

<<谁在驾驶巴士>>

图书基本信息

书名：<<谁在驾驶巴士>>

13位ISBN编号：9787511903983

10位ISBN编号：7511903983

出版时间：2011-8

出版时间：中国时代经济

作者：子华明

页数：233

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<谁在驾驶巴士>>

前言

心理学从一诞生就被人们披上了一件神秘的外衣，更多的时候，我们无意识地把它和所谓算命之类的东西等同起来，这实在是一种悲哀。

且不说心理学的科学性有多么的严谨，仅凭它在生活中的实用性就不能把它和迷信类的东西相提并论。

目前来说，对心理学的理解存在两个极端，一个是觉得它深不可测，一提到学心理学的人往往觉得这些人有着非凡的能力，能一下子洞穿别人的内心，和这样的人在一起往往没有安全感；一种则觉得和这样的人在一起很舒服，因为这样的人很体贴人，总能给你温暖的呵护；另外一种极端就是，觉得学习心理学的人心理都是有问题的，认为这些人心理都阴暗得很，当然，不可否认，现实当中是有这样的例子，在我们为影视作品的精彩场面喝彩的同时，无形之中留下了这样的印象。

那么心理学是否离我们真的如此遥远呢？

其实，心理学在我们的身边无处不在，就像空气一样。

吸进去呼出来，有一天当我们感觉呼吸困难的时候才会觉得空气对我们的重要性。

为什么贪睡者反而记性更好？

为什么我们在照相之前爱梳头？

为什么我们会“左耳进，右耳出”？

为什么男人越紧张，女人越觉得受重视？

为什么信用卡会让我们花更多的钱？

为什么紧张的情况下我们愿意与人共处？

我们的记忆会不会骗人？

人在觉得被重视、被赏识的时候，潜能到底有多大？

无孔不入的媒体是怎样影响我们的人格与生活的？

都是一句“我爱你”，你们的爱情又有怎样的形态？

为什么明明心里有了主意，关键时刻又会被他人的意见所左右？

“便宜没好货，好货不便宜”这是真理，还是商家-的噱头？

这些为什么的背后隐藏着的是什么，恐怕很多人早已经习以为常，就像每天眼睛睁开来就会看见明亮的天空一样，早就麻木了。

因为我们更多的是把生活的重心放在了如何才能拥有房子、票子和车子上，我们还没有足够的精力来关注我们行为背后隐藏的秘密。

<<谁在驾驶巴士>>

内容概要

为什么有人总担心自己会出丑？
为什么老大很强势、老么很叛逆？

为什么险境中更容易产生恋情？
印象有没有欺骗你？
..... 如何用心理学理论剖析生活中的常见行为与社会现象？

其中又蕴含了哪些有趣的心理学知识？

《谁在驾驶巴士(行为背后的心理秘密)》分析了日常生活中上百个最具科学性与社会效应的人类行为，并揭示了隐藏在这些行为背后的种种心理奥秘。

《谁在驾驶巴士(行为背后的心理秘密)》由子华明编著。

<<谁在驾驶巴士>>

作者简介

子华明，四川人。
彝族，中央民族大学应用心理学硕士。

<<谁在驾驶巴士>>

书籍目录

第一章 戴着面具舞蹈——行为后面隐藏着怎样的心理

- 1.以己之心度人之腹——为什么我们总是用自己的想法衡量别人的想法
- 2.亡羊补牢还是事后诸葛亮——为什么我们总爱事后总结
- 3.不安分的心——解密为什么有些人总是在不断地跳槽
- 4.见义勇为——旁观者效应
- 5.随波逐流——为什么我们认为大众都买的东西更具有可靠性
- 6.为啥人们会感觉“似曾相识”
- 7.为什么每个人都是互相羡慕的
- 8.度日如年——为什么我们在工作中会觉得时光难熬
- 9.伸手不打笑脸人——为什么我们会不由自主地取悦别人
- 10.人心不足蛇吞象——人们为什么总不满足
- 11.越挫越不勇——解密我们害怕失败的原因
- 12.欲与天公试比高——为什么我们总想和别人一比高下

