

图解

以图解方法了解诠释怪诞心理学

全方位图解 美绘版

千奇百怪的创意，古灵精怪的实验，超有趣、超怪诞的心理学知识！

怪诞心理学

非理性即理性，理性即非理性

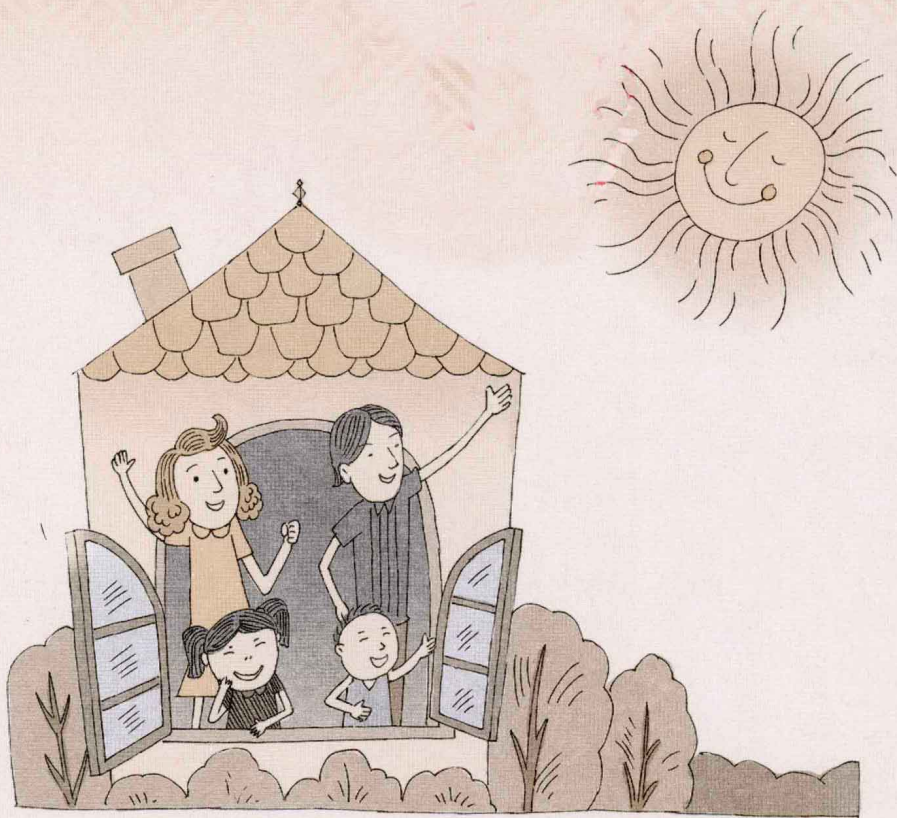
用最搞怪的心理学实验报告，揭秘“契可尼效应”。
深入调查和揭露一些所谓的“超自然现象”，揭示人生不同层面的秘密心理。

唐
译
编
著



图解怪诞心理学

唐 译◎编著



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP) 数据

图解怪诞心理学 / 唐译编著. — 北京 : 企业管理出版社, 2014.1

ISBN 978-7-5164-0598-7

I. ①图… II. ①唐… III. ①心理学—图解 IV. ①B84-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第274710号

图解怪诞心理学

唐 译◎编著



选题策划: 井 旭

责任编辑: 周灵均

书 号: ISBN 978-7-5164-0598-7

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68414644
编辑室 (010) 68701661 (010) 68701891

