

<<迷恋>>

图书基本信息

书名：<<迷恋>>

13位ISBN编号：9787515800295

10位ISBN编号：7515800291

出版时间：2011-11-1

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：[美]莎莉·霍格斯黑德

页数：269

译者：邱璟旻

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>

<<迷恋>>

前言

巫术、绿豌豆和弗洛伊德 “再重一些……”一个苍老的声音重复着这样的祈求，哭喊声撕心裂肺，他多么希望自己所有的肋骨都被击碎。

这是发生在遥远的1692年夏天的一个古老村庄的故事。

老人的一根根肋骨被不断砸下的石头猛烈敲击，他的惨叫声传遍整个村庄。

而整整两天似乎无人应答，回答他的只有重重的石头不断砸下的声音。

六个壮汉举起石头，不断地抛到老者吉勒斯·柯莱(Giles Corey)的身上，一个酷吏盛气凌人地站在一旁，用手杖将老人的舌头重新推入他的口腔，似乎等待他的屈服。

但他拒绝承认任何对他的指控，只是祈求撞击再重一些来加速自己的死亡。

最终，老者在沉默的抗争中气绝。

可是，他的罪行究竟是什么？

令人惊奇的是，他被指控向村民施以“迷恋咒”，让无辜的受害人丧失理性思考的能力，顺从而执迷地成为他思想和意志的奴隶。

看起来，这个老者的死亡故事似乎是“迷恋”的概念发轫点。

其实，“迷恋”源于拉丁语“蛊惑”一词。

在整个欧洲大陆，自文明发源以来，人们就不断研究“迷恋”如何影响人们的行为。

在整个世界范围内，几乎所有古老的文明都曾执著于对“迷恋”的研究。

在古罗马人们认为，迷恋是一种邪恶的诅咒，因此，他们自古膜拜历史最为悠久的拉丁迷恋神祇Fascinus以求自保；在美索不达米亚，波斯人相信迷恋会引发不可救药的病魔；在康斯坦丁堡，市民们把《古兰经》中的箴言镌刻于家中显眼的地方，来佑护家人免受“迷恋”邪恶的毒害；希腊田园诗创始人忒俄克里托斯甚至为迷恋之毒寻找了解药：老女人的吐沫……在文艺复兴时期，欧洲的书架上总是堆满了关于这个主题的汗牛充栋的著作：拉丁文著作《迷恋》一书把迷恋定义为“与撒旦达成的公开契约，眼睛的巫术，或者驱使人们丧失自由和理智的词汇”；一百年后，《迷恋论》则警告人们，不要戴着睡帽在床上躺太久，也不要再在宗教斋戒期食用绿豌豆。

令人咋舌的是，在人类文明史上关于如何防范和治愈“迷恋”的药方，似乎比这种“病”本身来得更令人毛骨悚然：鬣狗前额的皮、骡子滚过的灰、用刽子手绑人绳索上的土炖的汤……总之不是你能从任何一家超市或者药店就能采购到的东西。

据说要是实在没有鬣狗前额的皮，舔一下婴儿前额也能管用。

如果这一切听起来还像神神道道的巫术，那么，我们不妨咨询一位大家可能比较熟悉的医生：西格玛·弗洛伊德。

1921年，弗洛伊德把病人和心理治疗师之间的关系定义为“迷恋”，视“迷恋”为催眠术的一种。

他把浪漫的爱情归结到“迷恋”上来并把爱情描述为：人们会服帖地沉浸在对“对象”的迷恋中，像被麻醉或催眠了一样，而此时人们的理性机能便遗失在“爱的纽带”之中了。

弗洛伊德，显然不是第一个将迷恋和催眠放在一起比较的人。

1911年版的《不列颠百科全书》就已将迷恋描述成为一种“以肌肉收缩为标志，但还有意识和记忆力的被催眠状态”。

甚至连《现代韦伯大辞典》在比较“迷恋”与“巫术”的时候也显得有些诡辩。

它讲道：蛊惑，或者迷住……一种对“普通的喜爱或热情”施加的“强烈或不可抗拒的影响”；一种无形却难以解释的影响。

然而，如今的我们已经明白了施展魅力使人迷恋的能力并不是巫术或者催眠术。

戴睡帽或者吃绿豌豆自发产生迷恋也成了笑谈。

在今天这个扁平化的时代，迷恋甚至变成了一种更多人应该掌握的生活规律和常用工具，而不是危言耸听的鬼魅力量。

“迷恋”源自人类自身潜意识中一种影响他人行为的自然本能。

那么，要洞悉如何“被迷恋”的秘密，我们似乎不得不了解有效激活迷恋的7个触发器：欲望：创造刺激感官愉悦的热望 神秘感：以未解之谜为诱饵 警报：用消极的后果制造威胁 威望：通过成就

