

# 怪诞行为 心理学

荒诞、疯狂、非理性心理透视

看人看事准到骨子里  
破译行为密码  
揭秘人性真相

文思源/编著



精彩、实用、生动、有趣的心理学读本

揭开怪诞行为背后的心理秘密，带你走进一个奇妙而新鲜的世界

 北京联合出版公司  
Beijing United Publishing Co., Ltd.

# 怪诞行为心理学

文思源 编著 | WEIRD BEHAVIOR PSYCHOLOGY



 北京联合出版公司  
Beijing United Publishing Co., Ltd.

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

怪诞行为心理学 / 文思源编著. — 北京: 北京联合出版公司, 2015.2  
ISBN 978-7-5502-4409-2

I. ①怪… II. ①文… III. ①心理学分析—通俗读物 IV. ①B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字 ( 2015 ) 第001021号

# 怪诞行为心理学

编 著: 文思源

责任编辑: 孙志文

封面设计: 李艾红

责任校对: 胡宝林

美术编辑: 李梦婷

---

北京联合出版公司出版

( 北京市西城区德外大街83号楼9层 100088 )

北京中创彩色印刷有限公司 新华书店经销

字数600千字 710毫米×1000毫米 1/16 26印张

2015年3月第1版 2015年3月第1次印刷

ISBN 978-7-5502-4409-2

定价: 29.80元

---

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容  
版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。电话: ( 010 ) 58815821



# 前言

PREFACE

注意观察生活的人，一定会发现生活中存在许许多多不可思议的现象，自认为“理性”的人往往做着“傻瓜”的事，而他们自己还蒙在鼓里。比如：为什么我们对自己的名字很敏感？为什么我们会疯抢根本不需要的东西？为什么别人的选择会影响我们的偏好？为什么商品卖得越贵越有人买？为什么紧张的情况下我们愿意与人共处？为什么有时候我们觉得自己的梦有预示作用？为什么我们白干活高兴，干活赚钱反而不高兴？为什么一看到促销我们就控制不住要买东西？为什么险境中更容易产生恋情？为什么人多不一定力量就大？为什么商品卖得越贵越有人买？有些是我们司空见惯却无法合理解释的；有些是我们认为理所应当，但深究起来却又觉得有奇异之处的；还有一些则是从发生伊始就让我们充满疑惑的。这些怪诞行为恐怕很多人早已经熟视无睹，却没有过多地去思索它们背后的心理原因，没有关注它们背后隐藏的秘密。

我们可以尝试一下这样的场景：你闭上双眼，伸出两手呈平行状，掌心向上摊平。然后，你被告知，你的左手放了一个铁球，右手牵着一个气球，铁球越来越重，气球越来越轻……在这样的语言引导下，睁开眼睛后，你会惊奇地发现本来持平的双手已经发生了变化：左手明显比右手低。原来，我们在不知不觉中已经被“沉重的铁球”和“轻盈的气球”所影响了。那么，这是为什么呢？因为当我们被语言告知左右手承受不同重量物件的时候，就已经被别人做了心理暗示。我们的大脑是有记忆的，它回忆起我们的身体承受“铁球”和“气球”的不同质感，并向其发送了相应的信息：铁球重，我们的手会被压下沉；气球轻飘，手应该向上浮。这样，我们就在别人的“诱导”下，成为了“被操纵的对象”！

在我们的日常生活中还有更多匪夷所思的事情发生，只是我们都缺乏探测和发现的雷达，以至于忽略了自身和生活的许多有趣之处。我们的生活似乎处处充满谜团，而我们的一生似乎也总是做出一些这样那样的怪诞行为。其实，这些怪诞行为的背后隐藏着让我们大吃一惊的真相。为了让人们更好地了解这些怪诞行为背后隐藏的深层秘密，了解人是如何思考、如何表达、如何行动、

如何感受的，从而对人性有更深刻的洞察，更加清楚地认识自我，发现潜藏在内心深处的自己，发现自身某些不理性、不正确的心理模式和行为模式，且学会自我调节、改正，塑造正确的心理和行为习惯，避免不当的行为引起他人的反感和误解，从而让自己更受欢迎，让人生更加顺利，我们特编写了这本《怪诞行为心理学》。

本书通过大量案例和实验解读日常生活中存在的种种怪诞行为背后的秘密所在，剖析了那些不易察觉的非理性思维，诠释了生活的本质与真相，并为读者提供了相应的应对措施，从而帮助你更好地了解自己、读懂他人、透视社会，做到“见怪不怪”，“以怪制怪”，化生活的“非常态”为“常态”，更好地驾驭学习、工作、生活。借助本书你将会发现：只有了解人类的天性，才能够用更合理的方式对待别人；懂得合理对待别人的人，才能取得更大的成功。懂得怪诞行为心理学可以让我们更平静、更审慎：我能够及时发现自己的心理陷阱，并在它们造成重大损害之前予以避免。而当别人行为不理智时，我可以胸有成竹地面对他们——甚至也许更具优势。



