

一本注定改变千万人命运的旷世佳作！
你将会从中发现一个关于人的重大秘密！

程志良 著

活着就在 找感觉

人需要的是事实
而

**无论你信与不信
感觉都在决定着人的一切！**

当别人知道你在找什么感觉时，**你就完蛋了！**
当你知道别人在找什么感觉时，**你就成功了！**

金城出版社
JINCHENG PUBLISHING

程志良 著

活着就在 找感觉



金城出版社
JIN CHENG PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

活着就在找感觉/程志良著. —北京: 金城出版社, 2012. 7

ISBN 978-7-5155-0483-4

I. ①活… II. ①程… III. ①人生哲学—通俗读物
IV. ①B821-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 117863 号

Copyright©2012 GOLD WALL PRESS, CHINA

本作品一切中文权利归 **金城出版社** 所有, 未经合法许可, 严禁任何方式使用。

活着就在找感觉

作 者 程志良

责任编辑 方小丽

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 16.75

字 数 190 千

版 次 2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

印 刷 北京集惠印刷有限责任公司

书 号 ISBN 978-7-5155-0483-4

定 价 32.80 元

出版发行 **金城出版社** 北京市朝阳区和平街 11 区 37 号楼 邮编: 100013

发 行 部 (010) 84254364

编 辑 部 (010) 84250838

总 编 室 (010) 64228516

网 址 <http://www.jccb.com.cn>

电子邮箱 jinchengchuban@163.com

法律顾问 陈鹰律师事务所 (010) 64970501

前 言

我有两种超乎寻常的“能力”，得到了身边朋友的认可。其中一种是我对人脸和人行行为特点的识别和捕捉能力。只要我见过一次的人，无论以后我们在多么混乱的场合相遇，都能被我一眼认出。

前不久我的这种“能力”再一次得到了验证。

我和一个朋友约在国贸附近见面。我把车停在离国贸桥三百米远的地方，给他打电话。

他说：“我就在国贸桥下，但我对这边不熟，我也不知道自己具体在什么方位。反正我正在过马路呢。”

这时我看到远处桥下晃过一个熟悉的身影，我想那肯定就是他了。我说：“我看到你了。你是不是穿了件灰色的大衣啊？”

他说：“是啊。你在哪呢？”

我说：“你就在马路边上等我吧，我马上过去。”

这时坐在我旁边的朋友说：“在哪啊？我怎么没看到呢？”

我指了指桥下。

他一副不解的样子说：“那么远啊！这么多人，还有这么多车，而且只有拇指那么大点的人影，你怎么认出来的啊？”

我开玩笑说：“我有特异功能啊。”

当我把车开到这个朋友面前时，车上的朋友惊呆了，他说：“你真能看到啊！难道你是千里眼？”

其实，我既不是千里眼，也没有什么特异功能。我之所以具备这种能力，是因为我曾经学过三年多的绘画，能够瞬间抓住一张脸或者一个人的行为特点，并且牢记在脑中。学习绘画锻炼了我的洞察力，并且让我形成了捕捉人物特点的习惯。虽然后来我不再继续画画，但还是会下意识地那样观察自己遇到的人。约我在国贸见面的那个朋友，走路时独特的风格，早已深深地印在了我的脑海中。所以只要我能在人群中捕捉到那个和我脑海中相符的模糊身影，我就能断定是他。而没有受过特殊训练，不具备一定捕捉技巧和方法的人，是很难分辨出人与人之间存在的微妙差别的。

我的第二种能力和第一种能力有些相似，只是一个看的是人的外在，一个看的是人的未来。一个陌生人，只要如实回答我三个问题，我就能知道他未来三年大致的发展情况。身边的很多朋友都想通过这种方式，让我看看他们的未来如何。我说，我们都这么熟悉了，什么都不用问，我就知道你未来三年、十年甚至一辈子会怎样。

可是和一个人相处多年，都不一定能看出他的未来。我怎么能只借助三个问题就知道一个陌生人未来如何呢？你也许会质疑我的这种能力，感觉我是在吹嘘。但其实这也不是多么神奇的事情，我只是通过多年对心理学的钻研以及对生活中诸多案例的分析，发现和掌握了人行为背后的规律。那么他人言行中的什么信息，让我看到了一个人的未来呢？

我之所以能通过三个问题预测别人的未来，是因为我发现和掌握了人们行为背后的心理轴心。抓住人们行为赖以运转的心理轴心，也就抓住了人的全部，也就能准确有效地掌握人的行为和未来。因为人的行为再怎么变化，也脱离不了它的运转轴心。这就像地球在绕着太阳旋转一样，地球的运转轨迹永远无法超出太阳的吸引范围。那么人们行为的心理轴心是什么呢？它就是人的感觉。感觉决定了人们怎么想以及怎么做。换言之，人的行为是围绕自我感觉展开的，人一直在跟着感觉走。我从一个人的回答中，能发现感觉对他的牵制有多大，而这又决定了他能走多远，飞多高。