第二章 阳光照不到的地方——我们心里隐藏着的阴暗角落

- 1.解密说脏话让我们更愉快的原因
- 2.戴着面具生活的代价——知识分子、白领人士为什么容易患神经衰弱
- 3.“心宽体胖”确有道理
- 4.为何妻子都爱管钱
- 5.欲盖弥彰——撒谎的时候为什么眼睛不敢正视别人
- 6.为什么我们会看见鬼魂
- 7.揭秘男性“吸”烟成瘾的原因
- 8.成见到底有多深——戴眼镜的人都有学问、胖子都平易近人么
- 9.为什么我们会热衷于说别人闲话
- 10.为什么我们如此关注明星
- 11.为什么身体受伤时总爱抱头

第三章 拨开乌云见彩霞——怎样才能达到预期的行为效果

- 1.人靠衣裳马靠鞍——为什么我们喜欢以貌取人
- 2.商家搞店庆和“买一送一”的背后隐藏着什么样的秘密
- 3.得寸进尺——为什么我们接受小要求后不得不接受大要求
- 4.给我一点空间——适当的距离为什么能使关系更融洽
- 5.为什么老板不会对你说太多的话
- 6.商家为什么会花很多的钱请名人代言
- 7.笑一笑十年少——心情能够美容么
- 8.为什么销售员卖东西总爱和顾客称“咱们”
- 9.不买好的只买贵的——我们为何总喜欢买价格高的物品
- 10.投其所好——求人办事为什么先抑后扬就容易办成
- 11.丢了芝麻换取西瓜——我们在人际交往中的互惠原理
- 12.女人为啥喜欢男人说“我爱你”

第四章 敢问路在何方——用心理学帮你摆脱困境

- 1.溺水三千，一瓢都取不到——选择多了我们却无所适从
- 2.为什么我们接受一个鸟笼就要买一只鸟
- 3.什么原因让人容易做噩梦
- 4.有时候真话太尖锐——我们为什么会说假话
- 5.为什么我们当了兵还想当将军
- 6.好人难当——对别人好为什么反而得不到回报

<<谁在驾驶巴士>>

- 7.跟不上时尚的步伐——我们为什么总被时尚左右
- 8.为什么有些员工害怕老板.就像老鼠害怕猫
- 9.煮熟的鸭子为什么会飞——我们觉得必然会成功的事情为什么会失败
- 10.野兽和美女——为什么癞蛤蟆总想吃天鹅肉
- 11.不识庐山真面目——为什么我们不能清楚认识自我

第五章 打破砂锅问到底——了解行为背后的心理机制

- 1.懊悔心理——为打翻了的牛奶哭泣
- 2.杞人忧天——你的忧虑有价值么
- 3.前怕狼，后怕虎——你总是害怕做不好事情么
- 4.掩耳盗铃——自欺心理解析
- 5.吹毛求疵——我们追求完美的背后
- 6.海纳百川是种境界——我的心中容不下别人的原因
- 7.牢骚太盛防肠断——是什么左右着我们抱怨的心理
- 8.杯弓蛇影——为什么我总是不能相信别人
- 9.夜郎自大——解密自负心理的缘由
- 10.打肿脸充胖子——解密虚荣心理
- 11.忍字头上的刀能否划伤你——我们有忍耐心么
- 12.嫉妒心理：受不了别人比我好

第六章 掀起你的盖头来——探索心理深处的秘密

- 1.酸葡萄和甜柠檬——得不到的就不好，得到的就好
- 2.三个和尚没水喝——揭秘社会惰化现象
- 3.为何借酒消愁愁更愁
- 4.不是冤家不聚头——人们总喜欢对着干的背后隐藏着什么
- 5.借坡下驴——为什么有人在做事之前先想好做错的借口
- 6.老诉苦反而得不到同情
- 7.酒鬼见酒，醉死不走——为何有些人爱酒如命
- 8.赶鸭子上架——说你行你就行
- 9.揭秘：我们为何爱做心理测试
- 10.孟母三迁——环境的影响力有多大