### 第一章 本能——为什么我们管不住自己 ..... 2

残忍的动物界：竞争的激励作用.....	2
大钱小花和小钱大花：心理账户的存在效应.....	3
七女挑战南极：别压抑冒险情怀.....	4
因装修而分手：性别影响观念.....	6
男女对性信息素的不同反应：费洛蒙的影响.....	7
Ta 时代来临：宽容性别认同.....	8
见人脸红的潘亮：克服羞怯.....	9
为何一心不能二用：勿让注意太分散.....	11
人们对未完成的事念念不忘：蔡加尼克效应的中断力量.....	12
受人关注就会表现很积极：霍桑效应.....	13
细微动作反映内在心理：性格与常有动作的联系.....	14
瞬间“吓傻了”：人类的冻结反应.....	16
清一色男性的宇宙飞船：异性效应促效率.....	18

### 第二章 被自己名字惊醒的孟奇：鸡尾酒会效应..... 20

为什么人们对失比得更敏感：“参照依赖”心理的非理性感受.....	21
“液体的钻石”：嗅觉调动态度.....	23
多吃辣椒减肥不成反伤身：味觉与情绪.....	24
女律师失败的变声手术：声音是对自身形象的期待.....	26
抚摩胎教有用吗：人类渴望肌肤触摸.....	28
课堂上和看动画的一小时：时间会被感觉扭曲.....	29



感觉越来越麻木：贝勃定律潜移默化.....	31
拖延时钟：主客观时间有差别.....	32
《午夜凶铃》的惊悚感：正负面情绪的交替.....	34

### 第三章 直觉——为什么我们不能左右自己的生活 ... 36

合理的选择：并不“经济合理”的快乐预期.....	36
总买没用的东西：合算交易偏见.....	37
运气是什么：概率的重要性和普遍性.....	38
红酒只要 20 元：炫耀性消费出高价.....	39
BP 机的辉煌与落幕：市场经济下的替代效应.....	40
名贵中成药频频提价：稀缺性激发渴望.....	42
伊丽莎白夫妻的收养经历：捐赠效应.....	43
“存钱”反赔钱：让财产缩水的负利率.....	44
“月光女郎”和“小白菜”：社会贴现率.....	45
搬家可以理想化吗：每个决定都有心理弱点.....	47
时间感的演化：不同阶段时间感不同.....	48
《京都议定书》为何以失败告终：具体的有区分的策略制定.....	50

### 第四章 黏住——为什么我们记住了这却忘了那..... 52

没有人天生记忆力不好：大脑是一个超级内存.....	52
情绪不好时购物与旅游：购买经历更快乐.....	53
“活 Google”：超强记忆综合征.....	55
大脑常“短路”：“艾宾浩斯”让记忆保持新鲜感.....	56
才拨的号码就忘了：7 ± 2 效应.....	58
巴纳特的课堂实验：做笔记有助协同作用.....	60
汉密尔顿荒地的命名：具体化让人记忆清晰.....	62
愉快的记忆比不愉快的多：心情好记得快.....	64

### 第五章 潜伏——为什么我们会无意识地行动..... 66

挑战观众想象力的话剧：想象是伟大的力量.....	66
演唱会时，再害羞的人也会跟着大声唱：“去个性化”的心理效应.....	67
好妻子是个好厨娘：恋母情结倾向.....	68
沉迷于自己的世界：警惕社交恐惧症.....	69
没有文化的文化人：人要有信仰.....	70

男高音的“大小之争”：潜意识.....	71
为什么有些人爱“拖”：对自我的反抗.....	72
关键时刻为何总是发挥失常：“詹森效应”来解释.....	74
当局者迷而旁观者清：从“阿斯伯内多效应”说起.....	75
视而不见：认知资源有极限.....	76

## 第二篇 探寻内心深处的自我

### 第一章 公平——为什么做不到真正的不偏不倚..... 80

被误会的相亲对象：勿让偏见遮双眼.....	80
同物不同价的手机：商家的价格歧视.....	83
女士衬衣清洗费用比男士高：成本不同消费不同.....	84
“弱”巧“借”荆州：“仗势欺人”的智猪博弈.....	86
玉米为什么比小麦贵：均衡价格的市场趋势.....	88