那么我们在跟着什么样的感觉走呢？感觉又如何牵制我们的人生呢？这就是本书要和大家探讨的问题，也是本书要揭开的一个重大秘密。不过在这里我可以先告诉你一个事实——人追寻的一切，都只是感觉而已。无论你信与不信，你的感觉都在决定着你的这一切。

第1章

你的命脉——活着就在找感觉 /001

- 一、给他想要的感觉，拿到自己想要的一切 /002
- 二、最让人抓狂的事 /010
- 三、我们的感觉从何而来 /018
- 四、感觉以什么格式存储在脑中 /025
- 五、高于现实的良好感觉 /035
- 六、高于他人的良好感觉 /042
- 七、抓住自己的良好感觉 /056
- 八、良好感觉的背后：我们的软肋 /062
- 九、感觉当道，事实靠边 /072
- 十、让自己高高在上 /079
- 十一、信以为真：感觉披着真实的外衣 /083

第2章

感觉雷达——跟着感觉走 /093

- 一、获得良好感觉的自由空间 /094
- 二、为了感觉，这个可以有 /097

- 三、为了感觉，可以视而不见 /099
- 四、为了感觉，和有感觉的人在一起 /105
- 五、有观众就有好感觉 /107
- 六、在糟糕的感觉来临之前撤离 /110
- 七、良好感觉的升级 /113
- 八、良好感觉的顶点 /116

第3章

自我修复——让感觉恢复良好 /121

- 一、能解释得过去，糟糕的感觉就会过去 /122
- 二、找到原因，就找到了感觉 /126
- 三、重复强调的惊人效果 /130
- 四、发挥理智的镇痛作用 /131
- 五、无视等于没发生，篡改等于不存在 /134
- 六、围绕自己兜圈子 /137

第4章

崩溃边缘——糟糕的感觉来袭 /141

- 一、过犹而不及 /142
- 二、失守的心门——片面 /144

- 三、失守的心门——负面 /156
- 四、抓不住自己的生活 /166
- 五、为良好感觉设下的高门槛 /169
- 六、找感觉步入的误区 /176
- 七、干扰让你面目全非 /180
- 八、找不到感觉的可怕结果 /191

第5章

自助变轨——瞬间的转变 /200

- 一、一切只为翩翩起舞 /201
- 二、心理岔道——感觉的变轨 /204
- 三、每个标签上都写着“自我制造” /206
- 四、揭穿糟糕感觉的假面 /218
- 五、良好感觉的自助餐 /241
- 六、要找的感觉在路上 /251

第1章

你的命脉——活着就在找感觉



一直以来，我们都在寻找获得成功以及有效影响他人的关键所在。我们也许没有想到，这种关键因素就在自己这里。它是一个词，我们每天都挂嘴边；它是两个字，我们每时每刻都在依据它做出选择；它是左右我们一切行为的根本，也是促进我们前行的动力；它像氧气一样支撑着我们的生命，同时也是让人葬送掉自己人生的罪魁祸首。总之，它是人的一切，它是每个人活着就在寻找的“感觉”。

那么人活着在找什么样的感觉呢？人在找活着的感觉。那么什么让人有活着的感觉呢？答案是人对自己的良好感觉。也就是说，人活着就在找对自己的良好感觉。

因此，只要能给别人想要的感觉，我们就可以拿到自己想要的一切；只要能超越自己的感觉，我们就可以成就自己梦想的人生。这绝不是高谈阔论。我们没有发现这其中的奥秘，只是因为，我们直到今天也不一定知道，自己追求和寻找的是什么，以及什么才是自己的一切。

看到这本书你值得窃喜的是，在追求成功和快乐，以及有效影响他人的道路上，我们终于可以结束东抓一把西抓一把，而不解决根本问题的探索和尝试。现在我们可以一把抓住“感觉”，直奔自己梦想的人生。

一、给他想要的感觉，拿到自己想要的一切

给他想要的感觉，要了他的命

警方在调查一起杀人案时，抓到一个狂妄自大、目无一切的

嫌疑人。通过多方调查，警方发现很多信息都指向这个嫌疑人。警方认定他就是作案凶手，但是由于缺少关键证据，暂时无法对他定罪。如果在限定的时间内无法破案，就必须将他无条件释放。眼看这个家伙就要逍遥法外，警方决定对他展开新一轮的心理战术。几个谈判专家开始对他进行轮番轰炸。

