

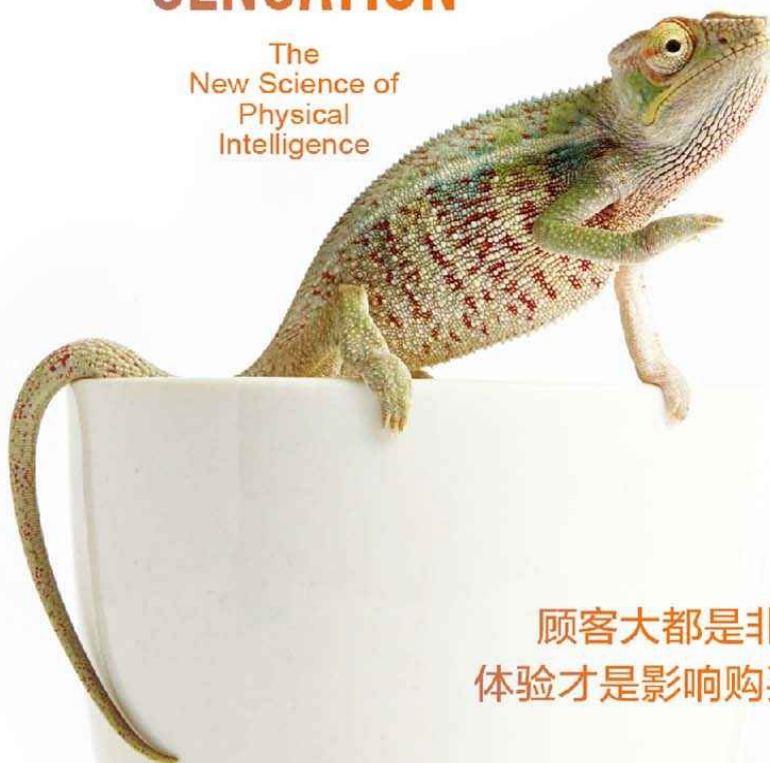
感官心理学

身体感知如何影响行为和决策

[美] 塞尔玛·洛贝尔 (Thalma Lobel) 著
靳婷婷 译

SENSATION

The
New Science of
Physical
Intelligence



顾客大都是非理性的，
体验才是影响购买行为的根本

产品经理、广告人员、销售、
企业经营者必读

提升用户体验背后的
行为设计原理

《怪诞行为学》作者
丹·艾瑞里

《幸福的方法》作者
泰勒·本-沙哈尔

—— 极力推荐 ——

中信出版集团

感官心理学

——身体感知如何影响行为和决策

[美]塞尔玛·洛贝尔 著

靳婷婷 译

中信出版集团

目录

前言 感官织成的乱网

第一章 温度对我们的影响：来杯饮料吧？

第二章 材质：圆滑的销售员和粗鲁的消费者

第三章 切莫“轻”率行事：“重”量的重要性

第四章 慢点儿，前面有红灯

第五章 红衣女郎：红色与性吸引力

第六章 反差的力量：服装的深浅和房间的明暗对我们的影响

第七章 空间：心理的防线

第八章 你的身高：隐含在高低与大小之中的权势和地位

第九章 消失吧，污点：身之洁净与心之坦荡

第十章 成功的甜蜜气味：味觉和嗅觉对身心的影响

第十一章 跳出盒子，创意无限：表达方式的具象化

后记

前言

感官织成的乱网

2005年，我和四个朋友一同去危地马拉旅行了两个星期。这次旅行很精彩，给我带来了许多新的体验，但要说旅途的高潮，还要数蒂卡尔国家公园一行。在那里，我们瞻仰了玛雅文明的遗迹。

我们住在丛林小舍中，每个人都分到了单独的房间。我的丈夫因故无法陪我同行，所以我的房间里只有我一人。晚上10点之后直到翌日早晨，房间里都是不通电的。我睡得不深，凌晨两点就醒了过来。眼前完全是黑黢黢的一片，伸手不见五指。床边没有放手电筒和手机，我什么也看不见！窗外没有路灯，没有月光，连颗星星都看不到。我的耳边也是寂静一片，周围的树林连一点儿动静都没有。这是我第一次最接近感官俱失的体验，也是我最难熬的一次经历。

清晨的第一缕阳光一出现，我便穿上衣服跑到了外面。阳光洒在我的脸上，四周都是鸟鸣声，我仿佛重生了一般！尽管周围看不到一个人影，但并不妨碍我沉醉在这自然的美景和色彩之中。一群狢狢缓缓而过，让从未见过狢狢的我又惊又喜。人生不再像前晚那样寡淡无味了，真让我庆幸。在黑暗中度过的短短几个小时，让我深切地意识到，我们身体的感官与我们的精神状态的联系是如此紧密。

对外在世界的感知的确不可或缺，但是与感知缺失相对的感知过量同样不可取，而在大城市中生活和工作的人们却时常受后者的影响。城市中川流熙攘、拥挤喧嚣：匆忙赶路的行人，横冲直撞的小汽车，笨重、轰鸣的卡车，呛人的尾气，骑起车来不要命的自行车送报员，令人目不暇接的橱窗，钢筋水泥大厦拼接成的遮天蔽日的天际线，让人窒息

的热浪，摩肩接踵的人群……与许多人一样，我也喜欢纽约、洛杉矶以及我所居住的特拉维夫这样的城市，但即便是我，也需要不时出去清静一阵子。也有人与我不同，他们对城市的刺激很反感，更倾心于郊区或农村静谧而自然的环境。

在这两种极端例子之间，刺激的种类其实是多种多样的。感官大轰炸和完全剥夺感官刺激一样，对我们都是有害的。尽管如此，无论身在何处，我们总是免不了受到环境的刺激和暗示。我们触摸到的东西有着不同的温度和材质，我们嗅到的气味也有香臭之分，我们看到五彩缤纷的颜色，也会拿起物件来感受其重量。我们通过感官，来有意地体验周遭的世界。但在无意间，我们的感官也会通过最出其不意的途径，对我们的身体体验造成影响。

在本书中，我会系统地带领大家神游感官世界，并告诉大家，对世界的感官体验不仅能对我们自认为理性公正的思维产生影响，还会左右我们所谓的自主思考能力。我会为大家解释为何和暖的温度能暂时让我们变得更友善，以及为何红色会对我们在测试中的表现造成负面影响。我会告诉大家，为什么笛卡儿坐标系上画两个距离很近的点会让我们对他人产生亲近感，以及为什么把个人履历夹在比较厚重的板子上会给人以更专业、更优秀的印象。我还会向大家揭示，为什么清新的气味会让人变得更有公德，为何在考试前洗澡会提高作弊的概率。如果你对这些话将信将疑，那么我有必要向大家解释，这些研究结果都是经过多次实验验证的，并且刊登在众多全球业内顶尖的学术刊物上。这些令人难以置信的事实，带领我们发现了一种理解思维原理的全新方式。本书将这些研究首次展现在众多读者的面前。

本书旨在向我们揭示我们理解外部世界的方式。我们周边的环境所发出的暗示，虽然用肉眼捕捉不到，却会成为我们失眠、考试不及格甚至坠入爱河的原因。在安徒生的《豌豆上的公主》这篇童话中，唯有公主才能觉察到20床垫子和20床鹅绒被下面埋着的豌豆。但实际上，我们每个人对周遭环境中的刺激因素都是非常敏感的。就像豌豆上的公主一

样，我们虽不能每次都感知到刺激我们的因素究竟是何物，但是这些刺激因素依然会对我们产生影响。

不少诱因对我们的影响可谓转瞬即逝，它们在我们的潜意识中稍纵即逝，并不会让我们产生永久性的改变。但是短暂的影响并非都是无足轻重的。受这些诱因的作用，我们的行为举止可能会对我们在商务会议、学习、运动等方面的表现造成重大的影响。另外，这些诱因还会影响我们在初次约会时的感觉和我们在工作面试中给别人留下的印象。本书旨在引起读者对这些“豌豆”诱因的注意，同时也会鼓励大家发掘这些诱因对自己及他人的思想和行为的影响。

18岁时，我加入以色列国防军，成为一名士兵，被安排在按级别划分的多层地下基地中。大概就是从那时起，我开始了有关环境诱因对人类影响的研究。当时我还是大学心理系的大一新生，我在军事基地中连续工作48小时，好省出时间到大学听课。我就这么拖着快要崩溃的身体，听完一堂又一堂有关人类思维的课程。而讽刺的是，我竟还要赶回我那钢铁砌成的洞穴中，不合眼地再连续工作两天。我的生活简直可以算得上一项实验了。

在基地，我们需要在日夜通明的荧光灯下工作和生活，呼吸的则是一次又一次循环利用的空气。我们在漆黑一片的狭窄房间里休憩，在这样的地下房间里，我几乎对日夜交替失去了感知。在地面上的时候，我一心扑在研习心理学上。只要一返回地下基地，我就会不自觉地研究战友们的每一个表情和每一个怪异的举止。其实，当时的我就已经对环境对人类的影响和作用产生了极大的兴趣，但是那时的我没有意识到这一点。也就是说，整个世界都成了我的实验室。

拿到临床心理学的学位后，我在哈佛大学进行了一系列博士后研究。作为一名心理学教授，我的研究包括传统陈规、人格特征以及文化因素对人类行为的影响，课题主攻成人和儿童的性别身份问题。由我设计的各种有趣实验，其成果刊登于权威期刊。我由衷地热爱我的工作。

然而在2008年，我在《科学》杂志上读到了罗伦斯·威廉姆斯和约翰·巴奇的一项研究。研究发现，手中拿着温暖咖啡的实验参与者更易将他人当作“温暖”的人来看待。这样的实验结果着实让人像读科幻小说一样难以置信，细枝末节居然会对我们的思维观点及判断力产生如此不容小视的影响，实在令人称奇。这些研究给我带来的撼动是任何研究都无法企及的。这让我回忆起我高三的时候曾经读过一本有关心理分析的书籍，当我发现潜意识对我们思想和身体的作用是如此之大时，真有如获至宝的感觉。书中写到，瘫痪和视力障碍等疾病的患者，在了解到引发病症的潜意识诱因后，通过“对话疗法”就获得了痊愈。从某种意义上不得不说这是心理学的一种革命，同时也坚定了我成为一名心理学家的决心。

然而，我的研究都是在实验室里进行的，参与实验的人员也都精神正常，并没有什么病症。这些研究着眼于朋友间的交流、对求职人员和工作履历的评价，以及我们在进行社交活动时做出判断的方式。此外，我们的行为有时会在不经意间受到隐藏或压抑很深的动机、欲望及恐惧心理的影响，而我的研究对象并不是这些。我将研究重点放在那些日常生活中的身体感觉上，而这些体感亦在不经意间影响着我们的行动。

绝大部分的人都认为我们能够控制自己的行为，而实际上，我们的行为无时无刻不受那些看似毫不相干的环境和体感的影响，这也许令人感到有些难以接受。但研究的结果就是如此与我们的常理相悖，也正因为如此，我才会对这些研究如此痴迷。我决心重新投入到与身心联系相关的研究中，但这次，我引入了新的研究工具，也就是我们现在所称的“具身认知”。

我的童年虽然多在繁华的特拉维夫度过，但夏天到来时，我会到婶婶所在的基布兹^[1]去，那里给我留下了不少美好的童年回忆。那时，居住在基布兹简直就是生活在另一颗星球似的。那里没有电话，没有汽车，只有一望无际的田地和稀稀落落的房子。基布兹的居民也与城里

人不同，他们不仅性情更加温和，连脸上的表情也与城里人相去甚远。每次到基布兹，我都发觉自己也会有所改变。我们融入了某种比自身更伟大的图景和意志中，我们能感受到天地间这种伟大的力量，也能感受到这种力量对生活起居的支配作用。有一年夏天，我顿悟到与其把我们比作汽艇，不如说我们是帆船，虽然我们双手掌舵，但那看不见的风却更能控制船的走向。在将毕生精力投入心理学研究之后，现在的我终于可以凭借具身认知这门科学来向大家展示，那个田埂上的小女孩的灵光一闪，要比她当时所想象的还要正确许多。

我们每天都要受到温度、材质、重量、声音、味道、气味以及颜色等身体感觉的影响，而我们对这些影响却不自知。我们认为自己的决定和行为都是受本人支配的，殊不知影响甚至创造出这些决定和行为的，竟是我们周围的感官世界。

我花费30年的精力组织自己的实验和考察他人的研究，同时还培养出数千名学生，这都让我越发折服于具身认知的魔力。当我把这些最新的研究教授给我的研究生时，他们的惊讶之情溢于言表。举个例子，在我和学生们自己设计实验的时候，有一次我们居然发现，令人作呕的味道会影响到人们对他人的道德评判。即便事实如此，我敢说包括读者在内的绝大多数人依然认为，自己的道德价值观来源于根深蒂固的信念，而这些信念是不会因环境中转瞬即逝的微小变动而动摇的。

我将为大家介绍温度对我们的情绪和决断的影响。原来，我们喜怒哀乐间的确隐藏着“冷暖”之变。书中介绍的实验颇具新意，其背后的理论和实际生活的意义也让我们和我的学生们回味无穷，我相信诸位读者也会感同身受的。

[1] 基布兹：希伯来语中“聚集”的意思，指以色列的一种集体社区。——译者注

【关注公众号】：奥丁读书小站（njdy668）

- 1.每日发布新书可下载。公众号首页回复书名自动弹出下载地址。
- 2.首次关注，免费领取**16**本心里学系列，**10**本思维系列的电子书，**15**本沟通演讲口才

系列，**20**本股票金融，**16**本纯英文系列，创业，网络，文学，哲学系以及纯英文系列等都可以在公众号上寻找。

3.我收藏了**10**万本以上的电子书，需要任何书都可以这公众号后台留言！看到第一时间必回！

4.也可以加微信【**209993658**】免费领取需要的电子书。

5.奥丁读书小站，一个提供各种免费电子版书籍的公众号，提供的书都绝对当得起你书架上的一席之地！总有些书是你一生中不想错过的！上千本电子书免费下载。



第一章

温度对我们的影响：来杯饮料吧？

如果你结过婚，那么你应该知道：背黑锅的人永远是丈夫。我和丈夫结婚已经有30多年了，10年前，我们决定把特拉维夫的一套小公寓卖掉。这套包豪斯风格的公寓位于市中心，墙壁雪白、美观敞亮，但是管理这套公寓实在让我们分身乏术。来看房的买家不少，其中有一对新婚夫妇前前后后来看了好几次。有一次，他们特地带来一位建筑师在公寓里四处丈量，还为如何改建争执不休。很显然，他们是真心要买房的。

我们在小两口看房时简单商量的价钱，但是以色列人在谈判方面是精明得出了名的，直到快要最后签字的节骨眼上，我们还是没能商定价格。要进行最终谈判的时候，我们决定和小两口在双方共同的一位朋友家碰面，边喝茶边商量。我还清楚地记得，在去赴约的路上，我认定对方出价太低，决定态度强硬地往上加码。一路上，我在脑中反复练习如何强调这套公寓的价值和地段，还要告诉他们公寓多么抢手。到朋友家之后，朋友给我们每人都倒上了热气腾腾的红茶，不到10分钟的时间，我竟然接受了对方原先那个过低的出价。

回到家后，我真是追悔莫及，因为我能感觉到，如果当时我们稍微坚持一下，把价格提上去应该不成问题。不难看出，这对新婚夫妇的确是横下心要买房的。那我们为什么这么轻易就让步了呢？我很自然地将责任推到了丈夫身上：他为什么没有挺身而出呢？为什么我们这么快就妥协了呢？或许我们因为这次协商的战线拉得太长，想要早了事；或许我们对这对年轻的新人心存好感。而几年之后，我才发现“罪魁祸首”其实有可能就是那杯热茶。

2008年，耶鲁大学一位名叫罗伦斯·威廉姆斯的学生和他大名鼎鼎的老师约翰·巴奇一起，召集了41名学生参加一项心理学研究。这些学生被一个一个地带进走廊，在走廊里迎接他们的是一名年轻的实验助理，由她带领学生走进电梯，然后到达位于4楼的实验室。按照实验规定，这位助理双手抱着一摞书、一块剪贴板和一杯咖啡。进到电梯后，助理随口让学生帮她拿一下咖啡杯，好腾出手把学生的名字和信息写下

来。这看似无意的一举，其实就是整个实验中最重要的一环。参加实验的人中有一半接过的是一杯热咖啡，另一半接过的则是冰咖啡，在不知不觉间让他们对温度有了不同的感知。然而实验参与者并不知道，这小小的细节竟隐含着不容小觑的意义。

这些学生走出电梯间，来到实验室里，另一位组织者让他们落座，并要求他们阅读一篇描写人物的文章。文中人物没有使用真名，而用“甲”来指代，那是个机智灵巧、坚定踏实、勤奋谨慎的人。而学生们并不知道，“甲”其实是个汇集了多人特征的虚拟出来的人物。接下来，学生们要按照要求用10个文中没有出现的人物特征来给“甲”评分，其中5个特征都是易与温度联系起来“冷暖”特征，比如大方/小气、招人喜爱/惹人讨厌、随和/孤僻，以及热心/自私。剩下的性格特征与温度不相关，比如健谈/安静、坚强/懦弱，以及诚实/虚伪等。

让我们来看看热咖啡的魔力吧。与在电梯里接过冰咖啡的学生相比，在接过热咖啡的学生眼中，人物甲的性格明显要更加大方、热心、招人喜爱；而接过冰咖啡的学生则更容易把人物甲看成惹人讨厌、孤僻自私的人。但是，无论学生在阅读文章前接过的咖啡是冷是热，他们对于与冷暖无关的性格特征的评分却基本一致。

在电梯里接过一杯热咖啡这样无足轻重的细节，真的能让你把身边的人看得更友善吗？从心理学上来说，这背后到底有什么玄机呢？

身体感应到的温度居然能够影响人与人之间情感的“温度”，这令人咂舌的研究结果受到不少科学家的质疑。但是，读者们很快就会看到，温度不仅会影响到参加实验者对从纸上读到的匿名人物的印象，还会影响到我们对活生生存在的真人的看法。温度甚至会影响到我们对亲密程度和沟通的感觉。

每个人对亲密度的需求各不相同，能与他人走得有多近也因人而异。尽管如此，亲密关系仍然是绝大多数人与人的关系中不可或缺的重要组成部分。2009年，两名荷兰研究员做了一项实验，探寻温度是否能影响

我们对自己与他人亲近程度的判断。就像上文提到的咖啡实验一样，研究员要求一部分参与者手拿热咖啡，另一些则拿冰咖啡。为了达到实验目的，实验者假装要把一份调查问卷拷进电脑里，趁这机会让参与者帮忙拿了几分钟咖啡杯。

之后，实验者从参与者手中取回咖啡，然后让其想出生活中的一个真实存在的人，并判断自己与此人有多亲近。与那些接过冰咖啡的人相比，接过热咖啡的人认为自己在感情上与所想的人更加亲近。这个结果的确让人难以置信，因为我们中的绝大多数人都觉得，我们与他人的亲密关系几乎都是日积月累稳步积攒的，不会因手中饮品的温度而受到影响。

然而我们的思想并不处在真空之中，因此我们的感情和价值观也会受到周围环境中细节的影响。那些我们通过身体和感官所感受到的看似无足轻重的东西，却能在无意之间实实在在地影响到我们的思维。具身认知的核心理论以及我们正在探索的心理学的显性意识领域都说明，我们的决策制定与感官体验之间存在着不可分割的联系。诸如触摸凉的或热的物件等行为，以及我们的判断力和情感等，都属于我们所说的感官体验。

长久以来，传统心理学一直在着重研究人类大脑内部的活动，发掘人类犯错误和做出某种决定的缘由。心理学家通常都把研究重点放在恐惧、欲望、记忆及感情上。然而，我们身处的外部环境又扮演着什么样的角色呢？存在于我们大脑外部的环境同样能够影响到我们的成败，尤其是在工作、海选、考试或体育活动这类需要参与者做出一定表现的环境中更甚。以一个海选现场为例，具身认知研究法可以向我们揭示，舞台灯光的温度、幕帘的颜色以及醒目的标语等这些看似无关紧要的环境因素，到底会对参选者的表现起到什么样的影响。

具身认知理论认为，思维的运作离不开客观世界，感官知觉在我们的潜意识和显意识思维之间搭建了一座桥梁。包括我在内的一些心理学

家及神经系统学者，都在努力揭示出身体感知对人类思维状况和行为举止的影响。我们的每一个行动，无一不显示着这种身与心的联系。

请阅读下面这段话：

握手时，男人手上的温热掩饰了他心中沉重的回忆。但将那女人射杀于冰冷血泊中的人终归是他，而他再也无法不受良心谴责地安然入睡了。

这段话里的比喻挺牵强，估计得不了什么文学奖，但我还是要委屈读者仔细分析这段话。“冰冷血泊”“安然”“手上的温热”以及“沉重的回忆”等短语表明，身体感知和心理状态之间的联系深深地根植于我们的日常用语中。要想出一种与身体感知无关的感情可并非易事：孤寂是冷的，罪恶感是沉重的，残忍是冷酷的.....

本书将为大家揭示，我们的体感与情绪以及行为的联系绝非文字游戏，而是切实存在的。温暖、距离、重量以及其他许多微妙的身体感觉，都能激活和影响我们的判断力、情感体验以及办事效率。体感与心理体验之间的关系很复杂，但其表现方式是独一无二的，比如那种由孤寂引发的心头凄凉的感觉。

凄冷孤寂之夜

众所周知，温度能够影响我们的情绪。温暖宜人的温度能够让我们心情好转，而炙热则与暴力有所关联。在莎士比亚的《罗密欧与朱丽叶》中，班伏里欧曾经这样向墨古修警告维罗纳街巷的危险：“亲爱的墨古修，让我们暂且放弃吧。这般热浪滚滚，凯普莱特一家又无处不在。天气这般闷热，扰得人心躁动，如果我们撞见他们，一场恶战可是在所难免呢。”一位科学家从近10年的犯罪率中发现，随着气温的升高，犯罪率亦随之成正比增长。当然，实际情况要比数据复杂，但是气温和犯罪率间的关联却是让人一目了然的。就像那些对全球变暖的证据付之一笑的人一样，一些比较传统的心理学家可能会对这项发现持反对意见，但是，环境因素对我们心态和思维的重大影响的确是不可否认的。其实，平日里我们对于天气的闲扯之中也“另有隐情”。“天气怎么样？”这样的问话，实际上是在旁敲侧击地问：“你怎么样？”这个看上去单纯的问题，也许会对你的判断力和决断力造成影响。

我的爸爸以前很喜欢讲这样一个笑话：在经过15年的恋爱长跑以后，女人问男人：“你不觉得我们该结婚了吗？”男人答：“我当然想了。但是谁肯跟我们结婚呢？这世道这么凄凉。”当然，女人本意是想和男人结婚，但是那个男人诉的却是伴侣难觅之苦。当离开伴侣或辞职这种人生中的重大变化让我们忐忑时，我们常常会用“世道凄凉”这种方式来表达我们的不安。因为我们觉得，前方路上等待我们的或许会是艰险和孤寂，想想就心里凉飕飕的。

一位友人曾跟我分享过她幼年时的一件伤心事。13岁时，她本满心欢喜地打算和两位好朋友一起参加夏令营，谁料出发当天，其中一位小伙伴生病，而另一位小伙伴的家长临时改变了计划。就这么突然之间，

她不得不一个人参加夏令营、一个人露营了。几十年后，当我俩喝着热茶在特拉维夫聊起往事时，她还记得那个夏天的夜晚是多么寒冷。虽然以色列的夏日气温很高，但她的被单仍不足以取暖。在各国语言写就的歌曲和诗歌中，孤单感和寒冷感都是有所联系的。如果我的友人身边有小伙伴陪着一起参加夏令营，她是不是就会对那年夏天有不同的感觉了呢？

北美洲多伦多的冬天，气温很少能高过零下7摄氏度，那里的居民不得不忍受数月的冰雪、雪泥及寒风侵袭。而这种环境却极适合调查寒冷与孤单之间的联系。多伦多大学的两位研究者就将这里选为了实验地点。他们通过两项实验，来研究体感温度是否能影响我们的心理状态，以及我们的心情是否能影响我们对于温度的感知。

在第一项实验中，研究者要求32名学生回忆自己遭人排斥、备感孤寂时的情景，比如别人聚会却把你抛在一边，别人在玩乐却没人邀请你，等等。另一组的32名学生则需要回忆自己被人接纳时的情景，比如成功加入某个社团等。然后，研究者借口说学校后勤人员想知道室温多少，请学生给出个大概数值。那些回忆遭到排斥经历的学生们估计的室温，竟要低于那些回忆融入群体的愉快经历的学生给出的数值。我们来看一下具体数据：前者给出的平均值是21.4摄氏度，而后者给出的平均值是23.9摄氏度。然而实际上，两组学生身处的是同一间屋子。

因此我们说，带有情感的回忆可以影响到我们当下的体感。寒冷和孤独之间的联系居然紧密到了跨越时空的程度。

研究者并没有止步于人们对于孤单寂寥的回忆，他们想要把这些感觉带到当下。于是，他们想到了一个让人遭遇冷落的妙招。简单来说，他们邀请一组参与者来玩虚拟扔球游戏，让他们在电脑前坐下，每人与3个身在不同地点的玩家一起玩在线游戏。参与者并不知道，所谓的其他玩家并不存在，他们所面对的，其实是一款“冷血”的电脑程序。这款程序几乎只将虚拟球扔给其他3名并不存在的玩家，从而给实验参与者

制造出强烈的失落感。第二组实验参与者也要进行扔球游戏，但是他们所用的电脑程序在扔球上可不像第一组那样偏向，这些参与者时不时地会从其他3名虚拟玩家手中接到球。不难想象，这组参与者玩得尽兴多了。

在扔球游戏结束后，两组参与者需要回答一份看似与扔球毫无关系的市场调查：用1到7之间的数字来表示自己对5种不同的食品有多么感兴趣，这些食品分别是：热咖啡、热汤、苹果、饼干，以及冰可乐。毋庸赘言，参与者并不知道，研究者其实是要看看之前被挤兑的体验到底会对参与者产生什么样的影响。而研究者发现，与那些融入集体的学生相比，那些遭挤兑的学生对温热食品更感兴趣。由此研究者认为，温暖对孤寂感有缓解作用。

另一组研究者则更进一步、更加注重体感因素，他们希望看一看遭受到冷落的感觉是否能让我们的体表温度降低。他们使用前文提到的扔球游戏，也就是说，在误以为自己是在与其他玩家一起进行游戏的实验参与者中，一组与“排挤人”的程序对战，另一组则是和“接纳人”的程序合作。调试成接纳模式的程序中，每传几次球，游戏参与者都能接到一次，而排挤模式的程序却一次也没有把球传到游戏参与者手中。在游戏中，研究者测量了参与者手指的温度，发现受到排挤的参与者的手指温度真的有所降低，也就是说，他们的身体果真变冷了。

实验并没有止步于此，研究者们还设计了另一个实验，想要一探手拿温热物件是否真的能让遭到排挤的人心情好转。研究者又要求实验参加者玩了一次扔球游戏，并像上次一样，把参与者分为遭到排挤和受接纳的两组。但是这次，研究者设定电脑在3分钟后自动显示“出错”字样。这时，一位研究员会拿装着或冰冷或温热茶水的玻璃杯来到参与者所在的屋子里。所有参与者都会请求研究员的帮助，于是，研究员便将水杯递给对方，然后腾出手调适电脑。接下来，参与实验者需要从“糟糕”“紧张”“伤感”及“压力大”中选择自己的心情，并要用1~5个级别来评判自己的心情。我本来以为受排挤的参与者的情绪铁定要比被接纳的参

与者更加消极，但没有想到的是，情绪较为低落的只有那些既受到排挤又拿到冰冷杯子的人，而那些虽遭人冷落但接到温热杯子的人的心情，却由双手的温暖获得了治愈，心情显然也因此好转。

综上所述，研究结果很清楚地告诉我们，冷或热的感觉不只由室内温度决定，还会受到心理状态的影响。无论你是在某项活动中遭人挤兑，还是你的观点或选择不被同屋的人采纳，你的身体和心理体验都会发生实实在在的变化。即便只是站或坐得离别人远了些，你也会生出被孤立的感觉，由此你会感到你所处的房间也随之变冷了。反之，如果你能融入集体，如果你的看法和观点得到了一屋子人的赞同，甚至如果你与别人坐得近一些，都能让你感到房间变得温暖了。

这项研究对我们的生活方式有指导意义，对于那些希望能帮助少年儿童适应各种环境的老师、教育工作者和家长而言尤为重要。举例来说，儿童和未成年人有时在学校会产生孤单或不合群的感觉，由此引发对环境的不适应。而现在我们知道，温暖的室温能对社交互动产生积极的影响，那么你就可以试着减轻那些孤寂少年儿童的受冷落感，还可以引导别人更热情地对待这个群体。你可以调高室温或要求孩子们穿上一件保暖衣，也可以鼓励孩子们一起分享热巧克力或热腾腾的午餐，由此，就可以轻松地彼此的沟通打造出一个积极的氛围了。

一位我认识的年轻人告诉我，年幼时，他的父母曾为了改善他们之间的关系而把他送到一位心理学家那里。但是他在那位心理学家的办公室里却如坐针毡，一开始的4个月里，他甚至连大衣都不敢脱掉。真没想到，想和心理学家混熟要花那么长的时间。我自己也曾经参加过几场满是陌生人的聚会，在走进房间时也产生过孤单凄冷的感觉。聚会上的其他一些人肯定也与我感同身受，因为他们在整个聚会过程中连外套都没有脱。无论你是组织会议还是派对，都要确保室内至少在活动开始时足够温暖。在寒冷的季节里，提供热饮或是安排热汤作为晚餐的开胃菜都是不错的选择。落单的人或那些身处陌生社交环境的人们不仅从心理上需要感受热情，他们的身体也需要得到温暖。

温度、慷慨及信任：温暖双手，敞开胸怀

除了观念和感觉之外，温度对别的因素是否也有影响呢？我们在实际生活中的行为举止，是否也逃不过它的作用呢？如果你在你家附近的咖啡馆外遇到乞丐，那么你每天喝咖啡的习惯是否会提高你施舍零钱的概率呢？清早的热茶能否让你以更加积极开放的心态开启新的一天，甚至提升你对其他人的信任呢？耶鲁大学的研究员威廉姆斯和巴奇就用热咖啡作为实验的道具，以寻找这些问题的答案。

他们告诉实验对象，他们正在进行一项关于“新产品”保健贴的市场调查。按照要求，实验对象需要手握或冷或热的保健贴，然后评价其效果，并表示是否会把产品推荐给自己的朋友、家人或陌生人。然而，这项实验的重点并不在这项市场调查上，实验对象在完成调查后做出的决定才是重头戏。每位实验对象都可以从两个不同的奖励中选择一项，作为参加调查的回报：他们可以自己吃一顿饭，也可以选择一张小额购物券送给朋友。这样的奖项设置是专门要看一看温暖的感觉和慷慨之间的关系。但是，实验对象们并不知道这项实验的目的居然意在于此。

实验结果令人咂舌。手握凉保健贴的实验对象中，75%的人选择奖励自己，25%的人则为朋友选择了礼物。而在那些手拿热保健贴的实验对象中，54%的人选择了为朋友送礼，46%的人选择奖励自己。从数据上看，这两组人在对他人的付出上可谓有着云泥之别。然而，两组实验对象之间唯一的不同，仅仅是手中保健贴的温度而已。

此项实验的结果让我们更有理由相信，慈善活动和捐赠之举中的感性因素要多于理性因素。这并不是说奉献完全是出于情感上的一时冲动，因为其中所包含的理性判断毕竟是无可否定的。但是我们奉献的背

后的确有许多原因：我们也许想要博得对方的尊重和喜爱，也许想给周围的人留下乐善好施的印象，抑或是想要得到别人的重视和依赖。然而就像绝大多数的具身认知实验一样，这项实验向我们说明，即便是那些我们认为纯粹源自理性思考的行为，也难逃非理性直觉的影响。除此之外，不仅情感与潜意识因素能够极大地影响我们的行为，平淡无奇的日常因素也能够引导我们的行为。在上文的例子中，实验对象的行为就是由再平常不过的一个小举动（比如手拿保健贴）引发的。

威廉姆斯和巴奇还进行了另外一项实验，想探明手拿温暖物品是否也能对信任感产生影响。信任是婚姻、友谊以及商务往来的基石，既来之不易又难以维系，并受到多重因素的影响。我们为什么能信赖某些人，而对其他人有所保留呢？我们对别人的信赖也许是瞬间产生、发自直觉的，但是一点小小的温暖却能让这难能可贵的信赖变得愈加深厚。

在另一项所谓的“市场调查”中，研究人员同样要求实验对象手握或冷（15摄氏度）或热（41摄氏度）的保健贴，然后他们进行了一项游戏，并让一部分实验对象扮演投资者，另一部分扮演受托人。投资者可以决定自己在受托人身上投入的钱款大小，而匿名的受托人则坐在另一间房间。投资的款项一旦获得受托人的接受，立马就会得到3倍的增长。接下来，由受托人决定自己回报给投资者的钱款金额。每一轮游戏之中，投资者可投资的金额在零美元到1美元之间，以10美分为单位增长。请注意，投资者的每笔投资都必定会得到3倍的增值，但是决定回馈给投资者多少的却是受托人。按理来说，投资者投入越多，得到的回报也应更多，但是最终决定权仍握在受托人手中。实验对象们本以为自己玩的是投资游戏，但实际上他们是在经受一次关于信任的考验。投资者越信任受托人，其投入的款额也就越多。

实验结果令人大跌眼镜：那些在游戏前手拿过凉保健贴的人所投资的钱款要少于那些手拿热保健贴的人。比较而言，手拿凉保健贴的人无法轻易相信受托人，也怀疑受托人能否对其投资给予回报。但是，手中的热保健贴却使实验对象变得更加慷慨、更易与人产生亲切感和信赖

感。

温暖能促使人们更容易信任他人，变得愈加慷慨和亲切，但这种效果维持的时限并不长。虽然我们的体感对思想的影响转瞬即逝，但如我之前所说，短暂并不意味着不足为道。一个瞬间而为的决定有时也会带来深远的影响。要想掌控和利用环境及他人对我们产生的刺激，首先就要察觉到这些看似鸡毛蒜皮的小暗示。

想想吧，只需一杯热饮，你就可以让初次约会或会议变得更顺利。日本餐厅会在用餐前为客人提供热毛巾，因此也不失为会晤的好去处。如果你希望为别人留下热情而善解人意的印象，那就给对方一杯热茶或热咖啡吧。如果你正为薪水、销售甚至离婚事宜谈判，一杯热茶或热气腾腾的咖啡都是好过冷饮的选择。温暖说不定真的能让你受到幸运之神的青睐。



第二章

材质：圆滑的销售员和粗鲁的消费者

《创世记》中有一则关于以撒的两个儿子以扫和雅各的故事。长子以扫是个大大咧咧的猎人，拥有长子的名分。他因一次打猎后难耐饥肠辘辘，为一碗红豆汤将长子名分交给了母亲最为偏爱的雅各。当年事已高、双目失明的父亲准备将祝福送给以扫时，雅各却在胳膊和脖颈披上了羊皮，冒充身上多毛的以扫而篡取了哥哥的位置。只能依靠触觉来感受世界的以撒说：“虽然这声音是雅各的，但双手确实是以扫的呀。”说罢，他便把福施与了雅各。

从这个故事中我们可以看出，触觉不仅是感知环境所必不可少的桥梁，也是深入表象、体悟本质的工具。就像以撒一样，我们也会使用触觉来感知各种各样的环境。这个故事还告诉我们，在做出重要判断的时候，对由感官而得到的有限而矛盾的信息全盘皆收是大忌；也提醒我们，如果我们通过感官得到的信息前后有出入，不要妄自推测，而要用头脑去分析。不消说，这则故事当然也教育我们，不要为眼前一顿饭这样的一时之快而放弃从长计议带来的美好未来，不要像以扫那样为图一时饭饱而以放弃继承权为代价。沃尔特·司各特曾经这样写道：“自我们第一次欺骗伊始，我们就编织了多么错综复杂的网啊。”同理，我们不应让自己陷入这般纷乱杂陈的境地中。太过依赖于感官所得的信息，你也许就是在自欺欺人。

我们的感官能够为我们提供生存所必不可少的重要信息，但是对于感官所传达的盘根错节般的信息，我们必须留个心眼谨慎对待。

许多故事和比喻都提醒我们要留意感官可能为我们设下的陷阱。雅各巧妙利用具身认知让自己受益；在虽短暂却能定成败的一瞬间，以撒让自己的理性屈从了感觉，从而也扭转了《圣经》所描述的历史接下来的发展历程。辨明事件真相或他人的意图（无论此人是否自知自己的意图）并非易事。我们将通过感官获取的信息经过显意识和潜意识的分析加工，并认为由此所得就是所谓的“真相”。我们的口头表达中处处都是内心思想的写照：磕磕绊绊的一天，心肠软，一路顺风，四处碰壁，软

着陆，铁手杀价达人，品行粗犷……这些比喻都包含着触感和触觉因素。那么，这些表达方式只是碰巧在我们的语言中生根开花吗？其中是否包含着与我们的本性紧密相连的因素呢？

实际上，这些表达方式的根源并不是简单的偶然。说到皮肤，这可是我们人类最大最敏感的器官了。从钢琴家的纤细手指，到踏火行者们粗糙的脚掌，皮肤覆盖着我们的每一寸体表。我们希望与亲人们“时常接触”，这里的接触指的是通讯交流，并非真的需要身体的触碰。《马可福音》中说，如果要从精神上得到耶稣的触碰，人们必须甘愿伸手去触碰耶稣。那么，仅仅眼见或聆听耶稣是不够的，这又是为什么呢？诚然，耶稣出世后的一代代凡人都曾受到他的言语的熏陶，但对于第一批信徒而言，由耶稣真身所体现的天主精神，以及与承载这种精神的实体接触所带来的震撼是无与匹敌的。直至今日，我们仍时常在语言中用到“接触”一词，就是因为接触是体验世界以及与世界相连最亲密直接的途径。

回望我们的进化史，科学家们用理论说明，远在语言产生之前，我们早已开始使用触觉等非语言方式进行交流了。自出生开始，我们的交流方式就由非语言向语言转化。通过父母和看护人的拥抱和亲吻等身体接触，婴儿们得以熟悉周围的环境。心理学家们已经证实了触摸对于儿童成长的重要性，身体接触不仅能给予儿童安全感，也对其社交能力有积极影响。众所周知，罗马尼亚孤儿院案例中不幸的孤儿就是因为极度缺乏人与人的接触，致使其情感、社交及认知能力的开发受到了严重的遏制。

身体接触同样也能影响成年人做出妥协、帮助他人，以及敢于冒险的概率。在一项调查中，超市营业员主动推荐顾客品尝一种新零食，在邀请顾客的同时，营业员会特意触摸一部分顾客的上臂。这种身体上的接触，提高了顾客同意品尝样品甚至购买产品的概率。一个最近的研究发现，在肩膀上轻轻一拍竟能增加人们愿意承担经济风险的概率，这或许是由于这一身体接触加强了人们的安全感。另一项研究发现，那些轻

触顾客手或肩膀约一秒钟的女服务员，会得到更多的小费。然而有趣的是，这短暂的身体接触并不会影响到顾客对女服务员或餐厅环境的评价。也就是说，顾客本人并没有意识到身体接触对其产生的影响。

接触他人的身体对信任和配合都有积极影响，不但能解除我们的戒心，增强我们的安全感，还能平抚紧张感。触摸他人的身体或与别人握手对情绪焦虑的人有益。当病人到医院接受痛苦的手术时，医务人员如能轻轻触摸病人的额头或肩膀，会对其焦虑起到抚慰作用。辛苦工作一天后，即使我的肌肉和精神并不是很紧绷，按摩身体仍然能帮我放松下来。

人们对触摸的需求激发了科学家们的灵感，促使他们设计和创造出能够模拟人类触感的产品。举例来说，“抱抱我”衬衣就是这样的产品。这种衬衣用舒适柔软的面料做成，附有敏感的压力感应装置，可由手机应用程序调适。它可以模拟出触感，甚至连心跳减速等拥抱过后出现的感情反应也能模拟。另一项发明则是一款特殊的玩偶，孩子们如果身穿特制的“电子睡衣”，就可以感受到玩偶传达的拥抱触感。为了“接触”这些新奇的发明，也为了在久别之后的长久一抱，人们心甘情愿地投入了时间和金钱。

我们的触觉感官所涉及的范围并不仅仅包括人与人之间的接触。触感是无所不在的，而我们常常意识不到它的存在。我们每天都会穿衣服，也会手拿书本、包包、电脑、智能手机和iPad（平板电脑）等物件，从而感知到柔软或坚硬、粗糙或顺滑等不同的质感。办公室、家中或旅店里的坐垫、枕头和椅子也都各具或硬或软的质地。一天即将结束时，我们会躺在自己的床上，而这床的软硬也是由我们自己选择的。当我们用毛巾擦手时，或当我们在薄毯或厚垫子上练习普拉提和瑜伽时……触感无时无刻不存在于我们的生活中。

我们常用与触感有关的词汇来做比喻。举例来说，英文中“rough”一词本指粗糙，但从这种坑洼不平的触感加以发散衍生，也

能用它来形容一段不愉快的经历或时间。如果某人没什么脾气或容易随波逐流，那么我们可以说此人像易屈服的物质一样，是个“软弱”之人。而与“软弱”的寓意相反的“硬骨头”一词，则可以用来形容那些不易变通且难以相处的古板之人，与那些坚硬的物质大有相似之处。

这并不仅仅是简单的修辞手法，这些比喻中包含着我们的体感与行为和判断之间的联系。由此我们可以看出，我们所触摸的物体的材质，或许真的能够影响我们的行为。椅子的软硬是否能影响我们做事手段的强硬或软弱呢？需要进行激烈的谈判时，我们是否需要对我们的座椅进行小心选择呢？在这一章中，我们就一起来看看这些问题。

强人的弱点

每逢假期，我都会到圣迭戈与女儿和孙女们团聚，听她们讲讲近况，再分享一些我的故事，尽享天伦之乐。白天大家都到学校去的时候，我喜欢在外面呼吸新鲜空气、在沙滩上散步。圣迭戈的气候非常怡人，我一口气能在美丽的海滩走上几公里。我常常和住在附近的一位好友一起走一个半小时的路，然后再到海滩边的某家咖啡馆坐坐。

在海边漫步有两种方式：你可以在沙滩上走，也可以在人行道上走。沙滩和人行道彼此紧挨着，但只有人行道上铺着木板。我和好友对这两种路并无特别偏爱，因此有时走沙滩，有时走木板人行道。

渐渐地，我发现，有那么几天，好友会变得非常执拗，但有时又会变得非常通情达理。有时，我们随意挑选哪家咖啡馆她都无所谓，而有时，她却非要去原定的咖啡馆不可。我一直以为这是因为她情绪变化无常、易受心情好坏左右所致。后来我才意识到，当我们选择走木板路时，她的态度也会随之变得更加强硬。木板路和沙滩之间最大的异处，就在于两条路的软硬程度不同。难道是，脚底感受到的软硬两种触觉能让好友的言行变得或软或硬吗？

为揭开这个问题的谜底，哈佛大学、耶鲁大学及麻省理工学院的一些研究者组成了一支团队，他们设计出一个颇具创意的方法，让实验对象触摸或硬或软的物体。研究者们组织了一场魔术表演，邀请路人观看并参与。读者们可能记得，魔术师在将手帕变成鸽子或从箱子中“凭空”生钱之前，常常会邀请一位观众摸一摸他的道具，证明自己没有动什么手脚。同样，研究者们也邀请了一名路人来检查魔术师使用的道具。实验对象中有一半人检查的是一块坚硬的砖头，另一半人检查的则

是一块柔软的毛毯。接下来，研究者告诉实验对象魔术表演要推迟一段时间，然后又交给他们一项看似毫无关联的任务：阅读一段含糊记录一位雇员和雇主之间对话的文字。研究者要求实验对象为雇员的几项性格特征做出评分，而其中的几项特征与古板和倔强有关。与触摸过柔软毯子的实验对象相比，触摸过坚硬砖头的实验对象认为这名雇员更加古板和难以变通（即更为强硬）。但是，两组实验对象所阅读的文字都是毫无差异的。在开朗和严肃等其他几项特征的判断上，两组人的答案别无二致。也就是说，两组人产生意见分歧的地方，恰恰就在这些与态度强硬有关的性格特征判断上。

