

视觉操控学

Science Of Visual
Manipulation

武彬 / 著

有人说，只有亲眼看见的才不会骗人
本书向你证明眼见不一定为实

有人说，Logo仅仅是产品的标志

本书向你诠释Logo怎样将
品牌概念锤入消费者的心智

封面底图为一闪烁的网格，当你的眼睛环顾封面时，连接处的圆片将会一闪一闪，它们都是静止的。



Wuhan University Press

武汉大学出版社

视觉操控学

Visual manipulation
of science 武彬 / 著



Wuhan University Press

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

视觉操控学 / 武彬著. —武汉 : 武汉大学出版社, 2014. 9

ISBN 978-7-307-12962-7

I. 视… II. 武… III. 视觉—普及读物 IV. R339.14-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第053637号



责任编辑：陈小媛 责任校对：王雪晨 版式设计：张金花

出版发行：武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件：cbs22@whu.edu.cn 网址：www.wdp.com.cn)

印刷：北京毅峰迅捷印刷有限公司

开本：710×1000 1/16 印张：16.5 字数：200千字

版次：2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷

ISBN 978-7-307-12962-7 定价：33.80元

版权所有，不得翻印；凡购我社的图书，如有质量问题，请与当地图书销售部门联系调换。



引言 Introduction

眼睛是我们接触世界最重要的通道，我们的很多选择、判断和思考都来自我们所看到的事物、景象，于是就诞生了视觉操控这一研究领域。很多时候，人们为了达到某种目的，比如欺骗、营销、诱敌，或者操控观众的情绪，往往会通过操控我们的眼睛来影响我们的判断和行为。

视觉是受大脑控制的，但是因为视觉影像的欺骗性会给大脑带来误会反应，这就导致了大脑会为视觉所欺骗。也就是说，有时候看到的会让我们有错误的感知，这就是我们无法深谙这微妙的联系所带来的“误会”。

当然，视觉不单单是让我们的大脑“犯迷糊”，同时它还会让我们的内心感情产生“误会”。比如在电视访谈中，那些或感人或激烈的真人故事令你感动、纠结和同情，但这可能只是一场戏。比如，领导人为何要视察前线，这不仅仅是作秀，而是通过视觉引导众人奋战的情绪。比如，诸葛亮的草船借箭和空城计为何能够成功，就是利用了视觉操控了敌人的判断。

视觉还存在着巨大的诱惑，诸如让男人无法自拔的美女诱惑，让消费者无法拒绝的迷幻产品广告的诱惑，这些诱惑的产生都是源自与视觉的操控。

众所周知，视觉是人类最为重要的感觉，研究表明，至少有 80% 的外界信息由视觉获得，而视觉影响着人类 90% 的行为，而视觉又是容易被煽动的。因此，男人若是看见窈窕淑女翩翩起舞，这一极其美丽的视觉影像就会让男人产生剧烈的感情动荡；消费者若是发现一款产品广告的唯一亲民，必然就会控制不住自己准备掏出腰包狂购一番。

历史上的许多军事谋略也是通过视觉的误导来实现的，诸如空城计；明修栈道，暗度陈仓等，它们都是通过一种设计的视觉符号来误导对方的作战思维，对方就会做出错误的应战方案，这就让己方取得了战争的绝对优势。

我们的一切形象塑造、礼仪，都是为了在视觉上给予别人好的判断和印象。当然这容易被骗子利用，那些街头乞讨的人何尝不是利用人们的视觉进行欺骗，所以我们既要懂得视觉操控的技巧，又要识别那些利用视觉欺骗的伎俩。由此看来，很多时候只要我们运用得当，规避掉视觉上的风险，完全可以利用好视觉来给我们的生活带来积极的影响。

比如说在职场中，我们的工作能力极强，但是因为初进公司，并不能与“红人”争宠。我们也需要更大的空间来实现自己的职业价值，这时候，我们便可以通过衣着、谈判时的个人谈吐和与领导汇报工作时的专业展现等具有视觉冲击力的影像来让办公室里的人认识到我们的工作实力和正能量，这样我们便可以得到足够的机会来实现自己的职业抱负。

家长在擦窗户，劳累的时候擦拭一下自己额头上的汗水，这整个劳动过程被孩子用视觉影像记录下来，慢慢地，窗户再脏的时候，他们也会主动去拿起抹布擦去上面的灰尘。的确，孩子就是用自己的视觉影像去记录家长的行为过程，然后自己同样会模仿他们的行为方式，

如语言、生活习惯和待人接物、处理问题的方法。因此，若是懂得视觉艺术的作用，家长也可以更好地教育孩子。

所以说，视觉操纵在我们的生活中已经如影随形，我们被发生；同时，我们也可以自行发生。但是有一点，视觉的艺术是很有魅力的，因为它能操纵得太广太多，它就必然能给所有人带来一些震撼。一定要记住，你看到的不一定是真实；也一定要记住，视觉给你带来的不仅仅是影像。