电子信箱: emph003@sina.com

印 刷: 北京市通州富达印刷厂

经 销: 新华书店

规 格: 170毫米×240毫米 16开 22印张 330千字

版 次: 2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

定 价: 49.80元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

自序 III

非理性即理性，理性即非理性

笔者对非理性行为一直有着非常浓厚的兴趣，很多时候我们会莫名其妙地看到一些事或做一些事，却无法用逻辑思维解释这些事情的成因。前些日子一位朋友通过网络认识了一位男孩，两人也见过一次面，结果男孩以“不合适”为由回绝了她。她哭得很伤心，甚至产生了轻生的念头。现在事情都过去大半年了，她却还无法释怀，心里也无法接纳别人。我试问她：“那只是一段没有结尾的爱情，况且你俩只是网上联系，并没有实际接触，为什么就忘不掉呢？”她告诉我这是她的初恋，也无法解释为什么就是放不下。其实包括我自己也无法理解。但当我写完爱情这个课题，现在能明白朋友的感受了，不仅是她一个人，所有人都会有那样的心结：得不到的会认为是最好的，所以一直放不下，这也就是书中提到的“契可尼效应”在作怪吧！

这本书的魅力就在于此，通过文字和各位交流，写出大家的共同感受，并解释原因，让我们可以勇敢地接受新的生活体验。爱真的会成往事，任何伤痛都长不过时间。爱情可以期待，但是不能创造。虽然缘分，巧合也有理性的解释作为支撑（后面会讲到），不过人们总倾向于相信会有一段缘、一份情，一个人等待着。当希望落空时又会自我安慰：错过的终究不是对的人，而对的人终究不会错过。写完那一章我哭了，仅是慰藉自己和朋友那曾经的、懵懂的“初恋”。不管以后会怎样，都让我们以期待的心去迎接它，希望本书会让大家有所心得、有所收获。

用心观察生活的人，会发现生活中有很多问题，我们习以为常却又无法给出合理的解释。而我们的生活处处都充满谜团和思考。有些事情看似平淡无奇，实则充满玄妙，有迹可寻。在每件平常的或不平常的事情背后，都隐藏着一些“大道理”。就让我们精心编写的《图解怪诞心理学》

为大家解密吧！

本书共分为七章。而本书最大的特色就是用精美、生动的手绘图作更透彻的补充解析，使文字内容更通俗化、趣味化、形象化。该书记录了生活中的所见所感，选编了时下人们最感兴趣的话题，涵盖了生活的方方面面，如消费、职场、生活、情感、家庭、饮食等。其中不乏经典理论，又有时下热点。语言风格幽默、滑稽、时尚。

曾经有人对我说：“工作要做你喜欢的，能让你受到锻炼的。”还有人说：“要去经历，经历就是一种财富。”

在编写本书的过程中，我深深地体会到了这些，这本书是新鲜的、有趣的，偶尔带点伤感的，很值得大家一读。里面囊括了很多人的缩影，他们会带着你、去经历、去探索、去收获。本书撷取的是我们生活当中的点点滴滴，也是我们每个人“隐身的自己”。我（自我）曾经轻轻地问（本我）：

“你知道看完这本书的人会成为什么吗？”

“什么，书呆子？”

“不，是专家，而且是多产型的、综合型的。”

“怎么说？”

“看了就知道了。你知道写完这本书会成为什么吗？”

……

“疯子！你会痴迷，疯狂地去挖掘更多新奇、好玩儿的事，因为你已经写上瘾了！”

“哦……”