### 第二章 错觉——为什么我们自以为是..... 90

音乐对孩子成长有影响：莫扎特效应.....	90
高档餐厅午餐“亏本”经营：“追加成本”的使用与高利用率的回报.....	91
一幅画两个看法：知觉也有选择性.....	93
莫名其妙的受害者：记忆变形可能受诱导性因素影响.....	95
不同性格特征的吉姆：第一印象的主导地位.....	96
夫妻的两人三脚游戏：新奇互动促进感情.....	97
现在发生的是我过去梦到的：大脑活动的超感知觉.....	98
放弃是人类的天性：退出门槛心理.....	100
面带微笑也是抑郁症吗：微笑型抑郁症.....	101
“老板，我要续杯”：餐馆的整体利润才是王道.....	103
“宽容”和“自私”是同义词：对自身利益的关注.....	104

### 第三章 决策——为什么我们总是找不到最佳答案..106

1美分硬币成“鸡肋”：成本与收益.....	106
女大学生为什么“急嫁”：就业与失业.....	107
美国人愿搬家，中国人愿买房：灵活的住房市场.....	109

被填满的罐子：艾森豪威尔法则的明智之处 .....	110
鲍勃·迪伦的《摩登时代》真便宜：贩卖成本的秘密 .....	111
追女孩时不能太殷勤：关于自己的营销策略 .....	113
你是如何解决难题的：思维模式 .....	115
最好别相信直觉：共同偏差造成缺陷 .....	117
别让记忆白费力气：注意力是关键 .....	118

#### 第四章 低效——为什么总有人做无用功 .....120

瞎忙的小文：挖掘高效背后的最佳思想 .....	120
拿破仑需要什么：缺乏交流语境的信息是毫无价值的 .....	121
谦让反而会导致效率降低：社会规范的遵守 .....	123
80后跳槽风：择业新标准 .....	124
我们的拖沓恶习：“此刻满足”可能满足不了长远利益 .....	126
人类为什么需要“圈子”：群体倾向性 .....	127
忠实客户：路径依赖 .....	128
商业对手原是兄弟：聪明的价格战是一种销售策略 .....	130
学热门专业也会难找工作：择业经济学 .....	131

#### 第五章 超常——我们怎样强化自己的心志模式 .....134

招聘企业管理者：坠机理论 .....	134
门房职员做“公司主人”：用行动推进公司的发展 .....	135
小天鹅董事长对员工的奇怪要求：企业管理要重预防 .....	137
微软公司的“回馈圈”：不逃避危机可能 .....	138
为何百事甘做“老二”：实力弱时退居二线 .....	139
猎捕梅花鹿和兔子：猎鹿博弈中的合作哲学 .....	141
花公司的钱要像花自己的钱：学会节约公司成本 .....	142
以牙还牙，以眼还眼：回报行为很常见 .....	143
王琦玉的餐饮服务经历：用敬重的态度对待平凡的工作 .....	145
著名节目主持人的18次碰壁：战胜挫折心理 .....	146
为梦想打工：对工作的责任和态度 .....	147
老被墨子责骂的能人耕柱：折腾是对自己的考验 .....	149
爱工作的有钱人：成长比薪水更重要 .....	151

## 第三篇 揭秘我们的欲求

### 第一章 动机——为什么我们想做那件事 .....154

致富的捷径：快乐与现实原则的对抗.....	154
麦当劳城里涨价农村降：需求价格弹性 .....	156
家庭争吵：亲和动机是家庭安慰.....	158
促销“滚雪球”：求廉动机占不到便宜 .....	159
是女神还是路人甲：三分好奇成全万般想象 .....	161
“一锤子买卖”和“59岁现象”：重复博弈理论 .....	162
生理期，购物无罪：冲动型消费.....	164

### 第二章 进退——我们怎样趋利避害.....166

应警惕过劳死：疲劳问题不可小觑.....	166
生命在于运动：运动改善身心健康.....	167
欣赏不了的名曲和名琴：价值归因易错看 .....	169
懒人更渴望天上掉馅饼：逃避的不良心理倾向 .....	170
让孩子干家务：理想比金钱对孩子更有用 .....	171
酒吧出租车：“高载客率+高价格”背后的可观收入 .....	173
音乐盛宴：听音乐减缓压力.....	174
额外工作是机遇：展现职业精神和气度 .....	175

### 第三章 需求——我们都有什么欲求和渴望 .....177

人为什么需要一份工作：从需要层次理论说起 .....	177
24小时营业：赢得顾客忠诚度.....	178
高中生暴食症：健康与审美.....	179
旅游为何流行：假日经济正走俏.....	181
为什么最受欢迎的角色是“听众”：身体和心智 .....	182
《淘气少女求爱记》：主动是交往的前提 .....	184
结婚不能只是为了“结婚”：感情共鸣性 .....	185
婆媳不和：长辈更需要关爱和交流.....	187
公司的福利设置：赢得员工归属感.....	188