研究者们想要看看，对软硬的触觉除了能影响我们的判断和认知外，是否还能作用于我们在谈判或讨价还价等环境中的实际行动。软弱的砍价人将对方当作朋友，总是尽己所能地期望达成协议，因而其初衷也就更容易受到对手的影响而改变。相比之下，态度强硬的砍价高手将对方视为敌手，他们不太会相信对方，也不愿为了妥协而改变自己的最初出价。

或软或硬的触觉是否对我们在讨价还价过程中立场的坚定与否有所影响呢？这是研究人员所研究的课题。在这次实验中，研究者们并没有让实验对象手拿或硬或软的物件，而是让他们坐在木椅或软椅上，设想自己正身处一家汽车销售行，准备购买一辆贴有价签的汽车。按实验要求，由于第一次出价没有达成协议，参与者要第二次出价。与坐在木椅上的实验对象相比，坐在软椅上的实验对象给出的第二次出价与第一次出价相差更多。也就是说，柔软的椅子让他们变成了态度软弱的还价者。

软弱和强硬不仅是人性和行为的特征，也属于性别身份的范畴。虽然两性所扮演的角色已经有了不容小觑的转变，但男性和女性依然保有一些各自的特质。柔弱就是其中之一。虽然我们可能对这样的偏见心存不满，但女弱于男而男强于女的观念却是真实存在的。

一队研究者组织了两项调查，想要探明我们的大脑是否将软硬两种触感与男女两性结合在了一起。在第一项调查中，参与者在电脑屏幕上看到8张性别特征模糊的面孔，并需要辨别出每张面孔的性别。表面上，此实验的目的是要看看人脸识别的效果。然而在此期间，参与者们需要手握一只球。研究者把参与者分为两组，一组手握软球，另一组手握质地稍微硬一些的球。与前者相比，手握硬球的参与者比较倾向于将电脑上的面孔归类为男性。换言之，或软或硬的不同触感影响了我们对他人的性别的判断。

在第二项研究中，参与者依然需要选择面孔所属的性别。但这次研究者没有使用电脑，而是将面孔印在了纸上，并要求参与者用笔在纸上标出性别。每张纸的下方都铺着一张复写纸，研究者告诉其中一组参与者说需要两份文件，所以他们在写字时需要多使点劲；而另一组参与者被告知切忌损坏复写纸，因此需要轻轻地下笔。研究结果显示，相比之下，那些写字使劲的人更容易将面孔归类为男性。

也就是说，软硬两种触觉是可以影响到我们对性别的判断的。那么，对于我们习惯与软硬联系起来的其他因素的判断，软硬触觉也能造成相类似的影响吗？几位研究人员从社会范畴挑选了学术科目和政治立场作为研究对象，试图一探问题的究竟。

学术科目往往被分为“硬派”和“软派”。自然物理科学常用“硬科学”来指代，而社会科学则被归为“软科学”。我个人并不赞同这种一刀切的分类，尤其是心理学常被人归为社会软科学。但实际上，我们这些心理学家不仅要进行控制实验，在测量上也一丝不苟，与生命学家、物理学家没什么两样。

有关政治立场的研究表明，在美国，人们认为共和党要比民主党更加强硬，绝大多数美国人认为，民主党成员与共和党成员相比要显得软弱些。总体来说，相较于民主党，共和党对于经济、外交以及流产合法性和同性婚姻等社会问题的手段要更为强硬。

实验对象需要按民主党或共和党、物理学家（硬科学）或历史学家（软科学）来对一些人进行分类。研究人员想要看看，柔软的触感是否会对实验对象的分类造成影响。他们让实验对象看了4位男性和4位女性的头像，并让实验对象一边手拿或软或硬的球，一边猜照片人物的党派。就像前文中选择人物性别的实验一样，与手握硬球的实验对象相比，那些手握软球的实验对象更容易将人物归属于民主党。

在接下来的实验中，实验对象需要看一组教授的照片，并猜测他们教授的是物理还是历史。实验对象分为两组，一组手握软球，另一组手握硬实的弹力球。与前者相比，手握硬球的实验对象更易将教授当作物理学家。

这些研究表明，软硬触感的确影响了我们对人和物的分类。这两种触觉刺激了我们对软硬的心理认知，因此，这些身体上的知觉促使我们对交流产生或生硬或温柔的印象，也影响了我们区分他人的方式及我们自身的行为。

光滑粗糙对对碰

一天，我3岁的孙女娜塔莉发现她爸爸情绪不大好。诚然，情绪是非常复杂的东西（如果我们真的能把情绪当成“东西”的话），有的研究人员甚至在情绪的研究上投入了一生的精力。而我们的“小小心理学家”娜塔莉却对爸爸的闷闷不乐自有解释，她说爸爸不开心全是因为他的脸上长毛了。孙女所谓的毛指的是她爸爸脸上没剃的胡茬，和许多童稚的想法一样，这想法简直把我萌翻了。在娜塔莉看来，爸爸脸上粗糙不平的，心情低落也就难免了。

在许多语言中，我们将粗糙不平与艰难、沮丧、伤痛联系在一起，这其中，也许就包含着知觉和语言之间更深一层的关联。

当我还是空军部队里的一名年轻士兵时，我们的部队实行轮班执勤制。夜班从晚上7点到翌晨8点，值晚班后我们就可以回家休息一天一夜，然后在第二天早上回部队报到。晚班对于在上大学的我来说挺方便，但即便如此，我还是对晚班心有余悸。上晚班时，我们被分成两组，每组都可以在一间小屋里睡4小时的觉。我清晰地记得，床上的床单和被子质地非常粗糙。过了一段时间，我们意识到毛巾、枕套、床单这些东西都可以自带，我们的睡眠质量由此提高了，我也慢慢不再那么讨厌晚班，而是越发觉得这段与朋友共度的时光变得愉快了，气氛更加和谐了，我们同心协力地工作，争吵和冲突也变少了。大家都明白，睡在光滑的被褥上要比睡在粗糙的被褥上舒服很多，但当时的我们却没有发觉，更换被褥改善的并不只是我们的睡眠。多年后的今天再回首，我坚信是光滑和粗糙的触感对我们的行为和战友之间的关系产生了影响。原来，问题不出在别处，就出在我们的被褥上。

研究人员专门做了调查，想看看触摸粗糙或光滑的物体是否会影响实验对象对人际交流的友善与否的看法。为了制造粗糙和光滑的触感，研究人员让实验对象完成拼图，并说这是一项有关认知能力的测试。一半的实验对象拿到的是光滑的拼图，而剩下的人拿到的拼图上覆着粗糙的砂纸。拼完拼图后，实验对象还要参加另一项测试，这项测试表面看来和前一项所谓的“认知能力”测试有所不同。实验对象需要阅读一段有关两人之间交流的文字，而这两人的交流介于友好谈话和争吵之间，故意写得模棱两可。接下来，实验对象需要判断这段对话是友好的还是敌对的，是和谐的还是充满火药味的，是属于讨论还是争辩。

与接触光滑拼图的实验对象相比较，那些触摸了砂纸拼图的人将这段对话评判得更加充满敌意，火药味更浓重，也更趋近于争吵（也就是说，更加粗暴）。而前者则认为这段对话更加友善与和谐（也就是说，更加平和）。虽然所有实验对象阅读的都是相同的文字，但仅仅由于触碰了粗糙或光滑的物件，实验对象对两人交流是否友善的判断就受到了影响。有趣的是，当两组实验对象判断文字所体现出的两人的亲密程度时，所得的结论并无二致。受到拼图影响而变得扭曲的，只有那些与粗暴（粗糙）和平和（光滑）有关的判断。

材质：搭建体验的脚手架

我们会经常触碰到五花八门的东西，在不经意间，这些东西本身的材质会对我们的观点、判断以及行动产生影响。触摸的东西有粗糙或光滑、柔软或坚硬之分，不仅会影响我们对事物艰难或顺利、温柔或强硬的判断，也会影响我们行事风格的强弱。这样的结论也许听来玄虚，但从具身认知学角度来看却很在理。从而我们可以看出，比喻和抽象概念都与我们的身体感应有着紧密的联系。换言之，材质给我们带来的体感（坚硬或柔软，粗糙或光滑等）其实就是这些词语所指代的抽象概念的基石。举例来说，一段磕磕绊绊的感情就是从坑洼不平的质感中衍生出来的，这是祖先们很早就总结出的经验。

一座建筑，甚至最高的建筑，也是从地基开始建起的，一砖一石，拔地而起。同样，通过构建的过程，儿童培养出有关身体感知的基础概念。儿童通过身体的感知来学习抽象概念，他们发现，有些触感是软软的，比如母亲温柔的抚摸和泰迪熊玩具的皮毛；医生的检查床是硬邦邦的，而在检查床上的经历（比如打针），是很痛苦的。通过搭建这样的“脚手架”，孩子们直接利用以身体感知搭建的基石，得出这些抽象概念的意义。这就好像是在诸如“顺”这样的词语之下建立一个档案，将所有与之有关的情感体验和身体感知搭配在一起归入名下。当我们长大成人之后，粗糙、顺滑以及柔软等触感都会激起我们早期感知体验中留下的相关情感，而这些情感也会进一步影响到我们的行为、情绪以及判断力。也就是说，我们的思维会阅读这些老档案，从而让我们采取相应的行动。

当身体上的感觉刺激到大脑的某个区域时，抽象的概念也就深深植入了我们的运动感知经验之中。如果身体感知的确是建立抽象知识的基

石，而比喻的表达方式是由运动感知经验的灵感而来的话，那么触感（坑洼不平或光滑平整，坚硬或柔软）所刺激的大脑区域，应该与我们使用相应比喻法（比如“磕磕绊绊的感情”，又如“四处碰壁的一天”）时所激活的大脑区域相同。从另一方面来说，如果抽象概念并不源于我们的感知体验，如果比喻只是毫无根据的修辞方法，那么粗糙不平的物体带给我们的触感所刺激的大脑区域，就不会与我们使用“磕磕绊绊的一天”这样的比喻所刺激的大脑区域相同了。不久前，研究者们就利用功能性磁共振成像法对此问题做了专门研究。

功能性磁共振仪是一种无创性的扫描仪器，通过监测不同区域内大脑（神经）细胞的血流量，来发现哪些大脑区域正在处理信息。通过这种仪器，研究人员可以监测大脑不同区域在进行判断、决定、记忆、解决问题和阅读文字等认知和情感活动时的反应。

在近期一项调查中，研究人员挑选了54个诸如“她今天很不顺”“她是个软心肠”“她是个铁腕杀价高手”此类与触觉有关的比喻句，又挑选了一些意思相同但无比喻的句子，如“她今天过得不好”“她心地良善”“她很会杀价”，然后把这两组句子一一搭配。实验对象们戴上耳机，一边听着这些句子一边躺在磁共振仪中。研究人员通过监测神经细胞的活动，发现当实验对象听到诸如“不顺”等与触觉有关的比喻词句时，受到刺激的大脑区域与产生对应触感时刺激到的大脑区域是相吻合的。而那些诸如“过得不好”等意义相似但无比喻的词句，却无法对实验对象感知触觉的大脑区域产生刺激。

这些结果都证实，大脑“感受”或接受触觉信息的区域与处理相应的比喻词句的区域是一致的；而那些意义相同但无触觉比喻的句子激活的则是其他的区域。

分享还是私吞？

生活就是由一连串的谈判协商组成的。上文中的研究结果，对于商业谈判而言具有实际的操作意义。想想看，你和你的对手在进行重要谈判时坐的是哪种椅子呢？如果椅子是软的，那么坐在上面的人就变得更加能够通融，也更容易推翻自己的立场或报价。但如果你们坐的是冰冷的硬椅子，那么你们就比较容易将对方视为敌人，也不大容易做出妥协了。

无须赘言，这些实验结果的意义并不仅仅是应用在椅子的选择上。想一想我们手中接触过的所有物件吧。我们接触到的物件有千千万万，但我们对此往往是麻木的。我手边总会带着手提包，而我的包大多是柔软的。我有时会把包放在一边，不过拎在手里的情況更多一些。但在开商务会议的时候，我们经常带着自己的电脑，在会议过程中手拿着这些硬邦邦的物品。这些硬物是否会影响我们，让我们的讨论更容易变成唇枪舌剑呢？另一种我们常常手拿的硬质物件就是我们的手机了，但是手机套的材质却有光滑与粗糙之分，有的手机套还加了软垫。当我们用手机与家人和友人聊天时，材质光滑的手机套是否能对我们的情绪产生放松的效果呢？

我们每天的“谈判对象”还包括孩子、配偶、同事甚至朋友。我们需要决定孩子玩电脑或看电视的时间长短，要规定他们上床的时间，要管理他们的花销，还要在他们参加派对的时候制定宵禁时间。我们要与我们的另一半谈论家庭收支和旅游计划以及抚养孩子的方法。在工作中，我们要评估各种各样的项目、合同、条款以及聘用解雇事宜。我们还得同顾客“交手”，为盈利而战。

在谈判中，我们有时会（过分）软弱，有时则（过分）强硬。原本决心决不牺牲自己的睡眠时间，但不一会儿立场就不坚定了，这种经历你应该有过吧？你是否能坚持初衷，在他人的论点攻击下“百毒不侵”？具身认知研究表明，我们所接触物品的平滑或粗糙、柔软或坚硬，非常容易影响到我们对环境的解读。在接触厚而软的毛巾时，抑或触摸薄毛巾和粗被单时，我们的情绪也随之变化。熨得平平整整的亚麻被单手感很好，这已是不争的事实。但是研究进一步向我们揭示，你对与你同床共枕的爱人的感觉，可能也会受到被单平整与否的影响。你可以试试刮一刮胡子或腿毛，也可以穿上丝绸质地的柔软衣物，来帮你抚平白天残留的焦躁不安。

由于孩子们喜欢软乎乎的玩具，因而这些研究结果还可以应用在家庭生活中，让我们与孩子们相处得更加和谐。幼童会对毛毯或柔软的玩具等慰藉物产生依赖感，心理学家称之为“过渡物件”。这些物品可以增强儿童的安全感，抚平他们的焦虑，在陌生或危险的环境中尤为有效。孩子们不必非得接触过渡物件，仅仅通过触碰柔软的物体，他们的行为就会变得更加温和，感觉周围环境也变得不那么充满威胁了。下次给孩子或孙辈买玩具的时候，可不要忘了这一点哦。

触碰柔软的物体也可以对年纪稍大的孩子们起到积极的影响。身为心理学家，我常常听说，学校的心理医师和老师会运用各种奇招妙法，来帮助那些注意力不集中或行为举止有问题的学生。其中一种方法，就是让这些儿童在课堂上触摸、捏拿或摆弄压力球等柔软的东西。这些教育专家们相信，此法对于增强学生注意力和缓解暴力倾向都有裨益。

我有一位心理学家朋友，她非常喜欢自己的治疗师。这位治疗师总是在看诊期间手抱一只猫，我的朋友对猫不大感兴趣（但她喜欢狗），因此刚开始治疗的时候她对此举有些反感。但朋友渐渐习惯了治疗师的作风，坚持在那里进行了数年的治疗。她发现，这位治疗师非常能够包容人和事，不但不爱品头论足，还充满了同情心，即使在逆境中也总能看到黑暗中的光明。这些特征无一不反映出她悲悯柔软的性格，这是无

须赘言的。但是，其手中抚摸的猫咪那柔软的皮毛，是否也对这位治疗师的性格产生了影响呢？

在治疗过程中，人们有时会利用动物来帮助病人提高社交和情感认知能力。毋庸置疑，抚养动物、与动物沟通交流都能让人类从中受益。研究表明，抚摸和触碰动物这样简单的动作不但可以减缓心率、降低血压，还能平抚压力和焦虑感，帮助我们放松。如果你正在考虑要不要养只宠物，那么你的眼光不应只放在随之而来的责任上，而是该想一想萌宠给全家人带来的益处。只需要摸一摸宠物那软乎乎的皮毛，不仅会让它们变得更加温驯，也会让你的心变得柔软！



第三章

切莫“轻”率行事：“重”量的重要性

我是一名心理学家，不是什么举重选手，但是说来也奇怪，撰写这本书的想法，正是我在健身房里进行重量训练时从天而降的。我不是什么健身狂人，只是为了强身健体，每周都会做几次基本的力量练习罢了。与那些对动作要求极其完美的专业举重选手不同，我会一边重复我的动作，一边任思想开小差儿。虽然想要写一本书的念头已经在脑子里盘旋许久了，可不知为何，就在那天，在做小腿负重屈伸时，非做不可的决心就这么悄然而至了。这些年来，我搜集了许多有关体感对情感和行为影响的研究成果，而要把这些惊人的成果公之于世的冲动，就在那一瞬间迸发出来。

那么，我下定这个决心的时机为何不偏不倚地落在那个节骨眼上呢？为何这决心不在我卧床或散步时闪现呢？难不成，事情会在我们携带重物时显得更加重要吗？

在会话中，我们可以说“我正在掂量事情的轻重”。在语言中，我们使用与客观重量有关的比喻来形容事物的重要性。“掂量事情的轻重”的意思是指考虑如何进行最合适的选择。如果某人的想法对我们而言很“重”要，我们也可以邀请此人把想法“过过磅”。重量中隐藏着严肃的意思。如果某个决定会带来严重的后果，那么我们就说，这个决定很沉重。有的重量级人士会仗着权势“以重压轻”。我们说消极心态会把人“压垮”，也会将困难叫作“负担”。被别人依赖时，我们会感到“重担压身”。当别人把沉重的负担从我们的肩头拿走时，我们会感到身轻如燕。希腊神话中的亚特拉斯巨人的形象为我们提供了一个很好的例子，他绷紧浑身上下的每一根筋腱，用脊背撑起“整个地球的重量”，也撑起了全人类的命运。

这些比喻并不只是简单的修辞方法，其中包含的抽象隐喻就根植在我们的身体感知之中。具体来说，我们对于重要性的概念，就源自我们对于重量的体感中。

几组专攻具身认知问题的研究人员设计了一系列实验，试图调查重

量与重要性之间的关联。在一项试验中，实验对象需根据履历来对应聘者进行评估。每位实验对象手中的履历都是相同的，但是研究人员向一半人派发了不到一斤重的写字板，而剩下的人（“重量组”）拿到的履历却夹在重达两公斤的写字板上。与手拿较轻写字板的实验对象相比，那些手拿较重写字板的人对应聘者能力的评价更高，且认为应聘者对职位更加重视。

所有的实验对象阅读的履历都是一样的，唯一的不同就是他们手中写字板的重量。而值得注意的是，在应聘者是否开朗和能否与同事和谐相处方面，这两组给出的评价却并无差异。也就是说，受到物体重量影响的，仅仅是实验对象对与能力和责任心有关的特征的判断，而他们对其他特征的评判均未出现偏倚。厚重的写字板的影响力着实强大，但影响范围只限于人们对能力和责任感的看法。

在另一项实验中，研究人员走出大学校门，将场地转移到了大街上。他们邀请行人填写一份关于各种公共问题筹款情况的问卷，并问大家某些问题是否应该筹到更多款额。问卷中的有些内容是很受大家关心的，比如教育和大气污染问题；而另一些内容则针对性较强，比如邮递员的薪水问题，以及是否应规范公共浴池水槽这种并非亟待解决的问题。和上次实验一样，一半的实验对象的问卷夹在不到一斤重的写字板上，另一组的问卷则夹在重约1.5公斤的写字板上。

较重的写字板果然起到了作用，但这次，写字板重量的影响范围是有限的。无论手中的写字板是重是轻，女性实验对象对涉及全民利益问题的筹款统一持支持态度。与此不同的是，在手拿较重写字板的男性看来，那些具有广泛意义和针对性强的问题变得更加重要。对他们而言，写字板的重量影响了他们对各种社会问题的重视程度。研究显示，女性比较支持向社会福利、健康、教育事业以及保护弱势群体的项目拨款，由于她们在这些问题的筹款上已有了自己的立场，因此写字板的重量也就无法对她们的相关决定产生影响了。相比之下，男性对于社会问题的态度并不那么坚决，也就易受写字板重量的影响。

几位荷兰研究人员也同样对重量与重要性之间的关系有兴趣，他们找来一大批学生，让他们填写有关瑞士法郎和日元等外币估值的调查问卷。他们的实验也使用了与上文类似的方法，一半参与者需垫着一块一斤多重的写字板填写问卷，而另一组的写字板则有两斤多重。那些拿到较重写字板的学生对于外币的估值要比另一组高出不少，也就是说，他们手中的重量也加重了货币的价值。

在此实验之后，研究人员想要更进一步，看一看重量与重要性的联系在货币价值之外的范畴中是否也能成立。在接下来的实验中，他们要求学生阅读一篇文章，文字描述了一个管理海外留学奖学金事宜的大学委员会，这个委员会不允许学生对会议决定提出异议。实验对象需要回答，在他们看来，允许学生对委员会表达自己见解的权利到底有多重要。每一位实验对象都需手拿夹着问卷的写字板、站立着回答这个问题，其中，一半人手中的写字板比较重，另一半则手拿较轻的写字板。那些拿着较重写字板的实验对象强烈认为，委员会应该重视学生们的观点，而另一组的态度则没有这么坚决。就这样，写字板的重量又一次影响了人们对于问题的重视程度。

我曾担任过学生处主任，也是我所在大学的执行委员会的一员。因此，我处理过学生奖学金问题，也遇到过学生希望参与学校奖学金决策制定的情况，尤其是在涉及学生切身利益时，学生们希望参与的呼声更高。因为不管怎么说，奖学金的额度和分配的方法都会对学生的人生和学习生涯产生直接的影响。根据我与学生打交道的经验，我本以为在上述实验中，无论写字板是重是轻，绝大多数实验对象都会坚决支持委员会听取学生意见。然而，综合以上几项实验结果我们不难看出，虽然我们本人可能不自知，但我们的确是将重量和重要性联系在一起的。

这些研究同时也告诉我们，重量和重要性之间的联系不仅出现在语言中，也存在于我们对周遭世界错综复杂的体验之中。物体的重量带给我们的感知，激发起与之紧密相连的心理和情感因素，从而影响我们对价值、重要性及责任的看法。

不要以貌取人，要以“重”取人！

我们已经知道，重物会影响到我们对于重要性的判断。说得学术一点，重物带给我们的知觉激活了我们对重要性的抽象概念，从而加重了我们对事物的重视感。那么，这种联系是否是双向的呢？换言之，我们是否会觉得重要物体的重量也更大呢？这种对重要性的抽象概念是否会影响到我们对物体实际重量的判断呢？几名来自荷兰的研究人员针对此问题进行了专门的实验。他们将实验分为两个部分，在第一部分中，他们要求学生拿一本书并估计书的重量。研究人员告诉所有学生，此书是校方人员用的。但他们只告诉其中一半人这是一本很重要的书，剩下的人则并不知道这本书是否重要。每位学生手拿的书都是一模一样的，但被告知这本书很重要的前一组学生，对书本重量的估计却要高过后一组。

综合前文中的几个研究结果，我们不难发现，重量与重要性之间的联系是双向的。物体的重量可以连带出重要性，而重要性的概念亦能引出对重量的感知。利用这些研究结果，我们或许可以对一些行为和现象做出解释。那些背起家什进行环球旅行的背包客，是否会因为背上沉重的负担而更加重视旅途中的体验呢？如果轻装上阵，这些背包客还会对旅行那么在意吗？如果你每天都用一只沉重的公文包把繁多的文件带回家，那你会不会在家里感到沉重的负担呢？会不会越发觉得抽不出时间来陪伴家人呢？

而这些研究的意义并不止于此。从个人履历的角度来说吧，我们从上文的研究可以看出，办公用品的作用是不容小觑的。诚然，履历的内容才是“重头戏”，如果应聘者的资历不够，那么履历的重量估计也就起不到什么作用了。但是，僧多粥少的情况时有发生。面对大批能力合格

的应聘者，把他们全部面试一遍，这当然有些痴心妄想。那么，面试官如何在这履历表的海洋中挑出最具潜力的人选呢？我们大家都知道，物体的重量越大，其在我们潜意识中的重要性也就显得越大。因此，使用重量较大的办公用品不失为一种为雇主留下好印象的诀窍。想要飞越龙门，有时我们需要的就是那一把轻轻的推力，而对重量的巧妙运用或许就是这神来一笔。

有的人或许觉得这些研究结果有些难以接受，因为我们更愿意相信，聘用的决策都是绝对公平的，应聘者的品行能力才是选拔的唯一标准。然而现实常常是无奈的，我们都明白，性别、性取向、年龄以及人种等因素都可能影响到我们的决策，职场招聘的决策当然也包括在其中。你的履历所用的纸张真的既能害你错失良机、又能助你走上康庄大道吗？在心理学中，以任何方式对你的决策产生影响的因素，不论其大小，属于潜意识还是显意识范畴，都可以归入偏见之列。在当今社会中，许多应聘者都使用电子邮件来投递履历，由于这些履历是在电脑屏幕上显示的，因此也就无从谈及重量了。这或许能为招聘提供一个相对公平的环境，但是，如果你可以在使用电子履历的同时，寄出一份用优质纸张打印的履历的话，你或许就可以给雇主留下一个更加积极的印象。总而言之，一份纸质的履历可以让你在雇主的心中占有更重要的地位。

作为一名心理学教授，我已经评审论文将近30年了。在读到这些实验结果后，我不禁自问，在改论文的时候，我是否也受过纸张质量的影响呢？我习惯坐着用手把论文拿起来批改，而不是放在桌上批改。心理学与数学不同，在批改心理学论文时，我是通过主观来对论文所呈现的观点和写作质量做出评估的。真不知这些论文纸张的重量有没有在不经意间对我的心理产生影响。若真有影响，那还真是讽刺啊。谁知道呢，如果绝大多数学生都使用粗糙而质轻的纸张来打印论文，而唯有一位学生使用的纸张更有质感且更加光滑，我说不定就真的不知不觉地把他的分数从原本的B+提高到A-了呢。

虽然电子邮件已“蔚然成风”，但不少提案、报告以及学术论文等依然还是打印在实实在在的纸张上。下次你将诸如履历、论文、提案、信件等递交给别人的时候，可以使用稍重一些的纸张，也可以附加一个厚重的文件夹，从而让你的文件显得更加重要。这样一来，你说不定就能从竞争者中脱颖而出。虽然当今社会中很多的请愿书和问卷都是在网上完成的，可我们仍然常常能在街头碰到那些手拿写字板和钢笔、请求我们停下来回答几个问题或在请愿书上签名的人。请愿书的内容涉及政治、社会、教育以及环境等许多问题，其中有的问题与我们联系较紧密，有些则完全与我们自身的利益无关。在遇到那些手拿夹着调查问卷的写字板的志愿者时，许多人都不会特意停下脚步。而对于那些肯停下来阅读请愿书的人而言，如果他们对读到的问题并没有什么明确的态度，那么他们肯不肯签名支持，恐怕就要看书写板的重量了。大家可能并没有意识到，我们在生活中经常会负重：百货商店的购物袋，沉重的包包，以及怀里抱着的孩子，都为我们增加了重量。下一次在你做决定的时候，如果手中恰好拿着较重的物品，那就问问你自己，如果你身上没有这些负担，那你还会做相同的决定吗？

我的手提包很沉，里面有电脑、手机、化妆品、一把梳子、几份打算阅读的报纸、一本书，还有其他杂七杂八的零碎。这包的重量可真不小。走进办公室后，我会把包放在一边，但在去教室讲课以及从教室返回办公室的途中，我通常都把包提在手上。下课的时候，常会有学生来找我探讨他们的想法或是向我提些特殊的要求。我一般都会让这些学生随我到办公室去，一边走一边聊。不知在我手提沉重的提包向办公室走去的途中，学生们的想法和要求是否让我感到比较重要，而等我在办公室放下提包坐下后，这种重视感是不是又被稀释了些许呢？

在看过这些研究之后，我们可能会用新的方式来看待我们自身和环境之间的关系。这其中的有些关联容易被大家所接受，比如说，寒冷的天气会使人怏怏不乐。但是，重要的东西在我们心中的地位往往是不可侵犯的。这些重要的东西可谓支配着我们人生的轴心，因此，我们可能

不大愿意接受自己对这些重要的宝贝如此不理性。一块沉重的写字板或许无法颠覆我们的信仰，但是只要想到我们的信仰竟然有空可钻，也足以让人心有余悸了！我们需要更好地去认清这些难以察觉的心理陷阱，好让我们所做的决定脱离物体材质和重量的干扰，更真实地反映我们的本心！

沉重之心的坦白：重量的秘密

和他聊过之后，我的心如释重负，感觉好多了。

我感觉我必须将这秘密公之于众，好清理心头的负担。

为了帮他保守这个秘密，我觉得我背上了沉重的包袱。

美国空军中尉乔希·斯弗莱德有个秘密，他在部队中的朋友们都没有发觉他的性取向有什么异样。他们不知道乔希是个同性恋，也不知道偶尔被问到有没有女朋友时，不得不撒谎做掩护的乔希感到多么无助和羞耻。

美军部队中曾有一条叫作“不问，不说”的政策，1993年至2011年间，禁止公开性取向的男女同性恋在军中服役。斯弗莱德中尉缄口不提性取向的原因也就在于此。他明白，如果向朋友和同事透露自己是同性恋，那么他不但会被遣退役，甚至还可能面临被起诉。

为了保守秘密，斯弗莱德中尉使用J. D.史密斯的假名，在社交网站上向男女同性恋军人寻求支持。他发现，原来许多现役军人都隐瞒了自己的性取向。于是，斯弗莱德成立了一家名叫“出柜”（OutServe）的网站。他仍使用J.D.史密斯的假名，呼吁形象平等，要求撤销“不问，不说”政策。J.D.史密斯这个名字在新兴传媒平台上传播开来，斯弗莱德甚至在隐去面容的前提下出境接受采访，但他的真实身份在两年间仍是个谜。2010年12月18日，美国国会决定废止此政策，斯弗莱德也继而公布了自己的真实身份。他告诉美国有线电视网的记者，自己终于可以“卸掉这肩上的重担”，“无忧无虑”地返回工作岗位了。

最新研究表明，乔希·斯弗莱德把自己的秘密比作“负担”，并不只

是一个无规律可循的修辞方法。在人生的长河中，我们每个人的生活和工作中都有不愿告人的秘密。这些秘密有的微不足道，有的却意义非凡。一些家庭的秘密包含着痛苦和创伤，比如孩子被虐待或遭到猥亵，又比如向患病的亲人隐瞒病情。我还时常听说，家里的顶梁柱在丢了饭碗之后不敢向自己的另一半和孩子坦白，只得每天早上假装出去上班。

有时，揭开谜底会对当事人和其他人造成重创，慑于这种后果，人们只得对秘密守口如瓶。有的人因为害怕受到嘲笑和歧视，羞于公开自己的秘密；有的人则不愿与大众的行为相抵触或害怕伤害别人，因而对自己的秘密讳莫如深。

无论保守自己的秘密还是别人的秘密，都会为我们造成心理上的负担。我们必须时刻保持戒心和警惕，以防因泄密而伤及相关的人。即便如此，不小心泄露秘密或决定公开秘密的人仍不在少数。按常理来说，袒露心扉会让我们心情愉快，因而坦白对我们是有所裨益的。心理学家们发现，长时间保守秘密会伤及我们的身体健康。然而，现实生活中却有许多“不能说的秘密”，一旦泄露，当事者就会受到严重的侵害。

人们常说，揭开秘密的感觉就像心中一块巨石被搬开了一样。拉丁歌手瑞奇·马丁于2010年在个人官网上发表一篇声明，说自己是个“幸运的同性恋者”。他说，由于社会强加给他的压力，他曾经对自己的真实性取向采取掩盖的态度，他写道：“多年来，我一直把这些过于沉重的负担深藏在心底。”

如果我们的情感真的根植于身体的感知，那么于我们而言，秘密除了能造成情感上的负担之外，是否也能对我们的身体造成重负呢？几位研究者指出，如果秘密真的能让我们的身体产生负担感的话，那么那些保守着重要秘密的人，应该也会表现出与那些身体负重之人相似的行为。

一些研究表明，面对同样一条山路，与没有负重的人相比，身负沉重背包的人会觉得山更陡路更长。这当然是不言自明的，因为背着沉重

的背包爬山需要更多的体力，因此山路也就自然显得难爬了。从一间屋子走到另一间屋子通常不费什么事，但是如果拿着一个沉重的包裹，那么难度就要加大许多，有的人甚至会数着步子盼望着早点到。如此这般，我们对距离的估计便会大于我们在非负重状态下的估计或实际值了。为调查保守秘密是否会对我们产生与身体负重相类似的影响，研究人员共进行了四项实验。

在第一项实验中，研究者们让参与者回忆一个秘密。一半人需要回忆一个意义重大的个人秘密，另一半人回忆一个小秘密即可。然后，研究者利用一项表面看来毫不相干的调查，让参与者估测一条山路的陡度。研究结果让人一目了然：与那些回忆无足轻重的秘密的人相比，那些回忆起重要秘密的人觉得山路更陡，距离也 longer。原来，人们果真将重大的秘密看成了身体上的负担，因此，这些秘密也就对其保守者产生了身体负重所能产生的影响，让山路在他们眼前显得更加难走了。

在第二项实验中，研究人员同样让一半的参与者回忆重大的秘密，另一半人回忆无足轻重的秘密。然后，研究人员在参与者面前约3米处摆放了一个容器，让参与者往里面扔一只沙包，以此来考察他们对距离的感知。这个实验背后的原理在于，如果参与者对距离的评估过大，那么他们就会把沙包扔得超过容器；反之，他们的沙包就够不到容器。研究人员发现，与身体负重者的表现相类似，那些回忆起重大秘密的人比回忆小秘密的人高估了距离，因此更容易将沙包扔过容器。

在第三项实验中，研究人员将研究重点集中于一种秘密之上，这种秘密就是出轨。他们召集了一批最近被发现感情不忠的人，让他们描述感情不忠对其生活造成了多大的不便，以及对本人造成了多大的烦恼。接下来，研究人员让这些人估测完成六项普通活动所需的精力。其中三项任务需要耗费体力，比如拿着购买的杂货上楼梯或帮助别人搬家，另外三项任务则不必花费什么体力，比如帮别人指路或换衣服。

参与者对自己的出轨行为越是不能释怀，他们对于体力活动所需精

力的估计也就越大。而在估计指路等非体力活动所需的精力时，参与者所给出的答案却相差不大。换言之，对于秘密烦恼程度越深的人，日常体力活动也就显得越困难。有的人可能会认为，那些沉溺于秘密的人没有闲工夫去大方地帮助他人，但是这些研究的结果却告诉我们其中另有隐情。在不必付出体力劳动的情况下，心里有秘密的人还是依然愿意为别人搭一把手的。

进行第四项实验时，研究人员找来了30名男同性恋者，让他们参与一项有关自我介绍的研究。按照研究人员的要求，参与者需要在镜头前回答问题，一半的参与者需要在回答问题时隐瞒自己的性取向，另一半则需要隐瞒自己的另一个性格上的特征，比如性格外向。实验之所以这样设计，是因为性取向要比性格外向这个秘密的意义重大许多。实验末尾，研究人员借口实验室搬迁，让参与者帮忙把书搬出去。而实际上，研究人员真正要测试的是每位参与者所搬书籍的册数：参与者所搬的书籍越多，就代表他越愿意出力。结果很明显，那些隐瞒性向的参与者比隐瞒自己性格外向的参与者搬的书要少。也就是说，意义重大的秘密，可以像重物一样对参与者产生类似的影响。

放轻松，这才是重中之重！

心里藏着秘密的人 would 感到身体也承受着负担，这种感觉就好像肩上长时间扛着重物似的。个人的真实性取向、遭受创伤的体验、出轨、患病等比较重大的秘密，真的能像沉重的物体一样对我们造成重压。

心中有秘密的人如果既想要减轻压力，又不想因泄露秘密而伤害别人或造成严重后果的话，应该尝试着写写日记，或与心理治疗师聊一聊，要么就找知心的挚友吐吐苦水。网上的互助小组以及其他安全可靠的渠道都可以提供一个出口，让我们不必公布身份就能得到必要的宣泄。有些秘密带来的压力是难以承担的，而上文中的研究告诉我们，不能把这些负担不当回事，因为这些负担已经实实在在地影响到了我们的身体健康。



第四章

慢点儿，前面有红灯

有谁能不受我们身边的色彩感染呢？面对那渐变的蓝天、荡漾的碧波、爱人眼中梦幻般的色彩，又有谁能不为之动容呢？解读人类对色彩的感知是很有趣的。物理学家会告诉你，颜色与光线在物体表面反射与折射出的波长及频率有关。眼科专家可能会告诉你，颜色与眼睛及大脑的解剖构造有关，如果没有眼角膜为光线提供进口，没有具有感光功能的视网膜锥体细胞，颜色也就不复存在。神经科专家也许会对你说，大脑视觉皮层腹侧流中的神经冲动产生的电化学反应转换为视觉信息，从而才有了颜色。作为一名心理学家，我的答案却有所不同。我认为，颜色是我们周围环境中不可或缺的一个组成部分，我们每天都要从方方面面受到颜色的刺激和影响。

大家都知道，颜色具有象征性，并且是我们生活中非常重要的元素。就像我们常用气温、重量和质地来做比喻一样，我们也常常在做比喻的时候用到颜色。英语常用语手册中满是“五颜六色”的短语，比如红光满面、亮红灯、嫉妒得眼都绿了、灰色地带等等。绘儿乐牌蜡笔颜色的名称简直创意爆棚：军蓝色、诱惑红、高贵紫、醒目粉、苔藓绿、幽深黑等等。我们的周围五彩缤纷的制服、旗帜、商标和标识，都会影响到我们处理情感和情绪的方式。

经典电影《绿野仙踪》的开头是黑白的，但等到龙卷风把多萝西的家卷到另一片土地上之后，她打开房门，走进了一个五光十色的世界。现实生活中，在经历了重大变故或渡过危机后，我们所处的世界仿佛也添了新的色彩。我们这纷繁复杂的世界无时无刻不处在变化之中。颜色与身份有着紧密的联系，美国共和党与民主党分别以红蓝两色代表支持自己的州。在洛杉矶受到“瘸帮”和“血帮”两大黑帮统治的地区，如果你穿错了颜色，就有可能命丧黄泉。法国国家足球队的呢称为“蓝队”，就是用一种色彩促进了一个人种多元化的国家的团结。每个体育项目团队都有自己的代表色，从凯尔特人的绿色，到洛杉矶湖人的紫黄色，再到圣路易斯和辛辛那提棒球队的红色都是如此。球迷们也会根据球星和同伴们所穿球衣的颜色来区分彼此。

在不同的文化中，一些颜色被赋予的意义和联系也不尽相同。橙色对于佛教徒而言是神圣的，对于荷兰人而言是祖国的代表色，但对于我这个柑橘种植农的女儿而言，橙色仅仅就是一种水果的颜色而已。我从橙色联想到与父亲一起在果园里游览或一起去包装厂房的情景。在厂房里，我亲眼看见成百上千的柑橘被装箱的过程。然而，2005年的“脱离计划”致使所有住在加沙地带的以色列人不得不迁出此地，从此，橙色与柑橘的联系，对于几乎所有的以色列人来说都与从前不同了。加沙地带的众多居民都对此计划持强烈反对的态度，因而，以色列军队只得动用武力强行将居民从自己的家中驱逐出去。而在当时，加沙居民们选择的代表色就是橙色。这种颜色所代表的政治立场非常明确，与政治立场的联系也非常紧密，以致那些支持脱离计划、反对加沙居民抵抗的人拒绝将橙色穿在身上。我有一位非常钟爱橙色的朋友，她有好几件橙色的上衣和裤子，但由于支持脱离计划，她不能再穿橙色衣服，只得把这些衣服捐了出去。但是，橙色在其他一些政治活动中却被赋予不同的意义。缅甸佛教徒就将橙色选为和平运动的代表色，反对缅甸军政府执政，这也就是后人所称的“番红花革命”。在地球的另一端，北爱尔兰的天主教分裂派却将橙色看作新教徒的代表色。

但是，像红色这样的颜色却在不同的文化中有着几乎共通的寓意。一项最新的研究表明，颜色对于我们的许多行为都有令人意想不到的作用。下面的内容不仅能说明颜色在语言中的渊源，还能让读者看到，颜色所附带的含义远比表面上看起来的要错综复杂得多。

红色警戒

红色这种颜色可不简单。这种颜色能够代表我们最深沉、最发自肺腑的感情。许多文化都将红色视为激情、危险、胁迫以及欲望的象征。红色的爆发力让我们一眼就能感受到它的力量。即使是在摩肩接踵的人海中，你也能感受到最如火的烈焰红唇。即便是在超速行驶的时候，你一般也能及时看到红灯，在千钧一发之际踩下急刹车。

我们人类将红色与暴力相联系的历史由来已久。我们会用“红色警戒”来提醒同事注意项目中易犯的错误，当我们谈到生气或愤怒等心理状态时，我们会说“气得眼都红了”。科学家发现，红色会影响到我们的性行为和运动能力，甚至在数学和语言类考试中的表现也难逃红色的“魔力”。

红色与智商测试

在我们的社会中，各种考量我们能力的测试蔚然成风。决定学生去向的美国高考就是由数学和语言测试组成的。求职者有时也必须通过工作能力测试的考验。我们成年人也许已经忘记了（或不愿记起）那些我们所经历过的考试，但我们的儿孙却不仅要面对包含词汇、拼写、语法能力的语言测试，还要经受代数、几何以及微积分的考验。

然而，我们在考试中的表现除了要靠我们的能力、技巧以及知识外，还取决于其他的因素，颜色就是其中之一。疲劳或噪音等因素对于我们在考试中的表现的影响，通常是我们能够有所体会的。让我们来看看下面这则有些年头的谜语：什么东西身上满是黑、白和红色？在那个报纸仍用黑白印刷的年代，这则谜语的答案当然是报纸。但新时代的答案呢？一份有很多错误的答卷。

许多研究都显示，如果女性应试者在参加数学考试前被要求在试卷上填写自己的性别，那么她们在考试中的表现就会打折扣。与此类似，如果非裔美国人被要求在考试前填写自己的种族，那么他们在数学考试中的表现也会受到负面的影响。这些研究表明，如果你被固化地认为属于不擅长数学的族群（比如女性和非裔美国人），那么只要一有人提醒这一点，你的数学考试分数就会降低，甚至连那些数学尖子生也难逃其影响。然而，参加实验者本人却对这些固有成见的影响一无所知。这种现象被人们称为“成见威胁”。成见能在不知不觉中对我们的能力产生负面的影响，而红色也有这种魔力。

由安德鲁·J. 艾利奥特带领，一群来自美国和德国的研究人员准备一探红色与人们在能力测试中的表现之间的关系。他们进行了一系列实

验，场地有的在美国，有的在德国。在第一项实验中，研究人员邀请了71名美国大学生，对每位学生分别进行测试。研究人员告诉每位学生，接下来要进行的是一项“单词变形”测试，要求学生把单词（如belta）拆开，重新拼成新的单词（如table）。这些变形单词的难易程度都处在比较适中的范围内。在进行了一场练习后，学生们被随机分为三组。

虽然每位学生的试题都是完全一样的，但是这三组学生之间有一个不可忽视的区别：每组学生序号的颜色各不相同。而实验的重点，就在于写在每张试卷顶端的序号。其中一组学生的序号是红色的，另一组的序号是绿色的，还有一组则是黑色的。再强调一次，这就是三组试卷唯一不同的地方。为了引起学生们的注意，研究人员特地要求学生们检查一下试卷上的序号（研究人员说，这是因为他们一会儿要将试卷一张一张分拣出来）。接着，学生们就开始填写试卷，并要在5分钟内完成。

实验结果令人大吃一惊。原来，看似无足轻重的序号颜色竟有如此大的魔力。那些卷面顶端序号为红色的学生的表现要比其他人明显差许多，他们拼出的单词明显不及绿黑两组多。^[1]在设计这项实验时，除试卷上序号的颜色之外，研究人员专门确保了其余变量的一致，因此学生们表现出的差异让人始料未及。红色钻入了学生们眼中，这估计是造成差异的唯一原因了。

研究团队希望核实研究结果，因此他们更换了实验形式和实验对象接触颜色刺激的时间。实验的场地设在德国，这次，研究人员没有从试卷顶端的序号入手，而是对试卷本封面的颜色做了处理。除此之外，他们还将测试内容从拼写测试变成了类比能力测试，其中的问题包括：腿和走路的关系与以下哪种关系类似？1.舌头与嘴巴，2.眼睛与眨眼，3.梳子与头发，4.鼻子与脸。（正确答案当然是2，因为我们使用腿来走路，也使用眼睛来眨眼）。