目 录

Contents

第一章 视觉是如何欺骗大脑的 / 001

让人产生错觉的图片 / 003

镜头里被误以为的飞碟 / 008

欧洲街头的行为艺术 / 013

望梅能止渴，画大饼也能充饥 / 017

习惯性记忆的误导 / 022

你看到的只是幻觉 / 026

第二章 被视觉引导的情绪感染 / 031

那些被煽情的电视观众 / 033

当同情成为骗钱的方式 / 038

将军冲杀在前的价值 / 042

是什么让你感受到宗教的神圣庄严 / 047

老板“装”的艺术 / 051

第三章 美人计是视觉的诱惑 / 055

美女永远是畅销产品 / 057

男人的爱情从视觉开始 / 061

美女诱惑让男人无法自拔 / 065

搏出位，为的就是焦点 / 069

红颜祸水的视觉效应 / 073

第四章 品牌形象的视觉操控 / 077

品牌洗脑，从视觉开始 / 079

视觉标识：将品牌“锤”入心智 / 084

什么样的颜色更有诱惑力 / 089

吉祥物：品牌的代言人 / 093

品牌微电影如何打动观众 / 098

第五章 商品包装里的操控术 / 103

通过包装减价的猫儿腻 / 105

挂羊头卖狗肉的欺骗 / 109

山寨货包装不山寨 / 113

市场走俏的升级套装 / 118

伴随礼品的特殊诱惑 / 122

第六章 被转移的视觉注意力 / 127

赵构需要秦桧做卖国贼 / 129

分身术：领袖人物的替身 / 134

总有人在混淆视觉感受 / 139

魔术是怎么欺骗眼睛的 / 144

第七章 利用视觉的军事谋略 / 149

声东击西 / 151

空城计 / 154

明修栈道，暗度陈仓 / 159

金蝉脱壳 / 163

苦肉计 / 166

假痴不癫 / 170

第八章 职场需要表演的艺术 / 175

成为一名好同事 / 177

塑造一名好老板 / 182

时刻都要保持微笑 / 187

不要轻易显露情绪 / 192

如何在领导面前表现自己 / 197

第九章 在孩子面前的伪装术 / 203

为孩子塑造一个榜样 / 205

父母的情绪对孩子的影响 / 210

让孩子相信你是快乐的 / 214

使脸色比打骂更有效 / 218

为了孩子，假装恩爱吧 / 222

第十章 如何不被别人读到内心 / 227

调整情绪，让自己淡定 / 229

不要刻意打扮自己 / 234

别让你的眼睛出卖了你 / 238

学会释放错误的表情 / 242

身处逆境依然昂首挺胸 / 247

视觉
Science Of Visual
Manipulation



第一章

视觉是如何欺骗大脑的



让人产生错觉的图片

威廉·詹姆斯，美国本土第一位哲学家和心理学家，2006年曾被美国的权威期刊《大西洋月刊》评为影响美国的100位人物之一。他曾说过：“我们所感知的一部分来自我们眼前的客观事物，另一部分（也许是更大的一部分）总是来自我们自己的头脑。”

也就是说，视觉并不能完全决定这世界的一切，很多时候，我们需要通过大脑来判断这个世界。视觉并不是我们想当然地理解，认为毫不费力所看到的就是视觉作用的结果。然而，至于视觉与感知之间的微妙联系就无法细说了。我们很容易被视觉欺骗，也就是说，有时候看到的会让我们有错误的感知，所以我们无法深谙这微妙联系所带来的“误会”。

“幻觉”正是视觉与感知共同作用的结果。有时候，我们的眼球在经过某张图片的刺激之后，就容易产生某种“幻觉”，这就是感知障碍的一种，这也就是现实生活中的眼见非实。

我们盯着上图仔细看，一分钟，将眼睛转移到任何白色区域，会有一个意外的发现：灯泡在白色区域发亮了。这就是图片幻觉，也就是这张图片带给我们的错觉，这到底是怎么一回事呢？

其实这是视觉系统在变化的刺激下的一种特殊反应。当视觉系统

遇到白色的刺激时，原来那些只注意白色的细胞，这一次的反应比其他细胞剧烈得多，这样就会产生更亮的像，在我们的视觉意识里，它就是一盏闪亮的灯。这样的像有一个专业名词叫作负后像，当然，正后像也存在。

我们的眼睛在一束光的刺激下就会产生兴奋，光消失了，我们却仍旧认为那束光还存在，这就是视觉后像。日常生活中，这样的例子普遍存在，比如我们在卧室中睡前看了几眼悬在吊顶上的大灯，接着我们就熄灯准备睡觉，可我们继续看吊顶的时候大灯还是亮的，过一小会儿，大灯的亮才在眼睛中消失。

上述例子就是典型的视觉正后像，它与视觉负后像统称为视觉后像。在原来的刺激下出现相同性质的感觉印象就是视觉正后像；反之，则为负后像。如光亮部分变为黑暗部分，黑暗部分变为光亮部分。它们的出现都是因为神经兴奋留下了痕迹。