<<迷恋>>

的象征赢得尊重 权力：命令和控制 罪恶：用“禁果”的诱惑，引发我们违反常规 信任：以确定性和可靠性抚慰心灵 无论我们是否意识到其中的规律，但实际上我们已经经常使用这7个触发器了。可是，我们用对触发器了吗？

使用的方法正确吗？

得到想要的结果了吗？

这本书或许可以帮助我们掌握这些触发器，让我们的点子更值得记住，我们的谈话更具说服力，我们的人际关系维系得更长久。

多年来，无数学者不断描述着“迷恋”的力量，告诉我们如何分辨一个人是否处在着魔的状态中，以及我们为什么迷恋得如此深。

他们还精辟地阐述迷恋是通过何种方式影响着我们的决定。

然而2000多年过去了，似乎最重要的问题还是没有得到很好的回答：那就是“我，怎样才能令人迷恋？”

” 让我们一起出发，找寻梦寐以求的答案吧。

<<迷恋>>

内容概要

为什么你会被特定的人吸引？

为什么你会将某些品牌牢记于心而忘掉其他？

什么力量驱使我们购买自己原本支付不起的奢侈品？

为什么我们面对重要的期限却拖拖拉拉？

为什么爱上根本“不该爱”的人？

在这个充满纷扰、过度拥挤的世界里，政客、商家、推销员、朋友、家人，如何影响你、改变你？

迷恋，是影响决策的最有力的方法。

它比营销、广告或其他形式的交流更具说服力。

而它的产生，就源于7个触发器：欲望、神秘感、警报、威望、权力、罪恶和信任。

从你选择的品牌、到你记住的歌曲，从你的结婚对象，到你所雇佣的员工，你看似对一切“尽在掌握”，实际却被“迷恋”的触发器操纵。

阅读本书，学会激活正确的触发器，你就能让任何东西令人着迷！

包括你自己！

作者以超越营销的眼光看待整个世界，她深入历史案例、行为学和社会学、神经学和人类进化学的最新研究前沿，揭示我们为什么对某些东西神魂颠倒、迷恋不已；不只如此，本书更会让你明白如何让“迷恋”的不可抗拒的影响力为己所用。

中国品牌第一人李光斗先生为本书倾情奉献了大量点评与解读，提供了大量营销的实战体验。

帮助读者梳理作者思路、提供“迷恋”7大触发器的中国案例。

帮助你真正理解自己和他人如何思考和行事，洞悉“迷恋”的奥秘。

你还在植入广告，还在依靠信息轰炸进行营销吗？

那么你已经out了，因为引爆“迷恋”的营销时代已经来临。

不是强迫顾客接受你，而是让顾客成为迷恋你的“粉丝”。

《迷恋》教你抓住人们的心理、成为尖叫的中心。

《迷恋》站在了学术前沿，每一个论点都有心理学、人类进化学、神经生物学等研究成果做支持，却又绝不乏味和生硬——《迷恋》本身就是一本让人万分迷恋的书！

作者简介

莎莉·霍格斯黑德 (Sally Hogshead)：以一个获得诸多奖项的广告创意人起步，如今是全球知名的品牌顾问和发言人，曾为星巴克、微软等世界500强公司和众多刚起步的创意工作室作创意推广，获得过《纽约时报》、《华圣顿邮报》、NBC、CBS、ABC和CNN等媒体的高度评价。

她的前一部作品《激进的职业生涯：不被工作困住的100个方法》大获好评。

<<迷恋>>

书籍目录

序言

巫术、绿豌豆和弗洛伊德

开篇

到底什么是“迷恋”

第1部分 能否被迷恋

第1章 说到迷恋，不妨从性谈起

调情探戈

迷恋与调情

迷恋是一种强大的吸引力

迷醉：一种精神紊乱

爱、婚姻、婴儿车中的种族延续

性高潮：终极迷恋

当迷恋成为强迫症

迷恋的强度光谱

初次约会：测量他的肘臂就能断定一切，

黑暗中，真的可以闻香识男人

别在乎长相了：关键是你的MHC怎么样

脱衣舞俱乐部：性的实验室

第2章 令人迷恋的面孔：为什么你生来就知怎样

影响他人

从亚马逊丛林到Amazon.com

迷恋机制

认脸：婴儿的第一个拿手的戏法

如果孩子不能认脸会怎样

蒙娜丽莎和她蕴涵83%快乐的笑容

人类究竟为什么微笑

为什么女孩更钟情幽默的男孩

有趣的脸和有趣的骨头

第3章 迷恋与媒体：影响力的新趋势

失忆症与树篱迷宫

失忆的消费者

什么在分散你的注意力

海量的选择分散了人们的注意力

正在泛滥的“成人注意力缺失症”