参与这次实验的共有46名学生，每人都拿到了一份带封面的活页夹，其中的类比问题共有20个，需要在5分钟内完成。每组之间唯一的

不同，就是封面纸张的颜色。其中，一组的封面是红色的，另一组是绿色的，最后一组则是白色的。在本次实验中，由于整张封面上都有颜色，因此学生们接触到颜色的时间被限制为测试之前（在答题过程中，学生们不能看封面），且有所缩短（5秒钟后，研究人员就让他们翻页了）。然而，这次实验的结果与第一次实验的结果几乎不差毫厘。

在这次实验中，那些收到带有红色封面活页夹的学生要比绿色和白色两组的成绩差很多，而绿色白色两组之间却并无差异^[2]。作为后续，研究人员又找到了来自不同背景的实验对象，对他们进行了语言和数学测试。但无论测试类型和应试者背景如何，红色对测试成绩的消极影响可谓一以贯之。

那么，测试的场地又会对测试结果产生什么影响呢？原来，在哪里进行测试并不重要，即便转换了环境，红色对测试成绩的消极影响仍会产生。研究人员将实验场地从实验室搬了出来，他们找到一批中学生，在他们自己的教室里进行一次类比测试，作为所谓“智商测试”的一部分。这一次，学生们并不是单独进行测试，而是以组为单位答题。即便如此，研究人员在颜色上动的“手脚”还是极大地影响了学生的成绩。无论是中学生还是大学生，无论是语言测试还是数学测试，也无论测试场地是否在实验室内，红色都一如既往地成绩起到了消极影响。

实验的参与者对于研究人员的“小九九”一无所知。研究人员甚至让参与者猜测实验的真正目的，但谁也没有猜到结果会与颜色对人的影响沾上边儿。看来，红色侵入我们的潜意识可谓不费吹灰之力啊。

研究人员又进行了一系列深入的考查，而这次他们考查的并非红色对于学生考试成绩的影响，而是红色对积极性的作用。研究人员发现，红色会激起我们对于失败的恐惧，从而引发我们的“逃避行为”，意即，越害怕失败，我们就会越抵制参加考试。（如果我们不想面对人际关系的问题时，也会采取逃避行为。但在这里，我们只以测试为例来看这个问题。）

艾利奥特和他的同事们设计了一个评估应试积极性的妙招。现在，假设你被叫到了老板或上司的办公室里，让我们来想象两种场景：第一种，老板或上司要给你加薪；第二种，老板或上司让你解释为什么没有在规定时间内完成任务。在两种场景里，当你走到办公室门口时，门都是关着的，你需要敲门才能进去。那么你认为在哪种场景中你的敲门次数会更多呢？如果我说，我们在期待好消息时会敲更多次门，大家都会觉得言之有理吧？

为证实这个推断，研究人员找了67名学生到实验室，并让他们参加类比和词汇测试中的一种。研究人员提供了两种测试的样题，好让学生们熟悉流程。接着，他们发给学生们一份白色活页夹，并让他们打开活页夹，阅读第一页上印着的测试名称，也就是学生们认为自己将要进行的测试类型。“类比测试”字样使用的是黑色墨水，印在一个红色或绿色的长方形中。学生读完他们认为自己要进行的测试名称后，便按照要求移步到10米开外的另一间实验室中开始答题。这间实验室的门是关着的，上面写着“请敲门”字样。研究人员将学生们敲门的景象录了下来，并统计了他们敲门的次数。那些读到红色背景测试名称的学生，敲门的次数要少于以绿色为背景的学生。也就是说，由于红色增加了这些学生的焦虑感和对失败的惧怕感，他们参与测试的积极性也受到了打击。

简单如颜色，为何会对我们的能力和积极性起到如此大的影响呢？就像心理学中的许多问题一样，这也是个复杂的问题。隐藏在表象之下的许多情感上的反应，都会对我们的能力和自信起到负面作用。红色与危机相关联，因而能够引起紧张和焦虑感。我们也许接到过用红笔做批示的试卷，有些老师还习惯用红色印章在成绩较差的试卷上印上大大的“不及格”字样，而红色可以引发我们对这些试卷的回忆，从而激起我们对考试失利的恐惧。那么理所当然，这样的联想可能引起紧张感，从而导致逃避行为并对能力产生负面影响。

红色与危险的关联是在我们的后天经验中学到的，但其根源或许源于人类经进化而来的秉性之中。在遥远的过去，我们对于某些颜色的反

应帮助我们适应了环境，从而得以生存下来。举例来说，在童年时期，当我们看到红色的停止标识和红灯时，大人便会提醒我们注意潜在的危险，从而也就一次次加深了我们对二者的联系。

这些有关红色对成绩产生消极影响的科学研究结果应引起我们的重视，教师等教育工作者尤其应当注意。我们应当注意包括红色在内的任何对于成功起到负面影响的因素，无论这些因素多么微不足道，也无论其影响是否只存在于潜意识中。仅仅做到这一点，我们就可以开始帮助学生们减少或避免其负面影响。举例来说，几年以前，澳大利亚的州政府就因红色太过暴烈而向昆士兰30多家学校发函，希望教师能够停止使用红笔为学生的作业打分。政府认为，红色可能会对学生的心理健康造成重大的损害，但这种观点在一些人看来有小题大做之嫌。上文提到的实验没有考查红色是否对孩子的心理健康有害。但是，这些研究却将红色对学生考试成绩的负面影响实实在在地摆在了我们的面前。成绩变差或考试失利都不利于学生的心理健康。老师可以使用黑笔或铅笔在学生的试卷、作业或论文上写出评语和标出错误，也可以把评语或错误另外写在一张纸上，这些举手之劳有助于帮助孩子们冲淡对于红色和失败之间联系的认识。

然而，这些研究所得出的最主要的结论并不在于阅卷所使用的笔的颜色，而在于卷子本身附带的红颜色。通过这些研究我们不难看出，教师等教育工作者应该将红色从考试环境中剔除出去。不要使用红色的试卷封面，不要用红色标注任何考试说明或序号，也不要把Word文档修订模式的框框变成红色。检查一下你的孩子的课本和作业，看看里面有没有红色的标记。如果有，你就应该提醒老师或课本出版商在这方便予以注意。无论是在工作场所还是日常生活中，都请避免用红色做批示，因为你的雇员或同事也许会觉得红色难以接受。同理，不管你是为棋牌游戏、宜家拼装椅，还是某种新型食品加工机器提供说明书，也都请对红色敬而远之。红色对于以上用途统统不适宜，但是，作为全球通用的交通灯或危险预警标识，红色绝对是不二之选。

红色对我们的影响不仅局限于教室中。两名来自英国的研究者进行了一项实验，向我们证明，如果武术家和摔跤运动员穿着红色衣服，那么他们的胜率也会提高。乍看之下，这可能与上文中红色对应试者的影响背道而驰，但是请读者们且看下去。研究人员共进行了4种搏击运动相关的实验：跆拳道、拳击、古典式摔跤，以及现代自由式摔跤。在2004年的奥林匹克运动会上，选手们的运动服和护具的颜色是从红蓝两色中随机选的，然而在这4项竞赛中，身着红衣的运动员胜率更高一筹。在另一次实验里，这两名研究人员调查了1946~2003年间英国足球队的获胜情况，然后再将此数据与球队球衣的颜色做了对比。他们发现，那些身穿红色球衣的球队要比身穿蓝色、黄色、橙色或者白色球衣的球队更容易获胜。

穿戴红色护具或身穿红色运动服的运动员或许会体验到更加强烈的情感，而这种情绪对于搏击能力的影响与其对于应试能力的影响可谓天壤之别。或许，我们的身体对红色产生的复杂反应与肾上腺素冲击和战斗时的应激反应相类似，都能提升我们的搏斗能力，但也会让我们在面对语言或数学测试时如坐针毡、难以集中注意力。红色也许会激得你想把公式千刀万剐，这种态度对考试成绩可没什么好处。

所以，这些比赛的结果与前文中关于考试的研究结果是相一致的。面对身着红衣的对手时，运动员感觉红色或其所代表的危险一次次向自己冲击而来。连试卷上不起眼的红色序号都会对人们的潜意识产生负面影响，那么红衣对手激烈进攻的冲击力就更不用说了。这些研究数据不仅表明红色能够提高穿着红衣的人的能力，还说明红色能提高面对红衣对手的选手的焦虑感，从而使其能力打折扣。我们也可以说，身着红衣的人会更加自信，更有主导的感觉，而面对红衣的对手则会愈加感觉到焦虑和不安。

对以上现象另一种可行的解释出自三位德国研究人员，他们认为，身穿红衣的选手之所以更容易在比赛中获胜，不是因为红色对选手或其对手产生了影响，而是因为红色对作为第三方的裁判产生了影响。在研

究中，这些研究人员为42名裁判播放了5名能力相差无几的男运动员表演跆拳道视频片段。每段视频中，都有一名戴蓝色护具（头上和躯干上）的运动员和一名戴红色护具的运动员。其中有两个片段的内容完全相同，只是选手护具的颜色被研究人员用数码特效相互交换了，也就是说，在第一段视频中选手的蓝方护具，在第二段视频里被换成了红色，而在第一段视频中戴红色护具的选手却在第二段视频中戴上了蓝色的护具。研究人员要求裁判在每段视频之后为每位选手打分，结果，那些戴红色护具的选手所得的分数高过了戴蓝色护具的选手。更令人惊奇的是，那些原本戴蓝色护具的选手的护具颜色一旦被修改成红色，裁判们的打分也提高了。研究人员由此得出结论，红色对于裁判的影响是有凭有据的。而在实际生活中，所有看到红色的人恐怕都难逃其影响。

如果说红色标识会在特定的环境中威胁到我们，从而引发我们的逃避行为，那么我们可以由此推出，这种逃避行为可能会干扰到我们的认知和创造性活动。那么，逃避行为对于简单的运动行为会不会产生不同的影响呢？为回答这个疑问，研究人员又进行了两次实验。这次，他们研究的不是红色对脑力活动的影响，而是其对身体活动的影响。在其中一项实验里，研究人员要求参与者尽力把一个小的握力器拉开到最大限度。但在此之前，研究人员发给参与者一张白色的问卷，上面印着有关参与者性别和年龄的问题，卷头上则用红色或灰色印着参与者的序号。研究人员要求参与者大声读出自己的序号，然后再拉开握力器。在第二项实验中，参与者面对的屏幕上会显示“紧握”字样，这个字样显示多久，参与者就必须尽最大力量握紧握力器多久。这个“握紧”的背景，有红、蓝、绿三种颜色。

在这两次实验中，红颜色都对参与者的表现产生了正面影响。与看到灰色序号的参与者相比，看到红色序号的参与者会把握力器拉得更开；而与看到蓝色或绿色背景的人相比，看到红色背景的人也会将握力器握得更紧。

这么说来，红色对我们的表现所起到的影响究竟是积极的还是消极

的呢？是阻碍了我们还是帮助了我们呢？要回答这个问题，我们不仅要区分运动能力和认知能力，还要区分困难的活动和简单的活动。红色标识会对我们产生威胁并激发我们的逃避行为，这是在任何环境中都会发生的，而我们对这种威胁的反应就是将动作静止，以避免危险。“红色警戒”会刺激和加强握、捏以及跳跃等简单的身体活动，与此相反，比较复杂的身体活动和认知活动却会因这所谓的红色警戒和逃避心理受到阻碍。

且先不管红色阻碍我们某些能力的原因，仅是红色为我们带来不便这个事实，就可以为体育团队、学校、教育者以及试卷设计者提供直接参考。红色对我们的能力产生的负面影响也可延伸至虚拟世界。数名来自罗马尼亚和丹麦的研究人员发现，在动作类游戏中人气非常高的第一人称射击游戏里，红队常比蓝队更占优势。无论是在电脑屏幕上还是实际生活中，身穿红色衣服都会对身体活动产生一定影响。因此，在为团队挑选队服颜色的时候，体育教练和电子游戏研发者都应谨记这一点。

但是别忘了，情境是很重要的：在两性方面，红色的威力首屈一指。

[1] 研究人员已经考虑到每位学生的能力有高有低，并确保这不会造成组别之间的差异。

[2] 在这次实验中，研究人员也考虑到了参与者能力的高低之分，并确保这不会造成组别之间的差异。



第五章

红衣女郎：红色与性吸引力

埃拉特坐落于以色列南部的红海边，夏天炎热，冬季温暖，几乎常年不下雨。珊瑚海滩是埃拉特市数个风景如画的海滩之一，很适合浮潜和器械潜水。初冬季节，我会陪着我做眼科医生的丈夫一起去埃拉特参加医学会议。我们通常会和另一对夫妇同行，这两人都是我们的好友。当我们的丈夫在会议上听演讲时，我和朋友两人就会在埃拉特到处逛逛。埃拉特的冬季十分宜人，但坐在海滩上还是有点冷，下午的气温更低，此时我们两人就会去购物。埃拉特是以色列唯一一座不收附加税的城市，因此也吸引了最时尚和最有品位的设计师在此开店。而相对低廉的物价，也让我们这些旅游者流连忘返。

去年1月，我和朋友在购物时发现了一条我们都很中意的红裙子。试穿后，我们觉得这条裙子我们两人穿起来都很合适，价钱也低得无可挑剔。我们两人是很好的朋友，不介意撞衫，所以就一人买了一条。回到酒店后，我们把淘到这条红裙的事告诉了另一位友人，她听后立马就跑到那家店里。但是，她买回来的却是另一条黑色的裙子，她告诉我说：“我试了一下那条红色的裙子，效果很不错，但我还是没有买。我家里堆着很多黑色的衣服，一件红衣服也没有，但我还是挑了这件黑色的，因为那条红裙子实在是太红了。”听到这番话，我自己的心里也打起了鼓。我差点儿去店里把红裙子换成黑色的，但最终还是没有那样做。也许我当时该去把裙子换掉，因为虽然这条裙子我已经买了好几个月了，却很少穿出来。我从未在正式场合穿这条裙子（因为这不是一条晚礼服），也从没穿着它上班或讲课。我的朋友说我的裙子太红了，这到底是什么意思？她为什么会宁愿老穿黑色的裙子，却不愿意尝试红裙子呢？红色为什么会让我的朋友不愿去买这条穿着很合身的裙子呢？为什么有的女性会觉得红色“口味太重”，而有的女性却对红色偏爱有加呢？

当教授的乐趣之一，就是可以偶尔把我的研究生班当作非正式的焦点小组。年轻学生的观点很有参考价值，我曾让一个班来告诉我哪种颜色与性有关，百分之九十的学生都回答“红色”。在红灯区，人们将性作

为商品来交易；夏娃的红苹果是诱惑的象征；寓意着浪漫爱情的情人节贺卡也多是红色的。人们认为红色有催情效用，可以激发欲望。在电影里，性感女郎常常身着红色。从《飞瀑欲潮》（*Niagara*）中的玛莉莲·梦露，到身着撩人红裙的兔女郎都是如此。在电影《美国丽人》

（*American Beauty*）的一幕戏中，凯文·史派西饰演的莱斯特幻想着充满诱惑、年轻妖娆的安吉拉（米娜·苏瓦丽饰）裸体躺在一张铺满玫瑰花瓣的大床上。伴随着花瓣从天而降，梦幻的钟声悠然而起。“这真是最最怪异的事了，”莱斯特的话外音响起，“我觉得我仿佛长眠了20年，现在却苏醒过来了。”在这场戏中，红色可谓铺天盖地。

现在，让我们来看看红色与激情以及性紧密相连的科学实证吧。红色对于我们的判断能力和积极性有多少影响？我们会因为红色而用不同的眼光看待别人吗？身着红衣的人会给别人留下更美好的印象吗？会对他人更具吸引力吗？实际上，以上这些功效红色全都具备。前不久，研究人员进行了几次实验，来探索红色是否真的能够提升女士对于男士的吸引力。在第一项实验里，研究人员使用了一张年轻棕发成年女性的头部和上半身的黑白照片。他们将照片展示给一大批男性学生，并告诉他们这是一项关于对异性第一印象的研究。男学生需要花5秒钟看这张女性照片，然后回答一些问题。每个学生所看的照片上的女子和看照片的时长都是一样的。

而学生们所看到的照片有一个很大的区别：一半学生看到的照片背景是白色的，而另一组看到的则是红色的。接下来，研究人员要求学生用1~9的数字为照片上的女子的吸引力打分。虽然两组看到的女子完全相同，但是与白色背景组相比，照片上的女子在红色背景的映衬下显得更有魅力。

换言之，红色的视觉场景能够增强个人魅力。虽然红色的效果作用在我们的潜意识中，但我们仍深受其影响。实验中，男学生的判断虽然受了红色的影响，但他们对此一无所知。研究人员让学生们回答对自己的判断影响最大的因素是照片上的女子的面部表情、穿着，还是照片的

背景颜色，结果学生们都将照片背景列为影响最小的因素。但话说回来，要求我们意识到所有对我们产生刺激的事物，也的确是不大可能的。

这些研究人员秉承着研究到底的精神，又组织了几次实验，想要看看红色对于我们的影响是否能超越种族。他们在不同的实验中使用了不同的照片，照片上的女子体态各异，表情和衣着也不相同。其中的女子有的是金发，有的是棕发；有的穿着高领毛衣，有的穿着条纹系扣衬衫；有的满脸笑容，有的面无表情。在有的实验中，研究人员留给学生看照片的时长要超过5秒。而照片背景的颜色，也由红白两色对比增加到红灰、红绿以及红蓝对比。在一次实验里，研究人员没有使用红色背景，而是将女子的衬衫染成红色。研究人员几乎将每一种可能会产生不同结果的情况都想到了，但红色的影响丝毫没有动摇。

“吸引力”与“性感”虽然有所关联，但并不相互等同。因此，研究人员也会让实验对象对照片上的女子的性敏感度做评判，还让他们用数字表示有多想与女子爱抚亲热或发生性关系。在一项实验中，研究人员要求实验对象表明有多想和照片上的女子约会。假设实验对象有100美元，那么他们会将多少钱投入这次约会呢？除此之外，研究人员还让实验对象依照对照片的印象，来评判一些与外表吸引力和性感无关的积极特质，比如是否招人喜欢、是否亲切、是否友好、是否聪明、是否善良等。

实验进行了一次又一次，红色对于欲望的影响也一次次被证实：照片上那些以红色为背景的女子给人的印象是更有魅力、更性感，也更能激起别人的欲望，男人们更想和这些女人发生性关系，更想和她们约会，也更愿意在她们身上花钱。红色的魅力放在任何类型女人身上都适用，无论发色是金色还是棕色，无论身着高领还是夹克，也无论这红色是出现在衣服上还是背景中。男性实验对象对于照片中的女子的评价仿佛被红色渲染，在不知不觉间，他们眼中的女子变愈加性感撩人了。

然而有趣的是，在男性实验对象评判照片中的女子是否招人喜爱和是否聪慧时，红色就失去了效力。照片以红色为背景的女子在亲切、友好以及聪慧方面的得分，与那些以白色、绿色以及黑色为背景的照片上的女子是不相上下的。看来，红色的影响只限于男性对女性吸引力和性感魅力的评价。

在我的两名学生（阿隆·瓦伦西和吉尔·迈克利）的帮助下，我决定重复这次实验，并在此基础上进行拓展。首先，我们想要看看红色在以色列男性实验对象身上是否能产生与美国男性相似的影响。以色列的文化与美国文化非常相近，因此红色在这两种文化中的含义也很相似。对来自不同文化背景的实验对象进行相同的实验是很有必要的，因为这样得出的研究结果才有说服力。但除此之外，我们还有另一个目的，我们不仅想看看红色是如何影响男性对于非常迷人的女性的看法的，也要看看如果在实验中安排中下水平姿色的女性会产生怎样的结果。我知道，人们对外貌条件的评判是很主观的，但是大家对于什么是沉鱼落雁和什么是貌似无盐还是基本能达成一致的。包括好莱坞电影在内的各种媒体向我们传播了不少闭月羞花的美女形象，但是在现实生活中，并不是每个女人都能达到中上水准。

艾利奥特和他的同事们专门对中等姿色的女性进行过研究，为了评出所谓中等相貌的女性，他们在实验之前进行了一次“赛前淘汰”。他们要求男性实验对象（这些人不参加之后的实验）使用1~9几个级别来评价照片中女性的外貌，其中1级表示一点也不吸引人，9级表示姿色绝顶。我在这里重申一遍，这个流程并不属于实验的一部分，只是为了确保实验中使用的照片符合标准。在正式的实验中，研究人员只挑出了那些外貌得分属于中等的女性照片，也就是6级左右。也就是说，研究人员所得出的红色的影响，只适用于外貌中等的女性。

我和学生们进行了一次这样的“赛前淘汰”，我们给男性实验对象看了各种各样的女性照片，然后让他们用1~9级来为这些女性的外貌打分。根据所得的分数，我们按外貌中等、中下和美艳为照片进行分类。

接下来，我们将这些照片发给58名以色列男性，其中一些人拿到的照片背景是绿色的，一些人的照片背景则是红色的。我们围绕实验对象对照片中女性外貌的看法问了两个问题（比如，这位女性有多好看，你认为她的魅力有多大），又问了两个有关照片中女性性感程度的问题（比如，这位女性对你的吸引力有多强烈），还有两个问题，问及实验对象对照片中女性的性欲如何（比如，请用从1~9的数字来表示你有多想与照片中的女性发生性关系）。除此之外，我们还问了有关照片中女性是否招人喜欢以及是否聪慧的问题。

在对中等外貌女性的评判上，红色对以色列男性的影响与其对美国男性的影响很相似：在以色列男性看来，与绿色背景照片的女性相比，以红色为背景的中等外貌女性更有吸引力，也更加性感。然而在评判外貌中下和中上的女性时，实验却得出了不同的结果：无论照片背景颜色如何，男性实验对象都认为美艳的女子要比外貌欠佳的女子更有魅力和更加性感。与此类似，无论照片背景颜色如何，实验对象都更愿意与美艳女子发生性关系。也就是说，这次跨文化的实验告诉我们，红色只能影响男性对外貌中等的女性的看法，而在中下和中上姿色的女性身上便失效了。

但是，如果我们将相貌平平和姿色过人的女性分开来，然后分别在各组中单独看红绿两色背景的影响，那么我们可以得出，红色是会对男性实验对象的性欲产生影响的。换言之，虽然姿色过人的女性得到的总分高过相貌欠佳的女性（红绿背景皆是如此），但是如若分组来看，红色对于女性对异性的吸引力还是有帮助的。男性更想要与有魅力的女性发生关系，这一点不会因为照片的背景颜色改变。但是，红色的背景确实能够加强男性对所谓丑女的欲望，面对以绿色为背景的丑女，男性是“性趣全无”的。类似的，当一位美女以红颜色为照片背景时，她对于男性的吸引力就要大于以绿色为背景的照片中的自己。

这些研究结果告诉我们，红色即便不能影响我们有意识做出的判断，也仍然能对我们的欲望产生影响。男性实验对象理性地从照片中选

出了性感和有魅力的美女（或者说把不太性感和没什么魅力的女性选了出来），但红色还是对他们的潜意识施了点“魔法”，影响了实验对象想与照片中女性发生性关系的欲望大小。

女性的外貌会影响到异性关于她是否有魅力和是否性感的看法，也会影响异性与她发生性关系的欲望，这并不是什么新鲜事。然而，红色却能够在人们意识不到的情况下增强中等相貌的女性的吸引力。红色在增加中等相貌女性的吸引力上很有效，而对于中上或中下女性就不大灵验了，这说明当影响我们决定和行为的其他因素较弱时，背景或环境因素的影响就尤其明显了。如果一位女性有闭月羞花之容，那么她的容貌就是评价其性感和魅力的最突出因素，而诸如照片背景颜色这样的因素便显得不怎么重要了。这也就是所谓的“天花板效应”。而从另一方面看，如果一位女性相貌平平，那么环境因素的重要性也就增加了。拿上文提到的实验为例，也就是说红色的影响力增强了。在实验对象看来，一位非常迷人或极其丑陋的女性的容貌是一目了然的。然而如果换作一位相貌普通的女性，人们对她的评价就有些模棱两可，因此环境因素也就更加重要了。

即便是在黑白相对分明的情况之下，我们由本能和直觉支配的反应也仍会受到环境因素的影响。红色虽然无法干扰我们对于顶级美女或超级丑女外貌的看法，但是仍能影响到男性与其发生性关系的欲望。这一点与其他研究所得的环境因素的影响是相符合的。举例来说，在温暖的温度之下，我们对于那些表现得不冷不热的人的看法会受到影响。而假如我们面对的人表现得热情似火或极端冷酷，那么环境因素可能就不会产生相似的影响了。

就在不久之前，艾利奥特携同事一起在西非布基纳法索一个偏僻的村落里展开了一次研究，想要看看红色与吸引力的联系是否放之四海而皆准。他们召集了42名年轻男性，向他们展示了一位非洲女性的黑白照片，其中，有的照片的四边是蓝色的，有的则是红色的。与美国、以色列以及欧洲的实验一样，研究人员也提出了一些有关照片中女性的问

题，比如，照片里的女性的吸引力有多大？你是否愿意与她约会和追求她？你想不想和她发生性关系？从这些男性实验对象的答案来看，他们觉得红色边框照片中的女性要比蓝色边框照片中的女性更加吸引人，也更愿意追求以及与她约会。然而与此实验在西方国家得出的结果不同的是，这些男性对于红边照片中女性的性欲并不比蓝边照片中的女性更强烈。因此我们说，红色和吸引力之间的联系即使是在闭塞的地区也是成立的，也就是说，这种联系是全球通用的。然而，实验同时也表明，红色与性欲之间的联系只在某些文化中成立。

在证实了红色对人们的想法和判断造成的影响后，艾利奥特和他的同事想要进一步探明红色对实际行动的作用。想法往往能转化为实际行动，但这并不是每次都灵验的。我们都有过做事情的想法，我们打算打电话、写东西、出去走走、改变自己，但多少人能坚持到底呢？研究人员召集了一批男学生，让他们参加一次有关交流沟通的实验。其实，这次实验中的交流都是虚拟出来的。研究人员告诉学生们另一间房间里有一位女性，两人可以互看对方的照片，也就是说，男学生可以看到女性的照片，那名女性也能看到男学生的照片。而实际上，那名女性并不存在。研究人员只是向每一位实验对象展示了一位相貌平平的女性的半身照。每位实验对象看到的照片都是相同的，但其中一半人看到的照片中的女性身着红色T恤，而另一半人看到的女性则身着绿色T恤。除此之外，两组实验对象经历的实验是完全相同的。

在展示照片后，研究人员交给实验对象一份共有24个问题的列表，让他们从中选5个想要向另一间屋子里的“女性”提出的问题，然后再由研究人员将这些问题转交给那名所谓的女性。这些问题有的直接有的间接，有的礼貌有的则很敏感。比较有礼貌的问题包括“你在哪里出生？”不大涉及隐私的问题则会问这位女性平时喜欢去哪里。而有的问题就比较大胆了，比如“如果有个男生在酒吧见到你，他该如何吸引你的注意呢？”研究结果表明，与看到穿绿衣的女性照片的男性相比，看到穿红衣的女性照片的男性所提的问题更私人一些。

这些心理学家又进行了另一项实验，他们向每位实验对象展示了一张照片，照片中的女性是同一个人，但是一部分实验对象看到的女性身着蓝衣，一部分则是红衣。他们告知实验对象，在看完照片后他们就要在隔壁屋子里和这位女性见面了。看罢照片，实验对象们按要求走进隔壁房间和照片中的女性进行交谈，等到实验对象坐下后，那名女性就会到房间里来。每位实验对象都要搬一把椅子，并把椅子放在为那名女性预留的椅子对面。当然了，这次实验里的女性也是虚设的。研究人员测量了两把椅子之间的距离，而所得结果很令人吃惊：当看到身着红衣的女性照片后，实验对象会把椅子放得近一些；而如果照片中的女性身着的衣服是蓝色的，那么椅子之间的距离就会远一些。红色影响了男性对异性的看法，而这看法使这些男性的实际行动变得更加亲昵。

调查红色与吸引力在实际生活中的联系的研究还有许多。其中，一项研究就调查了身着红衣的女服务员是否能拿到更多的小费。研究人员在法国的5家餐厅里挑选了11名年轻的女服务员，在6周的时间里，服务员每天穿的T恤的颜色都要由研究人员从红、黑、白、黄以及蓝和绿之间选择。这些服务员并不清楚实验的目的是什么，对研究人员在实验前做出的假设也一无所知。研究人员共统计了722名单独进店用餐的男女顾客的小费数额。

当服务员身着红色T恤时，她们从男性（而非女性）顾客那里得到的小费要高于所有身穿其他颜色衣服的服务员。需要注意的是，虽然这些服务员不清楚实验的目的，但她们的行为举止有可能会因为身着红衣而有所不同。因此，我们需要用新的实验来继续研究这个问题。

上文中的研究人员进行了另一项研究，想看看身着红色T恤的人是否更容易搭上便车。5位年轻的女性身着不同颜色的T恤，按照要求尝试搭乘别人的顺风车，并统计出有多少司机愿意为她们停车。研究结果与女服务员的实验很相似，男性司机更愿意为红衣女子停车，而女性司机却没有。

看来在实际生活中，男性对于红衣女子更感兴趣，即使只是一件简单的T恤，也能发挥出效力。

红色所带来的吸引力，对于所有灵长类动物都是适用的。不久前，几名研究人员用电脑屏幕向雌性恒河猴展示了一组人类男性的头像。其中一些面孔是苍白的，另一些则红光满面。研究人员测量了每只雌猴盯着每张头像的时间，他们发现，雌猴看红脸的时间要长于白脸，并因此得出结论：红色是影响魅力的因素之一。这项研究引人注目的原因之一，就是实验的场所不在野外，而是和我们心理学家研究人类一样在受控环境下进行。其实，拿恒河猴作为对象的实验有许多，因为它们是我们人类的“近亲”。

红字之日

红色能够引发强烈的冲动与情感。纳撒尼尔·霍桑的著名小说《红字》的背景设定在17世纪一个奉行清教的村庄，在小说中，海丝特·白兰因通奸产下孩子，不得不终日戴着红色A字度日。为什么要选择红色呢？在过去的100多年里，文学课堂一直在探讨作者选择此颜色的原因。是因为红色代表血吗？还是代表罪恶？或是影射女主人公对社会带来的危害？

从这部著名的小说以及我们的日常生活与各式文学作品中，我们知道红色是一种与性有关的颜色。文学作品中放荡不羁、搔首弄姿的女郎常常身着红衣，电影《乱世佳人》中的“斯嘉丽”这个名字在英文中本身就是红色的意思。但是仅仅变换照片背景色，就能够影响男性对照片中女性的看法和举动，这恐怕是很多人都不敢相信的。诚然，环境中的颜色（即便是红色）只能对人们有所影响，而并不能决定人们的选择和举动。但是红色的力量仍然值得我们为之叹服。红色对我们产生的影响是不容小觑的，认识到红色的力量，我们才能够借力发挥。

在日常生活中，“该穿什么”是个让人头疼的永恒议题。如果你是一位想要以性感示人的女性，那么科学证明，红色就是你的不二之选。一件红色开衫或一顶红帽都能让你成为人群中的焦点。如果你不想选择如此惹眼的单品，那么围巾、蝴蝶结、口红或简单一件搭配牛仔裤的红T恤也能为你增添姿色。就像食物中的佐料加得过了量，红色也有过犹不及的时候。因此，我们也该清楚什么时机和什么场合不该穿红色。在计划出席商务会谈或社交活动或赴一场约会时，你可以问问自己：“我想给对方留下什么样的印象？”然后再根据场合来挑选服装的颜色。当然了，你可能不大在乎别人对你的印象，因此全凭自己的喜好和舒适度来

穿衣服。也许以下这首小诗还真的触及颠扑不破的真理呢：“玫瑰红艳，罗兰幽蓝……爱你至真，无关色彩。”

红色美男

那么反过来，红色是否能增强男性对于女性的吸引力呢？性感的男性并不一定都以红衣示人。电影和歌曲中会出现“红衣女郎”，但“红衣帅哥”我还真没见过。

红色不仅与性有千丝万缕的联系，还与统治占领有所关联，在动物世界中尤其如此。不少针对动物的研究都表明，雄性动物身上的红色标志着支配和统治，雌性动物在挑选交配对象时也会受红色吸引。小时候我和哥哥姐姐们一起去动物园时，我们总觉得猴子的红屁股很好笑，但其实这红色可不是什么笑料：雄性（而非雌性）动物用红色显示自己的地位，族群中的王者更是如此。英国的研究人员发现，大狒狒的面孔、臀部以及生殖器上带有的红色是支配和统治的标识。如果两只身上带有相似红色的雄性大狒狒相遇，它们以暴力相见的概率将很大。然而，如果其中一方的红色更抢眼，那么它就会更强势，而另一方也就会知趣地躲开。

其他种类动物也用红色来显示权威。在澳大利亚的悉尼，研究人员发现，在七彩胡锦鸟中，头部为红色的雄性变种总在群中占统治地位，它们要比头部为黑色或黄色的变种更有攻击性，也更霸道。澳大利亚有一种名叫斑胸草雀的常见的鸟，研究人员在它们的腿上系上红色或绿色的带子，发现腿上系着红带子的鸟竟变得强势起来，原来人为的红色也能象征权力、影响鸟儿的活动。动物研究表明，雌性动物更容易被占统治地位的红色雄性吸引，例如三刺鱼，就会在繁殖季节变成红色。研究人员还发现，雄性动物身上的红色越抢眼，就越能吸引雌性动物。

两位来自英国的研究人员专门研究了静物上带有的红色是否也能代

表支配力和统治性。他们让实验对象看了蓝色和红色的圆圈，问他们哪个圆圈更有支配力。这个问题可能看似有些无厘头。圆圈怎么能表现支配力呢？然而硬要做出选择的话，实验对象们还是觉得红色圆圈更加有统治的意味。无论是“统治”这个词还是这个词语引申出的含义，都能立马让我们的潜意识联想到红色。

一般在人们看来，统治是属于男性的活动，许多研究也表明，女性喜欢具有支配力且地位较高的男人。因此，一批来自各国的研究人员提出了这样一个问题：如果红色与支配及地位有关，且如果女性更喜欢地位高的男人，那么她们对穿戴红色服饰的男性是否也更感兴趣呢？研究人员进行了7项实验，来调查女性对男性的看法是否会受到红色的影响。其中的前5次实验与上文的实验很相似，但上文中的实验针对的是男性对女性的看法，而这次，研究人员找来了女性作为实验对象，并向她们展示了男性的照片。

研究人员让女学生们看男性的黑白照片，照片背景或红或白或灰。他们让女学生们对照片中男性的魅力做出评价，并让她们回答照片中男性的性吸引力有多大。与后两组相比，那些看到红色背景照片的女生认为照片中的男性不仅更吸引人，也更性感。接下来，研究人员保持照片背景颜色的统一，只变换了照片中男性所穿衬衫的颜色，而所得的结果仍然没有太大改变。在身穿红衣和绿衣的男性之间，女性更倾心于红衣男性。这结果估计大家早就心里有数了吧。

研究人员由此深入，调查红色到底为何能影响女性对男性的评价。这一次，他们仍是给女学生看男性的照片。就像在前几次的研究中一样，每位实验对象所看到的都是同样的照片，但一半人看到的照片中男性穿的衣服是红色的，另一半人看到的则是灰色的。这次，研究人员让实验对象评价的并不是照片中男性的吸引力，而是让她们猜测男性现在的地位，以及他在身份地位上的潜力，也就是他将来是否有潜力取得成功、登上高位以及赚到很多钱。研究结果令人大吃一惊：女性实验对象认为，那些身着红衣的男性不仅地位高，而且将来也更有潜力获得成功

和地位。也就是说，同一个人只是因为穿着红色的衣服，就能给人留下地位较高的印象。

从这些实验中我们可以看出，红色能够影响女性对男性吸引力的评价，并且对两性之间相互的吸引力起到重要作用。红色标志着地位高，而地位高的男性更有魅力，也更性感。女性身上的红色寓意着性感，因此能够吸引男性的注意；而男性身上的红色则代表着权威和地位，从而也能让女性倾心。红色对于男女的魅力都有所影响，但产生影响的原因却不尽相同。红色代表了女性的性感和男性的权威。想要透彻理解这种现象，我们还需要进行其他的实验来进一步探索。

那么，红色是否能代表女性的地位呢？进行了男性评价女性的实验之后，艾利奥特和伊耶斯塔推测，红色或许能够代表女性对性的开放程度。但他们并没有研究红色是否能象征女性的地位。由于他们没有触及红色和女性地位之间的关联，我们应该思考，红色只有在女性对男性做出评价时才能象征权威和显赫的地位吗？在男性评价女性的时候呢？艾利奥特和同事发现，在动物世界中，红色只代表雄性的地位，但还没有哪项研究能揭示红色是否能代表女性地位，以及女性的高地位是否能够吸引男性。因此，想要完全弄明白这个问题，我们也需要进行更加深度的研究。

如果想要将以上研究结果用在实处，在出席社交和会议场合时，男士们可以选择红色的衣服。一条红色的领带或一件红色的衬衣，都可以让男士们在工作 and 约会中显出足够的派头，从而在这些场合走向成功。

面对潜在投资者、同事、客户或参加面试时，人们往往需要推介自己的点子。那么很自然地，人们总会下功夫思考该如何展示自己的想法，也会细心计划该如何穿戴。衣服是组成演讲的一个部分。而以上研究的结果告诉我们，红色的领带或其他恰到好处的红色配饰都能为我们的表现加分。不消说，红色的西服也有弄巧成拙的可能：穿着红西服进行演讲实在太扎眼，演讲的重头戏是演讲者的想法和成就，而不应让衣

服喧宾夺主。但是当情势有些让人一头雾水的时候，或当客户为承担风险而心生踟蹰的时候，颜色就能够通过烘托出演讲人的权威而起到一定的作用。

在政坛中，男性政客在试图赢取别人的投票和信任时常常会佩戴红色的领带。关于红色对我们的感官和行为的影响力，这些政客和他们的智囊团一定有所耳闻，抑或，他们自己对红色与力量、权威以及统治的联系深有体会。市场调查显示，红色会影响到消费者对价格的观念。例如，相比于黑色价签，男性消费者觉得红色价签标注的东西更省钱。

服装所带来的冲击力是众所周知的，也是经由各种研究证实的。举几个例子：身穿正装的助教更容易给人留下聪慧的印象；在高端职场中，人们认为衣着性感的女性的能力不及衣着保守的女性；服务人员衣着越得体，消费者会认为他们提供的服务质量越高，从而也就更有可能掏钱消费。

衣着不仅能影响我们对他人的看法和判断，也会影响到我们的行为举止。不久前，研究人员发现，在进行需要调动选择性注意力的认知活动时，穿白色外衣的实验对象的表现要优于身着普通衣物的人群。除此之外研究人员还发现，只有在实验对象认为身穿的白衣是医生的白褂而不是画家的白外套时，白色外衣才有上述效力。

前些日子，我在电视上看到以色列的一场政党的领袖之争，候选人为一男一女两个人。其中，男士身穿深色外衣搭配红色领带，而女士的外套上一点红色也没有。在之前的采访录影里，这位男士从没戴过红领带。而就在最需要表现出自信、权威以及具有成功潜力的大选之日，他选择了红色的领带。也就是说，这位候选人不是对心理学有所了解，就是模仿了美国政客的举动。最终，这位男士以压倒性优势获胜。毋庸置疑，促成这种结果的当然包括社会对性别的偏见。但是，女性政客到底该穿什么颜色的衣服呢？这也不失为一个有趣的话题，因为社会普遍认为，女性政客穿红衣服是不得当的。

绝大多数人都能看到颜色，我们把这当作理所当然的事。而实际上，我们的大脑能够接收到颜色发来的信号，这本身就是个奇迹。在地球的千万物种中，人类是极少数需要视觉来存活的一员。不仅如此，正因为有了视觉感受器，我们才能体验到五光十色的世界。虽然听上去有些荒谬，但是那被我们看成红色（大约630~740纳米）的光波，确实能够引发我们特定的情感。红色在我们的大脑中爆发，向我们发出代表激情、威胁以及交配的信号。出于本能，我们会对这种颜色产生强烈的反应。幸运的是，了解了相关知识，再加以注意，我们就可以控制自己的反应，并捕捉到这些可能导致我们犯错的“导火线”。

娱乐圈和市场都是操控颜色的好手。注意看看运动服饰和你的朋友在派对上穿的服装，留心你自己对服装颜色的选择，关注一下广告牌和杂志广告的背景色以及餐厅和画廊的灯光。下次看到红色时，你是否会突然感到情绪起了微妙的变化？懂得了红色的作用，你就对人类的行为多了一分理解，也能在红色的魔力中分一杯羹了。



第六章

反差的力量：服装的深浅和房间的明暗对
我们的影响

在婚礼上，除了新娘以外的女子都不会穿白裙现身，这是众所周知的既成仪礼。但是有些场合却偏偏需要我们穿白衣出席，比如犹太人民的息汪月^[1]。虽然这个节日在全球世俗化的犹太人中间没有广泛地流传，但在以色列却是普天同庆的节日。人们在节日期间只食用奶制品（不包括肉类），很多人只穿白色的衣衫。那期间，以色列全国各地满眼都是身穿白衣的儿童，手提着装满水果的袋子庆祝节日。

大约3年前，我和丈夫一起参加了熟识多年的一对夫妇举办的息汪月派对。举办派对的男主人是一位经济学家兼证券经纪人，他邀请的客人也多是经济学家、商人、政客和律师，全是以色列地位显赫的人物。那是我们第一次参加他们的聚会，我们没能准时，到达时150名客人已经在宽敞的花园里畅聊了。我身上穿的是一条经典款的黑色礼服（因为这毕竟是场派对），然而在走入花园的瞬间我却尴尬无比：每一个人身上的衣服都是白色的！我不但迟到，还穿了和众人颜色截然相反的衣服。

我当时一定理所当然地认为只有学校里的孩子们才应遵从息汪月的传统，因为我从没思考过该穿什么颜色的衣服这个问题。但是派对上的女士们不是穿白色礼服，就是穿白色开衫搭配白裤子或白裙子，而男士们则统一是一袭白衣加白裤。在这“白茫茫”一片中，身穿黑礼服的我浑身不自在，不停地向别人解释：“谁也没有事先提醒我！”终于，我开始和别人交谈了起来，还和几位友人打了招呼。以色列是个小国，因此派对上的很多商人、媒体人以及政客我都很熟悉。其中一些人是我的朋友，另一些则是电视和报纸上的常客。

整个宴会上穿错衣服的只有两个人（一个是我，另一个是我的丈夫）。而我终于克服了尴尬，开始享受派对。“大家都是一副喜气洋洋的样子！”我不但是这么想的，也是这样告诉派对上的一位好友的。的确，就连那些腹黑的政客和不苟言笑的商人们也显得特别友善。这是节日气氛使然吗？还是因为派对主人如火的热情呢？都有可能。但是话说

回来，让我对大家产生友好印象的原因，会不会只是大家穿的白衣呢？白色是否能对我们的想法和判断产生影响呢？

黑白两色代表了截然相反的两种含义。白色寓意友善，代表了纯洁、高尚、美德和洁净；黑色则是邪恶的化身。《圣经》的《以赛亚书》有言，耶和华说：“你们来，我们彼此辩论。你们的罪虽像朱红，必变成雪白；虽红如丹颜，必白如羊毛。”（《以赛亚书》1：18）除了西方文化中的婚纱之外，许多文化也都爱使用白色。古希腊人在就寝时会穿白色睡服，以求做个好梦。天使通常以白衣形象示人，和平的象征是纯白的鸽子，白色的旗帜代表休战，而童话中身骑白马的骑士则能带少女从虎口脱险。我们会经常用到“纯白如雪”或“单纯如白纸”这样的比喻，而这些修辞法都是用来形容美好的特质的。

