久以来形成的某种习惯。

甚至有些被认为是正确的观点或者做法，在经过剖析之后，才发现事实与表象完全

不同。比如，“御宅族”和“隐蔽一族”是一类人吗？经验之谈那么值得相信吗？人肉搜索真的是因为对事件的愤怒吗……透过表象看清事物本质的时候才恍然大悟，原来自己也曾被误导过。

当了解得越来越多，我们会发现生活中的很多囿人和囿事，都是某种特定的心理在作祟。害怕或想要掩饰的心理会导致谎言的产生，虚荣或自我实现的心理会导致盲目炫耀，妒忌或痛恨的心理会导致疯狂的伤害，等等。

因而闲暇之余，不妨更多地了解和学习一些这方面的基础理论和知识，既能增长见识、开阔眼界，也有助于游刃有余地应对各类人和事。

本书的编写，旨在满足普通大众对怪诞心理学的认知需求。

全书共分为怪诞决策心理学、怪诞情绪心理学、怪诞行为心理学、怪诞职场心理学和怪诞爱情心理学五大部分，每一部分都包含了两个方面：一方面是从理论的角度阐释主题，另一方面是解读生活中的各类囿人囿事，其中不乏当下流行的社会现象。

整体内容本着深入浅出、生动活泼的原则，摒弃那些枯燥的理论和不切实际的案例，也尽可能避免心理学中常见的大量实验，而是以贴近社会环境、生存环境、现实环境的态度和方向，力求细致、详实，将怪诞心理学的方方面面展现给读者，帮助读者窥探现实生活中那些囿人囿事背后的真相。

让我们一起来体会怪诞心理学的乐趣，找出那些隐藏在身边的陷阱，拨开重重迷雾，为自己构筑一个晴朗、真实的内心世界吧！



Part 01

怪诞决策心理学：深藏心底的“糗神” / 7

你应当知道的几种影响决策的意识 / 8

- ◇ 意象 / 8
- ◇ 记忆 / 12
- ◇ 无意识 / 15
- ◇ 场景知觉 / 18
- ◇ 分配性注意 / 21
- ◇ 选择性注意 / 24

潜意识带给决策的神奇魔力 / 28

- ◇ 良药苦口难下咽 / 28
- ◇ 别为打翻的牛奶而哭泣 / 31
- ◇ 小心就能驶得万年船吗 / 34
- ◇ 没有选择余地的“选择” / 36
- ◇ 当断不断，反受其乱 / 40
- ◇ 大家都选择的的就是好的吗 / 43
- ◇ 赢得起，输不起，大家都一样 / 46
- ◇ 多人负责等于无人负责 / 49
- ◇ 有竞争才有超越 / 52
- ◇ 抢来的东西怎么那么好吃 / 55
- ◇ 安眠药和维生素 / 58
- ◇ “经验之谈”真的有用吗 / 61
- ◇ 人人都是“路西法” / 64
- ◇ “完美主义”很不完美 / 67
- ◇ 为何周四老出事 / 70
- ◇ 字看久了竟会不认识 / 73
- ◇ 为什么丑事传千里 / 76
- ◇ 谁不想好好表现自己 / 79
- ◇ 为何咬着笔会更快乐 / 82

Part 02

怪诞情绪心理学：恶魔与天使的对决 / 85

情绪似变化多端的天气 / 86

- ◇ 快乐如晴 / 86
- ◇ 恐惧如雹 / 89
- ◇ 悲观如霜 / 92
- ◇ 惊奇如风 / 95
- ◇ 接受如云 / 98
- ◇ 警惕如雾 / 101
- ◇ 憎恨如雪 / 104

情绪，恶魔OR天使 / 108

- ◇ 他人言论能左右你的情绪吗 / 108
- ◇ 世界冠军居然被一只小苍蝇打败了 / 111
- ◇ 前进的道路上有堵墙 / 114
- ◇ 紧绷的弦无法奏出华丽的乐章 / 117
- ◇ 并非人人都喜新厌旧 / 120
- ◇ “仇富”心理从何而来 / 123
- ◇ 不要和陌生人说话 / 126
- ◇ 欲望带来的错误 / 129
- ◇ 胡思乱想，庸人自扰的烦闷 / 132
- ◇ 幸福感究竟在哪里 / 135
- ◇ 让兴趣化身为动力 / 138
- ◇ 时间拥有抚平一切的力量 / 141
- ◇ 好心情与美食有必然联系吗 / 144
- ◇ 为什么萌宠能够带来更多乐趣 / 147
- ◇ 拥挤的环境更容易让人抓狂 / 150