是的，这就是我写这本书的感受，最后期待大家越读越上瘾，更多的是用心去收获值得拥有的！

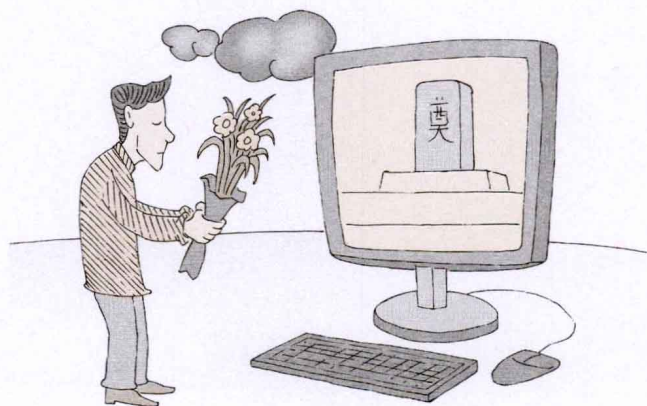
第一章

不可思议的行为怪诞心理学

神奇的体验：预见未来.....	4
“2012”预言为何有人相信.....	6
人类会被机器人所取代吗.....	8
度日如年和白驹过隙.....	10
为什么会有巧合.....	12
为何波利菲尔大桥会成为埋骨之地.....	14
有时候“眼见”不一定为“实”.....	16
“笔仙”的真正玄机.....	18
令人不寒而栗的“鬼压床”.....	20
恋童癖产生的原因.....	22
如何看待洁癖行为.....	24
对未达成的心愿会“耿耿于怀”.....	26



说“我们”比“我”更具亲和力.....	28
为何要“身送七步”	30
“对不起”三个字的神奇功效.....	32
开灯睡觉是因为怕黑吗.....	34
名人效应在“出书热”中的体现.....	36
人人网是如何织出人脉的.....	38
为什么情景喜剧要配上笑声.....	40
刘谦为何要说“见证奇迹的时刻”	42
灵感是怎么来的.....	44
人肉搜索带给我们的思考.....	46
微博上发言是否可以肆无忌惮.....	48
“你肿么了亲”	50
DIY的热潮	52
“网上祭祀”是便捷还是懒惰.....	54
绘画使人心境平和.....	56
核泄漏国的“自我催眠术”	58
我们应不应该“拍马屁”	60
“拖延症”是什么在作祟.....	62



为什么有兴趣就会有动力.....	64
“宅”的时尚.....	66
赌徒的自白.....	68
乘电梯时，人为何喜欢盯着楼层数字.....	70
整容也能“上瘾”	72

第二章

消费怪诞心理学

打折背后的那些事儿.....	76
“天天平价”的背后是否真的便宜.....	78
为什么捆绑销售如此受欢迎.....	80
优惠券是否带来了优惠.....	82
人们为什么相信“便宜没好货”	84
“小费”的权衡.....	86

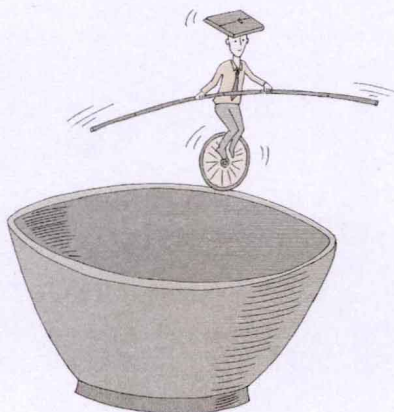


为什么中国人餐后争抢埋单.....	88
网购风靡背后的原因.....	90
如何识别二手车购车陷阱.....	92
为何“收礼只收脑白金”.....	94
一块墓地如何卖800万元.....	96
农民丰收了仍然会发愁.....	98
老人为何青睐保健品.....	100
经营者为何爱扎堆.....	102
赠送气球的直接目的是吸引顾客.....	104
三个和尚为什么没水吃.....	106

第三章

职场怪诞心理学

护士为什么害怕花圈.....	110
你是分槽喂马中的一员吗.....	112



苛希纳定律：企业也需要瘦身.....	114
模范丈夫与杀人狂魔.....	116
为何新职员容易受冷落.....	118
为什么会有“上班恐惧症”.....	120
如何增强员工的归属感.....	122
为什么有人会频繁跳槽.....	124
如何让自己的短板变得更长.....	126
面试提薪酬合适吗.....	128
职场遇挫怎么办.....	130
红酒定律和管理.....	132
人人都有“偷窥欲”.....	134
如何打造良好的“第一印象”.....	136
为什么百事可乐甘心做老二.....	138
一些企业为什么使用走动式管理.....	140
小天鹅员工为什么唱《国歌》.....	142
利用“光环效应”的营销策略.....	144
“名片”的神奇磁性.....	146

第四章

生活怪诞心理学

“忘情”是人的本性吗.....	150
攀比之下的“幸福”.....	152
得志了为什么还抑郁.....	154
为何由奢入俭、由甜到苦就这么难.....	156