白色也寓意着灵魂。特蕾莎修女身上白色带蓝边的纱丽就是关爱和悲悯的象征。甘地同样也身着白衣，一方面是通过这自纺的印度土布来向自给自足的传统致敬，另一方面也表达了他对英国统治的“非暴力不合作”态度。与之相反，黑色则象征着消极、邪恶以及污染。“黑天”“黑名单”“黑名册”“黑云笼罩”“背黑锅”“黑市”以及“黑心敲诈”等词语都有负面的含义。我们见到的女巫常常穿着黑袍子，那些通晓巫术（也就是一种所谓的“暗黑艺术”）的人也身穿黑衣。达斯·维达^[2]和伏地魔^[3]都是一袭黑衣，《睡美人》中的反面角色也一样。通常，拟人化了的恶魔都以黑衣示人，就连劳伦·魏丝博格2003年的小说《穿普拉达的女王》及梅丽尔·斯特里普和安妮·海瑟薇主演的同名电影中，那位恶魔女王身上的普拉达也是黑色的。

当然了，黑色也能让人联想到优雅。爱穿黑礼服出席正式场合的女性大有人在，但在艺术领域，黑色通常是邪恶的象征。在达伦·阿罗诺夫斯基最近的一部著名电影《黑天鹅》中，娜塔丽·波特曼凭借尼娜一角摘取了奥斯卡最佳女主角桂冠。尼娜是纽约芭蕾舞团的一名舞蹈演员，一心想争得《天鹅湖》中的主角。在这部由童话改编的经典芭蕾舞

剧中，白天鹅象征着圣洁和纯净，而白天鹅那魅惑的双胞胎姐妹黑天鹅则是性感、危险以及黑暗激情的化身。尼娜必须与自己灵魂中黑暗的力量做斗争，在参加试演时，总监说她只适合出演白天鹅，因为她不够世俗，也没有黑天鹅一角所必备的激情。尼娜用她撩人而深沉的一面让总监折服，最终争取到了黑天鹅的角色。这部电影最终以悲剧收场，由此也进一步向我们展示出这一强烈对比：白色代表着纯洁和矜持，黑色代表着野性和爆发。

在《创世纪》中，生命与意识诞生的最初标志，就是光明与黑暗的分。神将光明从混沌中分离出来，“地是空虚混沌，渊面黑暗”。神说“要有光”，于是就有了光。婴孩离开母体，便是从黑暗中降生到光明中，而他们最初体验到的东西也是光。当婴孩紧闭双眼时，四周一片黢黑，而睁开眼睛，光便洒满了世界！

黑白这两种颜色可不简单。科学家告诉我们，黑色为不含任何可见光的颜色，是黑暗的象征。事物越暗，看上去也就越黑。而与之相反，白色则是刺激到3种视锥细胞的所有光的混合。任何颜色与白色混合后都会变淡。有许多研究人员都在研究光与色之间的联系，在谈论视觉刺激时，他们甚至将暗和黑、亮与白混用。

光明之子与黑暗之子之战

1954年，《华尔街日报》上刊登了一则广告，售卖一份于2 000多年前写就的圣经手稿。这则广告在当时并没有引起轩然大波，但广告上的商品其实就是《死海古卷》。这份文献书写在莎草纸上，保存在瓦罐之中。1946年，3位贝都因牧羊人在昆兰地区的洞穴里找到了这些手稿，这被广泛看作历史上最重要的考古发现之一。《死海古卷》是已知最早的基督徒《旧约·圣经》或犹太人《圣经》的手稿，向我们还原了公元前的历史原貌，展示了基督的诞生以及犹太基督教的神学理念。

其中，最早被发现的卷轴的标题为《光明之子与黑暗之子之战》，被人们简称为“战争卷轴”。这部经卷现保存于耶路撒冷的希伯来大学，其中预言，世界上的善民（即上帝的会众）将会与敌国的恶民进行一场战斗。其中，“光明之子”为以色列各部落的人民，而“黑暗之子”则是其他族群的邪恶的人民，包括以东人、亚玛丽人、希泰族以及摩押族。经卷中详细描写了战况，这场持续了40年的斗争，最终以光明之子的胜利而告终。

自古以来，人们就将光明与良善相连，将黑暗与邪恶相关。我们的大脑凭借直觉自然而然地就会做出这种联系。“看到光亮”“阳光总在风雨后”这样的比喻象征着积极的事物。类似的，我们也会用明亮来指代积极的事情。我们看事情要看“光明的一面”，我们把“光明的未来”挂在嘴边，如果我们能够“迎着朝阳”起床，那么我们会觉得一天开了个好头。与此相反，我们用“黑暗时代”来指代压迫和倒退的中世纪，如果某人有“阴暗面”，那么我们就得对此人的性格和作为防一手。“黑暗的过去”“黑暗的秘密”“黑暗势力”都是负面的。在《星球大战》中，“原力”也有其黑暗的一面。

诗人约翰·弥尔顿在《失乐园》中这样形容地狱：“.....无有光辉，仅见黑黢黢一片。”在描写自己罹患抑郁症的回忆录《黑暗可见：疯狂的回忆录》中，威廉·斯泰伦也曾借用过这句话。心理分析学家和哲学家茱莉亚·克里斯蒂娃为描写抑郁症和忧郁症的书取名为《黑色太阳》，我已故的好友诺曼·恩德勒教授是加拿大约克大学一名卓有成就的心理学家和学者，他在《黑暗假期》一书中描述了自己的抑郁症以及疾病给生活和家庭所带来的影响。以上这些标题让我们对负面心理状态的各个层面有了认识，我们的内心，就是黑暗和高尚并存的矛盾世界。

在日常生活中，我们用白色、明亮以及光线来比喻积极的状态和事物，用黑色和黑暗来指代负面、恐怖以及邪恶的行为和事件。那么，这仅仅是一种修辞手法而已吗？还是说，黑暗和黑色真的能够引发我们负面的情绪，而光明和白色真的能刺激我们的积极情感呢？白与善、黑与恶之间的联系有多强烈？是否埋藏在我们的本性之中？如果是，那么这些根深蒂固的联系能否影响我们的行为与判断，从而改变我们人生的轨道？在那天的息汪月派对上，我是否真的因为客人们的白衣而觉得他们更加友善了呢？

几位学者利用斯特鲁普效应对以上问题进行了研究。所谓斯特鲁普效应，与利用词语的含义和打印词语的颜色之间的不一致而进行的实验有关。在经典的斯特鲁普实验中，实验对象要读出颜色的名称，但词语的颜色与词语所表示的意思是不符的。比如，“绿色”这个词不是绿色的，而是用红色油墨打印出来的，而“黄色”这个词用的油墨则是蓝色的。

实验对象需要回答出油墨颜色的名称，由研究人员来测量每人的反应时间。举例来说，如果“桌子”这个词语是用红色油墨打印的，那么回答“红色”就轻而易举。然而，如果面对打印成红色的“绿色”这个词，回答出“红色”可就有些难度了，因为，油墨的颜色（红色）与你所看到的词语（绿色）不相符合。在这个例子中，词语的含义（绿色）与词语的颜色（红色）相互干扰，向实验对象发出相抵触的信号，因此也就延长

了大脑的反应时间。这种干扰，也就是斯特鲁普效应。

研究人员对斯特鲁普效应稍微做了修改，应用在比喻词语上。他们没有像原实验一样将颜色名称与油墨颜色拆分开来，而是分别用深浅颜色打印出积极和消极的词语。实验对象会看到慷慨、勇敢、信念、温柔、英雄、亲吻、爱情、奉献、成熟及忠诚等含义积极的词语，也能看到如残忍、罪恶、苦涩、癌症、虚假、肮脏、谎言、毒药、粗鲁、偏见等消极词语，而他们需要做的，就是回答哪些词语是积极的，哪些是消极的。研究人员调整了字母的亮度，把一些词语设定得白而亮，另一些则变得暗而黑。然后，他们统计出实验对象将词语归为积极和消极两类所用的时间。实验对象的用时越短，问题也就理应更加容易。研究人员还监测了实验对象的答题精准度，尤其是在实验对象需要以最快速度答题的时候。

假设光明的确与积极相关，而黑暗也的确有消极的含义，那么在修辞手法上，所谓“黑暗而积极”的词语便是矛盾的，即黑暗的色调可能会干扰词语积极的含义。当我们看到一个用暗色油墨打印出来的积极词语时，我们所接收到的双重信息是相抵触的。从一方面来说，黑暗是消极的；但从另一方面来说，这个词语的寓意却是积极的。如果本能让我们认为明亮寓意积极而黑暗寓意消极的话，那么在为一个暗色的积极词语或亮色的消极词语归类时，用时也自然会延长。

诚然，如果是为积极的亮色词语或消极的暗色词语分类，任务的难度也就大大降低。但面对亮色的消极词语和暗色的积极词语时，人们所需的反应时间会有所增加。在这种情况下，实验对象的准确率有所下降，尤其在争分夺秒完成任务的情况下更是如此。这些研究表明，我们的直觉会自动将明亮与积极、白色与正面、黑暗与负面，以及黑色与邪恶联系在一起。

以上效应对我们的影响是不容小觑的。不久前，几名荷兰研究人员也进行了类似的研究，但他们的实验手法与美国的版本有所不同。他们

邀请了一批实验对象，打了个幌子，说想要看看他们能不能把一些荷兰文词语翻译成中文词语（即便这些实验对象并不会说中文）。研究人员让实验对象看了一些荷兰文单词（也就是实验对象的母语），其中包括积极的和消极的词语。在每个单词下，都有两个中文表意文字，一个是黑色的，一个是白色的。实验对象需要在两个中文字之间选出荷兰文单词的正确译文，当荷兰文单词含义积极时，他们更容易选择白色的中文字；而当荷兰文词语带有消极含义时，他们则更偏向于黑色的中文字。可不要忘了，这些实验对象对中文完全不懂，他们答题凭借的完全是猜测。

这些实验的结果给我们留下了深刻的印象，也让我们知道：我们对别人产生积极或消极的印象时，会以那些看似毫不相干的因素为依据，比如白色和黑色。与黑衣人相比，身穿白衣的人更容易给人留下较好的印象。我之所以在那次息汪月派对上度过了一段愉快的时光，也许是本性使然吧。但反过来说，我真不敢想象别人是怎么看待我这只“白天鹅群里的黑天鹅”的。

在特拉维夫大学完成博士学位后，我与丈夫以及3岁的女儿一起搬到了剑桥市。我在哈佛大学继续博士后研究，而丈夫则在麻省理工学院做研究。在故乡特拉维夫，我们居住在一座宽敞明亮的房子里，屋内窗户透光性很好，墙壁也雪白无瑕。然而我们在剑桥市租的第一套公寓的墙壁却是深灰色的，窗户也很小。我记得，在剑桥市度过的最初几个月简直是一场考验。所有的一切在我看来都是消极的，但因为我毕竟身处一个几乎举目无亲的陌生环境中，因此难免感到孤单寂寞，所以当时我觉得这种反应是正常的。一年后，由于所住的公寓楼要改建，我们搬到了另一套公寓。这套公寓虽然面积不如从前，但窗户很大，也敞亮了许多。眨眼之间，我感觉剑桥市的美好扑面而来，也感到这次搬家是个明智的选择。当时的我以为心态的转变是因为我已渐渐适应了剑桥市，可以在城中来去自如地走亲访友了。但现在看来，我觉得是最初几个月居住的那套昏暗的公寓影响了我的情绪和判断。搬家后，我对剑桥市的印

象有了极大的改观。7年后，我在哈佛大学的心理学系任教时，我们还举家搬回来居住了一年之久呢。这一次，我们特地事先挑选了一套明亮的公寓。而我也再次被剑桥市的美好所打动，度过了一段愉快的时光。

黑瞳：黑色与破坏行为

除了对我们的判断产生影响之外，黑色与邪恶、白色与善良之间的联系是否也能改变我们在实际生活中的行动呢？20多年以前，康奈尔大学的两位研究人员弗兰克和季洛维奇针对这个问题进行了实验研究。他们先是让实验对象看了黑白两色的服装，发现人们感觉黑色服装更恶毒也更有暴力倾向。接下来，两人研究了美国国家橄榄球联盟和美国冰球联盟15年来专业球队的犯规记录。他们发现，身穿黑色球衣的队伍比球衣为其他任何颜色的队伍的受罚率都要高。

这些有趣的研究结果揭示了我们潜意识中所暗含的偏见，但也给我们带来了难题，因为这有违我们对公正的需求。但是，我们或许能用其他方式来解释这些犯规的数据。也许，身穿黑衣的球队队员的动作要比其他球队更猛烈，因此被罚也是理所当然的。但我们也可以推测，裁判会不由自主地对黑衣球员产生暴力的印象。抑或，那些为球队选择黑色球衣的教练和经理会挑选更烈性一些的球员，好打造更有爆发力的球队。为了对以上可能性进行进一步的研究，弗兰克和季洛维奇又进行了另一个实验。

这个实验的设定非常巧妙。研究人员准备了两段几乎完全相同的足球比赛录像。唯一的区别在于，其中一段录像中的球员身穿的球衣是白色的，另一段录像中球员的球衣则是黑色的。研究人员分别给两组实验对象看了这两段录像，其中一组是大学生球迷，另一组则是专业足球裁判。两组实验对象都要推测出判定球队犯规的可能性有多大，以及球员的进攻性有多强。实验结果足以让人瞠目结舌：大学生和裁判都认为，黑队更应该受到犯规处罚。可是别忘了，这两段球赛视频是完全一样的，唯一的不同只是球衣的颜色而已。这样的研究结果让我们清楚地看

到，黑色的队服确实能对裁判的判罚产生影响——使得裁判认为黑衣球队更为暴力。

但是，这些研究的结果真的是“非黑即白”这么简单吗？研究人员又进行了另一次实验，想要看看黑衣除了会干扰裁判的判断之外，对穿衣者的实际行动是否也能产生影响。他们召集了康奈尔大学的学生，将学生每3人分为一组，并告诉每组学生另外一组正在另一间屋子里准备。每一组学生都会收到一份写有12个游戏的单子，他们要从中选出5个游戏与另一组学生进行比拼。每个游戏的激烈程度都有所不同。其中有的游戏非常激烈，比如人肉版“骑马打仗”游戏，也就是一个人骑在另一人的肩膀上，两队相斗，看谁先把对方队员打下来。而另一些游戏则非常安静，比如搭积木等。研究人员告诉实验对象，由于每个人所选择的游戏各不相同，因此每组都需要协商出5个游戏，好让全组共同参与。在商讨过程中，研究人员让每组学生都穿上队服，好真正感受到团结一致的氛围。队服有黑白两种颜色。最终，那些穿上黑色队服的学生挑选了较为激烈的游戏。但在学生们没有穿上队服时，他们选出的游戏的激烈程度却没有什么差别。看起来，仅仅因为穿上了黑色的队服，学生们对于激烈游戏的兴趣就随之增加了。

在弗兰克和季洛维奇研究了颜色对职业球队被判犯规概率的影响后，几位研究人员希望在此基础上更进一步。在2012年，他们扩大了数据抽样的范围，统计出2010年以前25个赛季的数值进行研究。在弗兰克和季洛维奇的研究中，两人仅拿球衣为黑色的球队和其他球队做了对比。而在这次的实验中，研究人员也将穿白色队服的球队与其他球队做了对比。在黑队的对比上，他们得到了与之前相似的结果，即球员在身着黑色队服时更容易犯规。但需要说明的是，这只是特指那些与暴力有关的犯规，比如肘击和冲撞犯规，而不包括越位和场上人数过多等非暴力的技术性违规。研究人员还发现，球员在身着白色球衣时被判犯规的记录会有所减少。综上所述，至少从球员犯规的角度来讲，白色球衣的行为给人的印象不那么暴力，而黑色球衣则让人联想到暴力行为。

这些研究结果告诉我们，黑色的负面寓意及白色的正面寓意不仅会影响到我们的判断和评价，还会改变我们的行为。身穿黑衣不仅会引发我们的暴力行为，也会影响我们给他人留下的印象。在那次息汪月派对上，客人们的行为举止或许也受到了身上的白衣的影响。也许，他们的行为真的变得更加和善了；而满眼的白衣或许“美化”了我对他人和派对的氛围所产生的印象，这也并非不可能。

正如弗兰克和季洛维奇所说，背景信息是不容忽视的。在充斥着激烈竞争的环境之中，黑色与暴力及争斗相关联。制服是团队身份的一种象征，其寓意与一般的衣服是不可同日而语的。而无论是队服、警服、军装、西装还是礼服，从我们穿上制服的那一刻起，我们就在自己身上设定了诸多联想。

我们为何不把白色与消极的事物联系在一起呢？为何不认为黑色隐喻着积极呢？白色代表正面、黑色代表负面是如何为全球所公认的呢？许多科学家认为，这些联系源于我们人类的进化历程，而我们每个人的体验和经历又进一步加强了这些联系。比如，光明与积极的联系，可能就源自于我们的基因之中。人类是昼行动物，而不是夜行动物。我们在白天活动，在阳光普照下，我们可以看到四周的环境，活动更为方便，也就更容易生存。我们天生适合在明亮的环境中生活，而光线充当了我们的“保护神”。在光线的照明下，我们会对事物产生更好的印象。由于我们在白天活动，因此与许多物种相比，我们也就更容易生存下来。

黑暗与危险的联系源于生物进化，进而在我们的童年体验中得到巩固。即使有的孩子并没有明显表现出对黑暗的恐惧，也很少有孩子是喜欢黑暗的。我的孩子们总是不愿我把门关紧，好透进来一点亮光。当孩子们躺在床上睡觉时，他们感到孤苦和无助、恐惧和脆弱，此时黑暗与消极事物的联系便在他们的感官系统中建立了。一闭上双眼，黑暗便降临在婴儿的四周，但睁开眼后，光明再一次出现。设想你就是个婴儿，然后把眼睛闭上整整30秒。你会有什么样的感觉呢？你对周围环境的变化有什么体验？你的姿势或方向感起什么变化了吗？在黑暗之中，我们

与周围环境的联系被切断，我们处在孤立无援的境地之中，任何人都能从背后袭击我们。但在光明之中，我们对周围的环境更有把握，不仅能更好地调整自己的行为来适应环境，也能更好地辨认方向。

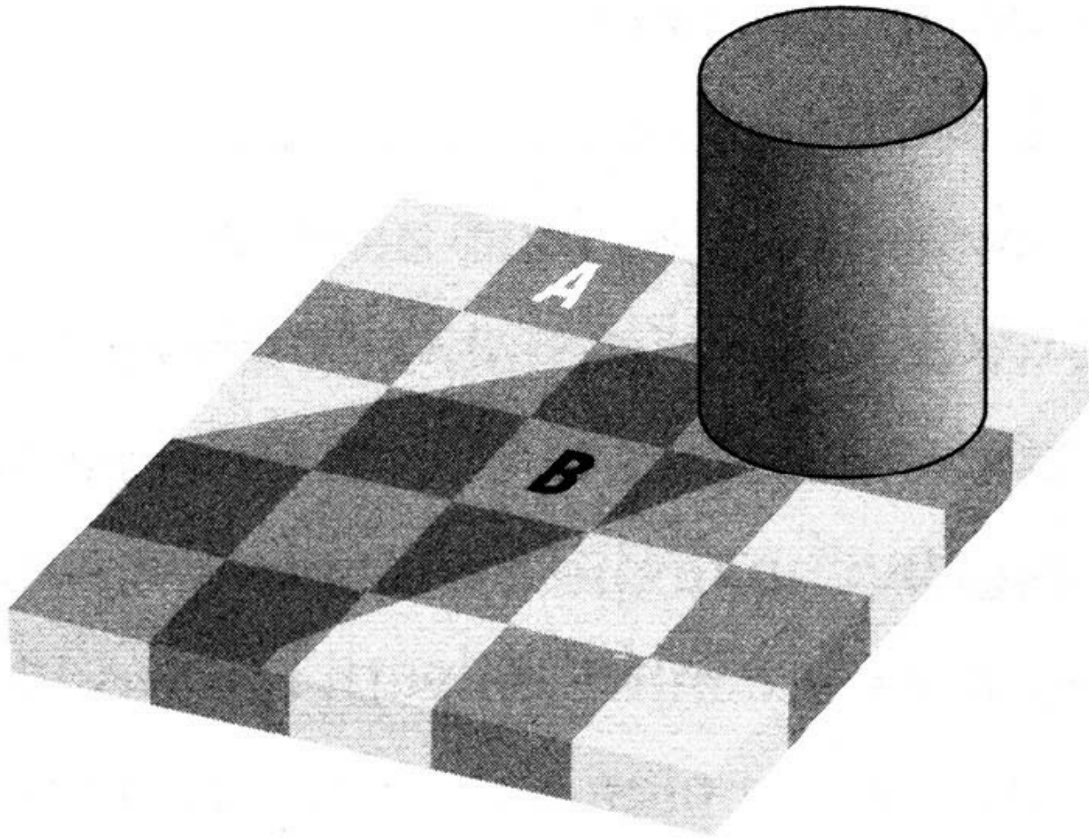
黑暗代表全然一片混沌无序，甚至死亡。但在光明中，我们却能与世界彼此相连。举世闻名的德国诗人和作家歌德在临死前，曾让他的佣人将百叶窗打开，而“让更多阳光进来吧”这句话，也成了他的遗言。这悲凉的绝句，为我们揭示了光明与黑暗背后深藏的寓意。

调暗灯光：积极、消极以及我们对明暗的体感

光明与正面的判断相关，而我们是否能把这个问题反过来看呢？也就是说，正面或负面的判断和情绪是否也能影响到我们对光线的感知呢？譬如说，在我们的情绪较为积极时，看见的东西是否会比在焦虑和紧张状态下看到的東西更加明亮呢？明亮与黑暗、积极与消极之间，是否能够相互影响呢？

我们对亮度的感知来自我们从物体那里接收到的光线。物体发射出的光越多，也就越亮。但是，我们对物体亮度的感知也受主观因素和背景环境的影响。举例来说，周围物体和环境的亮度都会影响我们对某物的明暗的感知。即便是两个亮度完全相同的物体，由于各种因素的影响，也会在我们眼前呈现出不同的明暗度。这是个众所周知的现象，在摄影和活动策划界更是人尽皆知的。

虽然让人有些难以置信，但下页图中的A和B的灰度是完全一样的。^[4]方格A周围的背景色较淡，而方格B的背景色则较深。如果你还不相信，那就把A和B周围的方格盖起来，然后再看一遍吧。



棋盘错视图：方格A与方格B的灰度其实是相同的。

我们的判断、情绪以及积极和消极的关联等心理因素，是否能影响到我们对物体明暗的感知呢？一些学者专门就这个问题做了相应的研究。当我们接触到积极的词汇时，我们会觉得物体显得较为明亮，而消极词语则会带来相反的视觉效果。如果我们对某人抱有正面的看法，那么此人的性格在我们看来也会显得较为积极向上。

在一个实验中，参与者戴着耳机，同时，电脑屏幕上会出现100个单词，其中50个是褒义词，另外50个是贬义词。参与者需要回答出词语是褒义还是贬义。实验者告诉他们，在每个词后都会出现或深或浅的一个方块。但实际上，每个词后出现的方块都是一样的。参与者需要回答方块是深还是浅。在看过贬义词后，参与者们多认为他们所看到的方块颜色较深，而在看到褒义词后则多认为自己看到的方块颜色较淡。我要

再次提醒大家：他们所看到的每个方块的颜色其实是一样的。

这些研究人员又进行了另一项实验，这次，他们让参与者观看电脑屏幕上出现的褒义词和贬义词，各个词的深浅是有所差别的。实验参与者需要先界定出词语的褒贬，然后，屏幕上会出现5个深浅不同的方块（由白到黑渐变），参与者需要选出一个与词语的颜色深浅相一致的方块。其中的褒义词包括洁净、冠军、英雄、礼貌以及哺育，贬义词则包括下流、苦涩、怪异、疾病以及敌人。在之前的实验中研究人员发现，词语的褒贬能够影响我们对于明暗的体感。与之相符，在这次实验中，虽然褒义词和贬义词的颜色都有深有浅，但参与者还是更倾向于为褒义词选择浅色的方块。

研究人员还对“阳光般的笑容”这样的比喻短语进行了研究，他们想看看与眉头紧蹙的面容相比，喜笑盈腮的面容是否能让人产生更为明亮的感觉。通过几次实验，研究人员发现“阳光般的笑容”并非只是一个比喻。在我们看来，不同颜色和不同形态的笑脸都要比苦脸更加明亮。

在最近进行的一次实验中，实验对象要回忆和描述自己的一个道德或不道德的行为，然后再用从1~7的数字来为房间的亮度打分。在那些回忆起不光彩行为的人看来，房间显得更暗一些。在另一项实验中，实验对象也同样需要回忆起一件光彩或不光彩的事情，之后，他们需要在手电、蜡烛、台灯这些与光有关的物品以及饼干、苹果、啤酒杯这些普通物品中指出自己的偏好。与回忆起光彩事情的人相比，那些回忆起不光彩事情的实验对象更加偏向于与光有关的物品。

所有这些研究都表明，我们对于明暗的感受不仅受物体的实际亮度（也就是物体反射出的光线）影响，同时也与我们的心理状况和道德评判有关。这不能不说是一个令人称奇的现象。我们的双眼通过视觉感知物体，但我们大脑的偏见却将这视觉变了形态，这样的例子在我们的表达方式中可见一斑。两件物品发出的光线多少或许完全相同，但如果其中一件物品带有负面色彩（比如一把手枪），而另一件物品带有积极色

彩（比如一张漂亮的贺卡或一朵花），那么，负面的物品看上去就要比正面的物品更黯淡。这种认知是我们天性使然的结果，不受我们自己的控制。如果我们将一个人当作坏人，那么我们或许会觉得此人所处的环境也显得更暗了。如果我们遇到了好事，那么我们对那一天的印象都会愈加明亮起来。这种明亮与积极、黑暗与消极之间的关系是双向的：明亮的事物看起来更加积极，而积极的事物看上去也更加明亮。同理，黑暗的事物看上去更加消极，而消极的事物看起来也更加黑暗。

暗夜贼影

两名研究人员针对“有违道德”这一负面行为进行了一次实验，并为实验起了一个非常吸引眼球的名称：“罪恶的颜色”。他们同样也借鉴了斯特鲁普效应，但借鉴的方法与上文的实验有所不同。研究人员要求实验对象阅读一些用黑色或白色打印的、符合道德或有违道德的词语，比如虐待、欺瞒、犯罪、邪恶、诚实、自由、公正以及助人为乐等。然而，研究人员并没有像在之前的实验中一样让实验对象指出词语的褒贬，而是让他们回答出打印词语的颜色是黑还是白。在遇到白色打印出的符合道德的词语时，或遇到黑色打印的如残酷和欺瞒等违背道德的词语时，实验对象所用的判断时间较短。我们的直觉会自动将不道德和黑色、道德和白色联系在一起。这种联系也有可能影响我们在现实生活中做出符合或违背道德的行为。

在现实中，夜间的犯罪率要高于白天。同样一条街道，通常在白天要比夜晚更安全。为了保护自身安全，我们一般不会在深夜把车子停靠在僻静的地方，也不会深夜两点钟独自走夜路或去自动提款机取款。之所以如此，就是因为我们知道，在夜里要多留几个心眼。只需要增加夜间照明，我们就能降低犯罪率并减少人们对案件的恐惧。在黑暗中，犯罪人员较为隐蔽，因此也比较便于行动，这一点无须我赘言。但是，假设黑暗与隐蔽无关，再假设黑暗不会为不道德行为敞开任何方便之门，我们依然会更容易在黑暗中做出不光彩的事情。换言之，我们在象征和比喻中用到的黑暗与不道德行为之间的联系，或许真的能对犯罪率产生影响。

一组研究人员就这个问题展开研究，并召集了一些大学生来参与实验。他们把学生分为两组：一组坐在一间光照充足的房间里（房间里共

有12盏荧光灯），另一组则坐在一间昏暗的房间里（只有4盏灯）。研究人员给每个学生20个矩阵，要求学生从每一个矩阵里找到两个相加为10的数字。每个学生都有5分钟的时间，每找到一组数字，就能得到50美分的奖励。其实，想完成20个矩阵，5分钟是不够的，这是个不可能完成的任务。

任务完成后，学生们需要另用一张纸，在上面写出自己完成的矩阵数，然后把自己的成绩放入一个箱子中，再领取相应的奖金。学生们没有在答题纸上写名字，因此觉得没有人能知道他们实际找出了几组数字，以为可以轻而易举地作弊。但实际上，研究人员自有办法对比学生的答题纸和成绩单，因此可以查出学生到底有没有作弊。两组学生的实际表现并没有什么区别，但是坐在昏暗房间里的学生在成绩单上做的手脚却要多过明亮房间里的学生。

读者们也许会对此不以为意，也许你认为，之所以出现这种现象，就是因为在昏暗的房间里作弊更容易。就像在黑暗的环境里即使做出不光彩的举动也不易被抓住一样，学生们觉得自己的作弊行为在昏暗的环境里也比较不容易被发现。但事实并非如此。因为两个房间里的学生都认为别人没法比对他们的成绩单和答题卷，因此也不会有人发现他们作弊。在这种情况下，对人们的实际行为产生影响的，其实是黑暗与不光彩行为以及明亮与光彩行为之间的联系。这项研究告诉我们，即使我们独自一人处在一间屋子里，且身份绝不会暴露，黑暗仍会增加我们作弊的概率。从心理上来说，身处昏暗的室内时，我们更易受到作弊的诱惑。或者也可以说，在明亮的室内，我们比较不容易受作弊的诱惑。

环境中光线的明暗程度会对我们的行为造成影响。为此，上述实验的原班人马又组织了一次实验，想要看看黑暗是否与不公平及自私的行为有所关联。他们将实验对象分为两组，一组戴上墨镜，另一组戴透明镜片的眼镜。研究人员选择了心理学中研究公平行为时常用的“独裁者博弈”游戏。这是一个双人游戏，其中一人是独裁者，另一人则是响应者。最先行动的独裁者一方会得到一笔钱，然后按自己的决定把一部分

钱分给另一方，也就是响应者。响应者则可以选择接受或拒绝这笔钱。这个游戏旨在看独裁者分给响应者的钱有多少，钱数越多，独裁者就越无私。“公平交易”即指独裁者将钱对半分配的情况，这时双方所得钱款完全一样。但在这次实验中，每个参与者都在游戏中担当独裁者，可以决定钱款的分配。他们通过电脑进行游戏，因此看不到另外的参与者。

墨镜对视线有遮挡作用，与那些戴透明眼镜的人相比，那些戴墨镜的人分出去的钱更少一些。更为甚者，那些戴墨镜的人分出去的钱数大大少于公平数（即约为总数的一半），自己独占了绝大部分的钱款。而那些戴着透明眼镜的人则比较公平，他们大约把半数的钱分给了另一方。

实验结果反映出的差异非常明显。然而，戴上墨镜这一无伤大雅的举动，为何能够影响我们的行为道德呢？实验对象独自坐在屋里，通过电脑进行游戏。墨镜只是为他们营造了一种黑暗的错觉而已，因为无论戴或不戴墨镜，他们的身份都不会被暴露出来。但是，如果我们眼中的世界变暗，我们的道德标准也会随之降低，这与我们使用的比喻词异曲同工。黑暗，或者说我们眼中的黑暗（在这次实验中即指戴上墨镜这一简单动作），会让我们产生“腹黑”的冲动。

明暗的魔力

如果明亮和黑暗真的能够对我们的判断、行为和情绪产生影响的话，那么我们就应该对环境中的照明条件多加思考。想让你的人生更加“阳光”的话，那就想一想与你朝夕相伴的房间的环境吧，比如你的卧室、办公室或者起居室等。你习惯把窗帘或百叶窗拉开吗？经常把儿童房的窗帘拉开吗？研究表明，这些看似微不足道的细节其实会对你的生活质量产生巨大的影响。

20世纪80年代，来自南非的诺曼·罗森塔尔医生搬到纽约继续进行医学方面的深造。他发现，纽约的冬季让他感觉身体缺乏活力。他习惯了阳光明媚的约翰内斯堡，而纽约冬季的阳光相对不那么充足，因此他便怀疑情绪和精力上的变化是否与此有关。

大约就在这段时间，罗森塔尔医生和同事们在美国国家心理卫生研究所开展科研项目。在1984年，他们发现人们在特定的季节更容易出现抑郁症状，这种现象年年如此。罗森塔尔将这种由来已久的症状称为季节性情绪失调（SAD）。我们知道，明暗循环周期会对我们的心理和生理状态产生影响，而这种病症也与明暗循环不无关联。

绝大多数学者认为，季节性情绪失调中的情绪和体力低落，都是由于接触自然光不足造成的。这种病症多发于冬季，由于白昼较短，新英格兰和斯堪的纳维亚等北部地区更是此病的高发区。而在佛罗里达及南加州等光照时间较长的地区，这种病症则较为罕见。对此病症最常用的疗法叫作“光照疗法”，也就是将病人暴露于模拟日光效果的人造强光之下。经证实，这种疗法能够让病人的情绪更加愉悦，究其原因，应该是光线能对我们身体内部的生化过程和化学反应产生一定的影响。

有趣的是，光线（或不如说光线短缺）并非只给我们带来临床疾病，其影响范围远远广泛得多。例如，加拿大的一组研究人员请48个人来参加实验，让他们在手腕上戴着测光表20天（其中有冬天也有夏天），并记录他们的行为、情绪以及互动。据记录，无论哪个季节，还是一天当中的不同时间段，实验对象在明亮的光线中，情绪更好，并且互动更积极。此外，芬兰是一个长时间受黑暗笼罩的国家，另一批来自芬兰的研究人员发现，亮光能够改善夜班工人的情绪。在漫漫寒冬，阳光明媚的热带旅游让众人心驰神往，其中原因一部分是出于我们对温暖气温的向往，另一部分是由于我们对明媚阳光的渴求，因为这二者都能让我们的情绪高亢而热情开朗。

在剑桥市居住了4年之后，我们一家回到了以色列，我被特拉维夫大学心理学系选入了“终身职位”的评定轨道。^[5]我听到这个消息后心花怒放，我只顾高兴，并没有像现在的年轻教授一样要求学校分给我带窗户的办公室或宽敞的实验室。和其他新入校的教授一样，我的办公室也没有窗户。屋子里唯一的照明来自一盏荧光灯，这灯光与自然光相去甚远，但如果不开灯，我的屋里便是黑乎乎的一片。每当我打开门锁，走进办公室，迎接我的都是伸手不见五指的黑暗。即便开了灯，屋里仍然是黯淡一片。

在工作岗位上度过的最初几年不能不说是一种煎熬。“不发表就发臭”这句话并非信口胡说。为了获得终身职位和职位带来的安逸生活，我必须在权威国际学术刊物上发表我的研究论文。身为医学博士的丈夫经常工作到深夜，家中又有3个年龄尚小的孩子，因此抚养孩子的很大一部分担子落在了我的肩上。我每天都要去办公室，埋头工作、写论文、指导学生、准备讲座，精力被榨得所剩无几。我很久都没有缓过劲来，我坐在办公室里，满脑子都是极端消极的想法。我不仅要在压力下长时间工作，还要为了终身职位把浑身的劲儿都卯上，与此同时还得照顾几个孩子，当时的我觉得，这些就是造成我情绪消极的原因。

一年之后，我拿到了终身教职，搬到了一间环境更好、带有大窗的办公室。以色列四季阳光明媚，因此我的办公室也总是亮堂堂的。虽然我知道这个职位我已稳坐无忧，但我仍有野心，想要先升职成为副教授，然后再当上正教授，因此我必须继续努力工作，还得继续在权威期刊上发表论文。我的孩子年纪还小，丈夫也没出多大力帮忙，因此我的生活压力依然很大。但是一搬进新的办公室，我就感觉豁然开朗了许多。虽然获得终身职位让我大受鼓舞，但黑暗无窗的屋子仍然会引发我的负面情绪，直到我搬进明亮的新办公室里。

在黑屋里忍受学术生涯种种考验的岁月里，我并没有意识到问题会出在办公室本身。那间黑暗的办公室很僻静，是我读书、静坐和写作的绝佳场所。这简直是一个求之不得的好地方！除此之外，在我入职之初，我对自己的待遇没什么挑选的余地。别人给了我那间无窗的办公室，我就必须在那里工作。但是，室内的黑暗确实加重了我内心的阴郁。我现在相信，如果我当时坐在明亮的办公室里，我的那一段人生时光会感觉更光明。当我现在再次回想起那些日子，我依然能感到那间黑屋给我带来的压抑感。

在我们的日常生活中，有许多方法可以帮助我们改善情绪。想接触阳光，你可以打开窗户或出去走走，即使短短几分钟也有效果。也许你偏爱坐在窗帘紧闭的屋里，只借着一盏台灯的光进行阅读，但看了本章以后，你应该不难发现：如果想让你的世界变得更加积极，那就应该让你的屋子变得更加明亮。如果你发现你的孩子们闷闷不乐，那就带他们出去在太阳下活动活动吧，想要获得快乐就是这么简单。别让孩子们坐在漆黑的房间里玩电脑、掌上游戏机或是摆弄手机了。他们也许会坚持说喜欢宅在黑屋子里，但你现在应该已经知道了：黑暗或许会在孩子们意识不到的情况下影响他们的情绪和判断，让他们用消极的眼光看待周围的环境。如果你的孩子正值情绪起伏无常的青春期的青春，那么你得问问自己：他们接触的光照够吗？

过往的经验让我领教了黑暗对我的影响，但情绪低落时，我仍然喜

欢把自己关在漆黑的屋子里。只要我强迫自己到外面晒晒太阳，我的情绪便会改善许多。如果你心情不好，那就出去溜一溜吧。在你喜爱的咖啡厅外小憩片刻，如果条件允许的话，你还可以坐在河畔与水亲近。我知道眺望大海、聆听涛声会治愈我的心情，但我现在明白了，海边明媚的阳光也是让我心情愉悦的良药。同样，你也可以从中受益！

[1] 息汪月：以色列的传统节日。

[2] 达斯·维达：《星球大战》里最重要的角色之一，残酷无情。——编者注

[3] 伏地魔：《哈利·波特》里最大的反派角色。——编者注

[4] <http://persci.mit.edu/gallery/checkershadow>.