**第四章 损益——我们是怎样得到和失去的 .....190**

裁缝的赌约：“美女经济”的利用.....	190
爱情要像选购靓鞋：苏格拉底的麦穗原理.....	192
孩子的家庭软暴力：骄纵可能致感情淡漠.....	194
牛奶装方盒，可乐却装圆瓶：额外存储成本的抵消.....	195
少给 CEO 薪资行不行：为公司利益用激励机制.....	196
月嫂难求，白领过剩：劳动力供需不平衡.....	197
迷恋小概率事件：对损失的厌恶.....	199

**第五章 捆绑——为什么我们有认知局限 .....200**

世界末日真的会到来吗：投射效应.....	200
复杂的行为未必与智力有关：智力体现在简单的创新上.....	201
麦当劳不经营快餐经营房地产：商业模式问题.....	203
老人的寂寞：多给父母一份体贴和关怀.....	205
发型不同，人也不一样了：特征改变引发“违和感”.....	207
动物能够提前为未来做计划：动物种属特异的季节性行为.....	208
钻石比水更珍贵：价值悖论.....	210
路边苦李：产权问题不能知之甚少.....	211

**第四篇 平复内心的波动****第一章 摇摆——内心的动摇从何而来 .....214**

“以貌取人”的择偶心理：同征择偶.....	214
夫妻相也是可以长出来的：天长日久的变色龙效应.....	215
浪漫情怀和桥的摇摆：“吊桥效应”引发心动错觉.....	216
为何对于流言我们易轻信：戈培尔效应.....	217
吃饭时当服务战胜口感：“程序正义”找平衡.....	219
选择饼干还是方便面：生产可能性边界.....	220
吉列刀片的传说：“充裕”时代的到来.....	221
交往越多越亲密：邻里效应.....	223

## 第二章 情商——为什么我们会喜怒无常 .....226

情绪反应：刺激后的内部主观体验.....	226
幸福藏宝图：积少成多也会快乐.....	228
追求利益最大化未必幸福：幸福 = 效用 / 欲望.....	229
一时怒气悔恨终生：不怒的活法.....	231
恩施“马加爵”：自卑是吞噬人格的毒药.....	232
抑郁症：威胁人类健康.....	234
从人肉搜索看出什么：空虚让人没有渴望和动力.....	235
她饿了是真的饿了吗：焦虑折磨人.....	236
哭泣不等于懦弱：哭出来情绪更好.....	238
心情好事情才能做好：情绪 ABC 理论.....	239
连 1/5 的蛋黄都吃不完：可怕的厌食症.....	240

## 第三章 恐惧——为什么人会对未知的东西有危机感243

总觉得背后有人盯着自己：内心过于敏感易对己施压.....	243
开灯睡觉癖：恐惧黑暗.....	245
对蛇的惧怕：恐惧基因的流传和改变.....	246
花圈很恐怖吗：恐惧症让人不知所措.....	247
A 先生的痛苦：广场恐惧症.....	249
小心“呼吸过度”：情绪影响身体状态.....	250
突然瘫痪的张先生：转换性障碍.....	252
小孩必须被固定在儿童车座上：儿童车座的安全效应.....	254

## 第四章 冲动——为什么有时感觉很直接 .....256

“浓情巧克力”和《爱尔兰咖啡》：爱情快餐化不可取.....	256
“撞骗”和“概率盲”：大数法则和小数法则.....	258
“闪婚闪离”：责任心与不成熟.....	259
分清抱怨还是倾诉再提供建议：人心立场各不同.....	260
曲线物体更有爱：外形影响印象.....	262
“双鸟在林不如一鸟在手”：简约的观点易为大众所接受.....	263
到处找自己手里的手机：看不见的思维盲点.....	265
左拥右抱别炫耀：花心也是病.....	266

## 第五章 目眩——我们怎样被色彩迷惑 .....268

被子多为淡蓝色和白色：肌肤对色彩有感觉 .....	268
快餐店不适合等人：色彩混淆人的时间感 .....	269
“绿动你的心”：冷色的镇定作用 .....	270
外科医生为何穿绿衣服：补色产生错觉 .....	272
银白色汽车最安全：膨胀色清晰度高 .....	273
色彩也能动：视觉上的动静感 .....	274
波利菲尔大桥的自杀者：色彩影响情绪 .....	275
男女对数码产品颜色喜好不同：性别与色彩 .....	276
特种兵脸上的颜料：降低注意力 .....	277
田径跑道一定是红色的吗 .....	278
颜色能减肥：色彩降低食欲 .....	279
绿色光环境：调出保健灯光 .....	280
厨房的“以色为名”：室内色彩搭配影响情绪 .....	281