Part 03

怪诞行为心理学：囿在心间，乐在人为 / 153

内在需求决定外在行为 / 154

- ◇ 生存需要 / 154
- ◇ 安全需要 / 157
- ◇ 社交需要 / 160
- ◇ 尊重需要 / 162

囿在心间，乐在人为 / 166

- ◇ 拖延成精，焦虑成魔 / 166
- ◇ 罚款再多，照样违章 / 169

目录

CONTENTS



- ◇难以抑制的“恋童癖” / 172
- ◇“裸露”成风，自毁前程 / 175
- ◇摸你一下能怎样 / 178
- ◇给“天价商品”一个正解 / 181
- ◇超市“捏捏族”的小心思 / 184
- ◇打折狂的内心独白 / 187
- ◇赠品意味着什么 / 190
- ◇为什么会恋父、恋母 / 193
- ◇“十赌九输”怎么还要赌 / 196
- ◇福无双至，祸不单行 / 199
- ◇疯狂团购背后你是谁 / 202
- ◇人肉搜索是真的因为愤怒吗 / 205
- ◇网络炫富，炫的只是财富吗 / 208
- ◇“冷血”教师，为何如此狠心 / 211
- ◇“御宅族”的自我世界 / 214
- ◇“专家”还是“砖家” / 217
- ◇名人出书热与推荐热 / 220
- ◇饭局上，抢着买单的那个人 / 223
- ◇不爱购买独爱DIY / 227
- ◇“送礼”的奥妙 / 230

04

怪诞职场心理学：潜伏在办公室的“奇葩” / 233

理性与非理性的摇摆 / 234

- ◇用较少的努力获得理性的结果 / 234
- ◇用自利的方式作为选择证据的标准 / 237
- ◇即将失去>尚未得到 / 239

鱼与熊掌的权衡取舍 / 242

- ◇导游“装出”的方向感 / 242
- ◇被人们高估的劳动成果 / 245
- ◇棋逢对手≠你的正能量 / 248
- ◇形同虚设的“全勤奖” / 251
- ◇离职人陷入不离职“怪圈” / 253
- ◇大众的集体催眠 / 256

- ◇办公室里的“牢骚一族” / 259
- ◇为什么男女搭配效率会更高 / 262
- ◇远离办公室的“心理污染” / 265
- ◇怎样消除“上班恐惧症” / 268
- ◇对薪酬避而不谈的真实原因 / 271
- ◇谈判中的“黑脸”与“白脸” / 273

05

怪诞爱情心理学：当爱神沦为“囫神” / 277

爱情是个三角形 / 278

- ◇浪漫爱：亲密+激情 / 278
- ◇愚蠢爱：激情+承诺 / 281
- ◇伙伴爱：亲密+承诺 / 284

孤单之后想狂欢 / 286

- ◇游走在围城的边缘 / 286
- ◇剩女幻想中的第一次 / 289
- ◇绝口不提初恋人 / 292
- ◇靠谱男人不嚼瑟 / 295
- ◇在线约会PK媒妁之言 / 298
- ◇男人好色的根源竟是基因 / 301
- ◇为何人人只说两段情 / 304
- ◇你相信心电感应吗 / 307
- ◇“闪婚”怎么越来越主流 / 310
- ◇春哥、伪娘引领何种时尚 / 313
- ◇试婚族，试的究竟是什么 / 316



Part

01

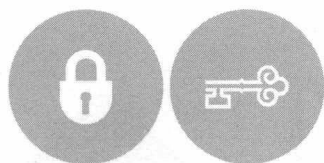
怪诞决策心理学：

深藏心底的“糗神”

为什么权力容易使人腐化，进而
升级为一种扭曲的控制欲？

为什么人总是会在看到别人插队
后插队，进而升级为一种“插队合理”
的思想？

为什么置身弱勢的群体常常以沉
默面对，进而升级为一种对情感的漠然？



你应当知道的几种影响决策的意识

◇ 意象

意，是人类的意识；象，指事物的形象。如果这两个字组合在一起，就形成了当我们看到某一名词时，脑海中所出现的有关事物的形象，也就是意象。意象贯穿于人的整个意识活动中，反映着我们的生活，影响着我们的生活。下面就让我们从一个简单的游戏开始，慢慢揭开意象的神秘面纱。