[5] 北美及西方一些大学在敲定终身职位前进行的评定制度。——译者注



第七章

空间：心理的防线

这里所说的空间，并不是指那非要到天文台一游才能理解的广袤太空。当然了，天文台绝不失为寓教于乐的好去处，但我对天文没什么发言权。在这里，我所谓的空间指的是我们的私人空间。我们的坐姿有的挺拔有的佝偻，与他人的距离有的近有的远，占据的空间也有大有小，而在不知不觉间，我们占据空间的方式会通过最令人意想不到的方式，对我们的观念和行为产生种种影响。

人们对物体方位的认识由来已久。中国的风水就是一门讲究家具和室内装饰和谐的古老艺术，风水家们认为，通过为人员、物体、建筑在环境中选择适当的位置，我们便能够改善我们的生活质量。通常认为，我们在房间里落座的位置对我们的成功和健康的影响是最大的。具体来说，我们应在落座时选择背靠墙壁、面对整个房间的位子。如果房间里还有其他人，那么人人都应选择能够看到别人的位置落座。这些建议并非出自研究和实验结果，而是源于中国传统文化中的宇宙观。风水中的惯例被许多西方设计师和建筑师所采纳，这不仅让他们的作品更上了一层台阶，也赢得了客户的赞许。

身体的距离，心灵的距离

60多年前，利昂·费斯廷格、斯坦利·斯坎特以及科特·拜克研究了身体距离对友情的影响。那次实验如今已成为经典案例，向我们揭示了身体和心理距离对感情所产生的作用。三人以麻省理工学院宿舍为实验场地，研究了房间之间的实际距离对于学生关系产生的影响。经研究发现，友情的确与实际距离有所关联；宿舍里的学生们更容易将住得较近的舍友当成自己的朋友。

我们容易与邻为友，这不是什么新鲜事。假定其他条件相同，那么两个人之间的实际距离越小，成为朋友的概率也就越大，这自然是合情合理的。在工作和生活中，我们很容易与距离我们较近的人相互了解和交流。虽然我们更愿意相信价值观和性格才是我们选择朋友的依据，但不可否认，距离所扮演的角色也是举足轻重的。实际距离不容忽视：我们更容易与对门邻居交朋友，而不大会和一街之隔的人打交道。与夏令营或军队里“睡在上铺的兄弟”结为挚友的例子比比皆是，而反过来说，远距离会让爱情或友谊渐渐变淡，对此我们也都应该有深切体会。

然而，我在本章中想要提出的问题相对复杂一些：身体的实际距离能够引发我们在情感上产生的抽象距离感吗？像“关系密切”“距离感”以及“我们渐渐变得疏远了”这样的说法，是否能向我们证明身体间的距离是情感距离的根基呢？

情景喜剧《宋飞正传》（*Seinfeld*）里有这么一集内容：伊莲交了个新男友，杰瑞给他起了个外号叫“贴面闲话篓子”，也就是说他说话时离别人距离太近。杰瑞非常反感这种人，他觉得每个人都应该懂得谈话时要与人保持合适的距离。这部电视剧道出了不少人的心声：我们都不

待见那些不尊重别人私人空间的“贴面闲话篓子”，我们习惯与别人保持一定的距离，为彼此留出适当的空间。面对不同的人，我们也会用不同的方式划定私人空间。我们把第一层空间或最私密的区域留给那些与我们亲密无间的人，比如我们的伴侣和孩子。在与好友聊天时，我们会划出第二层界限或次私密区域的范围。接下来，在面对那些前来搭讪的推销人员或陌生人时，我们会保持一定的距离泛泛交谈。前不久，我正坐在一家中东三明治小店里，一个陌生人冷不丁把脸凑过来问我三明治好不好吃，我感觉浑身不舒服，甚至觉得我的私人空间受到了侵犯。但话说回来，如果我的孙女对我这么做的话，我肯定会觉得再正常不过了。

科学家们很久以前就发现，我们之所以会在私人空间受到侵犯时感到威胁和不适，是因为在进化适应过程中，这种感觉可以在其他人距离我们太近时向我们发出警示，让我们防范对方可能对我们的身体造成的潜在伤害。而在不久前，脑神经学家们更是在我们的大脑中找出了掌控这方面情感的区域，也就是位于大脑颞叶的杏仁核。加州理工学院的研究人员遇到了一例罕见的“类脂质蛋白沉积症”女性病患，患者化名为S.M.。这是一种遗传性障碍疾病，而这位患者也让研究人员有机会研究杏仁核对于私人空间概念的控制。类脂质蛋白沉积症的症状之一，就是大脑颞叶的钙化，从而对杏仁核造成损害。研究人员对这名女患者进行了一系列实验，发现此人所定义的“距离过近”，要远远比正常人能接受的程度近许多。接下来，加州理工的科学家们对杏仁核没有受损的实验对象进行了一系列研究，通过核磁共振扫描，他们发现即便在实验对象看不到研究人员的情况下，如果研究人员距离实验对象过近，他们的杏仁核区域也会亮起来。

另一批研究人员发现，在私人空间被入侵的情况下，我们会有意维护自己的独立性，想要将自己抽离出来。在一项实验中，实验者将学生们分为两组：其中一组在屋内靠前的位置比较分散地坐着，另一组在屋内靠后的位置挤着坐下。实验者为所有学生布置了一个与实验无关的任务，完成任务后，实验者借口说屋子后部放置的电脑出了故障，让坐在

后面的学生移动到前面去进行下一项实验。于是，那些原本在后面彼此紧挨着坐下的学生，按照要求与前面的学生挤着坐在了一起。这样重新排位坐定后，实验者让学生们设想出一个场景：大家都在网上购物，共有4件T恤可供选择，除图案之外，这4件T恤一模一样。其中3件T恤的图案是蓝色的，只是深浅有所差异，而另一件T恤的图案则是风格迥异的橙色。研究人员想通过这个实验，来看看学生们是否愿意突出自己的与众不同。

选好T恤后，研究人员向学生们提了3个问题，询问他们对邻座的同学的想法：是否对邻座有亲近感？与邻座坐在一起感觉舒服吗？有没有觉得自己与邻座有相通之处？那些坐在前方、没有挪位置的学生的环境，由于屋后学生的加入而变得拥挤了，这时，他们的情绪与之前松散落座时相比变得消极了一些。值得注意的是，那些从后方挪到前方的学生却不尽然。他们是迁移的一方，因此不觉得自己的私人空间遭到了破坏，对他们邻座的同学的想法也相对积极。

在拥挤的条件下，那些一直坐在前方的学生们更容易选择带有独特的橙色图案的T恤。在个人空间遭到入侵的时候，他们产生了较为负面的情绪，选择独特T恤的概率也就更大。相比之下，那些转移位置的学生恰恰相反：与散开落座的学生相比，在拥挤的条件下落座时，他们选择与众不同的T恤的概率却降低了。这样的实验结果表明，只有当我们的私人空间被他人入侵时，我们才会想要在人群中标新立异。这项实验是在香港进行的，研究的课题与消费者行为有关，并非研究个体的独特性。另外还请注意，只有在我们感觉隐私被人侵犯时，以上研究结果才成立。

除此之外，还有一项实验也得到了类似的结果。研究人员借口说要进行一次市场调查，将实验对象分成了两组。其中一组参与者可以随意选择地方坐下，而另一组则需要按照要求坐在指定的位置。在两组参与者中，有的人坐得挤一些，有的人坐得松一些。就像在上文的实验中一样，研究人员也让参与者设想出网购的情形，并给他们看了4幅咖啡杯

图片，其中3只杯子很相似，另一只则与众不同。同样，在坐在指定地点的参与者之中，那些挨得比较近的人更倾向于选择独特的杯子。而自由选择座椅的参与者的情况正好相反：原来，自由选择座椅的参与者如果愿意坐得与别人近一些，那么他们并不想彰显自己的个性，但那些坐得离大家较远的人，却反倒更倾向于标新立异。

这些实验结果告诉我们，消费者走进一座拥挤的商城时的消费行为，与他们走入一座原本较为空旷却突然之间变得拥挤的商城时的行为是有所不同的。想象大甩卖时的情景：人们排队等待店铺开业，他们大都知道，自己会在一个人挤人的环境中抢购。在这种情况下，消费者一般不会觉得自己的私人空间遭到了入侵，因此也更有可能去购买降价商品或者新款苹果手机等人气商品。而与此相反，如果消费者走进一家空旷的店铺，谁料突然间一大群人蜂拥而入，且全都奔着同一个货架而去，那么第一个进店的消费者很可能就会选择别家店铺了。因为，那位消费者觉得自己的空间遭到了破坏，想要重新确立自己的个性。

在人们表达出别出心裁的见解时，我们也可以看出此人标新立异的欲望。试想这样一个有趣的场景：在一家公司的董事会会议上，大家彼此坐得很近，都觉得自己的私人空间受到了他人的侵犯。那么按照之前的实验结果，董事会的各位会不会更加倾向于各抒己见，甚至做出各不相同的表决呢？

我们的大脑对私人空间非常看重，就连构建机器人助手的电脑科学家也将这一点运用到了他们的设计之中。培养机器人的良好习惯是非常重要的。试想一下，当机器人接待员、导游、办公助手以及乘务员为老人服务时，它们应该能够遵从人类的基本礼节，对别人的私人空间也需要抱以尊重。即使对方是机器人，我们也需要拥有自己的私人空间。

眼不见，心不烦？

在过去的20年中，由于科技的日新月异，远距离沟通变得方便了许多。互联网、电子邮件、网络电话、脸谱网、视频会议以及手机短信等方式让即时沟通成为可能，也为相隔千里的人们提供了交流平台。许多人虽然选择在家办公，却能联系到不处同室或远在外地的同事、上司、雇员及客户。越来越多从来没有会过面的人能够处理销售、工钱、合约上的协议，就连朋友和亲人彼此间面对面的对话也日渐减少，而改用短信、电子邮件或电话联络感情了。我们之所以这样做，往往是为了省时和省钱，但是，远距离的交流如何影响我们？身体之间的距离会不会让人心之间也日渐疏远呢？

通常来讲，远距离交流的感情色彩没有面对面的交谈或教学那么浓重。在通过电脑进行的谈判中，人们很少用到非语言反馈，因此彼此间的敌意也不会像在面对面的谈判中那么强烈。然而，由于我们很难通过电子邮件读出对方的语气，所以与电话或面对面的交流相比，我们对对方的理解或许会产生一些偏颇。就像托马斯·弗里德曼在书中写的一样，由于可以轻松通过电子邮件和网络聊天工具与远方的同事和朋友进行沟通，我们的距离越缩越小，彼此之间的分离也不成问题，世界仿佛“变平”了。尽管如此，远距离和面对面沟通之间依然存在着重大的差异，距离仍然是个问题。

我在特拉维夫大学担任了几年的董事会成员。特拉维夫大学董事会的代表由校长、教务长以及包括我在内的3名教授组成。董事会的其他成员由非本校人员组成，包括高科技方面的企业家、商人、实业家、律师、银行家以及记者等。所有这些人都是在各自领域赫赫有名的精英人士。董事会给人带来的压力是可想而知的，但我觉得虽然有人与我意见

相左，我还是有畅所欲言的空间。当我紧挨着别人坐下时，我觉得我在情感上也与对方更近了，因此也感到放松了不少。

我曾趁着休假到圣迭戈和纽约住了几个月，在此期间我仍会按时通过电话参加学校的董事会议。我对会议非常重视，细心地聆听每个人的发言，但感觉却与大家共处一室时完全不同。我觉得自己与大家疏远了。也许视频会议的效果会稍好一些，但是我还是觉得，面对面的传统会谈方式是无可替代的。

关于这一点，我在与家人相处的过程中也深有体会。我的4个孙女住在离我千里之外的加利福尼亚，我当然很想念她们，也努力不放过任何能和她们交谈的机会。我比较喜欢用网络电话，因为我不但可以听到她们的声音，还可以看到她们的容貌。网络电话比一般电话要更好用，因为它可以让我接收到更多非语言的反馈信息。但即便如此，网络电话还是不能带给我与孙女共处一室的感觉。我觉得离她们好遥远，我触碰不到她们，也无法与她们亲近。

在根据沃尔特·肯的小说改编的电影《在云端》（*Up in the Air*）中，乔治·克鲁尼扮演的男主角瑞恩的工作，就是面对面地开除各家公司的员工，因此，瑞恩成了全美范围内的“空中飞人”。一位新上任的女同事提议通过网络视频进行裁员，不主张特地赶去面对面地和被炒鱿鱼的人谈话，她说这样不仅可以提高效率，还可以减少花费。瑞恩却认为，裁员这事应该面对面来做。这两人的不同看法，放大来看其实就代表了现今所面临的一大难题。我们是应该面对面地彼此交谈呢，还是少在交流中牵扯个人情感、通过视频电话或电子邮件解决一切问题呢？在电子通信盛行的今日，实际距离到底重要吗？

在虚拟世界进行交流的人日渐增多，我们在网上购物，在线听讲座，还通过脸谱网等进行交流。然而，虽然网络在我们的社交生活中占了举足轻重的地位，但是人与人之间绝大多数的关系还是在现实生活中建立的。我们同家人住在一起，与我们的父母、伴侣、孩子、兄弟姐妹

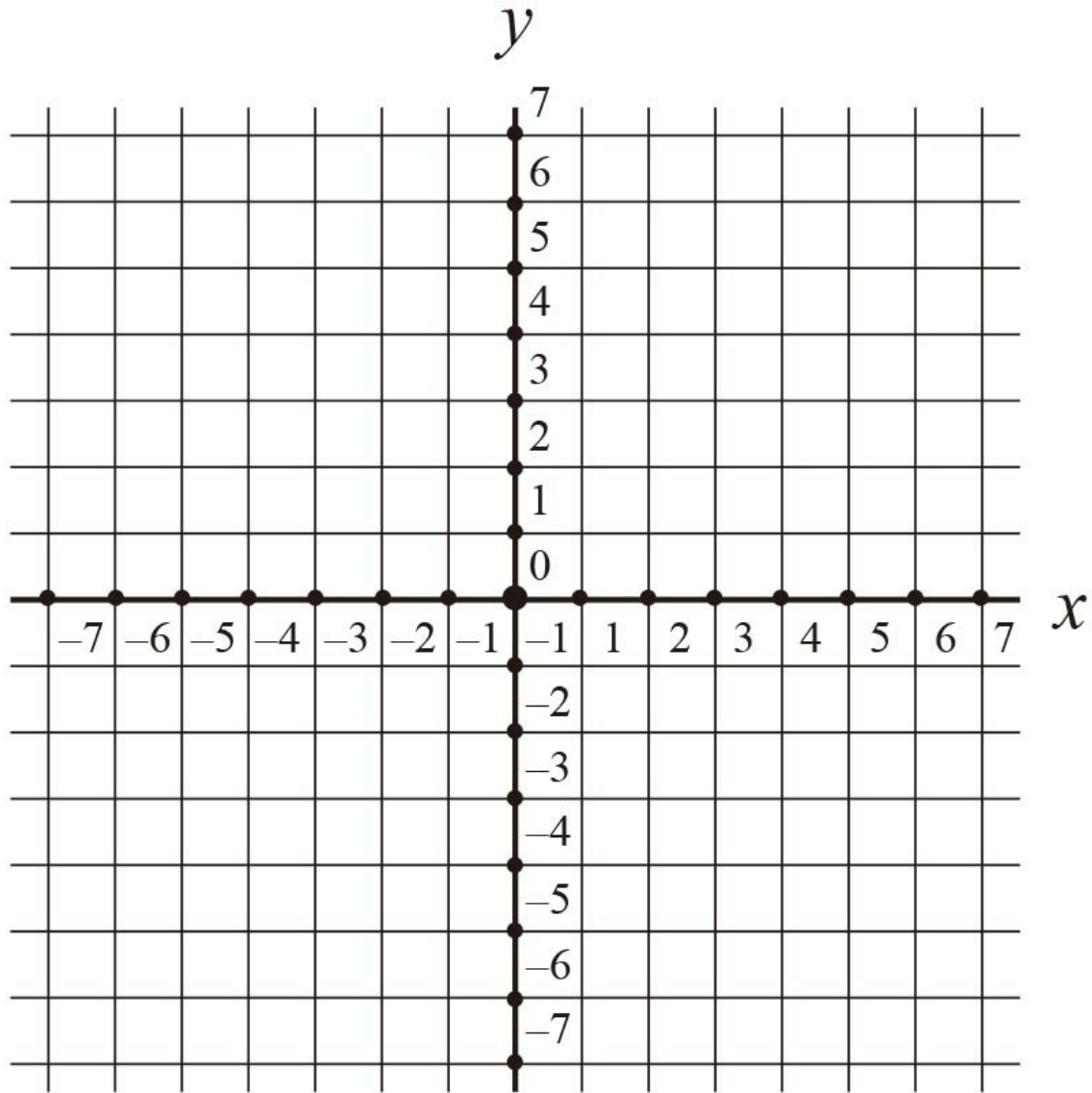
进行沟通；我们去上班、上课，与朋友约在饭店碰面，观看戏剧和演唱会，从学校里接孩子。无论是解雇员工还是与恋人分手，我们都应该面对面地把消息告诉对方。如果用短信、电子邮件或是信件和电话来了事，别人会觉得你很不够意思。著名电视剧《欲望都市》（*Sex and the City*）里有这么一集，凯莉·布拉德肖一觉醒来，发现男友伯格在她的手提电脑上贴了一张便笺，就这么同她分手了。凯莉的朋友听闻后全都怒不可遏，她们一致认为，面对面把话说清楚才是唯一说得过去的分手方式。

在这里，我想让大家思考一个问题。我们在会话中，会用实际距离来形容心灵之间的距离，那么，这种说法是否源于我们的实际体验呢？

实际距离与心理距离

什么样的人才算是与人情感疏远的人呢？我把这个问题抛给了我的学生，他们告诉我，那些情感疏远的人就是那种即使身边充盈着快乐、恐惧甚至重大的打击，却依然能无动于衷的人。感情冷漠的人不太会为电影感动流泪，他们不大会为身边事或新闻而欢呼雀跃或黯然神伤，对别人的生活不大关心，也不怎么会表现出同情或悲悯。

为了探明实际距离是否能让人在情感和心理上越发疏远，研究人员特意让实验对象在一张笛卡儿平面上标出两个点。下图即笛卡儿平面的图例：



研究人员将实验对象分为两组，要求其中一组将两个点标得近一些，引导他们体会接近的感觉；而另一组则要把点标得稍远一些，引导他们体会疏远的感觉。这两组实验对象的唯一不同，就是他们所标出的两点间的距离远近。

接下来，实验对象按照指示阅读了《欲望单人床》（*Good in Bed*）里的一段文字。这本书是詹妮弗·维纳的一本畅销小说，女主人公在一本杂志上发现了前男友发表的一篇文章，标题为《爱上胖妹》。原来，

这篇文章写的正是女主人公的事情，自然也让她心里五味杂陈。实验对象需要回答自己在阅读这段文字时是否乐在其中，觉得这段文字是否有趣，以及是否愿意继续读下去。研究人员发现，在图中标记的两点之间的距离，竟能影响实验对象对他人情感的远近，这结果与研究人员的预测是相符的：那些标出的点距离较远的人更喜欢那段难堪的故事，也觉得故事情节挺有趣；而标出的点距离较近的人却觉得这故事让他们难堪，读起来也不太舒服。

研究人员将令人难堪的故事换成了一段血腥的文字，这一次实验又一次印证了实际距离对心理距离的影响。研究人员让实验对象阅读了一段文字，文章内容是，一对兄弟在一次车祸中受伤，其中一人伤势严重，乞求另一个人了结他的性命。这一次，研究人员没有问实验对象是否喜欢这段文字（因为他们希望没有人喜欢这样一个悲惨的故事），而是给了他们一份描写各种积极和消极情绪（如热情、伤悲、沮丧、激动等）的列表，让他们依据列表来为自己的情绪打分。从打分结果来看，与标出的点距离较远的人相比，那些标出的点距离较近的人的情绪要明显低落。不要忘了，他们所做的，仅仅是在阅读前标出了两个点而已。

这两个实验都明白地告诉我们，空间因素能够对我们的情绪产生影响，实际环境中的某些暗示会引发我们脑中的相关情感，从而影响到我们的观点和情绪。

离得越近越好吗？那可不尽然

这些实验结果向我们揭示，应如何利用环境来影响自己和他人。我不敢打包票，各位读者在自己的人生中，都与自己的另一半或下一代、父母、友人、同事或上司有过重要的谈话。下次再遇到这种情况之前，我们可以花几秒钟的时间调整自己与对方的距离，找到一个最适合表达观点的位置。思考一下该如何与恋人并肩而坐，又该如何与面试官面对面交谈。有的时候，你希望与你谈判的一方能够理智冷静而非感情用事；但有的时候，你却希望对方能受你的情感的带动。具体情况要视谈话内容而定。比如，如果你想和老板谈加薪事宜，那你的老板是应在情感上与你亲近一些好呢，还是疏远一些好呢？答案可能得看你想要加薪的理由了。如果谈话重点围绕的是你个人生活的窘境以及你对钱的迫切需求，那么让上司与你在心灵上拉近一些也未尝不是一种好办法。这样一来，你的上司就更加能够体会你的需求，可能也就更能同情你的处境，那么你加薪的概率也就提高了。但反过来，如果你告诉上司另一家公司正拿高薪挖你，而你希望上司能够给你提供同等或更高的待遇，那么你或许应该让上司处在一个比较远的角度来看问题，因为你希望上司能客观看待此事，不要被气愤或嫉妒障了眼。这种情况下，你应该与上司拉开一些距离坐下。

试想，你要和另一半进行一次严肃的交谈，你想让对方知道，他或她在你身上花的时间不够多。在这种情况下，你最好拉近你与对方情感上的距离。你需要对方的同情，需要对方理解你茕茕孑立时的痛苦。如果你能和对方坐得近一些，那么你的谈话也就更有力一些。换一种情况来说，如果你想告诉你的上司你要辞职，那么你就应该让对方的情感漠然一些，所以你可以把椅子移开一点坐下。同样，如果你想告诉你的父

母你要结婚了，但父母对你的另一半不大认同，或者你想要选一门父母不看好的科目做主修，“干吗选哲学？工商管理不好吗？”）那么你就不能坐得离他们太近。拉开你与对方的实际距离，你也就拉开了彼此的情感和心理上的距离。听了你的消息后，对方也许仍会感到怏怏不乐，但由于你们之间保持着一定的距离，这会让他们双方都比较容易用客观的视角来看待问题。

如果你选择在一家餐厅里进行这种严肃的谈话，那你就应该事先想好你是想让对方在心理上与你亲近一些还是疏远一些。做好决定后，再挑选合适的座位。一些谈话最好在有大桌的饭店里进行，这样你就可以用桌子拉开你与对方的距离。而另一些话则适合在小桌边促膝交谈，甚至并排而坐才会达到最好的效果。在与人第一次约会之前，想想你打算拉近还是疏远你与对方在情感上的距离，然后再视情况挑选饭店。大桌子会为你们制造距离感，小巧舒适的桌子以及吧台边的座位都能为你们营造亲近感。待在家里的日子，你可以思考一下如何营造亲密的氛围。你家的餐桌是那种长长的、让每位客人都能松散落座的类型吗？还是那种让大家肘挨肘围坐一团的桌子呢？在不少电影中（特别是老电影），恋人身体之间的实际距离常用来隐喻心灵之间的距离，比如在非常肃穆的长桌两头坐定的夫妇二人，彼此的心也是疏远的。其中，两人身体之间的间隔就是情感距离的一种象征。餐桌即便不大，但如果一家人像是在参加晚宴或庆祝节日那样坐得齐整且彼此间隔很大，那么我们可以看出，这个家庭是缺乏温暖的。电影《美国丽人》中具有标志性的晚餐场景，就将以上观点展现得淋漓尽致。

这些研究结果也可以为设计工作环境和公共设施的建筑师们所用，让他们理解心理距离对于人与人实际距离的影响。如果实际距离的接近果真与心理上的亲近有所关联的话，那么在工作场所中也应设置相应的地方，让同事们能够接近而舒适地聚在一处开展头脑风暴。那种每个人都埋首于单人隔间的办公室有助于独立完成工作，但大家并排而坐的大房间则可以促进团队精神。总之，一切都要看你想如何利用你的工作空

间。

同样，你也可以在翻新房间或购买家具时应用这些研究成果。好好思考一下，你想把沙发和座椅摆放在什么位置？你想把办公室装修成什么样的风格？如果你家里有一张坐12位客人都绰绰有余的长桌，但是就餐的只有4个人，那么你就可以考虑安排所有客人都坐在桌子的同侧，或者只利用桌子的一半，好让每个人坐得紧凑一些。这样一来，就餐氛围和谈话内容肯定会更加温馨。没有所谓放之四海而皆准的公式，具体情况要看客人的身份，还要看你是想拉近还是疏远客人们情感上的距离。上文中的实验告诉我们，影响我们心理状态的因素不仅是人与人之间的距离或落座的位置，就连桌子上餐盘的摆放和每道菜之间的距离也可以对我们产生影响。

如果你正盘算应该把家搬到哪里，也可以借鉴这些研究成果。我是在外公外婆的家里长大的，二老和我的两位叔公住在同一座房子里，但并不同屋。回想同住的那段时光，几人总是磕磕碰碰不断，我觉得，如果大家不住那样近，那么这些摩擦其实是可以避免的。我并不是说身体上的亲近不好，我只是说，实际距离的缩短意味着情感上的亲近，而当牵扯到不同的当事人和不同的环境时，情感上的不分彼此未必是件好事。对几位老人来说，情感上拉开一些距离或许是非常必要的。

许多恋人虽然相隔千里，却仍然能够维持远距离恋爱。有关远距离恋爱的研究表明，实际距离对于恋爱关系有“既能覆舟亦能载舟”的作用。一些恋人忍受不了远距离带来的压力，有些人却表示“距离产生美”，他们还说，真等到两人相见时，反倒想念起自己的私人空间了。

实际距离到底对心理距离有何影响，某些人群是否更易受到实际距离的影响，这些问题还需要更多相关的研究来解答。但是，上文中介绍给大家的研究仍是有力的证据，它告诉我们，即便是那些与我们没有直接关系的空间上的距离，也能引起我们心理上的反应。情感上的距离感是与实际距离相关联的。

我们在空间中所处的位置，可以影响到我们与他在心理上的距离感。毋庸置疑，我们的直觉会将垂直高度、尺寸大小与力量联系在一起，而我们的思想、感觉、判断、决定以及行为也会受到这些空间度量因素的影响。我们在接下来的一章里会做进一步的探讨。



第八章

你的身高：隐含在高低与大小之中的权势
和地位

在上一章中我们谈到了实际距离，我们知道，我们在空间中的位置会影响他人与我们在情感上的距离。在这一章里，我将会探讨另外两种空间度量：事物的高低排列以及尺寸大小。我们还会探讨这二者对于我们的思想、感觉、判断、决定以及行为的影响。我们将会看到，我们之所以将高度和尺寸与力量联系在一起，是本能使然。有的时候，我们可能会将高度与尺寸混为一谈，比如个头高的人给人的感觉除了高之外，视觉上也很庞大，然而这并不代表二者可以完全重叠。

自上而下：高度与力量

查理·卓别林的电影《大独裁者》（*The Great Dictator*）中有这样一幕滑稽的场景，为我们形象地展示了个头高于常人的人所占的优势。在这幕戏里，电影名字里所指的独裁者亨克尔正准备接见盟军的另一位独裁者本其诺·那帕罗尼。就在会面之前，亨克尔的顾问对他说明如何才能气场上高出那帕罗尼一头：亨克尔要从远处那道门进屋，看到这情势，那帕罗尼就不得不低头弯腰地穿过屋子去迎接亨克尔，这样一来，他从会面一开始就只能坐在一个较低的位置上，会晤全程都得抬头瞻仰大独裁者亨克尔。（虽然电影里的剧情明显运用了夸张的讽刺手法，但是根据建筑师阿尔伯特·斯皮尔所说，那段长而难走的走廊正是希特勒的有意之举，成了他的战后总理府的一个突出特征。）可亨克尔万万没有想到，那帕罗尼一进屋就直奔亨克尔的椅子背后，拒绝坐在亨克尔指给他的“婴儿凳”上。然后，那帕罗尼居高临下地站在坐着的亨克尔身边，过了一会儿，又坐在大得夸张的桌子上，用背对着亨克尔。会晤完毕后，两人去刮脸，为了坐得高一点，两人都拼命地抬升自己的液压椅，想要高出对方一头。最终亨克尔依然没能如愿。

2010年，由于土耳其总理埃尔多安对以色列的指责，加上一部著名土耳其电视剧对于以色列人形象的诋毁，以色列副外长丹尼·阿亚隆邀请土耳其大使进行会晤。他安排切利克科尔大使在一张比自己的座椅矮上足足几十厘米的沙发上就座。土耳其大使坐在下手，仰望对方以色列代表不苟言笑的面孔，这是在公众面前对土耳其的莫大羞辱，任何看过会谈照片的人都能一目了然。这件事在以色列、土耳其以及世界各地引起了不绝于耳的批评声，事后，由于差点导致以色列和土耳其两国的外交关系崩溃，这位蒙羞的土耳其大使被召回了安卡拉。

我们且不考虑（现实且夸张讽刺的）政治因素。在我们看来，垂直方向上的定位与力量是相联系的，我们觉得个头上高人一等是力量的象征，而低矮则等同于没有权势。因此，高度和上下排列成了社会生活中不可忽视的符号。

力与高度之间的联系由来已久，在我们的隐喻句中，这种例子比比皆是：他把哥哥看得很高；他对自己评价很高；他在工作单位处在高位；他在企业的晋升阶梯上爬得很高；在这项很重要的工程中，他给她打下手；把他的傲气往下挫一挫。

按照具身认知的理论，我们不仅在会话中使用比喻，就连思考时也使用这种象征隐喻的方法。当想到力量时，我们会在脑中以竖直排列的方式虚拟出力量的概念。大脑将对于力量的认知按一条竖直的线排列：冲击力强的事和强大的人排在竖线的顶端，软弱的人或平淡的事则排在竖线的底部。研究亦表明，每当需要区分强势与弱勢的双方之间关系的时候，我们习惯按照垂直的线来排列，强大的事物总被排在顶部，而软弱的则总是无一例外地落在底端。

那么，我们的直觉是否会自动将力量与高度联系在一起呢？为寻求解答，上文中的研究人员又进行了一次实验。他们用电脑向实验对象展示了几对词组，这些词组表示的是力量不对等的关系中的双方成员，比如雇主和雇员，军官和士兵，主人和奴仆，以及法官和被告人。其中一方代表较为强大的群体，另一方则代表较为弱勢的群体。这些词组都是竖直排列的，其中一个词出现在屏幕的上方，另一个词则出现在下方。看完后，实验对象需要以按键的方式，用最快的速度回答哪一方强大，哪一方弱勢。实验结果与我们在上一章中看到的斯特鲁普效应相符：当强大的一方出现在屏幕下方时，实验对象所用的判断时间会稍微长一些。而当弱勢的一方出现在屏幕上方时，实验对象的用时也会相对长一些。比如，当“雇员”一词出现在屏幕的下方时（也就是弱勢一方在我们大脑中的位置），实验对象就比较容易将其归为表示软弱的词语。也就是说，当表示强大和弱勢的词语在高度上的排列与我们的直觉对其的高

度定位相符时，实验对象的反应也就会更敏捷。

根据另一项研究，当实验对象看到代表强势群体的词语时，他们大脑中与上方空间对应的区域会自动激活，让他们在无意间将注意力移向电脑屏幕的上方。而看到表示弱势群体的名词时，他们则会自动关注屏幕的下方。

研究人员进行了进一步的实验，他们让实验对象在电脑屏幕上观看动物的图片。每张图片的播放时间都非常短（800毫秒，也就是说连一秒钟都不到）。实验对象需要用1~9几个数字，来表示在野外遇到每种动物时心中所产生的恐惧。其中一些图片上的动物是我们公认比较强大的，比如狮子、老虎、狼以及北极熊，而另一些动物则是比较温驯的，比如绵羊、松鼠、兔子等。公认比较强大的动物图片出现在屏幕上方时，要比出现在下方时更有威慑力。而温顺动物的图片则没有出现这种情况。

这些研究结果让我们看到，我们是用高低排列的方式来理解力量的。在无意之间，事物在垂直位置上的排列会影响到我们对于力量的诠释。也就是说，我们更习惯于把个头较高或坐在上座的人看得更强大一些。

底线和职位阶梯：解析职位

另一组研究人员将目光投向了空间定位与职场地位之间的联系。他们给实验对象看了一幅图，图中表现的是一家虚构企业的组织结构。这幅组织结构图分为两个层次，在较低的层次上有5个方格，由一条水平的直线连接；在较高的一层只有一个方格，这个方格通过一条垂直的线与位于底层中间的方格相连。上方的方格代表的是管理者，方格中有一张身着正装的中年男子的照片，也就是这位管理者的形象。实验对象被分为两组，两组所看的图的唯一不同，就是那条连接管理者和底层方格的直线的长短。其中一组所看的图上，管理者方格与底层方格间的竖线长度约为2厘米，而另一组看到的图几乎完全一样，但竖线要长一些，约为7厘米。接下来，研究人员要求实验对象为这位管理者的5个特征打分，比如主导权、地位、在企业中的权威性等等，这些特征全都是力量的象征。实验对象还需要为管理者的个人魅力打分，比如，他很热情吗？能鼓舞人心吗？这些性格特点与权威并没有直接关联。研究发现，相比之下，看到竖线较长的图表的实验对象认为管理者要更为强大。竖线的长短并没有影响到实验对象对管理者个人魅力的评判，只影响了他们对管理者强势与否的看法。

研究人员将上述实验倒转了一下，他们先给实验对象看了有关管理者或领导人的描述，其中有的人被描述得很弱势，有的则显得很强势。接下来，实验对象接到一份企业组织结构图，并要求把代表领导的方块放在图上。从研究结果来看，人们摆放方块的位置，直接受到有关该领导权力大小的信息的影响。如果实验对象读到的领导是强势的，那么与另一组相比，他们就会把方块摆得高一些。如果把实验道具换成领导者的照片，那么结果仍是大同小异，领导者看上去越强势，实验对象在领

导层和底层之间画的竖线也就越长。

以上研究结果对于制作公司或机构组织结构图很有帮助。组织结构图通常会利用各种标识，以便人们认识企业复杂的结构。在我们浏览或展示一幅组织结构图时，权力较大的人通常放在顶端，而权力较小者通常在底部，这一点已无须赘述。但上文的研究告诉我们，连接每个层级的直线长短也是不可忽视的因素。在为潜在投资人、买主或捐赠方做演说时，如果你希望强调组织中的某个部门或某个职位的重要性，那就可以把这个部门或职位与下一级别之间的连线画得长长的。

垂直定位和力量之间的联系是密不可分的，就连垂直连线的长短都能影响我们对某人权力大小的看法。我们可以在广告宣传中利用这种联系，将冲击力强的观念和图像推向脑海视线的上方。比如，我们可以把企业的名称或企业的强项放在看板、荧幕或印刷品版面的高处。

说到垂直方向上的定位，我们当然会想到“高度”。现在，就让我们展开来看吧。

成功有大小，主观分高低

加拿大的研究人员进行了一次别出心裁的实验，他们选择了一些政客，比较了公众在他们当选前后对其身高的估测。1988年，出生于蒙特利尔的加拿大商人布莱恩·马尔罗尼在大选中获胜，研究人员发现，在马尔罗尼获选后，公众对其身高的估测要比获选之前的估测高。对于那些落选的政客而言，情况恰好相反。在这些人落选后，他们在人们的眼中也变矮了。这些研究结果告诉我们，力量与高度之间的影响是双向的。高大的人在我们看来要显得更加强大，同时，我们也会觉得强大的人要显得比本人更高大一些。换言之，人一旦身处要职或手握重权，身高也会跟着“窜一窜”。

在我看来，我外公外婆一家简直就是父系社会的绝佳缩影。我的外公是家中说一不二的领导者，而他的老伴和子嗣全都对他毕恭毕敬，甚至有点敛容屏息。我的外公博闻强记，家境优渥，还没有互联网的时候，他就是我最好的百科全书。周五和节日聚在外公外婆家吃晚餐时，外公就像国王一样主掌着全局，他总是坐在上位，让外婆和其他的家人为他端菜。当他开口讲话时，家里没有人敢插嘴。我们这些小孩只要有些吵闹，他嘴里发出的“安静”两个字立马就会让我们鸦雀无声。

我一直觉得，外公是个身材高大的人。在我的记忆里，他要比身边绝大多数人都高。直到他去世后，在浏览他生平的照片时，我才意识到我对他身高的回忆是错的。在现实中，他比自己的两个儿子都要矮，从总体上来说算是中等偏下的身高。从我手中的照片来看，他的个头充其量也只能算是中等，但我还是特地去找母亲确认过之后才相信了自己的眼睛。即使在意识到我“高看”了外公后，我记忆中的外公形象仍然在家人之中高高在上。

身高与事业成功和领导能力之间有着紧密的联系，我们的身边不乏这样的证据。数据显示，即便将职位所要求的教育水平和实际能力等因素都纳入考虑范围，个头高的人的收入仍然相对较高，在高级职位中所占的比例也较大。在首席执行官和经理中，个头挺拔的要多于身材矮小的，绝大多数美国总统的身高都要高出常人（但詹姆斯·麦迪逊的身高却只有区区1.64米）。一些研究甚至发现，身高与心理健康是呈正比的。

身材高大的人之所以更成功，背后的原因或许是多重的。研究人员指出，个头较高的年轻人往往更受欢迎，因而就有更多的机会来锻炼自己的社交能力，从而自信心也更强，让他们在以后的人生中受用。其中一个重要原因就在于，我们习惯于将身高与力量联系起来。因此，在其他因素基本持平的前提下，个头较高的人常给人留下更强势的印象，在人们眼中也更为权威。个头较高的人比较容易赢得好职位和高薪金，而这也反过来进一步巩固了力量与身高之间的联系。

选个块头相当的人欺负

强者会为我们留下高大的印象，但我们对对方身高的印象，还要看与对方相比我们自己是感到强大还是软弱。我们对于（自己及被观察一方）身高的主观印象，要经过大脑的好一番权衡比对。

为了验证以上说法，研究人员先把实验对象分为两组，然后为他们分别制造出强大和软弱的感觉。研究人员要求其中一组描写一段自己掌控他人的经历，另一组则需要写出自己受别人摆布的经历。然后，研究人员给大家看了一张人像，并请他们估测此人的身高。那些在回忆中处于强势的人更容易低估照片主角的身高，而那些在回忆中处于弱势的人则更容易高估其身高。换言之，对于那些感觉强势的人来说，照片中的人显得矮一些；而感觉弱势的人则觉得照片中的人显得高一些。

研究人员又进行了第二项实验，这次，他们没有让实验对象回忆自己的经历，而是直接制造出强势或弱势的体验。研究人员请实验对象以两人一组的形式来到实验室，让他们玩“独裁者博弈游戏”。游戏中有两个角色：长官（亦称独裁者）以及响应者。长官可以拿到10美元，有权独自决定如何与响应者分这笔钱。也就是说，长官掌控着整个局势，而响应者则处在任人宰割的地位，手无寸权。强势的独裁者和弱势的响应者这两个角色是随机选择的，在游戏结束后，研究人员要求实验对象估测对方的身高和体重。与第一次实验结果相同，由于那些担任独裁者一角的参与者感觉更加强势，因此更容易低估对方的身高体重，也就是说，对手在他们眼中显得比实际上要更加矮小。而与此相反，那些不幸沦为响应者的实验对象由于心生无力的感觉，因此把对手看得比实际上要更高更壮。

同类型的实验证明，我们对力量的认识也会影响到我们对自己身高的估测。研究人员进行了两次实验，他们先让实验对象回忆自己处于强势或弱势的经历，或是让实验对象在模拟职场中扮演强势（管理者）或弱势（职员）的角色，为他们营造出强势或弱势的感觉。接下来，研究人员发给实验对象一根柱子，每根柱子的长度都是为实验对象量身定做的，正好比每人的实际身高高出大约50厘米。然后，实验对象需要在柱子上标记出自己的身高。相比之下，那些感觉强势的参与者对自己的身高估测要高于感觉弱势的一组。

我们的感觉越强势，就觉得自己越高，看别人也越矮。这让我们又一次看到，我们对于周围环境的感知往往掺杂有主观因素，受到情绪和心理状态的影响，即便是在看待身高这样客观的特征时也是如此。

你肯定见到过开着一辆车身庞大的SUV（运动型多用途汽车）、在茫茫车海中“高人一头”的人，也一定暗自猜想车主为这庞然大物到底下了多少血本。诚然，这样的想法一般来说都只是我们一时玩笑起念，我们也不排除许多人购买SUV是因为看中了车子的安全性，但是，我们仍然无法否定力量与高度的联系在大型车销售中扮演的角色。

摄影与传媒：为力量裱个镜框

我们的大脑会自动将垂直定位与力量联系在一起，因此，图像中的摄影角度也会影响到我们对图中人物的看法。媒体是否滥用了大脑的这种联系呢？强势人物在照片中的呈现角度是否与弱势群体有所不同呢？几位研究者就这些问题进行了深入调查。照相的角度有许多种，这一点我们外行人也明白。即使无法不差毫厘地测量出精确角度，我们也知道，概括来讲，一张照片的摄影角度有低角度、高角度以及水平拍摄之分。拿到一张从下往上拍成的照片时，看照片的人需要用仰角来看照片中的人物。

研究者从2006年《时代》杂志的“世界100名最具权威和影响力人物”以及“100名21世纪最重要的人物”排行榜中选出了一些权威人士的照片，然后，他们将这些既权威又有影响力的人物照片交给专业摄影师过目，没有向他们透露实验的真实目的。接着，研究人员要求摄影师们推测这些照片的拍摄角度。这些摄影师认为，照片中大部分都是以低角度拍摄出来的。也就是说，我们是仰视着来看照片中的人物的。这告诉我们，摄影师以及杂志编辑都喜欢用仰角来诠释重量级人物，好让他们显得强大而有力。

研究人员没有止步于此，他们选出一些《时代》杂志中的人物照片，又找出相同的人物在维基百科或脸谱网（该网站属于社交网站，不牵扯权势）个人主页上的照片，将二者进行了对比。研究人员发现，在不同的场合背景下，同一个人照出的照片角度是有所不同的。由于《时代》杂志为精英人士评出的排行榜要比维基百科和脸谱网更强调权威，因此排行榜中的照片更多选用了仰角。越想为人物塑造强大的形象（无论是有意还是无意），你就越该改变照片的拍摄角度。

“荷塞奖”获奖作品中包含来自各大新闻事件的各种素材的照片，研究人员从2007年的照片库中选出一些作品，来对比照片对强势和弱势群体的呈现。他们请来3个人（这些人都不是摄影师），让他们分析每张照片呈现的人或事是强势的还是弱势的。然后，他们又让专业的摄影师来分析每张照片的拍摄角度。那些呈现强势人物或事物的照片多为低角度拍摄，而以战争和贫困为主题、表现弱势人物或事物的照片，则多选用高角度拍摄。

研究人员在实验室里进行了另一项研究，让学生为一个学生组织的宣传册选一张合适的照片。这项实验对参与者有两项要求，应组织秘书之托，学生们需要选一张学生组织新上任主席的照片，还要选一张助手的照片。也就是说，一张照片上的人物是权威人士，另一张的人物则职位比较弱势。研究人员发给学生们3张照片，照片上是同一个人，但拍摄角度各有不同，一张是低角度，一张是高角度，一张是水平拍摄的。在为权威人士选择照片时，学生们更多地选择了仰角拍摄的照片。

抓住力量的瞬间

这些研究结果向我们证明了摄影角度的重要性。由此我们可以看出，利用这种潜意识的联系，各类传媒都可以刺激我们产生特殊的情感反应。当记者想要向我们呈现一组有震撼力的画面或某位大人物时，他们喜欢使用低角度去拍摄，以此来控制读者的观感。下次你从报纸或网络上看到领导人、政客或是首席执行官的照片时，不要忘了，作者或出版人可能正利用这照片来影响你对照片人物的看法。在你对照片所呈现的故事下定论之前，可以先思考一下照片的拍摄角度和新闻发布者的意图。

其实，在处理我们自己的照片时，以上原理才是最有的放矢的！无论是在发帖子还是为面试、简历、约会或社交网站挑选自己的照片时，你都可以对上文中的信息加以利用。思考一下，你希望为别人留下怎样的印象，然后根据不同的需求挑选出适当角度拍摄的照片吧。

高低与力量之大起底

从人类学的角度来看，许多与统治和屈服有关的行为都与垂直方位上的高低定位有关。许多动物都以占据上位、将对手扑倒在地的方式来建立自己的统领权，狗就是其中一例。相比于地面而言，雄性犬通常喜欢在树木和柱子等竖立的物体上小便。

对于人类而言，在他人面前双膝跪地是屈服的象征，这在全球各地都是通用的。在经典老片《国王与我》（*The King and I*）中，暹罗国的国王告诉他年轻的家教安娜，在他的王国里，没有人可以把头抬到超过国王的高度。接着，在落座时，他命令站着的安娜坐在地上，不让她的头超过他的高度。无论我们是百姓还是皇族，力量与高度的联系都是我们凭直觉就能够理解的。通过进化，我们懂得位置越高意味着级别越高，有了重力的协助，占据高位的我们既容易进攻也容易防守。

童年时，我们既弱小又低矮，这是我们一生中最脆弱的一个时期。自从出生那时起，我们就得仰视那些俯视我们的成年人。柔弱而无助的小宝宝一旦产生饥饿感、疼痛感或是一丁点儿的不适，便会哇哇大哭，吸引比自己更高更壮的人的注意。弱小的婴儿知道，他们完全要依赖比自己更高更大的人来喂养他们、安抚他们、为他们更衣、在他们感到不适时给予援助。蹒跚学步的幼童虽然掌握了说话和走路的技巧，但还是要靠父母或看护人提供养护和指导、陪他们玩耍。成年人会告诉他们何时吃饭睡觉，指点他们该去哪里。成年人陪他们玩耍，为他们读故事书。成年人不仅能提供看护，还具有绝对的权威，还会时而施以惩戒。成年人的形象是强大的。

到了上学的年纪，教师这种权威人物出现了。个子高一些的孩子或

哥哥姐姐会支配那些矮小或年幼的孩子，有时为达到目的还不惜动用武力。个头高的青少年通常在体育运动上得心应手，也比较容易吸引女孩子。这么一看，难怪我们从小就将身高、身材与力量联系在一起。

即便是成年人，在面对人高马大的对手时也容易心生畏惧。同样，个头较高的成年人比较容易在各类体育竞技中游刃有余。领导者、教师、职员、教授或管理者们通常喜欢站在讲台上讲话，好让自己看起来更高一些。在奥运会的领奖台上，金牌得主总要站在比银牌和铜牌得主更高的位置。管理人员的办公室常常设在顶楼，顶层开阔的景观自然是一个原因，但我们不要忘了，占据高位是力量的象征，而管理人员正是因为拥有权力，才得以坐拥好景观的。每当我阅读早报的时候，我总会浏览归纳股票前日行情的小箭头。如果箭头是向上指的，我便会笑逐颜开。如果箭头下挫，我可就要发愁了。

从古至今，人类社会中出现的首领们总爱修筑庞大的建筑，以彰显自己的权力与资源。埃及法老派人建造的金字塔表面看来是作墓穴之用，但金字塔那金光灿灿、高耸入云的外表同时也在向外界宣告，法老不仅拥有财富与权力，手下还有为数浩大的劳动力受其调遣。在历史的长河中，玛雅人、阿兹特克人、印加人、中国人、印度人以及高棉人都曾建造过规模庞大、美轮美奂的宫殿和庙宇，不仅是向国王和神明致敬，也是不容置疑的权威的明证。

从20世纪40年代末起，斯大林下令在苏联首都莫斯科建立一系列摩天大楼，并要求大楼的造型需混合哥特式和苏联巴洛克式的建筑风格，后人将其命名为斯大林式建筑。这些大楼就是人们所说的“七姐妹大楼”，这几幢可供居住、商用以及行政办公使用的大楼被看作斯大林高压独裁政策的标志之一。很明显，这些大楼当初的建筑目的就是要向苏联的西方对手宣布，斯大林已然具备了与美国一争高下的全部条件。这七幢大楼成了苏维埃政府的雄厚实力及丰功伟绩的一个重要标志。是啊，有什么能比七幢大楼更能彰显苏联的地大物博、科技发达呢？

时至今日，人们仍在争建全球第一高建筑的赛道上不知疲惫地奔跑着。无论社会如何进步，无论科技多么发达，无论遗传工程如何发展，也无论全球联系多么畅通，没有什么能够驯服或隐藏我们攀登高峰的本性。人类仍渴望挑战直插云霄的高峰，在高峰上捶胸炫耀自己王中之王的地位。如今，众多城市及国家都在世界第一高建筑的争夺战中忙得不亦乐乎，因为这是显示经济腾飞和国力昌盛的一个重要标志。在这本书成书期间（2013年），全球最高的三大建筑都是在前三年之内建成的：纽约的世贸中心一号楼（541.3米）、沙特阿拉伯麦加的麦加皇家钟塔饭店（601米），以及巧夺天工的阿联酋迪拜哈利法塔（828米）。就连高端公寓项目也拿高度作为自己的卖点，以彰显楼盘的奢华大气。这也再次证明了高度和力量的联系。纽约公园大道432号公寓建成后可达到426米的高度，也将成为城市天际线下的地标之一。

力量、身高与外在吸引力：高大黝黑的美男子

大企业的管理者和总裁、官居要职的政客和军官等之所以能称为重量级人物，原因就在于他们所处的职位或官位。职业和地位是能够更换的，但种族和性别等相对较为稳定的特征也能与力量产生联系。进化心理学家告诉我们，男性负责狩猎采集，而女性则承担着抚养孩子的责任。因此，女性需要从强大的男性那里寻得保护，还要依靠地位高于自己的男性来提供更多的资源；而男性则需要温顺服帖的年轻女性为他们传宗接代并待在家照看孩子。

时代在变化，在许多家庭中，男方与女方都有自己的工作，共同承担着家庭的责任。但即便如此，我们本性的遗迹依然存在。在许多女性看来，强大的男性仍然颇具魅力；而在男性的眼中，强于自己或地位高于自己的女性令他们敬而远之。如今，家庭的顶梁柱仍旧多由男性承担，而女性则多负责照顾孩子。我明白这些话听起来不啻陈词滥调，身为一名女科学家和女权主义者，我在转达这些想法和研究结果时也是满心的不服气。但是，这的确是我们所在的社会真实反映。接下来，就让我们来探究外在吸引力的秘密吧。

两名研究者想要探明高低与力量的联系是否能够应用在外表吸引力上。由于女性更倾心于强大的男性，因此出现在屏幕顶端的男性也应该给人留下强大的印象，从而更具魅力。而与此相反，如果男性果真更喜爱楚楚可怜的女子，那么出现在屏幕底端的女性给人的印象虽然柔弱，但应该更惹人怜爱。