上帝为何要让穷者愈穷、富者愈富.....	158
现代社会为何总讲究配套.....	160
不想当将军的士兵也是好士兵.....	162
人人都需要被倾听.....	164
尊重他人，重视他人.....	166
韦奇定律：坚持自我.....	168
为什么开车不可以打手机.....	170
赞美：人脉的助推器.....	172
为什么一些事情明知害怕依旧去做.....	174
“理所”是不是一定“应当”.....	176
为什么要接受他人的意见.....	178
为什么我们不敢做好人.....	180
如何让“黑白脸”效应快速发酵.....	182
中国老人为什么不爱去养老院.....	184
老人心中莫名的恐慌.....	186
写书法的老人不痴呆.....	188
退休的老人为何喜欢乡下.....	190
老人为什么容易生气.....	192



是衣服让你年轻了30岁吗.....	194
老顽童的快乐秘诀.....	196
因材施教的孩子成绩好.....	198
为什么孩子越管越不听话.....	200
会撒娇的孩子最幸福.....	202
不敢走夜路的孩子.....	204
孩子的独占欲从哪来.....	206
哭是孩子的本能.....	208
为什么孩子喜欢“人来疯”.....	210
不敢和外人说话的小孩.....	212
宝宝的嫉妒心天生就有吗.....	214

第五章

情场怪诞心理学

明白爱人的关系.....	218
异地恋为什么难以维持.....	220
“一见”真能“钟情”.....	222
门当户对，“当”什么“对”什么.....	224
当爱已成往事.....	226
为何初恋如此难忘.....	228
为何中国的离婚率直赶西方.....	230
“女追男”真的只隔层纱吗.....	232
女人哭吧哭吧，不是罪.....	234
为何“白骨精”嫁不出去.....	236

通过鞋子看婚恋.....	238
80后婚姻“闪”得快，“离”得也快.....	240
女强人为何不受男人青睐.....	242
想得现实不如活得真实.....	244
通过“麦穗效应”解读情感.....	246
“苏东坡效应”让我们看错自己.....	248
情人眼里出西施的“需求美学”.....	250
男人为什么也会成剩菜.....	252
同性可否相吸.....	254
幸福是什么.....	256

第六章

家庭怪诞心理学

为什么家家有本难念的经.....	260
谁是家庭暴力的主使者.....	262
无法隐藏的婚前恐惧症.....	264
用吵架来为生活添色.....	266





妻子为什么要看丈夫手机.....	268
女人的唠叨是天性吗.....	270
女人爱钱，男人爱貌.....	272
姑嫂天生就是冤家吗.....	274
孩子的“挫折”必修课.....	276
莫让孩子成了温水青蛙.....	278
不同程度的依恋——俄狄浦斯情结.....	280
淘气的孩子是有出息的孩子吗.....	282
孩子的行为来自父母.....	284
触摸的心理效应.....	286
谁来带孩子.....	288
“大女人” VS “小男人”	290
“男主外，女主内”真的可以吗.....	292
分担家务，增加幸福指数.....	294
丈夫为何感觉处于“囚徒困境”	296
亲人之间需不需要私人空间.....	298
工资上交妻子才是好男人吗.....	300
为何“鲑鱼”会出现在平淡的婚姻中.....	302
为什么男人也存“私房钱”	304
男人为什么有钱就会变坏.....	306
“啃老族”的审判.....	308

第七章

饮食怪诞心理学

请客吃饭不是吃喝玩乐.....	312
来自食物的快乐感.....	314
以“吃”看人.....	316
“入乡随俗”是否都可口.....	318
“厌食症”与“贪食症”.....	320
“酒量”与“酒胆”.....	322
明知会胖还要吃.....	324
“贪吃鬼”是怎样炼成的.....	326
我们为什么会越来越“酸”.....	328
色觉怂恿下的冤案.....	330
孩子挑食是因为不够饿吗.....	332
挑食、偏食——孩子与家长的较量.....	334