小时候去看户外电影，放映员总是在开始放映前去捣鼓卷起的一大盘胶卷，然后架在放映机上。放映的时候，那些胶片都在一帧一帧地快速运动着，然而我们在幕布上看到的却是画面极为连贯的电影。其实，它只不过是图片在我们眼睛中的快速呈现，这就是正后像的应用。

再仔细观察一下我们周围的世界，比如说，我们倾斜着头，周围的一切似乎并没有发生变化，但是我们这时候闭上一只眼，就会立马觉着自己的感知发生了很大的变化；我们站在原地不停地转动，几十秒后，我们的眼睛中呈现的世界都是转动的。其实，我们的眼睛中所看到的部分都可以被认为是一张图片，它之所以会变化，是因为视觉给我们带来了错觉。

外接的光波传到了我们的眼睛中，于是我们的视网膜中投射了感光

元。不论是二维的图形还是三维的世界，所有的在视网膜中形成的图像都会在一个曲面上变成半平面形状。也就是说，你的视网膜输入图像时天生就会产生一些“误会”。只要是视网膜图像，它的传递可来自数千万种可能性的三维状态，但是我们的视觉系统通常只接受一种最正确的演绎，这是我们的大脑自行解释的结果。我们的大脑用一种严格的研制来进行解释，因此我们的视觉系统会快速地将这个“答案”计算出来。

所有的偏差都来自限制，假使这个世界没有限制，那么误差也就完全消失了。我们的视觉系统限制了很多可能性，所以我们的视网膜中所出现的图片也会存在“误差”，这个“误差”就会导致错觉。我们的视觉系统会努力地尝试用很多演绎方式来解决这个“误差”，但是它是不可避免的。越努力越枉然，于是就会产生错觉。

例如这张图片，我们会努力地尝试要看清楚这张照片，但实际上我们所看到的是很多个歪歪斜斜的方格。可事实是它是由两个正方形的方格组成的，所有的部门都是直线。因为两个方格的定位差异被视觉系统的神经连接部分夸大了，但是我们努力地纠正，这就强化了感知的差异。

错觉是一种厉害的工具，大多数视觉科学家都非常钟爱错觉，错觉能揭示出隐藏在感知系统中的限制因素，而这是正常感受无法做到的。很多视觉科学家的作品能够让我们的感觉一再上当，即便我们清楚这就是圈套。

能给人带来视觉错觉的图片有很多，这是一种新的研究领域，但是它的欺骗只是来自视网膜中呈现的“误差”。我们再来看一张经典的关于视觉错觉的图片。

这张图片在艺术界被称为“鲁宾的面孔 / 花瓶幻觉”，你看的是一

个花瓶还是两个人的头的侧面像？

这种错觉的产生在于，它本身会让我们看到两种不同的内容。但是，在任何时候，我们都只能看见其中的一种——面孔或者是花瓶。即便我们再努力尝试，但是最后的结果都是图形会自行调换，然后让我们在面孔和花瓶之间只能选择看到一个。

上面的图片中，有两种外形的线条存在。可似乎轮廓的外形是可变化的，图画的被认知是哪一个，它的轮廓外形就是哪一个。这就是我们的视觉在主导，这一图像进入我们的视觉系统中，视觉立马对其进行编码。当然，轮廓的外形不一样，它的代码也不一样，所以每个人的视觉中都会存在自己的编码。也就是说，物体在它的背景中时，我们的视觉系统会努力地寻找到一个源代码来编译，然后将其区分开来。很多时候，这个过程是很简单的。但是，当这个背景存在极大的伪装时，这个简单的事情就变得异常复杂了。

个人偏好对知觉状态有很大的影响。轮廓的外形的判断也受我们的偏好影响，其外形会因我们某一方面的偏好而加强。比如说，上面的图片有些人喜欢往花瓶的角度看，那它在自己的视觉系统中就以花瓶的形象呈现；而一些人因为对脸庞的偏好而将其看成了脸庞。

可见，视网膜上的图像并不是视觉就能完全决定的，它还深受大脑的影响。大脑也参与控制视觉信息的组织，由此可见，大脑会因为视觉的影响而去分析出错觉，视觉和大脑是两个合伙人，合起伙来欺骗我们的知觉。

这就是丹麦一位心理学家在 1915 年的惊人发现，但是这样的图形在 18 世纪法国的印刷品中就能找到例证，那些印刷品中的肖像画不仅描绘了通常自然状态下的花瓶，而且两个侧面像是不相同的，每个侧面

像代表了一个特定的人。

如今，视觉科学已经成了最具刺激性的科学研究领域之一了，而这个领域中的错觉研究又占据了很大的比重，这一研究给很多研究者带来了巨大的快乐。但是，有一点研究者始终相信的是，这项研究就是对骗术的剖析，通过对某些图片的研究，就能看出视觉是如何欺骗大脑的！