这项研究有一个非常有趣的特点：研究者并没有告诉实验对象屏幕上的男女是强是弱，他们操控的只是这些人在屏幕上的高低位置而已。研究者找来一些男女学生，让他们看电脑屏幕上出现的男性和女性照片，并让学生为每张照片上的人物魅力打分。这些照片有的出现在屏幕顶端，有的出现在底部。结果很明显：当男性的照片出现在屏幕的顶端时（这是力量的象征），对于女性的吸引力会更大些。而当女性的照片出现在屏幕底部时（这是柔弱的象征），更能吸引男性的喜爱。

在另一项实验中，研究者从网上收集了一些照片，对比了男性和女性照片的拍摄角度。他们发现，男性照片更多是仰拍，而女性照片则多为俯拍。就像我们在前文中谈到的一样，与俯拍的照片相比，仰拍的照片多用于表现权威人士。

研究者的这些发现告诉我们，我们用来表现男性和女性的手法依然遵循着男性强大而女性柔弱的刻板印象。从总体来看，这些研究结果让我们明白，虽然性别角色的进化不可否认，但无论我们本人是否能意识到，男性仍更钟爱相对软弱的女性，而女性更倾心于相对强大的男性。

芝麻开花节节高：积极、消极，以及神仙的居所

垂直方位上的高低之分与积极和消极也有关联。上是正面的，而下是负面的。情绪低落是消极的，兴致高昂或飘然欲仙则指积极的情绪。如果某件商品很不错，我们就说这件商品的质量很高。我们说“步步高升”，表明事情正在往好的方面发展。但如果事情急转直下，我们则会说事情“跌到了谷底”。

利用斯特鲁普效应，研究人员想看看积极和消极与高低之间的联系是否出自我们的本能。当含有积极意义的词语出现在屏幕上方时，实验对象更容易将词语归为褒义词。同样，当含有消极意义的词语出现在屏幕下方时，实验对象也更容易将其归为贬义词。这些研究结果告诉我们，在我们的大脑中，积极和消极的抽象含义是顺着一条纵轴呈现的。我们的直觉不仅能够自动将力量与高低联系在一起，也会将积极和消极与高低联系起来：上就是好，而下就是坏。

神与魔鬼，这两个象征着善与恶的抽象概念也与上下相关。我们都认为，脚下的地狱是魔鬼的大本营，而神则无一例外地住在天顶，是高高在上的。研究得出的确凿结论告诉我们，人类的直觉是将神与上、魔鬼与下联系在一起的。

研究人员还发现，与神魔有关的词语在屏幕上出现的位置，会对实验对象的判断力产生不可忽视的影响。当与神有关的词语出现在屏幕上方、与魔鬼有关的词语出现在屏幕下方时，实验对象所用的判断时间较短。

除此之外，研究人员还发现神魔与垂直方位之间的联系也会影响到我们对他人的看法。他们给研究对象看了一些陌生人的照片，有的照片出现在屏幕顶端，有的则出现在底端。相比之下，研究对象更容易将屏幕顶端的照片人物当作上帝的信徒。

这些研究结果表明，神的概念的表现形式与我们思维和身体的感知紧密相连。我们不仅习惯于仰面进行乞灵和祷告，我们的大脑也自然而然地将神与魔鬼的概念分别与高低位置联系在一起。

力量与大小：什么是大创见？

体积大的事物通常力量也大：大型动物、重型机械、大面积水体，这些东西都自然地与力量及动力联系在一起。我们将体积和社会权力联系在一起，这又是为什么呢？身处有权掌控和评判他人的高位，与打架斗殴占上风是有所区别的。从进化的角度来看，体积关系着力量，庞大的体积通常是力量的载体。我们敬畏那些体型大过我们的动物。而正是因为拥有体积与力量，我们才得以在地球上立足。

在动物世界中（我们当然也是其中一员），体积无疑是支配力的一种非语言象征。动物通过占领大片空间和伸展肢体来展示力量和权势。在遭遇捕食者时，河豚会往胃里泵水，将自己的体积扩大3倍。当青蛙发现捕食者或被捕食者抓住的时候，则会往肺里吸满气，让自己的身体鼓胀起来。而猪鼻蛇会将自己的颈部撑开，让自己看起来更有威慑力。在保卫自己的窝时，松鸡也会用特殊的姿势让自己的体积变大：它的羽毛竖起，翅膀微微张开（如果遭遇大的威胁，它的翅膀会完全打开），尾部有时会稍稍翘起，喙也会顺势张开。猫在意识到危险时也会拱起背部且浑身的毛直立。

在展示自己的力量时，黑猩猩会举起双臂，鼓起胸脯，挺起腰身，摇晃自己的四肢，有时还会上蹿下跳。通过这些动作，黑猩猩可以利用周围的环境来使自己看起来更壮实，从而显得更有势力，也更加强壮。温驯的黑猩猩在遇到强者时，会弯腰低头，蜷起自己的身体，缩小自己占据的空间，从而让自己看上去弱小一些，构成不了什么威胁，以此来避免对方的攻击。

利用斯特鲁普效应，几位研究人员想看看我们对于力量与体积之间

的联系是否出于本能。他们让实验对象看了一些词义强硬有力的词语和一些词义软弱的词语，这些词语的字体有大（26磅）有小（12磅），实验对象需要以最快的速度判断每个词的词义是有力的还是软弱的。结果，实验对象在判断字体较大的“硬词”和字体较小的“软词”时所花的时间要相对短一些。换言之，实验对象比较容易判断出大体积的硬词和小体积的软词。以上研究结果显示，我们对于体积和力量的联系是本能使然，体积较大的事物会让我们自动联想到力量。

起床了！闻一闻（大杯）咖啡的香味吧！

小份、中份、大份，中杯、大杯、超大杯……在挑选食物、服饰以及各种日常用品时，我们经常要判断出合适的尺寸。那么，我们所选择的尺寸是否能够反映出我们的感觉是否强大呢？当我们感到不那么自信的时候，是否会选择大杯的咖啡或冰沙来调整自己的情绪呢？他人选择的不同杯型的饮料，会不会让此人在我们的眼中显得更强大或更弱小呢？

为了探寻这些问题的答案，几位研究人员进行了几项实验。在其中一项实验中，研究人员让参与者阅读了几个不同的情景，然后就情景中出现的人物向他们提了几个问题。这几段文字都记述了一个人走进一家冰沙店、比萨店或是咖啡店，需要从大中小三个尺寸中做出选择。参与者需要通过几个特征对故事中的主人公做出判断，其中两个特征与身份有关（此人地位是否很高，是否受人尊敬），其他的特征与身份没有直接联系，例如是否诚实、是否有魅力等。结果表明，参与者认为，那些在故事中选择了大号食物的主人公的地位要高于选择中小号食物的主人公。那些在故事中选择了小号食物的主人公在参与者眼中的地位是最低的。食物的尺寸并没有明显影响到参与者对主人公的诚实与否或是否迷人的判断，受到影响的，仅是有关地位的评价。

从中我们得出，在我们看来，拿着大杯咖啡的人显得更加强大。不仅如此，当我们手拿大杯咖啡时，我们留给他人的印象可能要比手拿小杯咖啡时更强势一些。看来，如果想要用力量震慑别人，即便肚子只能装下半杯咖啡，我们也该考虑购买一杯大的。而从另一方面来看，如果我们希望低调一些，不想锋芒毕露的话，选择小杯咖啡才是正解。

在第二次实验中，研究人员想要看一看对事物尺寸的选择与感觉是否强大有什么关系。将142名学生分为3组后，他们让划为强势组的学生回忆一件利用权力支配或评判他人的事情；而弱势组需要回忆自己受人支配时的感觉，比如接受别人的评判或是受制于人；控制组^[1]则按要求回忆了上一次去食品店购物的情景，这件事不带任何偏向性。

之后，研究人员让学生们参加了一次表面看来与实验主题毫不相干的市场调查，他们给学生看了3张冰沙的图片，问如果学校的学生活动中心出售这些冰沙，学生们会选择哪一种呢？3张图片的冰沙大小不一，分别标有大中小3种字样。与强势组和回忆购买食品经历的控制组相比，弱势组的学生们更容易选择大杯的冰沙。换句话说，那些产生了软弱感觉的人更渴望提高地位，于是更倾向于选择大的尺寸。下次在附近的咖啡店买咖啡时，请在挑选杯型时考虑一下你刚刚读到的内容吧。问问自己：之所以挑选某种杯型，与你当时的感觉或想要给别人留下的印象有关系吗？

导致上述实验结果的决定因素，到底是产品的尺寸还是产品的价格呢？因为话说回来，一大杯冰沙的价格毕竟要高于小杯的价格。为了锁定目标，研究人员设计了一个巧妙的方法，以此来抵消其他变量对实验结果的干扰。他们在学校的3座宿舍楼走廊内支起摊子，挂上大横幅来宣传一家虚构的百吉饼连锁店。这3条横幅都欢迎同学们来免费品尝百吉饼，但每条的内容各有不同，其中第一条横幅的宣传语写着，每天早起都感到浑身无力；第二条横幅上写着，我们每天早起都精力充沛；而第三条横幅的内容则不带什么感情色彩，只是陈述早晨到了这个事实。

研究人员在3个学生宿舍里扮演企业代表的角色，邀请学生们来品尝百吉饼。摊子上共摆着两只盘子，一只盘子里盛着许多各式各样的小块百吉饼，另一只盘子里装着大一点儿的百吉饼。学生们可以随意品尝，然后对百吉饼做点评。研究人员真正感兴趣的，是每个人会取食几块大的、几块小的。结果与上文的两次实验结果相似，与其他两组相

比，弱势组（也就是看到“浑身无力”横幅的学生）更喜欢取食大块百吉饼。值得注意的是，3组学生取食的小块百吉饼数量没有什么差别，只是取食大块的数量有所不同。由于百吉饼是免费的，因此这次研究让我们看到，强大的感觉与所选产品的尺寸之间的联系，并非受到了产品价格的影响。

从以上实验中我们可以看出，即便产品本身与力量及地位无关，但产品的尺寸依然可以代表一个人的身份高低。大一些的房子和车子是身份地位的标志，这是众所周知的事实。但是上述实验也让我们看到，即便是与权力地位八竿子打不着的产品，其尺寸依然与我们的身份相关。很显然，我们不仅会拿房子和车子来衡量别人的身份，就连他们手中的咖啡也成了一杆标尺。下一次感到自己人微言轻的时候，一杯大杯的咖啡说不定会给你一些慰藉呢。

站直了！拿出气势来！

马克·吐温曾经说过：“在一场狗的斗争中，决定胜败的不是狗的身型大小，而是要看狗的斗志大小。”

各个种族的人都喜欢调整身型的大小和身材的高矮，来摆出或强或弱的姿势。和其他动物一样，我们人类也喜欢靠伸开四肢和占据更大的空间来标榜自己的地位。有的强者喜欢伸展四肢、挺身直立，占用大片的空间。而受虐的儿童和战俘等弱者则喜欢屈身而坐，头部低垂，手脚紧缩在一起，尽可能让自己蜷起来。

除了对外展示我们的强弱之外，身体的姿势是否也能影响我们对于他人的印象呢？力量是否能用实际物体来象征？特定的站姿或坐姿是否能让我们感觉强大或弱小呢？几位研究人员就这些问题进行了实验。他们把参与者分为两组，让每一组在两分钟的时间里按要求摆出姿势。强势组先按要求站立，然后双手摊在桌上、两腿分开地坐下。弱势一组则先坐下，然后再双手抱着躯干或将双手夹在两腿之间、双腿并紧、四肢蜷缩地站立起来，尽可能缩小自己所占的空间。

研究人员在实验前预先进行了一次测试，确保两种姿势的舒适度和难易度是持平的。参与者并不知道实验的真正目的，还以为是在测验心电图电极的摆放位置对数据采集有何影响。为了衡量每位参与者感觉自己有多强大，研究人员选取了几个标准来做对比。

第一个标准最为直观，研究人员只需要直接询问参与者感觉有多强大就行了。根据答案，那些摆出强势姿势的人要比弱势组感觉强大。第二个标准是测量参与者有多愿意承担风险，其中的原理在于，感觉越强大的人，也就越敢冒险。每位参与者都拿到了2美元资金，可以选择存

起来或拿来赌博，而赌博的结果有两种：输掉这2美元，或是将本金翻倍成4美元。也就是说，参与者既可以选择冒险，也可以保本把钱攒下来。在强势组中，选择冒险赌博的人占了86%，而弱势组中选择冒险的人只有60%。仅仅以强者或弱者的姿态摆了两分钟的姿势，参与者的感觉就发生了变化，对于冒险的态度也受到了影响。

研究人员不仅检测了参与者对于力量的感觉和对于冒险的态度，还测量了他们的生理变化。他们还在参与者摆出站姿和坐姿后立即采集了唾液样本，检测睾丸素和皮质醇两种荷尔蒙的分泌情况。睾丸素与支配性（比如显示力量的）行为成正比。睾丸素分泌越多，支配行为也就越多；而相应的，支配性行为也会增加睾丸素的分泌。而另一种叫作皮质醇的荷尔蒙则是一种与压力有关的激素，与感觉弱小的人相比，感觉强大的人皮质醇的分泌量更低。

研究结果显示，那些采取强者的站姿和坐姿的人所分泌的睾丸素（即与支配性行为有关的荷尔蒙）有所上升，而皮质醇（即所谓的压力荷尔蒙）分泌量则有所下降。与此相反，那些将弱势站姿和坐姿保持了两分钟的人的睾丸素却有所下降，而皮质醇的分泌却增加了。这些研究结果让人眼前一亮，也为具身认知理论提供了重要的科学实证。对荷尔蒙分泌量的检测结果告诉我们，我们的身体活动与情感及行为举止之间存在着明显的联系。我们的身体影响着我们的情绪，简单的几个动作，就可以向外彰显身体及心理的强大与否。当身体感觉强壮时，我们的心理感觉也会跟着强大起来。

以上的见解可以为我们所用。我们可以据此调整自己的姿势、动作以及言谈举止，这不仅能帮我们显示自己的力量，还能让我们感到更有自信与能力。如果你感到害羞、缺乏自信，那么就试试用强者的站姿或坐姿来为自己打气、调整心态。无论你是要参加面试、初次约会、加入一支新的团队、独自出席一场满是陌生面孔的派对，还是为了一次难对付的家庭聚会而不知所措，只要你想要增强自信，那就在进屋后（或在交流的过程中）用强者的姿势站立几分钟吧。这样一来，你不仅能够改

变你的自我感觉，连你接下来的行动和给别人留下的印象也会从此不同。

当父母或师长让我们挺身坐直时，我们对这忠告大多不会太上心。但挺直脊背的确能够影响你的自信、行为以及你给他人的印象。挺拔的站姿不仅对脊背健康有所帮助，还能补益我们的心灵！

总结及引申

原来，就连抽象概念也能在我们的身体和心理体验之中找到根源。我们对力量的理解，源于我们对于事物垂直方位的上下和尺寸大小的感官体验。在我们的大脑中，力量的概念是按照垂直的方向排列的，我们在理解力量时，同时也会将事物或人物的尺寸或体积纳入考虑范围之内。在上文中，我们提到的一些修辞手法借用位置的高低来隐喻身份或权势，而这些修辞之所以出现，并不仅仅是为了丰富我们的语言。实际上，当我们想到某人所处的崇高地位，我们的注意力也会切切实实地往上方转移。我们的想法和行为，与我们的身心体验是不可分割的。

我们可以利用本章所提到的研究结果，来让自己看上去更加强大。高度直接影响着我们对于力量的感觉，绝大多数的女人人都知道，一双质量上乘的高跟鞋拥有巨大的魔力。诚然，想要提高我们在现实生活中的地位和影响力，只靠耍伎俩是不行的。但如果把上述一系列研究教给我们的技巧（比如利用地势高的位置、摄影角度、特定的姿势，又如借用物体来彰显自己的力量）糅合在一起，再加上一些日常经验，我们就可以影响别人对我们的看法了。如此一来，我们就可以像我的外公一样拥有不同凡响的风范了。在懂得了身体与心理之间的这一层联系后，我们也就不那么轻易被高个子的人或顶层办公室里的人牵着鼻子走了。我们可以利用这些知识，来识破别人想要操控我们的意图，也能看破一些在不知不觉中左右着我们的思维的往事。

姿势和体态的重要性不可轻视。在商务或社交场合，尽量不要坐得比周围的人低。在进行商务谈判、重要讨论，或是第一次与人约会时，这一点尤其需要注意。在着手团队项目时，团队成员都应平起平坐，这样，大家才有权力和责任人人平等的感觉。与大家席地而坐的时候，也

要注意自己的位置和姿势，留心你在整个过程中所占的空间大小和位置高低给他人留下的印象。

就像具身认知学中的其他许多研究结果一样，上文中的研究也向我们指出，人类是存在偏见的，对他人的评价也难免存在偏颇。请不要忘了，将大小和高低与力量大小、积极消极联系在一起的习惯，是根植在我们的基因中的。我们常常会对别人产生误解，受到身高等垂直高低因素的影响，我们对一些人喜爱有加，对另一些人则看不顺眼。如果你一不小心又以“高”取人，或是遇到一张以特殊角度拍摄的照片，那就花几秒钟的时间来审视一下自己的看法，想想你的第一印象受到了哪些因素的影响。一旦认清了这些联系，你就可以把这些误导人的影响大而化小了。

无论你身高几何，这些研究的结果都是非常直观的：我们对于身高和位置的感觉是一种人人可用的工具，影响着我们对于力量和地位的理解。

[1] 控制组是在一个实验项目中，不会被研究者赋予自变量的实验对象集合，多作为对照之用。——译者注



第九章

消失吧，污点：身之洁净与心之坦荡

“洁身净衣近虔敬。”

——谚语

1989年的冬天，我在哈佛大学讲授心理学入门课程。这是我第一次在剑桥市过12月，我一边进行研究、教学、照顾孩子，一边尽量不让自己被冻死。总而言之，我特别需要一次假期。一天，一个朋友打电话来问我愿不愿意一起去佛蒙特州滑雪两天。她压低了声音，好像在泄露什么惊天秘密一样地告诉我，住宿费用是全免的。旅行的主办方会举办一场3小时的演示会，向我们推销一套分时度假房。朋友向我保证，我们只用参加这场演示会，就不用担心住宿费了。我的心理学经验让我心生疑窦，但朋友再三担保说我们什么都不用购买。我们只需要出席演示会，啜几口咖啡，礼貌地点头附和，然后溜到滑雪道上去享受一场如及时雨般的免费假期就可以了。于是，我们组织了4个家庭，带上孩子，开着塞得满满当当的车子，一起向北进发。

我们到达一处奢华精致的滑雪度假村，翌晨用完早餐后，我们被领进了一间宽敞的房间。四对夫妻分开落座，身边各有一名满脸堆笑的销售员，还备有文件供随时取用。我们身边的销售员不多铺垫，用早已背得滚瓜烂熟的说辞鼓动我们购买，说只要我们下决心接受分时度假这种产权，我们不仅能尽览各地风光，还能节省大笔花销。我必须承认，能到世界各地旅游，居住在非常舒适的度假房里，而花费也不比平常的度假费用高，这听起来的确让人蠢蠢欲动。透过销售员眼镜看他那专注的双眼，我明白他很想谈成这笔买卖。

如今，那家滑雪旅店早已与我远隔两地，那家旅店的细节、地点、房价甚至连那位销售员的衣着我都早已模糊了，但有一个细节我却记忆犹新：那位销售员的白衬衣袖子上沾有一块刺目的红色污点，不知是草莓果冻还是什么果酱。在他向我推销的过程中，这块污点一直吸引着我的注意力。我觉得他邋里邋遢的，让我很没有购买欲。我盯着那块污渍挨了两个小时，礼貌地拒绝了他，然后离开了。

而和我们同去的一对夫妇却对这种度假房动了心。朋友们问我为什么不感兴趣，我也总结不出什么高论，只是感觉这笔买卖欠妥罢了。销售员给我们的数据一目了然，照片中的风景旖旎，而且度假房所在地的当地人全都表示想要购买。虽然在这件事过后的几年中，我常听到别人说这种分时度假房成了累赘，想要解除合约，但在那个冬天的早晨，在那家滑雪旅店里，我还没有接触过任何有关这种度假房的负面信息。

我只是觉得，这笔买卖上沾着一块污点。

我敢肯定，我们之所以没有购买那套度假房，原因是多重的。但是其中一个原因，就是我无法信赖那位销售员和他所代表的公司。我觉得他看上去靠不住。那块在谈话过程中让我的目光无法离开的污渍，真的可以代表销售员的诚信与否吗？这看起来不大近情理。因为话说回来，销售员的衬衫是否有褶皱，体味是否清爽，这些都不是做投资决定时参考的依据，我说得对吗？

而事实并不尽然。一些研究表明，我们的潜意识会将道德与身体洁净联系起来，且联系得非常紧密。

涤净灵魂：语言、宗教及艺术中的仪式

在许多文化和几乎所有的宗教信仰中，人们常常会以卫生状况来表述与道德有关的问题。“冰清玉洁”“肮脏下流的勾当”，以及“濯清罪戾”等短语，都是行为道德与身体清洁之间的联系在修辞上的表现。基督徒给自己的孩子施以洗礼，就是为了让它们“不再做罪孽的奴仆”。

（《罗马书》6：6）犹太教徒需要在叫作“浸身池”的特殊场所施行受洗仪式，《圣经》也对受洗仪式进行了详尽的描述。印度教徒则在神圣的恒河中洗去罪愆。

一些灵性导师告诉那些寻求灵魂净化的人，把想要清除的不洁的思想想象成淤泥和污秽，然后设想用清水将这些糟污洗去。一些强迫症患者将洗手作为一种仪式来进行，在许多心理学家看来，这种病源于病人对于污浊的恐惧，与心理遭到污染的罪恶感不无关系。

弗朗西斯·福特·科波拉执导的经典电影《教父》（*The Godfather*），讲述了柯里昂黑手党家族成员错综复杂的生活故事。影片开头，黑手党的首领日渐年老，他的儿子迈克尔·柯里昂（阿尔·帕西诺饰）是一位作风正派的战争英雄，而家人也不打算让他趟犯罪的浑水。但当教父（马龙·白兰度饰）和长子桑尼（詹姆士·凯恩饰）双双遇刺后，迈克尔成了一家之主，扛起了柯里昂财团的大权，从此变身为新一任教父。

影片即将结束时，迈克尔参加了还在襁褓中的外甥的洗礼仪式。教堂中神父诵读拉丁语祷文的镜头过后，电影画面转移到刺客们安排车辆、掩护以及武器的场景。神父问迈克尔：“你是否弃绝撒旦魔鬼？”迈克尔回话：“我弃绝他。”与此同时，我们看到了迈克尔的敌手被暗杀的

景象。导演特意将这段洗礼的圣洁镜头与令人不忍直视的暴力场景交织在一起，清水淋向婴儿的头部，我们仿佛看到了救赎与罪愆之间的矛盾撞击。原本纯洁的主角在杀戮的人生中受到了鲜血的洗礼，弃绝了他曾经拥有的天真。上帝与邪恶并存于世，而科波拉利用涤荡万物的清水，以及充满了复仇和牺牲的鲜血，将这场永恒的道德冲突展现在我们面前。

谁能不染尘？

洁净与道德之间的普遍联系不仅仅限于修辞手法和艺术作品，我们确实实是把身体的洁净与道德水准联系在一起的。一些学者就此展开了研究，得出的结果很吸引人。

良心受到谴责的人是否更需要清洁自己的身体呢？这些人是否更加重视与清洁有关的物体呢？钟晨波（音译）和凯蒂·李简奎斯特做了相关的研究。在第一项实验中，研究人员从美国西北大学挑选了60名学生，让他们到实验室来，然后随机把学生们分为两组。第一组学生需要回忆一件自己做过的不符合道德规范的事，比如撒谎或违法行为，然后再描述出他们对这件事的感想。另一组学生则需要回忆一件符合道德规范的事，比如承担责任或讲真话，然后再谈谈自己的感想。研究人员告诉学生，这项实验旨在调查道德和不道德行为与回忆之间的联系。之后，学生们又参与了填词测验，而这项测验表面看来与前一项实验毫无关联。填词测验给出了一系列不完整的单词，如“s_ _p”“sh_ _er”或“w_ _h”。学生们需要在空格处填上字母，使单词完整。每一题都有多种填写方式，但其中总有一种填写方式会拼写出一个与清洁有关的词语，比如，“s_ _p”可以填成与清洁有关的soap（肥皂），但同时也可以填成ship（船）、slip（滑倒）、slap（掌掴）、stop（停止）、step（步伐），或其他与清洁毫无关系的单词。实验结果很明显，与回忆道德事件的一组相比，回忆起不道德事件的学生有更大的概率填出与清洁有关的单词。

在做第二项实验时，研究人员同样也要求参与者回忆一件道德或不道德的事情。但是这次，研究人员没有让参与者进行填字测验，而是让他们在消毒湿巾和铅笔两种礼品之间挑选一种（研究人员在实验前做过

调查，这两种礼品的人气是相当的）。结果很明显：在回忆不道德事件的学生中，选择消毒湿巾的人占到了67%，而在回忆道德事件的学生中，选择这个礼品的人只占到33%，绝大多数人都选择了铅笔。

在第三项实验中，研究人员召集了27名学生，让他们手抄一份以第一人称叙述、事先定好内容的故事，并告知他们，这项实验是有关字迹和性格之间的联系。学生们被随机分为两组，第一组是“讲道德小组”，他们要手抄的故事讲的是一位诚实的办公室职员与同事竞争的事；而第二组是“不道德小组”，他们要手抄的故事讲的也是办公室职员与同事竞争的事，但这位职员手中掌握着一些来路不正的消息。虽然参与者要做的只是誊抄这篇故事，但由于故事是以第一人称写的，所以会让参与者融入主人公的视角。

“道德高尚先生”的故事，讲的是一位律师发现了一份放错了位置的文件，而他的同事亟须得到这份文件才能打赢一场官司。这位律师做了正确的选择，他把文件放到了同事的办公桌上，做了件不留名的好事。而在“道德败坏先生”的故事里，这位律师也发现了同样的文件，却缄口不语，把文件撕得粉碎，从而造成了同事的败北，为自己的上位铺好了道路。

这个实验有一个环节设计得很巧妙：在誊罢故事后，研究人员又让参与者进行了一个看似毫无干系的调查。参与者要用从1~7几个等级来评判几款产品的吸引力。其中一些产品是清洁用品，比如佳洁士牙膏、多芬香皂以及汰渍洗衣液等；另一些产品与清洁无关，比如纳特其果汁、索尼CD（激光唱片）套以及士力架等。与另一组相比，抄写了不道德职员故事的人，觉得清洁产品更具有吸引力。但在与清洁无关的产品的评判上，两组并没有什么不同。只是抄写了一篇由第一人称叙述的不道德律师的故事，参与者对清洁产品的兴趣就被点燃了。这些参与者的反应，就好似这些清洁产品真能濯洗掉那名不道德律师的一些“心灵污渍”一样。

这三项实验，让我们看到了“心理卫生”有趣的一面。或许，我们的不道德行为真能像一层污渍一般沾在我们的心灵上，让我们渴望清洁身体、重获纯洁。这种论断也许稍显夸张，但这些研究起码能告诉我们，不道德行为（即便这不道德行为并非我们自己所为）会在我们的心中挥之不去，并对我们产生影响。

不道德的行为或思想，道德上遭受的诟病，或是遭遇身体侵犯或性骚扰，都可能使我们的的心灵产生不洁感。心理学家和心理医生用“心灵污染”这个词来描述这种感觉。心理遭到玷污的人通常会产生清洁身体的欲望。几位加拿大的研究人员让一些女学生想象自己在聚会上被人强吻的感觉，又让另一些女学生想象自己在聚会上与人两情相悦地接吻。那些想象自己被强吻的学生产生了不洁感，有的人甚至想要漱口。另一组学生却没有这种反应。虽然被强吻的感觉只是臆想出来的，但仅仅这种想法就让学生有了被玷污的感觉。

一家杂志社的记者采访了一些年轻的母亲，这些母亲的孩子白天在学校或托儿所度过，而她们就利用这段时间靠卖淫赚钱。其中绝大多数是单身母亲，靠出卖身体赚钱养活自己和孩子。一位对她们的情况很了解的社工说，一天的工作结束后，她们大多都会清洗身体，好像是在让自己得到净化一般。清洗对于这些母亲来说不仅是在去除身体上的污垢，她们觉得自己在一天的工作中受到了玷污，要清洗很长时间才能允许自己回去见孩子。

不听话的身体：用罪恶感窥视身体

在做不道德的事情时，我们身体的各个部分“各司其职”。我们用嘴巴撒谎、骂人，用双手偷窃，在留下才是正确选择的时候，我们却选择拔腿就跑。身体的某些部位，引诱了多少善男信女（包括总统和军队首领）抛开道德、陷入泥沼之中。关于这个问题，我们在此先暂不做展开。

1993年，约翰·巴比特和罗雷娜·巴比特一案在媒体上掀起轩然大波。这对夫妇来自弗吉尼亚州，丈夫约翰早有家暴和不忠的名声，一天晚上，酩酊大醉的他参加完聚会后回到家，趁着妻子睡觉时对其实施强奸。罗雷娜冲到厨房拿了一把菜刀，将丈夫的阴茎割下大约一半。她为何要以这种方法来惩罚自己的丈夫呢？

回首看历史，许多宗教都将某些行为的道德与否与产生这些行动的身体部位联系在一起。《圣经》提倡追罪于施行不道德举动的身体部位，并具体规定出应受处罚的身体部位。《圣经》中记载：“凡油滑的嘴唇和夸大的舌头，耶和华必要剪除。”（《圣经·诗篇》第十二章）《圣经·箴言书》中有载：“义人的口滋生智慧；乖谬的舌头必被割断。”

虽然砍去双手的惩罚只用在极端的案子中，但是其中的含义我们还是能感受到的。这种刑法针对的是做出犯罪举动的身体部位。弗洛伊德创造出“阉割焦虑”这一术语，表示男孩在发育前期由于恋母情结而在潜意识中将父亲当作对手看待。弗洛伊德认为，在男孩子看来，惩罚、阉割与犯错时使用的身体部位是联系在一起的。

在触碰了道德的底线后，人们除了想要清洗自己的身体之外，是否

也会有冲动去特别清洗与这次越轨行为有关的身体部位呢？假如抽象概念源于我们的身体体验，那么我们可以推断，清洗的概念是与清洗这一动作相关联的。为了寻找答案，研究人员召集了87名学生，让他们想象自己是一名律师事务所的律师，正与一位同事进行竞争。与上文实验中的公平竞争和不道德竞争故事一样，学生们想象的律师也发现了一份对于对手至关重要却放错了位置的文件。接下来，研究人员要求学生们对竞争对手撒谎，说自己没有找到文件。一半的学生使用语音留言，也就是拨通对手的电话然后口述这个谎言；而剩下的学生则使用电子邮件，也就是打字写出这个谎言。

像上文的几次实验一样，这次的实验也包括一个表面上“毫无关系”的产品调查，需要学生们对各种产品的吸引力加以评判。研究人员把注意力放在其中两款产品上：漱口水与洗手液。那些写电子邮件的学生是用手来传达虚假信息的，因此他们觉得洗手液要比漱口水更有吸引力。而与此相反，使用语音留言的学生用来撒谎的工具是嘴巴，在他们看来，漱口水要比洗手液更有吸引力。也就是说，实验对象最想要清洗他们用来撒谎的身体部位。在手脚触碰脏东西后，我们会想要清洗自己的手脚，而同样的，在触碰道德底线后，我们也会想要清洗做出不道德举动的特定部位。

时至今日，截肢等酷刑已在绝大多数文明开化的国家销声匿迹，但在世人眼中，身体部位和与之对应的行为仍脱不开干系。无论是多么荒诞不经、一时兴起的念头，也无论其内容关乎政治、法律还是社会，人们都可以通过博客这一平台匿名地发表出来。因此，有象征意义的报复言论俯拾即是。例如，几位博主就曾表示，一位诬告别人对她进行攻击的女士的舌头应该被割下来。虽然我们的文明日臻成熟，但大家还是会不自主地做出这样的联想。再说了，有谁能忘记在骂人后，父母或老师爱用的那句“我非得拿肥皂把你的嘴洗干净”的威胁呢？其中的联系根源之深，或许会让这种象征的说法永远也不会过时。

清洗能给予我们道德上的纯净感吗？

不道德的举动会增强我们清洁身体的欲望，但这种潜意识的补救行为真的有效吗？身体的清洁真的能净化心灵、洗去罪恶感吗？在对朋友撒谎后，洗手（也许漱口的效果要更好）真能让我们的良心少受一些谴责吗？

为找到答案，钟教授和李简奎斯特进行了另一项实验。他们让大学生们回忆一件不道德的事，然后通过打字把这件事输入电脑。输入完成后，研究人员告诉其中一半学生，在混用电脑键盘后擦擦手比较卫生，并立即发给每个人一片消毒湿巾。而另一半学生没有收到湿巾。之后，研究人员问学生们愿不义务地参与一项研究，以解一位研究生的燃眉之急。研究人员推测，违反了道德的人应该还有负罪感缠绵于心，因此会选择做志愿者这样的方式来补救。

果不其然，在没有擦手的人中，74%的人同意义务参与研究，而擦过手的人中，只有41%的人同意参与。对于那些擦过手的学生而言，这一个简单的动作已足以给他们的心理带来慰藉，不道德的回忆带来的罪恶感也得到了缓解。他们已经“清洗”了自己的良心，纾解了愧疚。而那些没有擦手的学生却仍受着愧疚的煎熬，促使这组当中同意义务帮助别人的人比前一组多出一大截。这些研究结果告诉我们，身体的清洁果真能对我们的良心起净化的效果。

在特拉维夫大学的学生们的协助下，我进行了进一步的研究，想看一看身体的清洁是否真的能影响我们的作弊倾向。身体比较清洁的人，是否更能忍受作弊以及其他不光彩的行为呢？概括来说，我们在实验前的假设就是，如果一个人的身体没有沾染太多尘土，对不道德行为也就

更有容忍的空间。

在我们的实验中，两名学生来到校体育馆，站在通往洗澡间的门前，等待着两种人的出现：运动后大汗淋漓想要去淋浴的人，以及刚洗完澡、一身清爽的人。这两名学生单独与每位选定的实验对象进行了对话，问他们愿不愿意参与一项简短的实验，并告诉他们实验旨在研究体能锻炼对记忆力的影响。

参与者收到了一份“基础知识”问卷，上面共有13个问题。其中9个问题的难度很大，几乎没人能答上来，而其余4个问题很简单。问卷上的这些问题，是我们利用事先进行的测验搜集而来的。在事先进行的测验中，我们让学生回答了一些难度较低和一些超高难度的问题。从中，我们把每位同学都能正确回答的题目选了出来，又把那些无人答对且回答与题目正解相差千里的题目也选了出来作为淋浴实验中的难题。比如，有一个容易的题目问的是：“1米等于多少厘米？”而一道难题问的则是：“听诊器是哪年发明的？”我们之所以选了4道简单题和9道难题，就是为了让参与者的正确率在合格线之下（在13道题中答对4道题，正确率约为30%）。

我们让参与者为自己的试卷打分，以此来衡量他们的作弊概率。我们发给每位参与者一份正确答案，让他们对比打分，并另用一张纸，把自己的分数写在上面。然后，他们只需要把写有分数的纸张交给研究人员就行了，原始试卷则可以撕掉放进垃圾回收桶。也就是说，参与者很肯定主考人无法看到他们的实际表现，可以放心大胆地谎报分数。而那些作弊者却不知道，我们并不需要看他们的试卷，就可以推断出每人的得分。

与那些洗浴完毕、浑身清爽的参与者相比，那些尚未入浴、满身臭汗的学生的作弊概率要低一些。我们的实验证实了我们的假设：那些身体清爽的人，内心也升起一种清洁感，让他们有空间包容自己，谎称自己答对了一些不可能答对的问题。这些身体清爽的人，仿佛拥有了“道

德上的盈余”，好似自己道德感过剩，可以纵容作弊一样。

我们想利用第二项实验来检测，以净化为目的的清洁行为是否能影响人们的捐赠行为。我们的实验地点选择在浸身池外，也就是犹太教徒用来进行浸礼的池子。实验时间则安排在两个特别的日子：犹太新年及赎罪日。两个节日之间的十天叫作至圣日，或敬畏十日。根据犹太人的传统，在新年那天，上帝会在名册上写下每人的生死，并在一年中最为神圣的赎罪日当天做出裁决。因此，这段时间是用来反思悔悟的，教徒们在这段日子里补救自己的过错，祈祷上帝能赦免他们的罪行。旁观者也可以到浸身池中清洗自己。敬畏十日内的另一传统就是慈善活动，许多组织机构的代表都会在浸身池外搭起摊子，向参拜者们索要捐款。

我们要看一看，人们在洁净身体前和洁净身体后何时捐的钱多一些。我们预测，那些准备入池洁净身体的人更加渴望得到净化，因此捐的钱要比那些清洗完毕、得到净化的人多。

我们借用的摊位属于一家分发救济粮的真实存在的慈善机构，摊位设在距离浸身池的出入口几米远的位置。我们在摊位上摆放了宣传页，介绍这个组织的情况；还摆放了敞口盒子，供人们捐款之用。看守摊子的志愿者对实验的目的一无所知，只需要记录每笔捐款的额度，以及捐款者是准备入池还是已经施了浸礼。果不其然，入浸身池前的人的捐款要多过出池的人。

这样的结果乍看或许有违我们的直觉。你可能认为，当身体一尘不染时，我们的心灵也会更加纯净。但是，只靠直觉是无法解开感官与思维之间盘根错节的联系的。我们的研究表明，清洁身体可能会引发道德上的败坏。身体的洁净与否是个相对的概念，而只有在我们变得比之前更干净时，道德机理似乎才开始运转。正如我们所看到的一样，身体的清洁可以减小我们的罪恶感。

从概念和修辞角度来看，身体的不洁与不道德之间存在着种种联系。通过清洁身体、去除污垢，我们的良心也得到了净化，从而助长了

我们作弊的倾向，也让我们懒得去助人为乐。良心上不受谴责，负罪感也被冲淡，这似乎能让人更容易跨越一些道德的底线。身体上的洁净会引发心灵的洁净感，让我们觉得自己在道德上“零负担”，因此可以有恃无恐地做些不光彩的事。也就是说，在良心的负罪感被冲淡后，实验参与者腾出了心灵的空间，对不道德行为也就比较能睁一只眼闭一只眼了。与此相对，如果我们的身体不洁净，那么我们也就不大容易允许自己犯错，对于愧疚感也就更加敏感一些。身体的污垢会造成我们心理的不洁感，因此让我们不容许自己的道德水准再有下降。这些身体与心理互相影响的理论，正是具身认知学的精髓。

肮脏、洁净，以及道德评判

什么是道德评判的决定因素呢？为什么有的行为会招来骂声一片，有的行为却能够得到谅解呢？为什么相同的行为在有些人看来无伤大雅，在其他人看来却是伤风败俗呢？毋庸置疑，我们的价值观、成长环境、看问题的方法以及性格特征都能影响我们对于道德的评判，但是一些环境因素也能够让我们的标准有所改变。一间房间的整洁与否、气味如何，这样简单的环境因素会对我们的判断产生影响吗？身体的肮脏，会不会引起我们心理上的憎恶感，从而使我们在做判断时不易留情面呢？事实的确如此，近期的研究也已经开始放眼肮脏与道德评判之间的联系。

在成长的初期，我们就记住了由腐烂的食品和刺鼻的恶臭刺激产生的恶心感。进化心理学家认为，身体的恶心感是人类进化初期就产生的一种适应性变化，让我们远离那些可致病的生物体。鲜血、内脏以及血块让我们感到反胃，因为接触这些东西可能导致我们染上疾病。然而，一些与染病无关的举动也会让我们感到恶心。研究人员认为，与疾病有关的恶心和道德上的反感是有联系的。一些行为与感染疾病并不沾边儿，但我们却常常用与恶心有关的词句来加以形容。这样的词句或许真的能够在我们的嘴里留下一股令人反胃的味道呢。举例来看，在听闻背叛挚友、谋杀、偷情或是乱伦等事件时，我们便会觉得这些齷齪之事令人恶心。身体和心理的恶心感都会让我们发出相似的声音、做出相似的表情，刺激到的大脑区域也有重合。由此可以看出，身心的恶心感或许有相互影响的可能性。

像刺鼻的气味或肮脏的物体这类物质因素，会不会影响到我们对于不道德行为的评判呢？近期的一些研究指向了这一问题。这些研究采取

不同手段使得参与者产生恶心感，然后让他们看一些关于道德败坏或道德困境的案例，让他们对事态的严重性加以评价。在其中一次实验中，实验者趁参与者填写不道德行为和道德困境的评价问卷时，在离他们不远处喷洒了臭屁喷雾（这也算是让他们为科学献身吧）。另一项实验中，参与者则需要喝下苦涩难咽的饮料。实验中有关不道德行为的短文内容包括偷窃图书馆图书、行贿、在商城偷盗，而道德困境短文则涉及性关系及堂兄妹的婚姻是否应该合法化等问题。有些实验还采用了一个男人将自己死去的宠物狗吃掉的事例。

研究结果让人一目了然：与没有呼吸臭气以及喝下甜味或无味饮料的参与者相比，因闻到恶臭或品尝难以下咽的饮料而产生恶心感的参与者的道德评判标准更为严格。换言之，同样的不道德行为，在嗅到恶心气味或喝下恶心饮料的人眼中要显得更为令人发指。身体上的恶心感可以影响道德上的嫌恶感。这就好像，通过引发身体的恶心感，我们也为大脑做好了感受或产生道德嫌恶感的准备。

但是，恶心感对于道德评判的影响，是可以通过洗手这种动作来冲淡的。几位研究人员给参与者放映了一段令人作呕的电影片段，然后让其中一半参与者洗了手。接下来，研究人员请所有参与者对几种行为做出评判。与洗过手的人相比，看完电影片段后没有洗手的那一部分人对于不道德行为的评判要更加严苛。通过洗手这一动作，人们的恶心感或至少这种感觉对人们产生的影响仿佛被冲淡了，因此人们的判断也就不那么受其左右了。

如果身体的恶心感真能让我们做出更加严苛的道德评判，那么清洁身体是否能让我们将标准放宽一些呢？针对这个问题，研究人员做了两项不同的实验，得出了看似矛盾的实验结果。在其中一项实验中，一组来自英国的研究人员给学生们提供了4个打乱顺序的句子，让他们把句子重新组织好。一组学生看到的句子中有两句含有与纯净相关的词语，比如洁净、洗净、纯洁。另一组学生拿到的句子中不含任何与洁净有关的词语。接下来，学生们按要求对几种道德困境做出评价。相比之下，

那些读到了与洁净有关词语的学生的评判标准要宽松一些。仅仅读到句子中的清洗、干净、纯洁等词语，便引发了学生们的洁净感，从而让他们更能接受他人的不道德行为。

在另一项实验中，参与者也同样阅读了与清洁有关的词语，但其中一半人在读后洗了手，另一组却没有。与之前的研究不同，研究人员发现与没洗手的人相比，那些洗了手的人的道德评判标准反而严苛了。

然而，这些表面看来截然相反的研究结果或许并不那么矛盾。在第一项实验中，与清洁有关的词语印在了参与者的脑中，让他们把这种“干净”的概念植进了涉及道德的问题中，从而让他们的评判多了几分宽容。而第二项实验中，参与者清洗的是自己的身体，因而产生了纯洁干净的感觉，对道德问题也就看得更严重了。身体清洁与道德之间的联系是错综复杂的，但是如恶臭的气味、恶心的味道、洗净的双手或是阅读与洁净相关的词语这种看似八竿子打不着的因素，却能够影响我们对于某些道德问题的评判标准。

这样的结论的确令人不安。因为我们更愿意相信，价值观才是我们道德评判的决定因素，我们对事件是否符合道德标准所做的判断，是以价值观为坚实基础得出的，而不受房间的整洁或脏乱左右。

原理大解析

我们可以从进化过程和修辞手法两种角度来解释身体清洁与道德问题之间的联系。如我们在上文中所说的一样，我们的进化之所以让身体产生恶心感，应是为了避免我们受到细菌、寄生虫或其他传染病媒介的侵害。回避是我们对恶心的事物做出的反应，这种反应让我们避开引发恶心感的源头。在身体的恶心感之后，我们进化产生了恶心的情绪。这种情绪源自我们对恶心的体验，而我们也多用与恶心相关的语言来形容这种体验。