你是否被神奇的“猜心游戏”所吸引

在说意象之前，我们先做一个猜心游戏。步骤很简单，找一张不透明的纸遮住下方，一行一行地看题，然后按照要求把答案写在纸上。切记要慢慢来，不可急于看答案。

以最快的速度心算所给的数学算式，然后回答问题。

$$2+2=?$$

$$4+4=?$$

$$8+8=?$$

$$16+16=?$$

马上在5到12之间挑一个数字，写在纸上。

计算下列数字，并按要求回答问题。

$$1+5=?$$

$$2+4=?$$

$$3+3=?$$

$$4+2=?$$

$$5+1=?$$

现在默念“6”这个数字15秒。

迅速想出一种蔬菜的名字，写在纸上。

请依照指示，心算下列问题，并按照要求作答。

$$5+6=?$$

$$3+56=?$$

$$89+2=?$$

$$12+53=?$$

$$75+26=?$$

$$25+52=?$$

$$63+32=?$$

$$123+5=?$$

快速想出一种工具和一种颜色，并且写在纸上。

最后一题，依旧是迅速心算出数学算式，回答所有问题。

$$3+78=?$$

$$1+5=?$$

$$2+4=?$$

$$5+1=?$$

现在持续默念“6”这个数字15秒。

快速说出一种水果的名字。

$$8+329=?$$

$$27+7=?$$

说出五官的一种。

说出一种家禽的名字，并把以上问题的答案写在纸上。

四道猜心题目你一定有了答案，那我来问你最后几个问题：你所写下的数字是否是7？你所想到的蔬菜是否是大白菜？你所想到的是否是一把红色的锤子？你所说出的是否是苹果、鼻子和鸡？

或许，极个别答案不太相符，但是基本上是你手中的答案吧！你一定觉得这个游戏很神奇，好似读心术一般。其实，这个游戏并没有那么神秘，只是利用我们心中对事物的意象来故弄玄虚。

揭开意象的“面纱”

心理学家们将“意象”看作是人类在接触客观事物后，感觉系统将信息刺激传递给大脑，大脑



将此信息加工成能够与客体产生联系的形象。简单说，意象就是我们对事物总的概括性的认识在大脑中的反映。如果你还是觉得困惑，让我们来换一种更生动的方式去理解。

用电脑绘图画出一只小狗的形象，然后将文件命名为“动物”。当我们搜索“动物”这个词时，就会出现原来绘制的小狗形象。这个过程就是大脑在对意象存储和提取的象形过程——计算机就是我们的大脑，绘出的小狗就是我们所看到的客观事物，文件命名过程就是大脑对认识事物的分类，最后出现的小狗形象就是我们所说的意象。

在生活中，你有没有发现这样一个现象——当我们说起水果时，脑海中就会不自觉地浮现出苹果的画面，并且这种画面无论年龄增长与否、知识渊博与否，基本不会发生太大的变化。这就是我们脑海中意象的相对稳定性在作怪。上文的猜心游戏也正是运用了这个原理。

经过心理学家长期的调查研究发现，98%的人的意象形成是相近的过程，特别是在对最简单事物的认识上面，更是有极大的相似点。游戏设置的心算问题，目的是使受测者的注意集中于算术中，忽视对其他事物的思考，混淆思维。当问题提出时，受测者所做出的反应是对数字、水果、动物等最本能的意象反应。这种本能反应早在幼儿认识事物时期，就已建立了稳固的联系。稳固意象一旦形成，便影响着我们一生的社会活动。

天使降临还是恶魔化身

意象，是人们对事物的总体认识，它决定了我们对事物的最初态度。当我们听到“医生”这个词的时候，脑海中会出现穿着白色长衫、治病救人的“白衣天使”形象，因为医生是一个神圣的职业。而意象决定最初态度意识的同时，又影响了人们未来的发展走向。

鲁迅幼年时，父亲病重。因为无钱医治，父亲病故。他由此决心学医，愿成为一个能救助像父亲一样病人的医生。于是他赴日留学，刻苦钻研医术。后来鲁迅弃医从文，是因为他发现中国人的病不是在身体上，而是在精神上，需要从精神上救治。最后虽未成名医，但他依旧未脱离他意象中那个治病救人的医生形象。

意象无声无息地贯穿于我们的生活之中，如果不细细探究，便很难发现它在生活中的影响。事实上，那种潜移默化的作用，不仅影响着人类的发展，还反映着人们当下的精神状态。

心理学中，以意象能动的反映心理活动为依据，建立了“意象对话”治疗。这种对话通过引入情景，让受测者意象出所面临情景中出现的事物或画面；测试者依据一定原理分析出意象事物所具有的内涵，得出受测者目前的心理冲突，从而进行相应的心理咨询；也可以使受测者更加了解自己潜意识中的想法，对自己的身心活动做出调整，从而更好地生活。

可见，意象可以让我们变成天使去帮助别人；同时它也是天使，可以救助我们自己。作为决策

意识的组成者，它积极的一面毋庸置疑。然而，意象并不只是作为“天使”存在，我们不得不警惕意象的另一面——恶魔。

全球经济危机爆发的时候，股票直线下跌，生产萎靡，销售一再停滞，各国各行业的经济都笼罩在黑色的乌云之下。面对收益下降甚至亏损的局面，公司无非有两种缓解方式，一是降低成本，二是扩大交易量。降低成本就产生了降薪、裁员等一系列较消极的措施，而扩大交易量却是种相对积极的方式。现在，我们来充当某公司的总裁，脑海中想一下扩大交易量的场面，也就是你的销售柜台挤满了形形色色的人。如果单是富人或穷人，那销售量一定是有限的，如果无论贫富都购买你公司的产品，交易量定会直线猛增，那经济危机对于你来说，没有任何影响。刚才的过程就是对“扩大交易量”的意象。