## 第五篇 不让非理性蒙蔽双眼

### 第一章 假象——我们如何应对生活中的骗局 .....284

虚荣的柳芳：撒谎成瘾 .....	284
我们正在失去以前的大脑吗：乌比冈湖效应 .....	285
小心身边的眼泪攻势：“逃离现场” .....	286
笔仙来了：巴纳姆效应以全咳偏 .....	288
让总统无奈的推销术：名人效应显公信力 .....	289
处理商品的陷阱：利用消费者买便宜货心理 .....	290
“特价”、“打折”策略：商家的价格迷雾 .....	291
“中奖”营销：消费者提高心理防线 .....	293
马歇尔的“消费者剩余”：低价买卖的秘密 .....	294

### 第二章 失常——为什么“变态”的事情时有发生 ..296

休息之后还是疲惫：星期一综合征 .....	296
涂露露的3个人格：人格分裂症 .....	297
溶洞里的一年时光：孤独综合征 .....	299

“相亲黄金周”：相亲综合征.....	300
公交车上狂刷银行卡：假期综合征.....	301
香港“魔警”：分裂型人格障碍.....	303
《雨人》：自闭症.....	304
只偷内衣的贼：恋物癖.....	307
当“我”不是我的时候：人格解体障碍.....	308
过于依赖的海藻：依赖型人格障碍.....	309

### **第三章 盲目——为什么我们的决定受大众影响.....312**

米尔格拉姆实验：再议权威.....	312
阿密绪人的“不受教育权”：阿罗不可能性定理.....	314
众人拾柴火焰未必高：企业的规模报酬.....	315
购买音乐会套票便宜得多：套票价包含的内在逻辑.....	317

### **第四章 强迫——为什么会做自己不欣赏的事.....319**

高跟鞋再难受也要穿：乌托邦式冲动.....	319
“奇迹”不能强行创造：不需独自承揽所有责任.....	320
女工离婚情非得已：理性经济人.....	322
对没兴趣的活动感觉好：强化角色实践.....	325
说脏话让人痛快：释放被压抑的攻击本能.....	326
不要总是说“谢谢”：拉远与人的心理距离.....	327

### **第五章 迷失——为何会有十字路口的迷茫.....330**

为何运动员和明星收入比一般人高得多：关注市场供需.....	330
苏比的监狱梦：不迷信“物质激励”怪圈.....	331
“神马都是浮云”：生活压力要抒发.....	333
为何有人爱网购“垃圾”：有期待很容易出现幸福感.....	334
中庸之道与中杯效应：“交替对比”使然.....	336



## 第六篇 应对变幻的世界

### 第一章 引爆——怎样从默默无闻到与众不同 .....338

最热情的棒球运动员：激情鞭策成功.....	338
世界比你想象的复杂吗：不必忧思过度.....	340
害怕上班的毕业生：受挫心理让人退却.....	341
这份工作“值不值”：价值观起作用.....	343
警惕“心理污染”：办公室环境影响情绪.....	344
为何你乐意和能带来报偿的人交往：吸引的回报理论.....	345
“尽信书则不如无书”：培养批判性思维.....	347
幸运儿不是天生的：运气可以自己培养.....	348
日事日毕，日清日高：OEC管理法.....	350

### 第二章 埋单——我们到底消费的是什么 .....352

电影院会让自己亏本吗：不要小看互补品.....	352
商场打折有“阴谋”：应理性消费.....	353
疯抢不需要的东西：示范效应的魔力.....	355
假货卖高价：印象重要.....	357
花店的“诡计”：投机心理不理性.....	358
聚合经营：马太效应.....	359
《与旧睡袍别离之后的烦恼》：配套效应.....	360
美国的服务员也薪资不低：可观的小费.....	361
旅游门票向当地人优惠：自身价格弹性.....	363
商家是如何定价的：固定成本和可变成本.....	365
选择怎样的商店才更划算：交易成本的考虑.....	366

### 第三章 两性——男女眼中的彼此都是怎样的 .....369

我就是喜欢他，不喜欢你：喜欢一个人需要理由.....	369
男人更易出现中年危机：中年男女精神追求不一样.....	371
你知道“作女”吗：过剩的女性自我意识.....	372
一样的品质不一样的评价：“恋男”和“婚男”标准迥异.....	373