这种联系也可以通过抽象与具象概念之间的关联来解释。修辞手法是连接抽象概念与具象概念的桥梁，而抽象概念则是从我们通过感官得到的具象概念中产生的。我们对于道德的概念，就根植于我们幼年关于肮脏和干净的经验中。

不久前，我和一位友人带着3个小孩子一起驾车出行，3个孩子里有我3岁的孙女娜塔莉，还有友人四岁半的孙子和8岁的孙女。两个稍大一些的孩子讨论起一款两人都很爱玩的游戏，娜塔莉则在一旁“坚守”着等待插嘴的时机。机会终于来了，谁知她却张口说：“你们知道什么东西很恶心吗？便便！”坐在她身边的四岁半男孩反驳道：“你们还知道什么东西很恶心吗？烂香蕉！”

我当然觉得孙女的童言无忌很可爱，但是娜塔莉心里是怎么想的呢？为什么一张口就觉得自己觉得“便便”很恶心呢？或许，正是因为她很反感被排斥在外的感觉，才会想到这句话的吧。还有一次，我在儿童公园听到一个5岁的男孩拿“大便”来骂另一个惹他生气的男孩。和温情一样，恶心这种感觉也在我们心中深深扎下了根。

道德上的反感情绪延伸开来，影响了我们在身体产生恶心感时的反应。在成长过程中，我们在实际生活中对于恶心感的体验，正是我们理解道德上所产生的反感的根源。进化为我们提供了一条捷径，让我们更容易去理解和感受复杂的道德观念。正因如此，我们用“烂到骨子里”或“齜齜的骗子”来指代那些不道德的人，也就不足为奇了。

寓意几何

在做了不道德的事情后，人们会出现清洁身体的欲望。因此，如果你的孩子或配偶洗浴越来越频繁或时间越来越长的话，你就得多加小心了。这些迹象也许就是某种暗示，提醒你该仔细理一理线索了。愧疚感是一种非常私人的情绪。对于许多人而言，愧疚感是一剂调和药，体验这种情绪，成了我们在犯错或做出不光彩的事后必不可少的一个环节。但如果你想要纾解藏于心中的愧疚的话，那么你可以通过清洁自己的身体来寻求一些释放，帮助你继续面对生活。

这些研究结果带给我们的另一个重要启示，是关于我们的消费习惯以及购物决策的。假如我们真的会把洁净与道德联系在一起，那么由此可以推出，在我们看来，洁净的环境也就意味着较高的道德标准。大家在环境的选择上都“趋净避脏”，这是人尽皆知的。绝大多数人都更乐意在干净整洁的房间内谈生意，而不愿选择脏乱的房间。无论是选择电脑卖场还是医院诊所，大家都是如此。但是，上文中的实验对问题的挖掘更进了一步，通过探讨洁净和道德之间的联系，让我们看到，在洁净的环境中，我们会不自主地对公司或公司代表产生更有道德、更可靠且更诚恳的印象。

我们时常要在诸多产品中做出选择，或者不知该从医生、牙医或维修工中选哪种作为自己的职业。有时朋友的建议能让我们作为借鉴，但有时我们连一点头绪也抓不到。但即便如此，在遇到向我们推销产品或服务的人时，我们依然还得辨别对方是否诚实可靠。

大家都知道，销售员的话有时是真实可靠的，有时却掺有夸张成分，有时则纯粹是在扯谎。销售中最重要的一个因素，就是公司或销售

员看上去有多诚实可靠。如果（商场、办公室或诊所的）环境能给人赏心悦目的整洁感，销售员能散发出清爽宜人的香气、穿着干净挺阔的服装，且店面一尘不染、气味清新，那么店员的话就更有信服力。如果你进入的店铺或诊所又脏又乱且疏于管理，那我们心里自然就会打鼓了。虽然我们控制不了自己潜意识的喜好，但敏锐地观察这些环境因素，有助于我们在下次遇到强行推销的状况时擦亮双眼和明辨真假。然而，衣着整洁的销售员不一定能做到童叟无欺，土气邋遢的销售员也不一定都有问题。不要忘了，衣冠楚楚的销售员说不定更有可能耍花招，而蓬头垢面的流浪汉也有可能是你遇到的最能赤诚相待的人。

洁净并不是什么神奇魔法，既不能将愧疚感冲刷得荡然无存，也无法让你在交易时稳操胜券。但是，洁净的确能助你在成功路上高升一步，也能助我们对自己的思维多一层理解。绝大多数人都会将道德与洁净联系在一起。我们也许会认为自己的道德评判标准和所做的决策是客观公正的，但实际上却受了这些潜意识联系的影响。我们之所以洗手，并不仅仅是为了准备晚餐，“肮脏勾当”“满口脏话”“冰清玉洁”这些词语的出现，也不仅仅是修辞表达的手法。这些研究结果不但有趣，也能帮助我们理解思维的运转方式，让我们明白我们的知觉及身体感官与情绪、行为及判断之间的联系是多么紧密。

往事不重提

要说我人生最好的导师，恐怕要数我的父母了。他们给我讲过一个故事，故事中，一个潦倒的男人和他的妻子以及6个儿女挤在一间小房子里。这家人觉得在这间小房子里挤得快要过不下去了，但苦于一贫如洗，也只能束手无策。男人觉得自己快要崩溃了，于是便去拉比（犹太教德高望重的贤者）那里寻求指引。拉比听男人诉说了挤在狭小空间里的种种艰难困苦，然后问他是否在院子里养了动物。男人回答说，他养了一头奶牛、一只山羊，还有几只鸡。拉比于是建议男人把动物也悉数搬进屋子里去。男人虽感惊讶，但还是照做了。几天之后，男人来找拉比，说他家的生活每况愈下。拉比便让他把鸡从屋里移出去。又过了几天，男人又来找拉比，抱怨说奶牛和山羊把家里搞得乱七八糟。拉比便让他先把奶牛移出去，过几天再把山羊移出去。男人又回到拉比那里，非常感恩地告诉他，生活已经变得轻松多了。

这则故事的寓意有许多层。但我想要强调的一点是，我们对当下的看法，是受往事的影响的，且世间万事都是相对的。就像故事中的男人不得不把奶牛和山羊塞进已住了6个孩子的屋子一样，如果你刚刚经历过苦难，那当下就会显得美好许多。在一切都复原之后，几周前还显得无法忍受的环境，在男人眼中已变得幸福满满。

通过清洗打扫，我们能够将往事一笔勾销吗？也就是说，这些行动能帮助我们冲洗掉过去发生的事情、过去的所作所为或是过去的情绪所遗留下的影响吗？我们的现在，仍受往事阴影的影响。

我们说流水冲刷带走往事，这其中的根源其实是根植在人类的大脑中的。这一点，我们只消看一看古文明记载中对于洪水普遍的描述就全

明白了。《旧约》中挪亚方舟的故事妇孺皆知，故事中，上帝在得知了人类文明的罪行后，指示挪亚修建一叶方舟，在上帝用大洪水冲刷世界前，从每种动物中各选一雌一雄，加上挪亚的妻儿载舟逃离。在此之前的故事中也出现过类似的叙述：神明发动的“大洪水”即将来临，受神指示，一位英勇的男性建造起一艘船，逃过了一劫。在美索不达米亚地区的《吉尔伽美什史诗》中，乌特纳比西丁向吉尔伽美什讲述说，女神伊亚曾向他警示，一场大洪水即将来袭。在《百道梵书》中，摩奴受到化身成鱼的毗湿奴的提醒，准备了船只，躲过了洪水浩劫。连接这些故事的一条相同的主线就是，人类的邪恶行为会激怒神明，让神明将人类文明的足迹冲刷干净，把往事一笔勾销。

水到底能不能冲洗掉痛苦的回忆呢？研究人员就此进行了一系列实验。第一项实验利用了认知失调（即我们在持有相矛盾的信念、价值观或想法时出现的不适感）来探索我们是如何“让往事成风”的。

我们先来了解一下认知失调：我们的生活中充斥着各种各样的选择。买什么、去哪里、与谁恋爱、与谁共结连理、看哪位医生、下一代该上哪所学校、餐厅里放哪张桌子，这些都需要我们来决定。我们往往会在几个选项之间纠结一番，但生活迫使我们不得不做出抉择，而我们也只能照做。尽管下了决断，我们舍弃了的剩余选项或许仍然让我们放不下，在脑中挥之不去。这样的想法会引起我们心理上的不适感，这种感觉就叫作认知失调。

从理论上而言，人类是一种尽力避免损失的动物，但是这样可能会让我们一直纠结下去，这种纠结只能带给我们折磨，而通过进化，我们的大脑已经学会了避免这种结果。于是我们一旦做出了决定，一般都会强力证明我们的选择和决定，例如，我们会努力劝服自己说，我们选择的很很适合我们，不仅车型靓丽得体，从整体上来说也是明智之选。但实际上，两款车都是优缺点并存的。

我们过去做出的决定会影响我们现在对选择的看法。一旦做出决

断，为了纾解认知失调感，我们的大脑会自动偏向于我们所做的决定。

我们回头来看“从头再来”的实验吧。为了测试清洗身体是否能够抹去之前的决定对我们遗留的影响，研究人员交给学生们30张CD，让他们从中选出10张喜欢的，并按照喜爱程度排出顺序。作为答谢，学生们可以从排名第五和第六的CD中选一张作为礼物。

等学生们选好之后，研究人员让他们参与了一项看似与之前实验无关的市场调查，调查的产品是一种洗手液。一半的学生需要观察洗手液的瓶子来做判断，而另一半学生则需要试用洗手液。

在实验的第三阶段中，研究人员让学生们对之前选出的10张CD再做一次排名。那些没有洗手的学生，对自己选择的CD更加偏爱了。这与研究人员的预料相符，学生的行为仿佛是在说：“知道吗，这张CD的确挺好，我的决定是对的，这次我把这张CD的排名再提高一点儿吧。”一旦被选择，那张CD也就因这个选择而显得更有价值了。但是，那些在做出选择后洗了手的学生对CD的偏好倒没有什么改变，被选中 and 没选上的CD之间的排名差距也没有加大。这些学生觉得，并不需要通过偏心来证明自己的决定是对的。洗手这一简单的动作，或许真的可以抹去之前的决定对我们的影响。

研究人员又进行了一项类似的实验，想看一看是否能得出相似的结果。他们让实验对象看了4种果酱的照片，让他们分别做出评价，作为消费者问卷调查之用。接下来，研究人员让实验对象挑出一种果酱作为回报。在这之后，研究人员又让实验对象对一款消毒毛巾做出评价。与前一次实验相似，一半人只靠观察来做判断，另一半人则需要用消毒毛巾擦手。最后，实验对象需要想象4款果酱的口感，并给出排序。和之前的实验一样，那些没有擦手的人明显表现出认知失调的特征。他们把自己选择的果酱想象得比放弃的好吃许多，也就是说，他们需要证明自己的选择是对的。而那些擦过手的实验对象则没有表现出这种情况。之前做出的选择，并没有影响到他们对口感的猜测，他们并不觉得自己需

要证明之前的选择是对的。研究人员用“从头再来效应”来形容这种现象。这些结果告诉我们，即便是粗略的一洗，也能减少往事对当下的影响。

这个研究结果向我们显示，清洁有可能减轻甚至消除认知失调及往事带给我们的其他影响。过去的好运或霉运，会影响到我们对于未来风险的态度。诺波特·施瓦茨和同事们专门做了研究，想看看清洁这一简单动作是否能够冲刷掉这种影响。

我们在人生的各个方面敢于承担多少风险呢？这是绝大多数人都要面对的一个困难的选择。投资就是一个很有代表性的例子。我们可以选择把钱紧紧攥在手里，投资在安全性高但年利率很低的项目上，也可以选择收益潜力和损失风险都较高的股票。我的投资顾问总爱让我考虑愿意承担多大的风险，是愿意拿出10%或30%的资金投入股票呢，还是把一半的资金都投进去？如果我选择投入一半的资金，那么我承担的风险也就更大，既可能得到丰厚的收益，也可能遭受巨大损失。投资房地产也是一样。投资者们常常面对的一个难题，就是在房价低迷时该不该入手。由于房价很有可能在未来升温，这样的投资看似是捡便宜；但同时，房价可能持续走低也是投资者要面对的风险。无论输赢，有的人愿意放手一搏，有的人则选择按部就班。

我们究竟愿意承担多大的风险，这是受许多因素影响的，其中当然也包括我们的性格特征。我们自我感觉的好坏，自然也起着很大的作用。我曾经拿自己一半的资产购买了一只股票，谁知几乎输得精光。我孤注一掷，却一脚踏空。那之后很长一段时间我都觉得“衰云”笼罩，即便在市场前景看好的情况下，我也最多只敢往股市里投20%的资产。

在赌场里，冒险的例子比比皆是。人们在赢钱后会感觉良好，觉得遇到了自己的幸运日，手气定会保持下去，也就有更大的概率继续冒险赌下去。那么，之前的好运或噩运对我们的冒险行为所产生的影响，会不会因为洗手这个动作而被削弱呢？研究人员找来50名商科学生参加他

们的实验。他们让一半的学生回忆最近一次走财运的经历，比如彩票中奖等。而另一半学生则要回忆自己财运低迷的经历，比如买了好几张彩票，却一无所获。学生们需要把事件描述出来，并说出自己当时的感受。之后，研究人员仍然以一项“毫无关联”的市场调查为由，要求学生们对一款除菌湿巾做出评价。与认知失调研究的流程相似，每组中一半的学生需要用湿巾擦手后再做评价，另一半学生则只需要直接评价。

在研究的最后一个环节中，参与者要做出一些管理者的决策。他们扮演起企业首席执行官的角色，决定是否对企业的一款产品加以改进。如果参与者不愿改进，那么企业的利润仍会维持在每年2 000万美元的水平不变。但如果参与者决定做出改进，那么利润有75%的概率增长到每年2 400万美元，也有25%的可能性会跌落至1 200万美元。

那些没有擦手的参与者的举动，与之前诸多研究得出的结果相契合：那些回忆起幸运之事的人，与回忆倒霉事件的人相比要更愿意承担风险。一言以概之，人们越是感觉幸运，就越是愿意冒险。这没什么可奇怪的。但值得注意的是，那些洗了手的人却如穿了金钟罩铁布衫，没有受到走运或倒霉的回忆的侵扰。简言之，无论是交了好运还是霉运，其影响都会被洗手这一动作冲洗掉。

研究人员希望再次呈现出这些惊人的发现，于是组织了一项新的实验。这一次，他们让参与者切身参与了一项游戏，参与者既可能赢钱也可能输钱，从而有人欢喜有人忧。与第一次研究相仿，接下来，研究人员要求参与者对一款有机肥皂做评价，其中一半人直接给出评价，而另一半需要先试用肥皂来洗手。然后，研究人员又让参与者进行了一轮赌钱游戏，想要看看大家愿意承担的风险是高还是低。

结果与第一次进行的研究相互吻合。如果参与者没有洗手，那么他们对冒险的态度就会受到之前运气的影响。也就是说，与在第一轮游戏中手气不好的人相比，那些在第一轮游戏中走了运的参与者在第二轮中下的赌注也会高一些。然而对于那些洗了手的人来说，之前的运气好坏

所产生的影响却消失了。

这些研究让我们看到，在短时间内，洗手或清洁身体的动作可以极大地改变我们接下来的行动或决定的轨迹。仿佛清洁身体能够去除最近发生的事情在我们的心理上残余下的足迹似的，我们的行动也不再受那些往事影响了。虽然重大事件留下的印记比较难以去除，但日常生活的体验却较容易抹去。我们也许可以试试用清洁身体这个方式来控制往事对未来的影响。

我们在日常生活中的体验连续不断地反馈回我们自身，从而影响着我们的决定、反应、感觉以及情绪。举例来说，即便是两件没有关系的事件，我们在甲事件中获得的正面体验依然很容易影响到我们在乙事件中的表现。我们有时诸事不顺，时而又好运连连；有时我们能接收到许多正面信息，有时却被负面信息淹没；有时我们成事，有时却又失败；而我们接下来的行动，无法逃脱这些体验的影响。面对同样的环境或同样的行动，每个人的看法可能不尽相同，也会根据之前个人的体验而做出不同的抉择。比如，我们中有很多人遇到态度恶劣的服务员或冷眉冷眼的收银员。这种不愉快的经历在脑中萦绕，可能让我们对紧接着遇到的同事、朋友或孩子摆出一副别人欠我们钱的臭脸。但是，让我们再往前推一推，我们对服务人员行为态度的看法，是否也受了我们当天的体验的影响呢？那名服务生果真如我们所想的那么无礼吗？

虽然绝大多数人无法完全把往事一笔勾销，但根据上文提到的实验，身体的清洁的确可以减小之前的体验对我们接下来的行为的影响，好像清洗身体真的能够刷洗掉往事留下的印记一样。或许，通过洗脸这一简单的动作，你就真的可以让往事残余在当下的阴影随水流逝。

在日常生活中，洗漱这样简单的动作有着不可忽视的价值。当你深陷于情感和认知的诸多刺激中，当你痛苦挣扎着想要在家人、朋友以及休闲之间找到一个平衡点时，洗手这个动作说不定能帮你找到取舍的出口。洗手还可以帮你从工作压力模式平稳地转换成舒适居家模式，防止

你把没有完成的工作带回家。洗澡通常会增加身体的舒适感，而我们可以证明，洗澡不仅仅是清除身体污垢这么简单。清洗可以去除往事的留痕，可以让身体焕然一新，把我们的注意力带到当下这个瞬间。认真对待身体的清洁，不仅能让我们翻开人生崭新的一页，还能帮助我们更清晰地划分人生中需要兼顾的各个领域和活动，从而让我们真真切切地回到当下，全心全意地着手眼前的任务。



第十章

成功的甜蜜气味：味觉和嗅觉对身心的影响

尝来似蜜甜

A. A.米尔恩的《小熊维尼》在全球广受追捧，被译为多种语言，为几代少年儿童带来了欢乐。小熊维尼的许多次冒险都是因寻找蜂蜜而起的，而一门心思地寻找蜂蜜也让它惹上了许多麻烦。大自然中的熊其实是凶猛的食肉动物，对甜食没这么痴迷。但尽管如此，米尔恩仍然将蜂蜜选作维尼的最爱，以此突出维尼温顺的个性。维尼是一只友善的小熊，喜欢与朋友为伴，乐于助人。

蜂蜜是一种非常香甜的食物，常被用来象征让人十分渴望的好东西。在庆祝犹太新年的晚宴上，犹太人有吃蘸着蜂蜜的苹果片和蜂蜜蛋糕的习俗。蜂蜜的甜美，寓意着来年的生活和和美美、甜甜蜜蜜。

在一些正统犹太教社区中，人们在庆祝孩子第一次来到学校学习《圣经》时也会用到蜂蜜。在庆祝仪式中，拉比将蜂蜜涂在一块写有《圣经》经文的板子上，让孩子把经文上的蜂蜜舔下来。除此之外，孩子还会拿到一块写有经文的蜂蜜蛋糕。人们认为，通过让孩子舔食蜂蜜和食用蜂蜜蛋糕，可以让孩子将学习《圣经》与甜蜜联系在一起，从而让学习成为愉快惬意的事情。

2000年上映的由朱丽叶·比诺什主演的电影《浓情巧克力》，用细腻的手法向我们勾勒出甜蜜的味觉与可人的性格之间的联系。这部电影改编自乔安娜·哈里斯的小说，剧中，比诺什扮演一位名叫薇安娜的年轻女子，她来到法国一个民风保守的小镇，开了一家巧克力店，却引起了统领小镇的神父的不满。很快，薇安娜就用她魅力十足的个性、甜美友善的态度以及美味的巧克力博得了许多小镇居民的欢迎。那些进店喝热可可和来选购甜品的人们，很快被薇安娜的热情征服。薇安娜和女儿

用甜品和热情，为小镇居民的生活增添了几分甜蜜。

不少人都知道，我们会将甜蜜的味觉与可爱的事物联系在一起。绝大多数人都认为，甜蜜的味道能给人带来快乐。没有几个孩子不爱吃糖果和巧克力，而父母的职责，就是控制着不让孩子吃过量。在我3岁的孙女娜塔莉看来，糖果是她能想到的最棒的物质奖励，为了糖果，她愿意做任何事情。路过甜品店时，孩子们巴不得把半间店都买光，而父母们只得翻脸拒绝，这种体验，相信大家都不陌生吧。

大部分成人也无法抗拒甜品的诱惑，但是鉴于过多的甜食给健康和身材带来的负担，我们大多会控制自己少吃几口。尽管如此，我们仍然热衷于甜味，甚至想要用代糖来避免过多摄取白糖和高果糖玉米糖浆所带来的危害。

我们用“甜美可人”“甜心”“甜言蜜语”“小甜甜”以及“甜蜜的事”这些词语来描述好人好事以及人们的良善与体贴，这些话语向我们彰显了甜蜜的味道与甜美的性格之间的联系。蜜语甜言指的是那些讨人欢喜的话语，也是人人爱听的。在《诗篇》中，大卫在谈及上帝的语言时说：“你的言语在我上膛何等甘美，在我口中比蜜更甜！”（119：103）

如果某个人偏爱甜食，那么我们对这个人的看法会不会受到什么影响呢？具体一点来讲，我们是否觉得喜爱甜品的人的性格也更加甜美呢？为了一探究竟，一组研究人员向90名学生展示了一组陌生人的照片。每张照片出现的时间都很短，在照片一旁的文字注明了照片主人公喜爱的食物。其中有的食物是苦的（比如柚子），有的是酸的（比如柠檬），有的是辣的（比如辣椒），有的是咸的（比如椒盐脆饼），有的则是甜的（比如糖果）。实验对象需要根据3种性格特征来为照片中的人做出评判：是否容易相处，是否外向，以及有没有神经质。在实验对象看来，喜爱甜食的人是最易相处的，而这种差异没有显现在他们对外向和神经质性格的评判上。也就是说，那些表示喜爱甜品的人给人的印象也更平易近人。

研究的结果让我们看到，当我们与喜爱甜食的人相处时，我们更可能认为对方是友善和悦的。在初次约会或参加商务会谈的时候，那些点蛋糕或自称自己是“甜食控”的人往往会给别人留下较为和善的印象。而我们根据他人对甜食的偏好而形成的印象，可能也会影响到我们自己的行为。比如，如果我们觉得某人很好相处，我们或许就会更容易配合别人，也更容易做出妥协。我们或许会觉得，与那些没给我们留下什么好印象的人相比，友善之人所开出的价格或条件要更加容易接受。

我认为更有趣的问题是，摄取甜味食品是否真能对我们的行为产生影响呢？单凭糖果的甜味，是否就能让我们变得更好相处了呢？为了弄清楚这个问题，研究人员将55名学生分为3组，让他们品尝一种特定食物，然后再对食物做出评价。甜食组的学生们品尝的是牛奶巧克力，非甜食组的学生品尝的是一款无糖饼干，而最后一组则是无味组，他们什么东西也没能尝到。

调查结束时，研究人员告诉学生们有位教授正在为另一项实验寻找志愿者，但参与者既不能拿到报酬，也不能抵学分。学生们可以从0到30中选择自愿参与实验的分钟数。那些品尝了牛奶巧克力的学生愿意贡献出的时间，要比品尝无甜味食品 and 没有尝到食物的组别更多。只是因为吃到了牛奶巧克力，学生们就变得更加积极配合、更愿意助人为乐了。换句话说，虽然效果可能只是暂时的，但品尝甜食能让人的性格也变得更加“甜美”。

我在此还要补充一下，除了上述内容以外，研究人员还让学生们回答了一份有关个人积极和消极情绪的问卷，以此来看看他们的心情好坏。研究人员发现，一些人在摄入巧克力等甜食后，会变得更平易近人，也更容易向有需求的人伸出援手。然而，人们在摄取甜食后产生的幸福感等积极情绪，却并不是甜味能让人变得更好相处且更加乐于助人的原因。

这些信息或许能给我们启发。当我们与人争吵时，或是想让对方态

度缓和一些时，我们都可以为对方提供一杯甜饮料、一块巧克力或是一块美味的蛋糕。这样一来，我们或许就可以缓和对方的情绪，让对方变得更善解人意，以此把矛盾化解掉。各位切勿滥用以上的研究结果，以为甜食能让我们的行为来个180度的大转弯。但是我们可以确定的是，摄取甜食的确能够让人更容易变得和颜悦色。

甜味可不是唯一一种被我们用来做比喻的味道。其他的味道也同样可以用来描述各种各样的行为、状况以及性格特征，比如“辣妹”“拈酸吃醋”“他老是拉着一张苦瓜脸”“这是个尖酸刻薄的人”。这些词句，真像是一只只“五味瓶”啊。迄今为止，味觉的相关实验关注的主要还是甜味，而我和同事们最近正在实验室里进行一系列与苦味及辣味相关的实验，还研究了人们与这两种味觉相关的行为和决策，其中包括苦味对我们的抱怨和不满倾向的影响有多大等问题。但愿不久后我就能为大家带来一些有趣的研究结果了。

快给我来一份不加腌黄瓜的巨无霸，我可没耐心等

食物不仅仅通过味觉对我们产生影响。大家都知道，有时，只要看一看食品连锁品牌的商标，我们的行为便会受到影响。食品业界人士投入大笔的资金，一是为了研究广告宣传，二是为了研究品牌商标和广告对消费者行为的影响。这些研究大多将重点放在消费者的消费习惯上，调查消费者的购买意愿和决策以及对产品的判断到底受到哪些因素的影响。然而，近期的研究结果却表明，接触产品商标能对消费者产生与购买意愿及购买行为无关的影响：一些品牌的商标，竟然能激发消费者做出与品牌名称或特点相关的行为。让我们从食品业里挑一个这样的研究来一起看一看。

想到麦当劳、肯德基、汉堡王或是塔可钟，你的脑子里会浮现出什么样的单词或短语呢？绝大多数人都会想到“快”或是“快餐”，把这些品牌与烹饪、上菜、食用三“快”的食品联系到一起。有关快餐与肥胖等健康问题之间的联系的研究不在少数，各类健康推广活动也在致力于宣传快餐的负面影响，劝导世人适量摄取。但是，我所关注的研究课题并非快餐对我们身体的影响，而是快餐对我们的心理造成的影响。

快餐不仅节省了时间，还能迅速满足我们的需求。那么，仅仅接触快餐商标，是否就能影响到我们在做与吃无关的行动时的速度和耐心呢？

针对这个问题，一支研究团队共进行了3项实验。在第一项实验中，研究人员安排一组学生在潜意识层面接触6家快餐连锁店的商标图

案，其中包括麦当劳、汉堡王以及肯德基等。按照要求，研究对象组的学生专注地盯着电脑屏幕的中心，而每个商标闪现的时间只有12毫秒，时间如此短暂，没有人能在显意识层面辨识出屏幕上的内容。果不其然，学生们说自己只是看到了毫无意义的色块，没有人意识到自己看到的其实是商标。控制组的学生所看的屏幕上则在同样长的时间段里闪现出几个空白的方格。

研究人员要求学生们阅读一段描写多伦多市的文字，篇幅为320字，由此来测试潜意识接触快餐商标是否能让人们的行动变得更迅速。而学生们并不知道研究人员记录了自己的阅读时间。实验结果很明显：那些看到（但并没有意识到）快餐商标的人的阅读速度，要快于哪些只看到空白方格的学生。

研究人员进一步调查了商标的影响力，在接下来的实验中，他们把参与者分为两组。这一次，研究人员没有让学生们看快餐的商标，而是让其中一组回忆在快餐店里就餐的经历，并让另一组回忆自己在食品店购物的经历。之后，研究人员让学生们参加了一项（表面上与之前的实验不相干的）市场调查，并让他们对几种产品的吸引力做出评价。调查中的产品共有4组，每一组都将一款省时产品和一款传统产品拼在一起：四片型烤面包机和单片型烤面包机，洗护合一洗发露和一般的洗发露，高效洗洁精和普通洗洁精，三合一护肤品和单效护肤品。研究人员推断，人们越是缺乏耐心，也就越会中意于省时的产品。果然，实验结果表明，快餐店就餐的回忆的确会激起人们对高效能的欲望。那些回忆快餐店用餐经历的学生，要比回忆食品店购物经历的学生更偏向于省时产品。仅凭对快餐的回忆，竟然就能降低人们的耐心，提升他们对省时产品的欲望。

在第三项实验中，研究人员将注意力放在了“省钱”这个有趣的行为上面。节省会延迟享乐的时机，但如果你不立马把钱用掉，那么你将将来攒下的钱就会更多。延迟享乐的意思就是，为了在将来得到更好的收获，而推迟眼下获取某物的机会。孩子们大多想要什么就希望马上得

到，因而父母必须教育孩子们学会忍耐。研究人员想要看看，仅凭让参与者接触快餐信息，能否影响到他们的省钱行为，以及能否增强他们为今后获取更大利益而延迟当下享乐时机的耐性。

为此，研究人员让58名学生看了4个商标图案，并要求学生们对每个商标的美感做出评价。其中一半学生看的商标中，有两个是麦当劳和肯德基这两家快餐的；另一半学生看的商标中有两家平价餐厅的图标，但并不包含快餐商标。学生们需要从两笔钱款中二选一，他们可以当天领取一小笔钱，也可以在一周后领取更多钱。相比之下，那些看到快餐商标的人更愿意立马获取数量较小的那笔钱，他们对金钱的筹划受到了快餐商标的影响。从金钱角度来讲，除非是情急之下，等待一段时间后获取更多的钱才是明智的选择。这个实验结果让我们看到，接触快餐商标会让我们更易对经济问题做出不明智的决定。一些人喜欢在快餐店解决午餐问题，而不愿花时间在饭店等待更好的食物，因为前者可以让人很快填饱肚子。而学生们选择了马上领钱，而不是等待数目更大的一笔钱，也是出于同样道理。

这些研究结果告诉我们，快餐对我们的影响要远大于之前人们的理解。无论是在潜意识还是在显意识上接触了快餐商标，就连在快餐店就餐的一个简单回忆，对我们产生的影响可能也远远超过了“吃”的界限。这些研究结果或许是令人担忧的，回想一下，我们每天在驾车或行走时要看到多少快餐的商标啊。看到这些商标，是否真的会降低我们的耐心，从而让我们莽撞驾驶，在堵车时不停鸣笛或对车里的其他人无礼相待呢？快餐影响了我们做事的速度，这种影响在有的情况下是有其优点的，但是耐心的缺失以及急于满足欲望都会让你无法安心享受当下，让观看艺术展、阅读书籍或步行赏景等活动的体验大打折扣。

赠人玫瑰手有余香

气味会影响我们的情绪、行动以及判断力，而最广为人知的例子，要数气味对消费者行为造成的影响了。房地产经纪建议说，在卖房时，最好在房间里烤些面包或曲奇（香草味最有效）来吸引买家。不少研究已经证明，在香气萦绕的店铺中，人们不仅逛的时间更长、消费更多，对商品的评价也更高。研究人员曾在一家著名的大型服装店里做过一次实验，在一周的时间里，他们在店内喷洒了一款怡人的香水，然后将那一周的消费者情况与另一周店内没有喷洒香水时的情况做了比较。在芬芳的环境中，消费者对店铺和产品的评价更高，做回头客的意向也更强烈。

另一项研究发现，怡人的香味的确能够影响消费者的消费水平，但这种影响仅限于年轻消费者，而对年纪稍大的消费者没有用。一支研究团队告知学生参与者，有一支学生团队正打算在校园附近开一家贩卖杂货的商店。他们让学生们进入模拟的商店，对产品做出评价。第一组学生进入模拟商店时，店内喷有薰衣草、生姜、绿薄荷或橙味香氛，而另一组进入时，商店内没有喷洒香氛。与进入无香味店铺的学生相比，那些进入洒了香氛的店铺的学生对商店和店内产品的评价更高。

营销人员对于香味的影响力是再熟悉不过了。为了利用香味生财，大大小小的商店、餐厅、酒吧以及旅馆都在自家场馆内喷洒了清新的香气。据《洛杉矶时报》的凯伦·瑞文报道，威瑞森电信在推出LG巧克力手机时，曾在多家店铺里喷洒了巧克力香氛。环境中沁人心脾的香气对消费者消费行为和购买决定的影响，并不限于商店内。一项在拉斯韦加斯赌场内进行的实验表明，在老虎机区域喷上香氛的日子里，人们赌的钱更多。一项在法国小镇布列塔尼的比萨店进行的实地研究表明，当餐

厅里喷洒上薰衣草香氛的时候，顾客们在店里待的时间更长，消费也更多。当夜店里喷洒上香橙、海洋或是薄荷香氛的时候，顾客们不仅更有劲头跳舞，也会觉得在夜店里的时光更加愉快。

大家可能很难相信，气味不仅能影响我们的消费行为，也能作用于我们的认知能力和体能表现。几项研究都告诉我们，薄荷和肉桂的气味能够提高我们在认知力上的表现，其中包括注意力、记忆力、打字速度及依字母排序等工作能力，以及在电子游戏中的表现。薄荷的气味还能提升我们的体能表现。在一项实验中，研究人员让参与者参加一次长达15分钟的跑步机压力测试。相比之下，那些在充斥着薄荷清香的屋内进行测试的参与者觉得任务的难度小一些。另一项实验让我们看到，薄荷不仅能影响我们对任务难度的看法，还能实际提高我们的运动成绩。与在无味房间里的运动员相比，在有薄荷香气的屋内进行运动的运动员不仅跑步速度更快、握力更大，而且做俯卧撑的次数也更多。

无论你是要为备考而苦读，还是写报告、论文或付账单，你都可以喷洒一些肉桂或薄荷的气味，这不仅能降低任务的难度，还能提高你的效率。或者，你也可以在开始某项任务时嚼一嚼口香糖或薄荷叶，或者直接打开你的香料盒闻一下！要么，你就去买一款肉桂或薄荷香型的空气清新剂吧。这些做法看似简单又轻松，却能助你完成困难的任务。

几项研究都向我们表明，怡人的香气可以影响到我们与他人的交流。刚刚出炉的可颂面包，外加一杯新煮的咖啡，这样的味道恐怕是大家公认的最甜美的味道之一了吧。你可能也很享受这样的味道，但你知道吗，这种气味还能让我们与他人的交流变得更加愉快。有这么一项实验：研究人员在购物商场中的不同地点寻找消费者，这些地点包括气味诱人的位置，如烘焙坊（肉桂卷点心店、菲尔斯太太曲奇）或咖啡厅（宾诺咖啡），还包括没有什么特殊气味的地点（比如玖熙、香蕉共和国等店）。研究人员提出的要求很简单，只是希望兑换1美元的零钱。结果表明，在香气扑鼻的地方，人们更愿意出手相助。

现烤面点的香气不仅会让我们更加乐于助人，也会影响到我们在恋爱中的行为举止。在一家购物商场进行的实验里，研究人员安排年轻男子向年轻女子索要电话。这些主动示好的男子被安排在商场的两种地点：面包房或西点屋等香气扑鼻的店铺，或者服装店等没有特殊气味的店铺。与无特殊气味的环境相比，在充满了香气的环境里，女性们更乐意把自己的电话号码透露给对方。

如果你想要吸引某个陌生人的注意，尽量找一个气味怡人的场所吧。如果你正好身处商场，那就找找附近的面包店或现煮咖啡店，在那儿采取行动吧。根据以上研究结果，在香喷喷的饮食店里，你得手的机会要比其他地点更高。

我们有时会因为预约就诊、面试而坐在一间满是陌生人的屋里等待，或是坐在一家旅馆大堂中等待客房或友人，而好闻的香气，能够帮助我们更好地面对这类有些尴尬的情形。研究人员安排一部分彼此不相识的人坐在有香气的房间里，另一部分人则坐在无味的房间里，并比较了两组的交流情形。与无味房间的人相比，在充满了天竺葵精油香气的房间里，人们更乐于彼此交流：不仅谈话、眼神接触和肢体交流更多，而且人们的座椅之间的距离也较近。

怡人香气会对我们的情绪产生积极的影响，从而让我们更乐于与他人交流以及帮助他人，同时也能提升我们对店铺或餐厅的评价。但是有的时候，某种气味可以激起与此气味相关的身体感觉。举例来说，干净的东西发出的味道会让我们的的大脑联想到清洁的动作，进而联想到与清洁有关的行为。研究人员给实验对象看了几个字母排列，并让他们以最快的速度回答所看到的排列到底是不是单词（如different，又如rinexe）。其中一些单词与干净相关，如“卫生”或“整理”，其他单词则与干净无关，如“电脑”或“自行车”。一半的实验对象坐在一间喷有柑橘味空气清新剂的房间里，另一半实验对象则坐在无味的房间里。与无味房间里的人相比，那些坐在香气房中的实验对象对与洁净有关词语的反应速度更快一些，而实验对象并没有意识到空气清新剂的香味对其产生

的影响。

在第二项实验中，研究人员让一部分实验对象坐在一间有干净清新气味（柑橘）的房间里，另一些则坐在无味的房间里，并让他们列举出5件当天计划做的事。相比之下，那些坐在有香气的房间里的人列出的事项中，更多是与清洁有关的。

最有趣的实验，要数第三项了。研究人员同样还是安排实验对象分别坐在带香味和无味的房间里，但这次，实验对象要完成的任务是填写调查问卷。实际上，这张调查问卷与研究课题并无关系，研究人员只是利用问卷让实验对象在屋子里坐一会儿罢了。填完问卷之后，研究人员让所有实验对象移步到另一间无味的房间，让他们吃了一小块很容易掉渣子的饼干。研究人员利用隐形相机拍摄了大家的举动，以便用于之后的研究。与坐在无味房间里的人相比，那些坐在有洁净清香房间里的人中，有更多人清理掉了桌子上的饼干渣。

这个发现真的很惊人。只是闻一闻与洁净有关的气味，就可以让我们忆起与清洁有关的行为。想要督促你的孩子、伴侣或是室友把自己的房间或公寓打扫得干净一点吗？那就四处喷一些带有清新气味的香氛，让屋里的空气更加怡人吧。上文中的研究结果让我们看到，这样做会让他们更有打扫的动力。

以上研究同时也告诉我们，气味会刺激我们产生与此气味相关的体感（清新的香味会刺激与清洁相关的行为）。各位读者可能已经猜到了，我们这些研究具身认知的科学家接下来要攻克的问题就是：那些在修辞上与某种行为相关的气味，是否也能以类似的方式影响我们的判断力和行为呢？我们在第九章讲到道德伦理时曾说过，“冰清玉洁”“烂香蕉”以及“烂到骨子里”这类修辞方式让我们看到，怡人和恶心的气味是与我们的道德评判标准有所关联的。环境中的气味不同，人们对同一模棱两可的道德问题的看法也不尽相同。

腥臭：令人怀疑的气味

利用气味来描述负面事物的例子比比皆是：“这件事一股腥臭味，其中必有蹊跷”“这个点子真臭”“我能嗅到其中必有诈”等句子中，嗅觉都被作为一种侦测仪器来使用。当某件事引起我们的怀疑时，我们常说“这件事闻起来腥腥怪怪的”。两名研究人员先后进行了两次实验，想要看一看真正的鱼腥味是否能够让我们心生疑窦。两次实验都使用游戏的方式来检测人们与怀疑这种情绪相关的行为。实验中使用的不是类似“大富翁”或篮球比赛这样的游戏，而是针对研究课题精心设定的游戏，以便在可控环境下激起实验对象的特殊反应。通过这些规则严谨的游戏，研究人员能够监测出实验对象是否信任他人、是否慷慨以及对于地心论学说的态度等。利用游戏间接引出实验对象的态度要比直接询问效果更好，也比实际观察实验对象在日常生活中的行动更容易操作，因为生活中变量太多，不好掌握。

研究人员召集了45名学生为一个投资项目做决策，而实际上，这是一次关于信任的演练。每位实验对象都与另一位“参与者”结伴共赴实验室，而这所谓的“参与者”其实是研究人员安排好的。这一真一假两位实验对象会收到20枚25美分的硬币。在游戏中，一人担任送钱人，一人则是接钱人，由送钱人决定送给接钱人的钱款数。送出的钱数会增值4倍，然后由接钱人决定交还送钱人的款额。送钱人越信任接钱人，越是相信对方会合理地归还更多的钱，送出的钱也就越多。

例如，如果送钱人从20枚硬币中分出10个交给对方，那么送出的这笔钱就会立马增值为40枚硬币。假设接钱人没什么私心，拿出20枚归还给送钱人，那么送钱人就能收到20枚硬币，也就是其送出的资金的两倍。而从另一方面来讲，如果接钱人决定把多数钱据为己有，只归还给

送钱人5枚硬币的话，送钱人就亏大了。越是相信接钱人，送钱人交出的钱也就越多。事情就是这么简单。由于这次实验的目的是调查人的疑心，而非公正，因此研究人员将真正的实验对象清一色安排作为送钱人，把决定交出的钱款多少的权利全数交给他们，并告诉他们，游戏结束后，他们可以把手中的钱拿走。

实验对象被分为3组，每组进行游戏的区域都喷上了不同的气味。其中包括鱼油味、屁臭味，以及无味的自来水喷雾。研究人员之所以选择屁臭味，是为了看一看是否任何不好闻的气味都能影响人们的疑心，抑或只有鱼腥味（也就是我们用来比喻疑心的那种味道）才有这个效果。不出所料，研究人员发现，与处于屁臭或无味环境中的实验对象相比，那些嗅到了鱼腥味的实验对象交出的钱更少。换言之，这些人的疑心更重，更加不易相信别人。在实验中，所有实验对象都没能猜出实验的真正目的是什么。

第二项实验同样还是针对疑心，但这次实验并没有利用信任游戏，而是利用公共财产游戏进行研究。在游戏中，每位实验对象都会得到20枚25美分的硬币，可以依己所好把钱投入公共资产库中。研究人员告诉他们，投资的钱款会成倍增值，无论每人投资的钱数多少，这笔钱最后都可以按人数平摊，由实验对象将自己的一份带走。因为投资是会翻倍的，实验对象投入的钱越多，每人平分到的钱也就越多。疑心大的实验对象可能会觉得别人投入公共资金库的钱比自己投入的少，而因为最后的钱款是大家平分的，因此投钱多的人就亏大了。有这样的心态作祟，疑心大的人就不会投入那么多钱了。换句话说，实验对象越是怀疑别人的用心，投入的钱也就越少。与第一项实验相似，由于共有3个气味不同的场所，研究人员也将实验对象分成了3组。果然，与嗅到屁臭和无味水喷雾的人相比，嗅到鱼腥味的实验对象往公共资金库里投资的钱更少。

综上所述，以上两个实验告诉我们，单凭鱼腥的气味，就足以勾起我们的疑心了。在修辞中，鱼腥味与疑心是有所联系的，而这种联系虽

对实验对象有所影响，却没有人能意识到。感官体验会引发我们的抽象概念，从而进一步影响我们的心理状态和判断力。

接下来，研究人员想要看看气味与疑心之间的影响关系是否是双向的。也就是说，那些疑心重的人是否对鱼腥味也更加敏感呢？为证实这一假设，研究人员让80名学生来到实验室，并将他们分为“疑心组”和“信任组”。按照要求，两组学生都需要闻5种气味，并把自己闻到的气味写下来。其中一种气味是鱼油味，另4种分别是柑橘花蜜、洋葱末、秋苹果香氛精油以及奶油焦糖味。

信任组的学生只需闻一闻每个试管，然后写下气味的名称就行了。而在疑心组面前，研究人员故意装成想要掩饰什么的样子，她会冷不丁地把放在参与者的答卷下的文件抽出来，塞进自己的包里，然后很不自然地笑着遮掩，用诸如此类的方式来营造出一种令人生疑的气氛。

结果表明，在可疑氛围中的学生更容易辨识出鱼油的气味。而除了鱼油味之外，疑心并没有影响到学生们对其他气味的敏感度。研究人员又换了一组气味，重新做了一次实验，得到的结果也完全相同。综合以上信息我们可以得出，在修辞中被我们联系在一起的鱼腥味与疑心，是会相互影响的。闻到鱼腥味后，我们会变得更加多疑，而起了疑心后，我们也会对鱼腥味更加敏感。

这又一次向我们有力地证明，我们的思维方式与我们使用的比喻和象征密切相关。我们将鱼腥味与疑心联系在一起，而这两者之间是相互联系的。如果你突然对某个地方或某个人产生了厌倦感，或是感到不自在却说不出合理的原因，那么这可能是你的嗅觉在提醒你，有什么东西出差错了。请好好重视这与我们“渊源已久”的嗅觉，如果你感到有什么东西闻起来“怪怪的”，就请在给予信任之前三思而行吧。