注意力稀缺时代来临

屏蔽垃圾信息成为潮流

正在爆发的“迷恋营销”革命

“迷恋经济”时代

得“迷恋”者，得天下

第4章 迷恋信息的黄金标志

成败由谁定

迷恋信息的黄金标志

信息本身并不迷人，迷人的是效果

重不重名先问Google

始于1587年的Google式最优化

<<迷恋>>

沧海一粟还是盖世无双

第5章 为什么你还不够迷人?将迷恋原理应用于你的
性格与品牌

谁是会议中心最迷人的人

F值：人格魅力测试

高F值人格

越迷恋，越危险

高F值的名人

 极端F值人格

 低F值人格

 我根本不够迷人怎么办

第2部分 迷恋的七人神秘触发器

第3部分 迷恋的出击计划

附录 凯尔顿迷恋研究

迷恋一览表

出版说明

<<迷恋>>

章节摘录

版权页：第1部分 能否被迷恋第1章 说到迷恋，不妨从性谈起圣保罗机场马里奥特（Marriott）酒店昏暗的鸡尾酒吧堪称是鱼龙混杂的社交温床，来自不同城市、不同公司与不同职业的形形色色的商务旅行者们混迹其中。

弥漫在铁线蕨丛中的萨克斯曲调营造出迷离的氛围，让那些频繁出差的人们心中涌起一种陌生而又似曾相识的复杂情绪，舒服极了。

侍者们看惯了萨姆和肯德尔这样的初识者，耳熟能详调情的全过程：总是始于挑逗的眼神，结束于携手开房。

只需要两个小时，甚至更。

要是这些侍者了解过艾伯·亚贝费特（Irenaus Eibl-Eibesfeldt）在进化人类学方面的研究成果，就会意识到自己其实正在一场“调情探”夜场的嘉宾位置就座享受表演。

这一系列舞步就像玛莎·葛兰姆（Martha Graham）编排的探戈一样，浑然天成。

情，即使她们来自不同地方，有着不同的文化与地域特征。

艾伯·亚贝费特发现，远至岩石林立崎岖的小岛，近至纸醉金迷的都市，女性们在判断一个潜在的对象是否对她有兴趣时，使用的是同一套姿态系统。

调情，就像所有的迷恋一样，是一种与生俱来的本能。

调情探戈乔安娜·罗杰斯（Joann Ellison Rodgers）在《性》一书中描述了艾伯。

亚贝费特关于“女性如何调情”的研究成果。

一开始，她们会扬起眉毛微笑让眼睛显得更大更孩子气，然后快速地低垂眼帘，同时微含下巴，以求男性的接近。

在她们左顾右盼的时候，手指会在唇部附近轻抚，莞尔一笑并且微微抿唇，或者凝视着她们的猎物，带有一点攻击性地稍稍耸起胸部。

这一系列女性行为已经超越了语言、社会经济地位或是宗教背景，具有高度的普遍性。

而男性的调情似乎并不如此含蓄与低调，但也有他们自己的范式。

他们通常会挺胸抬头、收腹提臀、伴随着上肢摆出的优雅姿势，以唯我独尊的掌控者姿态吸引异性对他们雄性魅力的关注（当然并不像雄性鸽子或者黑猩猩那样炫耀它们的胸部）。

同女性的调情一样，男性的宣传重点也不经意地放在他们的繁育能力上。

<<迷恋>>

编辑推荐

《迷恋:如何让你和你的品牌粉丝暴增》：施展魅力使人迷恋的能力并不是巫术或者催眠术。它是一种工具，一种应该掌握的规律，而不是令人望而生畏的不可抗力。

“迷恋”源自我们的自然本能，而《迷恋:如何让你和你的品牌粉丝暴增》告诉我们掌握“迷恋”的关键在于有效激活以下7个迷恋触发器：欲望：“对快感的期待”为什么会引诱我们神秘感：为什么我们被未解之谜吸引警报：为什么我们在消极后果的威胁下行动威望：为什么我们纠结于等级与敬意权力：为什么我们会关注那些控制我们的人和事罪恶：为什么我们被“禁果”诱惑信任：为什么我们只忠诚于可靠的选择营销3.0时代的开山之作，诡谲而生动的大众心理读本，中国品牌第一人李光半倾情点评。

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>