你是否还在为刚才的意象沾沾自喜呢？这种意象初衷是好的，但是从实际来看却存在着严重的问题。法拉利公司自创立以来，就以生产F1赛车和高档跑车为核心，已经形成了一个稳定的针对高端客户的市场。如果法拉利公司按照意象采取措施，诚然可能会扩大一定量的交易，但法拉利的品牌定位会下降，并且因“大众化趋势”使公司失去高端消费群。当高端客户的消费群减少以后，将会带来更大的损失，至少要出售两辆低档车才能弥补失去一个高端客户所带来的经济损失。

可见，意象对决策意识有着举足轻重的影响。因为意象是一定的经验累积的反映，越是复杂的意象，所蕴含的经验越是丰富，而这些经验往往会导致思维定式，做出错误的决策判断。

某超市在播放一则广告：有一种产品，无论你是居家生活，还是外出旅游都可以用到。它外观精致、体型小巧、携带方便，用于各种场合。只要轻轻一抹，水渍、油渍通通去无踪。擦玻璃，擦桌子，擦地板，只要哪里想清洁，你就可以用到它。最重要的是，它价格低廉，不要99元，只要9.9元……

此时你脑海中意象出了什么——万能清洁器。是否有些心动？如果你果断地决定购买，你发现拿到手中的只不过是一块价值仅有几角钱的海绵。

成功的广告通过描述产品性质，借助消费者的经验在大脑中产生了产品的意象，让消费者感觉产品的功效之大。加上大力促销，于是消费者们“义无反顾”地决心购买。由此，我们不得不说，大脑中的意象跟我们开了一个天大的玩笑。

所谓“成也萧何，败也萧何”。意象具有两面性，它既是成功的垫脚石，又是绊脚石。所以好好利用意象，可以让我们事半功倍。那么，究竟该如何利用意象的正面作用呢？

发挥好意象的功能，要从它的建立、应用和监察三个方面着手。

意象形成的过程，就像我们建立一个属于自己的网站的过程。首先要有一个网络地址，这个地址就是我们所要认识的客观事物；然后我们针对地址构建相应的内容板块，这种内容板块要客观、



公正；网站建立完毕后，到了运营阶段，这时候更要提高警惕，正如“我们的脚不会两次踏入同一条河流”一样，所面临的情景也会有或大或小的出入。因此，行事不能完全按照意象来决定策略意识，还要考虑记忆、注意等其他决定因素。一个点击量高的网站，总会时不时地被不法分子插入广告，这时候就到了监察阶段，我们要注意自己意象形成是否受到其他外界因素的影响，例如那些夸大其词的产品介绍。

意象的好与坏，取决于我们自己。正确地使用它，扬起“意象”的风帆，在成功的道路上便会乘风破浪。

◇记忆

记忆，不只是心理学研究的一个重要领域，更是人们日常生活中关注的焦点。记忆就像摄像机，保存下我们生活中的点点滴滴。可是，我们真的了解这台摄像机吗？面对频频出现故障的摄像机，我们该何去何从？

为了“忘却”的担忧

生活中，我们时常面临一些措手不及的状况。而这些状况通常是因为我们忘记了某些东西造成的。

比如，早晨上班时，走到小区门口，发现记不清有没有关门，于是心急火燎地跑回家，看到紧闭的家门才放心；工作时，找不到前一分钟收起来的文件夹，或者想不起来几分钟前同事告诉你的某个信息，或者记不起当时已经背得滚瓜烂熟的电话号码；下班回家，走到家门口，才发现自己把钥匙忘在办公室；千辛万苦地进了家门，卸下一天的疲惫，冲一杯茶，与家人聊聊一天的所见所闻，突然被插话，然后就此忘记了刚才自己的话说到了哪里。

某项调查显示，超过80%的人为自己容易忘记别人名字这件事而担忧；超过60%的人担心自己会把房门的钥匙随处乱放；超过50%的人记不清别人刚刚告诉自己的某个信息。

其实，每个人都会面临“忘记什么”的情境。并且随着年龄的增加，我们忘记的事情会逐渐增多。当人们发现自己开始健忘的时候，就会跟“老”这个字联系起来，于是变得忧心忡忡，即使他仍然年纪轻轻。事实上，忘记并非只与年龄有关，影响记忆的因素还有许多，下面让我们来细细探究。

走进“记忆”殿堂

记忆是一个过程，我们在脑海中保存信息、积累各种经验，将外界带给我们的形形色色的刺