第十一章

跳出盒子，创意无限：表达方式的具象化

本书中的许多研究都向我们显示，体感能够使我们产生体感所隐喻的抽象概念，从而对我们的态度和行为产生影响。一些研究通过调控体温或身体洁净感等体感，来检验这些体感能否刺激我们产生友善或道德感等抽象的概念。还有一些研究利用抽象概念，来检验抽象概念能否影响到我们的体感。

但除此之外，我们还有一种方法可用来研究比喻与行为之间的关系，那就是将比喻的意义具象化。所谓具象化，就是把比喻的意义实际演示出来。举例来说，在演绎“钓别人的话”这个比喻句时，我们可以拿一根鱼竿，坐在一片小池塘边，然后真的试着钓些什么东西上来。

在本章里我们会看到，把字面意思演绎出来的具象化是如何影响我们的情绪和行为的。

把坏心情封起来

许多仪式和迷信活动实际上都是人们的思想和心愿的具象化。犹太教中有一种名叫“塔什尼”的传统，所谓“塔什尼”，就是希伯来语中的“抛弃”之意。严守犹太教的信徒们会象征性地将自己前一年积攒下来的罪孽扔入河海等广大的水域中，为新年做好准备。信徒们将象征罪孽的面包片或其他食物装进口袋里，然后将口袋扔入水中。滚滚流水将这些面包片冲走，同时也冲刷掉了信徒们积下的罪愆。

防御邪眼的侵害，是中东的一个古老的传统。仪式的表演者将一块铅块加热后，扔入盛水的容器中。据说在容器中，铅块会变为邪眼的形状，之后，人们会将这块铅块埋起来或扔入海中。在另一项仪式中，信徒们将给自己带来苦难的人的名字写在一张纸上，然后一边念叨着“从我的生活里消失吧”，一边把纸条扔出屋外。我们选用特殊的物件来象征想从生活中清除出去的东西，再将这些物件扔弃。而这也就是具象化的精髓所在。

在“我把情绪憋在心里”，“把你的情感隐藏起来”，“我把我的感觉深埋心底”，以及“我把怒火压在心里”这样的语句中，感情仿佛成了可触摸的物体，供我们装进容器里或加以限制。几位研究人员想要看看，将这些比喻具象化（也就是将负面情绪写下来存放在实际的容器中）能否真的帮助人们把情绪埋在心里、在心理上得到纾解。

在第一项实验中，研究人员将学生分为两组，让每人写下一个曾让自己追悔的决定。一组学生需要把纸条装进信封，然后递交给研究人员；而另一组学生则直接上交纸条就行了。之后，研究人员让两组学生用愧疚、伤悲、焦虑、悔恨或羞愧这5种负面情绪，来表述出自己刚刚

写下的决定的感觉。学生们需要用1~5的数字来对以上情绪打分，程度从“毫无感觉”开始，一直加强到“非常强烈”。与那些把纸条直接递交上去的学生相比，那些把自己对悔恨的回忆文字放在信封中的学生的负面情绪要有所缓和。

在第二项实验中，研究人员想要看一看，选用其他让我们产生负面情绪的事件，是否也能产生相同的效果。这一次，他们要求学生写出自己朝思暮想却无缘得到的事物。与上次一样，一半学生要把答案放在信封里，而另一半只要将答案上交就行了。之后，研究人员让所有学生使用悲伤、失望、焦虑或不满4种情绪，描述出自己对上述事件的感觉。与第一项实验中一样，结果再次让我们看到：与把记录回忆的纸张装在信封里的人相比，那些没有把答案装起来的学生的负面情绪更明显。

将写下的故事装在信封里，仅仅通过这种对比喻的具象化，实验对象的负面情绪就得到了纾解。这样的结果告诉我们，当我们为某事而伤感沮丧时，我们可以把事情记录下来、封起来、收进抽屉里，甚至可以直接把字条扔掉，这至少可以暂时让我们的心情好一些。保守秘密会为我们带来负担，但如果我们选择把秘密写在日记中，那么负担也就会相应减轻了。上文的研究告诉我们，如果我们把写下的东西封存起来，那么，这难言之隐所带来的负面情绪可能就会随之缓解了。

人们习惯在跨年夜为新的一年制定计划。有的人立志减肥，有的人决心更加礼貌待人，有的人承诺为某个目标再接再厉。我有一些朋友，喜欢在这个传统中添些新花样。每年，他们都会在自己郊区的房子里举行一场新年派对，燃起一大片篝火，然后分发纸和笔，让客人们写下过去一年不愉快的经历——任何令人后悔、沮丧或失望的事都行。写好后，客人们会把这些纸扔进火中，任它们燃烧。这种做法很好地宣泄了情绪。像这样表达自己，把最隐秘的想法从心中揪出来，看着这些想法烟消云散，对继续面对生活很有帮助。我的朋友认为，这种做法比空口做承诺不知要有用多少倍。口头上念叨着要制订计划的人，很多都半途

而废了。

很多人都做过让人后悔的决定，也因没有达到目标而哀怨过。通常，这些悔恨都没有严重到让我们一蹶不振的程度，不会影响到生活的继续。但如果你实在有跨不过去的坎儿，那就试着把事情写下来，然后要么放进信封或抽屉里，要么就直接扔掉。这种做法绝对要比看心理医生来得便宜，说不定还真能帮到你呢。

创意的具象化

我本人非常重视创意思考的价值，同时也景仰和羡慕那些创意人才。我的两个儿子在小学和中学就读的都是艺术学校，受过长时间绘画和雕刻方面的培训，在音乐、戏剧以及舞蹈方面接触的也比一般的孩子多。我的儿子丹尼是一位优秀的画家和诗人；另一个儿子多利则是一位专业音乐人、表演家以及作家。我的女儿奥莉是一名法学教授，已经写了不少书，并能将自己的创意用在对知识和知识产权的研究上。我的丈夫戴维是一名医生，同时也是画家、雕塑家，他还发明了一些药用的小仪器。我的哥哥拉菲是一名常驻以色列和美国的成功的时尚设计师，以眼镜设计闻名。能与这么多创意人士为伴，我感到很开心。

创意人士影响并塑造着我们的生活。电话、电力、互联网、智能手机、社交网站等许多发明的存在，在我们看来仿佛是理所当然的。这些发明极大地改变了我们的生活，已俨然成为生活中不可或缺的部分。虽然人的创意禀赋各有不同，但提升创意的方式还是很多的。绝大多数人可能无法谱出莫扎特创作的那样伟大的乐曲，写不出《麦田里的守望者》这样的经典，也没法创造出尼龙搭扣、回形针或早餐麦片这样惠及众生的发明。但即便如此，我们仍然可以在日常生活和工作中具有创造性。研究告诉我们，一些相对简单的动作和体态，可以提升我们的创意思维。

我的父亲曾经给我讲过一则笑话：一个男人来到国防部，说自己有一个很有创意的伟大构想，可以制造出一架不需要驾驶员也可以跨国飞行的飞机，机上乘客由机器人来照料。别人告诉他：“你的主意真棒。但你要怎么付诸行动呢？”他回话说：“不好意思，我只是有这个想法而已。”这种事情是不是很常见？某人萌生了一个新点子，却没能将点子

实践出来，也没有对实践的具体步骤进行策划。

在英语中，谈及创意思考时，我们会用“跳出盒子思考”“把二与二加在一起”^[1]以及“从一方面来看，从另一方面来看”^[2]这类表达方式。从中我们可以看到，我们要从多角度和多方位来进行思考，还要思想灵活、无惧逾矩，这样才能避免思想和行为的僵化。以上这些都是创意思维的特征，为了具有创造性和获得新点子，我们不仅要从新的角度多方面看待事物，还要灵活动脑，将那些看似不甚沾边的点子结合在一起。因为有的时候，我们虽然搜集了所有的信息，但仍然找不出其中隐藏的答案。

接下来我会告诉大家，仅仅利用我们的身体活动或想象某种身体活动将某些比喻具象化，我们就能变得更有创意。有时，甚至只需要环境中某些因素的点拨，我们的创造性就能得到提高。

从两个方面来看问题

许多问题并不止包括一个层面，而看问题的角度也往往不止一个。其实，许多创新的点子都是在我们换个角度思考时得出的。几名研究人员设计了一系列实验，想看看将有关创意的比喻具象化能否对提升创意起到实际的作用。在第一项实验中，他们研究的表述方式是“从一方面来看，从另一方面来看”。研究人员想调查，如果他们让实验对象举起一只手，然后再举起另一只手，实验对象的创造性是否会受到影响。

研究人员找来40名学生，让他们参加了两项同时进行但表面看起来毫不相关的研究。研究人员让学生们思考一幢大学综合楼功能的几种方案，在此过程中，他们用一项公共演讲研究为借口，让这些学生模仿演说家的经典动作，抬高并伸展一侧的胳膊。

这项实验分为两部分进行。在第一部分中，所有的学生都要将右臂朝向墙壁举起，把左手背在背后，同时给出有关学校建筑用途的各种方案。在第二部分中，所有学生需要思考学校综合楼的其他几种用途，并把答案大声说出来。按照要求，一半学生需要像之前一样举起右手，而另一半学生则需要举起左手，换成把右手放在背后。

研究人员将学生回答的语音记录了下来。依照学生提出的点子数量和其中独到见解的数量两项标准，由两名并不知道学生举起的手是左还是右的评分人为学生的创意打分。

所得的结果出人意料：那些在第二部分换手的学生不仅给出的点子更多，其答案也更加灵活新颖。简而言之，相比之下，换手的人要更有创意。而在所有参与者一律举起右手的第一部分实验中，两组学生的答案并没有什么差别。只有在一半学生换了手的第二部分中，换手一组的

创意优势才有所突显。

跳出盒子思考

人们通常认为，“跳出盒子思考”意味着创意和灵活的思维。这种表达方式意指不囿于传统，敢于从新的角度看问题，从而产生创新的想法。

上文中的研究人员想要看一看，对“跳出盒子思考”这一表述方式的具象化能否对创造力产生影响。他们从专门用来测评想象力的“远距离联想测验”（RAT）中选出一些题目，让102名学生回答。参加测试的学生需要阅读由三个单词组成的词组，并想出一个与三个词都有所关联的单词。比如，“坠落、演员、尘埃”这组词的答案应是“明星”，“戏剧、双手、碟子”这组词的答案则是肥皂。^[3]想要从如此微妙的联系中看出端倪，参加测试的人必须运用创意思维。简言之，参加测试的人必须打破局限进行思考。

研究人员为实验建造了一只约1.5立方米的盒子，并把实验对象分为3组。第一组学生需要坐在盒子中进行测试，第二组坐在盒子外，第三组则在一间没有放置任何盒子的房间里完成测试。那些坐在盒子外完成测试的参与者答对的题目，要比坐在盒子中或坐在没有盒子的房间里的参与者多。将“跳出盒子思考”这种表述方式具象化，果真对参与者的创造性思维产生了影响。研究人员特意确保盒子不会对置身盒内的人造成任何不适感，也不会引起幽闭症患者的焦虑。因此，每组表现的差异并不是由身处盒内或盒外的不同感觉造成的。

研究人员又进行了另一项实验，他们给所有的实验对象展示了一些用乐高积木搭成的物体的照片，并让他们思考图中内容可以具体代表哪些实物。但是这一次，研究人员并没有把实验对象安排在盒子内或盒子

外，而是限定了他们的活动方式。按照规定，一组实验对象需要一面思考，一面沿着一条由地板上的胶带标记出的矩形路线步行前移。而另一组实验对象则可以任意在屋里走动。研究结果很明显：那些自由行动的人萌生的创意，要比沿着规定路线走动的人多。

在第三项实验里，研究人员的课题是：单凭想象某种身体动作，能否增强我们的创造性思维呢？换一种说法来讲，仅凭对沿着固定路线移动和自由信步的想象，会不会对我们的创造性思维产生影响呢？实验对象每人操控电脑中的一个虚拟人物，并需要把这个虚拟人物想象成自己在其他世界中的化身。他们需要一边操纵虚拟人物，一边思考送给好友的创意礼物，想得越多越好。一组实验对象操纵的虚拟人物沿着一条规定好的路线移动，另一组虚拟人物则可以随意漫步。相比之下，与那些沿规定路线操纵虚拟人物的实验对象想出的点子（比如送朋友一张CD）相比，那些自由操纵虚拟人物的实验对象的创意点子（比如为好友订一份杂志）更多。

这些出人意料的研究结果告诉我们，对“跳出盒子思考”这一说法的具象化，可以对我们的创造力起到提升的作用。同时也让我们明白，我们并不是非得坐在盒子外，如果我们能避免沿既定路线移动，而选择在屋里漫步或想象自己自由移动的情景，那么我们就能更有创造力。

把二和二加在一起，果然等于四

有时候为了解决问题，我们只需要根据我们已有的信息做出推断就行了。这也就是所谓的“把二和二加在一起”。然而，想要有效利用这些信息，有时我们的思维需要跳出常规才行。

如果我们将“把二和二加在一起”这样的表述方式具象化，能否对我们的创造力产生积极影响呢？研究人员将纸质杯垫从中间剪开，并把实验对象分成了两组，其中一组拿到的杯垫分为两堆摆放：一堆放在桌子左侧，一堆放在右侧。研究人员要求实验对象同时从左右两堆中取一张杯垫，并将两张剪成一半的杯垫在桌子的正中拼起来。另一组研究对象的杯垫全部摆成一堆，他们需要将这些剪成一半的杯垫移到桌子的正中。按照这种方法，一组实验对象将两样东西合在一起，而另一组只是把东西从一个地方转移到另一个地方罢了。

研究人员选择了远距离联想测验，让实验对象阅读由三个单词组成的词组，并想出一个与三个单词皆有关联的词语。与那些仅仅将一堆杯垫转移位置的人相比，那些同时将两张杯垫拼合为一个整体的人答出的题目更多。就凭这简单的具象化，实验对象的创造性思维便得到了提升。

在室内或室外信步徜徉，可以助你打破常规和思维的局限，让你用全新的创造性视角来看待问题。当你轮换左右手时，你便更有可能萌生出新的创意；而如果你动手将零件组装在一起时，你对事物间的微妙关联也会变得更敏感。并非实际的具象化才有效果，有的时候，只要想象一下信步游走的情景，这种思维的具象化就足以提高我们的创造力。在以上所有的实验中，研究人员并没有直接把这些表述方式说出来，实验

对象也并没有提到或听到这些表述方式，而是将其含义具象地进行了实践。

这些研究结果的意义重大。创造性思维不仅是学习众多学科不可或缺的条件，也有益于所有的职业。画家、音乐家、作家、动画师、设计师、建筑师、发明家、科学家、高科技程序员以及医生都需要运用创造力，避免拘泥于常规。教师们必须经常用自己的创造性思维，考虑如何将课程设置得更加有趣。政治家和政策制定者也需要富有创意的方案，以解决错综复杂的社会问题。在我们的日常生活中，许多事情的答案并不是让人一目了然的。在寻求照料孩子和工作职责的平衡点时，我们这些做父母的人也需要运用创造力。我们希望以积极的方式来教育孩子，也希望自己既能包容，又能有自己的一套规矩。我们希望孩子能在早晨不吵不闹地起床上学，也希望引起他们对电视或电脑游戏之外的事物的兴趣。对于烹饪而言，创意同样重要，这不仅能让我们为家人烹调出可口健康的菜肴，也能帮助我们将食材物尽其用，避免浪费。

如果心平气和地理论或激烈地争吵都无法改变你和伴侣之间的关系，那么好的创意说不定可以成为你们关系的润滑剂。如果我的另一半总是将文件、背包等杂物堆在餐桌上，我该怎么做才能让他改掉这个毛病呢？或许，我应该在他每次把东西放在该放的位置时给他一个实实在在的奖励，我也可以把桌子布置得让他无法往上面堆放任何东西，又或者，我还可以在门边为他腾出一张小桌子专门放他自己的东西。

熟能生巧，慢慢培养创意，让你的创意在工作和生活中大放异彩吧。你可以选择换换手，或尝试一下上文实验中心理学家要求学生们做的简单动作，看看这能不能帮你解决一些日常生活中的问题和挑战。我们该如何收纳衣服，才能使衣服既不变皱又容易找到呢？我们该如何保持桌面整洁、邮箱有序呢？我本人目前仍在探索，希望用创意让这些问题迎刃而解。

广告、动画、高科技及电视等创意职业的工作环境，要特别注重营

造职场氛围。平淡无奇、限制过多的环境会让创意伸展不开手脚。在工作环境中提倡活动的自由吧，将你的办公环境敞开来，避免让大家在类似盒子或隔间式的空间工作。

许多学校中规中矩的环境非常注重逻辑分析、背记知识以及顺从，因此限制了孩子们的想象空间。马克·吐温曾经说过：“我绝不会让正规的学校教育与我自我培养混为一谈。”的确，不少学校仍然沿袭着坐在桌前啃书本的传统教育模式。教育孩子安坐下来、集中精力学习的确有其重要性，但是将这种模式全面沿袭下来的做法，也的确有些墨守成规。一些学校营造了趣味性的学习体验，为学生们提供了备选的学习场所。比如，在以色列的一所实验学校里我惊奇地发现，学生们的活动场所不仅包括校园，还包括毗邻学校的果园甚至海滩。学生们通过游戏来学习，老师们也秉承着寓教于乐出成果的信条。然而，绝大多数西方文化却总爱对这种将娱乐与学习结合在一起的方式产生怀疑。

孩子们越是享受学习，学到的东西也就越多。但除了享受之外，我认为还有一个不可忽视的条件：正是因为孩子们的到处活动，才让他们接触到许多刺激和灵感，从而使他们的创造性思维得到了提升。通过游戏进行学习的方式乐趣无穷，不把孩子们禁锢在椅子上，而是让他们能够到处跑跑跳跳。孩子们不再被局限在狭小封闭的教室中，他们可以做出各种动作，探索周围的空间。

哈佛大学教授约翰·瑞迪在他的著作《运动改造大脑》中，阐述了体育锻炼对于学习和创造力的重要性。他认为，运动和学习有着不可分割的联系。我们的身体和思维有着密切的联系，而体育锻炼能激发出大脑的最佳状态。热爱运动和锻炼的孩子们在许多认知能力测验中的表现都更为出色，除此之外，在进行室外活动的同时，孩子们还能接触各种各样的刺激：滑过脚趾间的细沙、溅在脸上的水花、扑鼻的花香、耳畔的鸟鸣树叶声，还有满眼五光十色、质地各异的贝壳，不一而足。我认为，这些身体和感官运动经验同时还能提升孩子们的创造力，帮助他们捕捉抽象概念。

我并不是要鼓动大家把所有的教室都废弃掉，把学校搬到大自然中去。我的意思是，孩子们需要更多的活动、更多的郊游，需要多在室外待一待。在完成《第六交响曲》（也称《田园曲》）后，贝多芬写道：“能在灌木丛、树木、青草、石头间漫步，我是多么欣喜！这树木山石，赐予人类那必不可缺的共鸣。”据说，正是他在维也纳的漫步中获得的灵感，成就了这首伟大的作品。

如果孩子们能够找到打开创造力的“阀门”，那么他们在接下来的人生中也就能够更加得当地处理问题。对成年人来说未尝不是如此。不时地站起来，在屋里到处走一走，要不就直接在室外散散步吧。虽然这不能让你的一切问题迎刃而解，却能够让你更容易地挖掘到富有创意的解决方案。

在本书开头，我讲到自己在以色列军队中的经历。在那里，我住在使用荧光灯照明的地堡中，分不清白天黑夜，呼吸的是循环利用的空气。那样的环境与当今富有创意的学校和办公室相比，简直是云泥之别。前不久我有机会参观了谷歌的办公环境，那里与那些摆放着办公桌椅的传统办公空间相比，简直是天壤之别。谷歌园区为员工们留出了许多放松休闲的房间，其中一些房间景致优美，配有电视，就像舒适的起居室，员工们可以坐在屋里，享受一杯卡布奇诺；游戏室里放置着乒乓球桌、植物、躺椅，还有许多人早有耳闻的滑梯，让员工们在“课间”休息时重新找回童年的感觉。然而，这些设施并不只是为了取悦员工而设置的。谷歌知道，环境会对员工们的思维、创造力及效率产生影响，在如此美妙的环境中工作的确是乐趣无穷，而员工们能够在如此妙趣横生的空间里四处活动，这无疑促成了谷歌的许多创举，也促进了谷歌的成功。

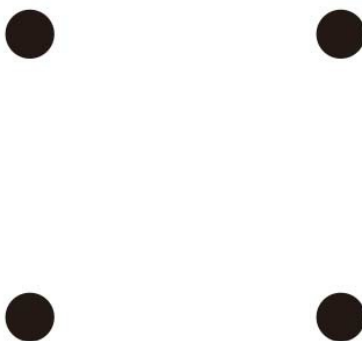
借一盏明灯，照亮我的迷惘

你有没有为了填字游戏中的某个单词而绞尽脑汁的经历呢？你正抓耳挠腮，蓦然之间，你灵光一闪，豁然开朗了。人们将这种灵光乍现的现象叫作“瞬间顿悟”或“尤里卡效应”。“尤里卡效应”一词的产生，源于古希腊伟大的数学家阿基米德。国王怀疑狡猾的工匠在皇冠里面掺了银子，于是想让阿基米德测测皇冠的质地到底是不是纯金的。阿基米德在浴缸中冥思苦想之际，突然注意到浴缸中的水位随着自己身体的进入而变高了。他意识到，自己也可以用类似的方法测量出皇冠的体积。阿基米德为自己的发现欣喜若狂，赤身裸体地跑到街上，大声喊着：“尤里卡！”也就是古希腊语中“我找到了”的意思。

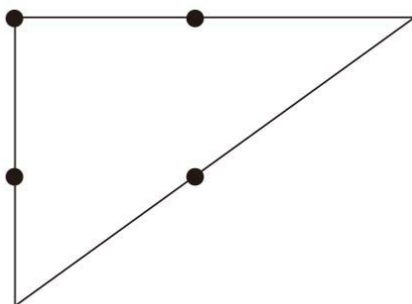
在语言中，我们将这种灵光乍现的体验与光亮联系在一起。这样的表述方式包括“我看到光明了”“把问题阐明”等。灯泡常被用作发明或创意的标识，表示因突然找到了解决方案而恍然大悟。想要表达某人突发奇想的时候，动画以及漫画等都喜欢在此人的头上画上一只灯泡。

几名研究人员想调查看到灯泡是否真能提升人的洞察力和创造力。他们组织了一系列实验，让实验对象运用洞察力来回答问题，并在其中一半人所处的环境中放置了一只灯泡。

在其中一项实验中，研究人员为79名学生出了一道需要动用发散性思维的问题，也就是用3条直线将排成正方形的4个点连接起来，且笔尖不准离开纸面。



人们往往会觉得这个问题很难，因为他们多会把这4个点当作边界，所以都会在这个所谓的正方形界限范围内画线。一旦他们意识到自己可以超出4个点的范围画线时，问题也就不攻自破了。



为学生们布置了连线任务后，研究人员借口屋里光线不好，为其中一半学生点亮了一只白炽灯灯泡。而在另一组学生答题时，研究人员则将头顶的荧光灯打开了。研究结果出人意料：**44%**看到灯泡的学生答对了问题，而坐在荧光灯下答题的学生的正确率只有**22%**。置身于有灯泡的环境下，竟能帮助学生们跳出思维局限。在第二项实验里，研究人员将问题换成了需要运用洞察力来解决的数学问题。实验结果与之前大同小异：那些看到白炽灯泡的学生，要比那些在荧光灯下答题的学生更容易解决问题。

在第三项实验中，研究人员为实验对象出了一道创意文字题，也就是前文中提到过的远距离联想测验。实验对象要为三个词的词组找出一

个与每个词都有关联的词语，举例来说：哪个单词与窗户、咬以及猴子皆有关联？（答案是蜘蛛）。这一次，研究人员仍然为一组学生点亮了一只灯泡，而为另一组学生打开天花板上的荧光灯。实验结果仍与之前一致，那些接触到灯泡的学生的答题正确率，高出了处于荧光灯环境中的学生。

研究人员还进行了第四项实验，仍是使用了远距离联想测验。但是这一次，研究人员并没有拿灯泡和荧光灯做对比，而是在第一组的环境中放置了一只25瓦灯泡，为第二组准备了一只遮了罩子的40瓦灯泡。他们特地选择了亮度更大的灯泡，以确保这只灯泡在灯罩下的照明效果与25瓦灯泡相同。他们这一次同样选用了远距离联想测验，那些借未经遮盖的灯泡照明的学生，要比那些靠灯罩下灯泡照明的学生更容易答对问题。这些研究结果向我们证实，不加灯罩、点亮了的灯泡有助于我们发挥创造力，这与我们用来谈论创新和洞察力的语言表达以及象征标识是一致的。光明可以影响到我们的认知能力，助我们开拓思维、明察秋毫。

一日一苹果，创思如泉涌

接触到与洞察力和创造力相关的符号标识，能够提高我们的创造力。就连与创意相关的品牌名称也能够促进我们的创造性思维。以此为课题，研究人员选择了IBM（国际商业机器公司）和苹果两个品牌。两个都是名副其实的大品牌，但相比之下，苹果与创意之间的联系更紧密一些。除此之外，苹果公司还使用了“不同凡响”的广告语，着重强调品牌的创新和与众不同。我有一位年轻的友人，刚刚从一家高科技企业跳槽到苹果公司，他告诉我，虽然很满意自己的上一家雇主，但苹果的创意氛围确实确实令他折服。

研究人员找来一批学生，让他们分别描述苹果公司和IBM公司所表现的一系列特征，其中当然也包括创造力。结果很明显，在大家看来，苹果要比IBM更有创意。研究人员同时还让学生们表达对这两个品牌的喜爱程度和看法。在这些问题上，针对两个品牌的答案并没有什么差别。学生们对这两个品牌的喜爱程度持平，看法也都是积极的。两个品牌的唯一差别，就是苹果给人的印象要更富有创意一些。

接下来，这些研究人员又策划了另一项实验。他们重新召集了两组实验对象，在电脑屏幕上一次显示一个数字，并要求实验对象每看到一个数字，就把这个数字与之前的数字加在一起。在每个数字出现的时候，研究人员在一组实验对象的潜意识中植入了IBM的商标，而在另一组的潜意识中植入了苹果商标。两个商标出现的时间都只有13微秒，时间太短促，不足以让实验对象从显意识上捕捉到这个信号。事实也确实如此，实验结束时，实验对象在回忆自己看到的東西时，没有一个人意识到自己看到了任何商标。

接下来，实验对象进行了一项创意活动，名叫“不同寻常的用途”。在活动中，实验对象需要想出一块砖头的各种用途，越多越好。其中的用途包括镇纸、门槛，或者包在锡纸里在烧烤时压培根或三明治。这个活动的理念在于，越是有创意的人，能为这块砖头找出的用途越多。那些潜意识接触到苹果商标的人，相比之下为砖头找出了更多的用途。除此之外，两名评委还对每位实验对象给出的前三项用途的创意做了评价，他们发现，潜意识接触了苹果商标的人想出的用途更富有创意。仅仅在潜意识层面接触到苹果商标的信息，你就可以变得更加有创造力，这简直神了！

无论是在家还是在公司，你都可以充分利用这些研究成果。你可以在墙上挂上含有与创意有关的符号的海报，比如灯泡的招贴画，或者创意公司的商标或企业格言，一望无垠的田野或开阔场地的风景画，一间天花板非常高的屋子的照片，或者一个人在盒子之外的画报等。毕加索的立体派画作也是不错的选择，因为这种画展现了从不同角度来表现物体的方式。研究证明，出国旅游能够激发学生的创造力，因此遥远景点的照片也可以提高你的创造力。在你的书房里、办公桌上方，或是儿童房里挂上这样的海报吧。上文的研究告诉我们，这些海报说不定真能起到超乎想象的作用呢。运用你的创造力，想想还有哪些符号和标识能助你提升想象力。

【关注公众号】：奥丁读书小站（njdy668）

- 1.每日发布新书可下载。公众号首页回复书名自动弹出下载地址。
- 2.首次关注，免费领取**16**本心里学系列，**10**本思维系列的电子书，**15**本沟通演讲口才系列，**20**本股票金融，**16**本纯英文系列，创业，网络，文学，哲学系以及纯英文系列等都可以在公众号上寻找。
- 3.我收藏了**10**万本以上的电子书，需要任何书都可以这公众号后台留言！看到第一时间必回！
- 4.也可以加微信【**209993658**】免费领取需要的电子书。
- 5.奥丁读书小站，一个提供各种免费电子版书籍的公众号，提供的书都绝对当得起你书架上的一席之地！总有些书是你一生中不想错过的！上千本电子书免费下载。

小结

本书中介绍给大家的许多研究都告诉我们，人类的身体感知能够刺激我们产生抽象的概念，从而进一步影响我们的行为、情绪以及想法。举例来说，触摸了柔软的物体后，这种触感会让我们接下来的行为态度变得更温柔。摄取甜蜜的食物，会让我们自己也变得愈加甜美可人。这些研究结果都值得引起我们的重视。

而本章中列举的研究则让我们对问题的认识更深了一步。原来，将与创意相关的比喻具象化，或是接触到环境中与创意有关的信息，不仅能够激发我们既有的认知，还能激发我们的创造力，让我们想出新颖独特的点子，也助我们发掘事物之间微妙的联系。将比喻具象化，不仅能扩充我们的知识，还能影响我们的表现。将比喻修辞具象化，或是接触到周围与创意有关的信息，都有可能给你解决问题的能力带来意想不到的启发。我们的创造力可以靠自己的双手来提升，我们的思维也可以借身体的助力产生各种各样的灵感，这可真是难以置信的好消息！

[1] 英文原文为“put two and two together”，也就是根据实际情况进行推断的意思。——译者注

[2] 英文原文为“on the one hand and on the other hand”，直译过来就是“从一只手来看，从另一只手来看”。——译者注

[3] 戏剧英文为opera，与肥皂的英文soap组合成为soap opera，即肥皂剧的意思。——译者注

后记

正在写作本书最后一章的时候，我恰好从新闻里听到俄罗斯上空陨石坠落过程中发生爆炸、造成数百人受伤^[1]的消息。这是个离奇而罕见的偶发事件。虽然地震和海啸等自然灾害的发生概率都不高，但这令我想到大自然没有先兆地瞬间改变人们的命运，它的力量有多大。

大地、海洋以及太空中存在的自然威力能够给人类生活带来突如其来的剧变，而本书并没有涉及这方面的内容。我写这本书的目的，是为了关注那些存在于我们周围的微妙力量。这些力量在日常生活中无时无刻不对我们产生着不可忽视的影响，却并没有引起我们的注意。触觉、味觉、重量、颜色、高度、清洁等身体感觉可以通过意想不到的方式，由外及内地对我们的举止、情绪以及判断力产生种种影响。本书中为大家呈现的前沿而富有开创性的研究，一次又一次地印证了这个事实。

其实，心理学家和哲学家早已注意到了体感对于人们的举止及心态的影响。但直到几十年前，人们才开始大范围地开展具身认知的相关研究，系统地探究身心之间的关系，同时也通过确立这些令人称奇的联系而让人们知道，象征与实际之间的界限其实非常模糊。

根据具身认知理论，我们是通过与抽象概念相关的身体体验来认识这些概念的。孩子们通过体感来认识周围的世界，并由体感建立起对距离、触感（比如软和硬等）、温度、重量以及高度的具体理解。举个例子来看，孩子们可以在接受父母拥抱时感知温度，从而感受到身体和心灵的温暖之间的联系。父母让孩子们在床上躺好，然后关灯离开，而孩子们也就体会到了远近、明暗以及积极和消极概念之间的差异。在仰头看周围的成年人时，孩子们则意识到了高度和力量之间的联系。

这些身体的感觉构建起我们认识的基础和框架，帮助我们理解友好、疏离以及地位等更为抽象的高阶概念。我们的情绪、思想以及行为，都根植于我们的身体感觉之中。在想到强大的个人或群体时，我们的注意力会向高处转移；而在携带重物时，我们对一件事情也会更加重视。

我们的感官和运动知觉其实就是我们的身体智能，这种能力不仅能帮我们认识到思维和情感运作的方式，还是构建人工智能不可或缺的基石。著名的发明家兼理论学者、卡内基-梅隆大学教授汉斯·莫拉维克曾说过，为计算机编写模仿婴儿知觉的程序，要比为计算机编写棋盘对弈的程序困难得多。他提出的“莫拉维克悖论”认为，在设计机器人和发展人工智能方面，构建感知运动能力的编程要比判断或推理等高阶思维的编程复杂许多。莫拉维克悖论提醒我们，我们的感官能力是一个奇迹，不仅为我们搭建起心智与外部世界的桥梁，还是构筑心智大厦的砖瓦。

这些研究让我们看到，比喻与象征是具身认知理念的绝佳信使。我们的语言和思维中的比喻比比皆是，以难以察觉的方式潜移默化地影响着。通过类比，我们将具体的概念与抽象的概念联系在一起，让我们借由具体的类比信息快速捕捉到抽象的含义。我们知道，一个“冷若冰霜”的人并不是说某人在户外的严寒中驻足多时，“攀高枝”的人也没有见树就爬的习惯，而紧挨我们坐下的人或许在感情上是与我们疏离的。尽管如此，抽象概念与我们对世界的感知之间的联系，是确实确实存在着的。我们的身体智能为我们提供的信息价值是无可估量的，但这些信息同时也会使我们产生偏见：在寒冷的气温下，我们会更容易对某人做出“冷若冰霜”的不公正判断。身与心之间的沟通方式是非常发达的，意识到这一点，可以让我们注意避免不公正的评判，也有助于避免自己成为错误的具身认知的受害者。

一些心理学家认为，比喻或象征只是身体感觉与抽象概念之间联系的一种影射罢了，但许多科学家发现，比喻其实是体感与概念之间联系

的一个组成部分，对我们捕捉抽象概念有着不可忽视的作用。本书中所介绍的研究报告告诉我们，比喻或象征不仅仅是表达方式，其作用也不仅仅是为了丰富语言的含义和深度。实际上，我们就是以象征的方式进行思考的。通过进化发展，比喻已然成为人类思维全球通用而充满画面感的表达方式，其威力要比我们想象的更为强大，对我们的思维和行动起到不容忽视的影响。

我们已经看到，热气腾腾的咖啡能融化人心、改变我们的心意，写字板能加强我们对货币价值的判断，刚刚洗净的双手能为我们的作弊行为亮起绿灯。大家一定都知道，室外温度的高低能够影响我们的情绪，但我敢打赌，大家一定不曾想到，触摸温暖的物体就能够影响我们对他人的看法或让我们变得更加友善。触觉的重要性要远远大于我们的想象。大家可能从不曾想过，我们所坐的椅子的软硬程度可能会影响到我们在谈判中所持的态度，从而进一步影响我们的绩效。凭借直觉，我们或许可以猜到打手势或四处走动能够帮我们解决问题，但坐在盒子外竟然可以增强我们的创造力，这可能是大家始料未及的吧。

在陈述这些研究的过程和令人惊叹的发现的同时，我也会时不时遇到一些持怀疑态度的人的质疑：“是啊，这些研究是挺有意思的，但是话说回来，你是不是有点夸大其词呀？”“体感的确与情绪和心态有所关联，可是影响力不可能这么大吧？”“实验结果之所以如此，是由外界的某些可变因素或实验设置本身等一些我们没有考虑到的因素造成的。”就算有人这么想，也是无可厚非的。

我在本书中所引用的惊人发现，全都是由全球顶尖大学的首席科学家得出的，这些研究成果发表在权威科学期刊上，其理念经受了其他科学家的审视和检验。这些实验都经过精心设计和控制，实验对象是由研究人员从同一批人群中随机分组而构成的。除了实验所研究的因素（比如是否使用湿巾擦手，又如相片背景的颜色）之外，各组之间是毫无差异的。实验对象的表现之所以会出现不同，是由研究人员对所研究因素的操控造成的，这一点，研究人员会通过实验设计来确保。

尽管如此，科学家们只要一听到与自己的直觉严重相悖的研究结果，就会提高警惕、疑窦丛生。有的时候，研究的设计漏洞、人们对数据的篡改，或是无良科学家的造假的确会得出令人大跌眼镜的研究结果。我也不否认，（正如在其他科学领域一样），在具身认知研究中的确有一部分害群之马，这些研究的理论漏洞百出，所得的结果错误虚假，毫无可取之处。这些心理学家不得不撤回他们的研究发现，其中两人还因此弄丢了大学的饭碗。我自然不会在本书中使用这些心理学家的研究，除此之外，我还亲自一字一句地检查了书中所有的研究，确保我介绍给大家的，全都是这个激动人心的新兴科学领域中最可信也最可靠的研究和发现。

然而就在最近，社会心理学领域中一些著名的、流传甚广的研究成了抨击的对象，原因就是，人们无法对这些研究结果进行复制重现。其中绝大多数研究都与作为本书重点的具身认知学没有直接牵连，但是，还是有一些具身认知的研究没有逃过大家的质疑。为了保证本书中提及的研究的真实性，我引用的绝大多数研究都是通过多项实验得出的。如果就同一问题进行的不同实验得出的结果相符，这样的研究结果的偶然性或异常概率就要小很多，同时也更有说服力。在我描述的例子中，许多都是由在不同实验室进行的多项实验得出的统一结果，有的研究的实验地点甚至跨越了国界。比如，物体重量对重要性影响的研究结果，便是在美国与荷兰的数个实验室中多次实验的成果。

虽然这样，我们不排除本书中的某些研究有无法被其他研究者复制的可能。我认为，在具身认知学研究中，这种现象之所以出现，可能是由于研究者没有考虑到周围环境和实验对象的性格、文化差异等可变因素。坦白来说，这些因素不但会影响研究结果，其影响也不易规避。尽管如此，具身认知学仍不啻为一个引人瞩目的新兴研究领域，就像在众多科学研究领域一样，初期的研究阶段总会带来突破性的累累硕果；而接下来一个阶段中的研究，则会更周密地顾及那些对实验结果有所影响的可变因素，从而提炼出更为全面的理论。具身认知学的下一代研究者

们肩负的任务，就是去考察这些影响实验结果的变量，建立一套具身认知理论，来解释身体与思维之间这种惊人联系的发生原理、时机以及原因。

举例来说，未来的研究可以考察体感何时的影响最弱。我们已经知道，触摸温暖的物体会影响我们的判断和行为，然而这种联系或许会受到室外温度的影响，意即，在天冷或天热时触摸温暖物体对我们的影响或许是存在差别的。而是否有外人在场这样的因素，或许也会让体感和行为之间的联系产生变化。除此之外，未来的研究还应该注重实验对象的人种多样性，还应选择不同年龄段的儿童作为实验对象，从而更好地揭秘具体和抽象概念联系背后的框架和原理。

体感、行为以及情绪之间的联系，对不同人群的影响或许也有所不同。一些人更容易受到环境因素的影响，对体感也表现得更为敏感。一些人不仅较为敏感，对自己的身体发出的声音也更为重视。可想而知，相同的体感对于这些人的影响自然就要大于在这方面较为麻木的人。通过瑜伽和冥想，我们可以学会更好地倾听自己的身体。开始练习瑜伽后，我愈加关注自己的身体和呼吸，也能更敏感地感知到周围的环境了。

我希望功能性磁共振成像技术能在未来的研究中扮演更为重要的角色，让我们更好地观察到运作中的大脑（或思维）的工作机理，找出大脑中与语言和行动相对应的区域，帮助我们更进一步地理解身心之间的联系。

与我们交集日益频繁的虚拟世界，对我们又有怎样千奇百怪的影响呢？这也可以成为推进研究的另一个方向。当今社会，人们有时候宅在光线不足的屋子里，双眼不离电脑或手机的屏幕，而虚拟世界也越来越多地渗透到我们的日常生活中。越来越多的社交和经济活动转为使用虚拟平台，而这个趋势大有愈演愈烈之势。越来越多的人选择在网上购物^[2]，随着网上转账技术的发展，亲自跑银行也就愈显多余了。这些

变化不仅出现在我们的经济活动中，也在社交活动中蔓延开来：如今，人类通过脸谱网、约会网站以及各种交友、互助和讨论小组等网络平台进行交流。在今后的研究中，我们需要放眼这些虚拟空间对我们的决策、行为以及情绪到底有什么影响。

拿银行来举例。银行为我们提供了投资理财、存款以及贷款等多种服务选择，并利用色彩和高度等事物的具体特征来影响我们的选择。银行可能会在海报上印上飘飞的气球或厚重的保险箱，以吸引用户进行贷款或投资理财。这两种与重量相关的信息能起到截然相反的效用：如果银行想要吸引我们投资理财，那么对重量的突出便可以建立起我们的安全感和信任感。如果用飘飞的气球来象征银行的投资理财项目，是很难让人信服的。一项不仅不会带给我们重担，反而帮助我们朝着目标越飘越近的贷款项目，很容易引起我们的兴趣；而贷款一旦与沉重挂钩，便会让我们望而却步。

除此之外，虚拟空间还影响着我们现实生活中的行动。举例来说，我们会在屏幕上张开两根手指，来放大平板电脑或苹果手机上的字符。这一动作的全球化，或许会衍生出大与小的概念的另一种表达方式。就在前不久，我看到一个孩子在读书时在书页上张开手指，想要把图画放大，而书页并无反应，让这个孩子百思不得其解。

具身认知是连接我们与周围环境的桥梁，而我们只是刚刚揭开了这些神秘的联系的冰山一角而已。我在本书中以此联系为出发点，尽自己微薄之力，希望能开拓出新的道路，一探未知的新领域。这些研究结果能给我们带来诸多启发，也能为我们的工作和生活锦上添花。在与伴侣、孩子、朋友、同事和老板的沟通交流中，在商场谈判、工作面试、初次约会，或与家人和孩子的老师进行重要谈话时，我们都可以将这些研究的成果利用起来。

这些研究成果的诱人之处，就在于其应用范围非常广泛。一旦意识到了比喻和象征的影响和威力，我们就能将其为我所用。我们已经知

道，这些影响有的能帮助我们，有的却能让我们误入歧途。比如，喜好甜味的人通常都是友善可亲的，但在我们所敬仰的干净、开朗、有魄力的人中，并不是每个人都值得我们信任。抱着审视的态度对待感官接收到的信息，倾听感官的声音，你才能将这身体的智能转化为智慧，否则，这些智能的信息只不过是干巴巴的数据而已。在做出判断或对他人做出评价时，各种象征和比喻在我们的潜意识中建立的种种联系难免会影响我们。有了这层新的认识，我们才能避免受其误导。

意识到这些联系后，我们会自觉地对色彩、温度以及材质等环境因素多加注意，看待这些因素的视角也与之前不同了，我们甚至还能学会“象征”这种全新的语言呢！如果这种新发现的身体智能能够为各位的生活带来更多的愉悦，我将非常荣幸。

环境因素渗透到了我们生活的方方面面。带着对身体智能的新认识，你准备好更加充分地探索人生了吗？

[1] 后来数据显示的受伤人数是1 200人。——译者注

[2] 2012年全年，美国电子交易总额达到2 890亿美元，预计2016年会达到3 619亿美元。
(<http://www.statista.com/topics/871/online-shopping>)

图书在版编目 (CIP) 数据

感官心理学：身体感知如何影响行为和决策 / (美) 塞尔玛·洛贝尔著；靳婷婷译. --
北京：中信出版社，2018.9

书名原文：Sensation: The New Science of Physical Intelligence

ISBN 978-7-5086-9288-3

I. ①感... II. ①塞... ②靳... III. ①心理学—通俗读物 IV. ①B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第166151号

Simplified Chinese Translation copyright © 2018 by CITIC Press Corporation

Sensation: The New Science of Physical Intelligence

Original English Language edition Copyright © 2014 by Thalma Lobel.

All Rights Reserved.

Published by arrangement with the original publisher, FREE PRESS, a Division of Simon
& Schuster, Inc.

感官心理学——身体感知如何影响行为和决策

著者：[美]塞尔玛·洛贝尔

译者：靳婷婷

策划推广：中信出版社（China CITIC Press）

出版发行：中信出版集团股份有限公司

（北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编100029）

（CITIC Publishing Group）

字数：170千字

版次：2018年9月第1版

京权图字：01-2014-0420

广告经营许可证：京朝工商广字第8087号

书号：ISBN 978-7-5086-9288-3

版权所有·侵权必究