第一个警察说：“如果你承认自己是无意的，是由于一时失控才杀了他，那么可以依照法律减轻你的罪行……”嫌疑人没有任何反应，他只好扫兴而去。

第二个警察说：“如果你还有点良知的話，你应该想想你这样做对死者家属造成的伤害……”结果他也无能为力。

第三个警察说：“我们正在对现场进行更加严密的分析，马上就能找出证明你罪行的有力证据……”第三个警察的努力还是徒劳无功，他也灰头土脸地离去了。

而第四个警察仅仅用了五分钟时间，就轻松搞定了嫌犯。那么他到底说了些什么，让嫌犯乖乖认罪了呢？

这个警察说：“伙计，我非常确信，如果你想骗我，那是不费吹灰之力的事。但是如果你说你没有意识到自己做了什么，那么我们会以为你精神错乱了。你希望别人这么看你吗？一切都在你的掌控之中，只有你能告诉我，你怎么做了这一切……”

如此简单的几句话就能把嫌犯搞定，你一定觉得不可思议吧？其实原因很简单。第四个警察给了嫌犯想要的感觉，所以他得到了自己想要的答案。狂妄自大的嫌犯认为自己时刻掌控着局面，只要他不招供，警察就拿他没办法。与此同时，他也强烈地

渴望这一切能够继续在自己的掌控之中。第四个警察说话的口吻，满足了他对掌控感的需求。他认为自己依旧主宰着事情的发展趋势，即便他说出了事实，也是自愿说出的，而不是因为警方的威逼利诱。这让他自我感觉良好。他得到了自己想要的感觉，也就不自主地说出了自己的罪行。他这样的人，宁可坐牢甚至是送命，也决不能让自己感到弱小。因为认为自己无所不能的人，绝对不会承认自己有任何的需要。他不会屈服于任何人，只会栽在自己手里。

另外三个警察的话也不是没有说服力，但为什么对嫌犯没有起到作用呢？

第一个警察看似是从嫌犯的利益出发，为他的罪行找到了借口，但是审讯中涉及“失控”这样的字眼，让嫌犯感觉自己很弱小和不能自控，所以这种审讯方式对狂妄自大的嫌犯只能适得其反。

第二个警察从道德上谴责他，希望能让他良心发现，然后老实交代自己的罪行。但是对于狂妄自大的嫌犯来说，承认自己缺乏道德或是有任何错误，是绝对不可能的事。他看重的只是自己的权利。他完全认可自己的想法和行为，即便是触犯了法律，也能为自己的行为找到合适的理由，例如伸张正义、忍无可忍。他不会认为自己的做法有什么不妥，所以才有了犯罪的行为。

第三个警察的言辞对于一个狂妄自大的犯人来说，是起不到任何作用的。首先，嫌犯坚信自己的做法非常周密，警察不会找到关键证据。其次，威胁只能使他更加坚信自己做得天衣无缝。他只会对自已低头，而不会屈服于其他任何人或事。

犯罪嫌疑人宁可冒坐牢和送命的风险，也要抓住自己想要的感觉。由此看来，对一个人而言，“感觉”有时候甚至比生命还重要。

可我们既不是谈判专家，也无需索取他人性命，给别人想要的感觉，对我来说有什么现实的意义呢？可是，既然给一个人想要的感觉，连他的命都可以拿走，那么还有什么拿不走的呢？其实，人们的大部分行为，都是为了抓住自己想要的感觉。如果可以给别人想要的感觉，那么不但可以要了他的命，也可以让他忠心耿耿地为你卖命，还可以让他死心塌地地跟你走。只要给别人想要的感觉，你就可以拿到自己想要的一切。

也许你认为，这种做法的可操作性不强，没太大的实际意义，那么我们就来看一下发生在我们身边的事情，看看感觉如何影响着我们的生活。

给他想要的感觉，掏了他的钱

我曾经应邀为某购物网站做过一个系列的消费者心理研究。其中非常重要的一项研究内容，是关于同一件商品的不同广告诉求（商品卖点），对消费者购买行为的影响。

同一件商品有着不同的卖点，比如一件女装，它有舒适的面料、新颖的款式和贴身的剪裁。那么针对同一消费人群，什么样的诉求方式可以最大化地促成消费者的购买行为呢？是它能给你带来舒适的穿着体验，还是它可以让你看上去与众不同，又或者是它可以让你展现自己的优美身姿？这是商家做梦都想知道的事情。

我们通过大量的研究分析，为一件商品优选出了六个卖点，然后分别以每一个卖点为广告诉求推荐给消费者。从实际的在线销售情况来看，销售量排在第一位的诉求方式比排在最后一位的诉求

方式，销量多出了一倍。由此可以看出，不同的广告诉求对消费者购买欲望的刺激是完全不同的。

那么，为什么同一件商品的不同吆喝方式，会对产品的销量产生如此大的影响呢？为什么有的卖点不能促成销售，而有的卖点就能让人倾囊而出呢？因为不同的吆喝方式，唤起了人们不同的感觉。也就是说，如果商品的卖点唤起了人们想要的感觉，那么让人倾囊而出也就成了轻而易举的事情。