第七章 无风不起浪——了解行为背后的心理效应

- 1.第一次见面为什么这样重要——首因效应
- 2.一俊遮百丑——近因效应
- 3.千里之堤溃于蚁穴——为什么一点小事会影响大局呢
- 4.三人成虎——群体极化效应
- 5.远亲不如近邻——邻里效应
- 6.一叶障目——为什么我们往往凭一件小事就判定一个人
- 7.不撞南墙不回头——我们很难改变自己认定的事情
- 8.破釜沉舟——为什么断了后路反而会成功
- 9.东施效颦——盲目仿效别人
- 10.假药也能治真病——安慰剂效应

第八章 雾里看花终隔一层——心理让我们产生这样的感觉

- 1.你问我爱你有多深——为什么会情人眼里出西施
- 2.家花不如野花香——为什么老婆总是别人的好
- 3.路遥知马力，日久见人心——为什么交往的时间越长越亲密
- 4.有多少爱可以重来——为什么初恋最难忘
- 5.男女搭配干活不累的背后秘密
- 6.女为悦己者容——女人为什么爱打扮

<<谁在驾驶巴士>>

7.曾经最美——为什么有些人喜欢怀旧

8.为什么说曹操。

曹操就会到

9.墨菲效应——生活中往往躲什么来什么

10.高处不胜寒——为什么美女愁嫁

第九章 大浪淘沙终拾金——为什么我们会做出这样的选择

1.金盆洗手——为什么我们要用这样的方式预示从头再来

2.狼爱上羊——人质为什么爱上绑匪

3.黄粱美梦——为什么我们爱做白日梦

4.眼里容不下沙子——为什么我们总想把不完整的東西补完整

5.投桃报李——我们为何会因为对方喜欢上自己而喜欢上对方

6.疑人窃斧

7.为什么有些人常迟到

8.心诚则灵——为什么算命先生的话那么准

9.为什么我们约会要在光线暗点的地方

第十章 随风潜入夜——心理可以改变我们的行为

1.盲人摸象——我们为什么看不到物品的其他用途

2.情人受伤时为什么我们也会疼

3.为什么我们害怕被困电梯

4.奖惩有度——为何人们的积极性有时候会因报酬而受打击

5.我是谁——为什么我们喜欢给自己贴标

6.讳疾忌医——人们为什么很难看到自己的缺点和错误

7.为什么我们总是关注和自己相关的东西

8.墙头草两边倒——为何做事如果有两个原则就会无所适从

<<谁在驾驶巴士>>

章节摘录

5. 随波逐流——为什么我们认为大众都买的东西更具有可靠性推销员在向顾客推销产品的时候，会习惯性地：“你的邻居们都买了该产品，你也买吧，没错的。”或者说：“其他人都买了该产品，反响不错，你可以试一试。”于是，人们纷纷购买该产品。

但事实上，他们的邻居是否真的买了该产品或者是否反响不错，只有等到他们购买了该产品之后才能得到最好的验证。

这就是我们常说的从众现象，所谓从众现象，指主体对于某种行为要求的依据或必要性缺乏认识与体验，跟随他人行动的现象。

从众现象在日常生活中通常表现为“随大流”、“无主见”。

一般来说，自信心较强的人，发生从众行为的可能性较小。

缺乏自信心的人更容易产生从众行为。

产生从众现象的原因有很多，从理论上讲，从众现象的产生可以是由于对比参照的需要、能使人产生安全感或忠于集体的容纳等因素引起的。

在笔者看来，从众现象的产生，主要可以分为两个方面的影响：即个人因素和环境因素。

.....

<<谁在驾驶巴士>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>