这样的消费者心理研究难免有些枯燥，接下来和大家分享一个生活中的案例，说不定你也有过同样的经历和感受。

朋友阿娟喜欢在网上买东西，但是有些网购经历让她感觉很受伤。她经常能在网上看到自己喜欢的东西，每次一看到就像中了邪似的，非要把它买回来不可。可是买回来以后，又发现自己并不喜欢，反而成了家里多余的摆设。经济压力让阿娟有点吃不消了，但是她又控制不住自己在网上买东西的欲望。她担心自己已经网购成瘾，不可救药。

她跟我说过她的一次网购经历。那是一个周六，天空飘着细细的雪，阿娟上午睡了个懒觉，下午就坐在电脑前喝着咖啡，看着雪飘，打发时间。可是，阿娟怎么也没有想到，在这样一个温馨惬意的下午，居然还会有噩梦等着上演。就在阿娟手中的鼠标点开一个购物网站的那一刻，这个本来温馨平静的下午，开始变得焦躁不安起来。在刷新出的页面中，阿娟发现了一件让自己眼前一亮的大衣。虽然模特穿的是一件大衣，但是她那撩人的身姿并没有被埋没。

穿大衣的模特皮肤白皙，搭配上大衣高贵的色调，看上去更加清透雅致。模特迷人的眼神里流露出一种自信和满足，显得格外的气质优雅。虽然阿娟是个女孩，但对于这个漂亮的模特，也忍不住想要多看两眼。

对于这件大衣，阿娟心中顿生一种相见恨晚的感觉，好像她之前的苦苦寻觅，都是为了遇见这件完美的大衣。她按捺不住自己狂喜的心，看了看售价，居然是1580元。这个数字虽然很吉利，但还是向她喜悦的心头泼了一盆冷水。阿娟只好恋恋不舍地关掉了那个网页。

网页关上的同时，无数的画面在她心中打开了。她满脑子都是自己穿上这件大衣后的样子。她想象自己走在大街上，周围的男男女女都用惊艳的眼神看着自己；走进办公室，同事都对自己礼让三分；要是走进银行，那一定是享受贵宾级的待遇。她像被下了魔咒一样，无时无刻不在想着那件大衣，吃饭的时候惦着它，上厕所的时候想着它，就连要睡觉了，躺在床上也合不上眼。她想，拥有了这件大衣不但可以让自己改头换面，说不定还能给自己带来好运。想到这里，夜里一点多了，阿娟翻身起床，一咬牙把大衣拿下。这一咬牙不要紧，接下来的半个月，她就要和方便面天天见了。

没过几天，大衣送到了。阿娟迫不及待地打开试穿。她把大衣往自己身上这么一穿，曾经的幻想、期待和喜悦，像一串点燃的鞭炮，噼里啪啦地瞬间破灭了。这件衣服穿在自己身上后，怎么也没有网上模特那光彩照人的效果，大衣变得黯然失色。阿娟大失所望。

大部分在网上买过东西的人，都有过跟阿娟类似的经历和感

受。这件大衣让阿娟产生了强烈的购买冲动，是因为商家用心选择了漂亮的模特，并对其造型精心设计，加之专业的摄影和图片美化处理技术，成功地唤起了阿娟的感觉。阿娟看着网上的模特，仿佛看到了自己穿上大衣后的样子。她认为拥有这件大衣，不但能展现自己的魅力，而且还能让自己更具吸引力，即提升自我价值。总而言之，这件大衣强烈地唤起了阿娟对自己的良好感觉。因此阿娟最后毫不犹豫地买下了它。其实，她买下的只是自己的期望和感觉，而不是那件大衣。

大衣穿在阿娟身上，没有了漂亮模特的陪衬，没有了灯光的渲染，没有了高级数码技术的修饰，只剩下一个普普通通的人，穿着一件普普通通的大衣。阿娟倍感失望，但商家却成功地赚走了她的钱。

购物网站模特的选择、商品图片的拍摄以及网店的形象设计，对消费者购买行为的影响，也是我们这项网购心理研究的一个部分。这个案例恰恰体现了这项研究的重要性。

网店可以利用我们的感觉将商品卖给我们，那么实体店面的商家还能依靠唤起我们的感觉，让我们倾囊而出吗？当然可以，只是它们采用的方式不同罢了。我们一起来看看下面这个案例。

商场里，一位女顾客正在为一条裙子和销售员讨价还价。

顾客说：“1200元，有点贵，而且面料不是很好。”

销售员说：“但是它的款式很好啊。”

顾客迟疑地说：“能不能打个九折？”

销售员说：“您看您穿上这条裙子多有气质啊，而且显得身材