

传染：塑造消费、心智、决策的隐秘力量



[传染：塑造消费、心智、决策的隐秘力量 下载链接1](#)

著者: [美] 乔纳·伯杰 (Jonah Berger)

出版者:电子工业出版社

出版时间:2017-8

装帧:平装

isbn:9787121316173

在我们生命中的每时每刻，无论是平凡场合还是重要时刻，以及我们所做的每件事中，他人的行为对我们的判断和决策都会产生巨大的影响，这就是社会影响。社会影响不一定总会让我们人云亦云，有时我们会从众或模仿周围的人，有时我们则会标新立异，刻意避开其他人的某种选择或行为。

在这本令人称奇又具有强大说服力的书中，沃顿商学院市场营销学教授、畅销书《疯传》的作者乔纳·伯杰，综合了市场营销学、心理学和社会科学等方方面面的研究成果和思维方式，探究个人消费、心智、决策背后那些微妙而隐秘的影响力。通过更好地理解社会影响的作用机制，我们能够决定何时抵制其存在，何时接受其作用，以及如何利用这一传播规律做出更明智的选择，提高对自身行为的控制力。

无论你想影响他人，还是仅仅想了解人类行为背后的秘密，你都会在《传染》这本书中找到答案。本书会使你看待自身以及周围其他人行为的方式发生天翻地覆的变化。

作者介绍：

乔纳·伯杰 (Jonah Berger)，现任宾夕法尼亚大学沃顿商学院市场营销学教授。他在全球知名学术刊物上发表了大量关于营销学的文章，另有诸多广受欢迎的文章登载在《纽约时报》《华尔街日报》《华盛顿邮报》《科学》《哈佛商业评论》《连线》《商业周刊》和《快公司》等刊物上。他的研究及想法被《纽约时报》杂志评为年度最佳新概念之一。伯杰在学术和教学上都获得了诸多的荣誉，其中包括沃顿商学院授予的“钢铁教授”称号。

社会影响如何发生作用，如何让产品、思想、行为流行开来，伯杰教授长期致力于研究这些人类行为背后的隐秘因素和作用机制。

为何某些事物会像病毒一样迅速流行开来，而其他事物却未能如此？为何某些产品、思想、行为会得到更好的口碑？乔纳·伯杰教授研究了这些问题背后的行为科学，研究人们如何做出决定，思想和行为如何流行开来，以及社会影响如何对人类的行为产生作用。

目录: 目录

引言 (Introduction)

只有你……

隐藏的说服者

无形的影响

01 有样学样 (Monkey See, Monkey Do)

从众心理的力量

人们为何要从众

变色龙和模仿背后的科学原理

流行事物背后的模仿效应原理

让社会影响发挥作用

02 标新立异 (A Horse of a Different Color)

与众不同的动机何在

为何要与众不同？

你是谁？

差异错觉

我们成立个汽车俱乐部吧

让社会影响发挥作用

03 拒绝随波逐流 (Not If They're Doing It)

业余歇洛克·福尔摩斯

信号从何而来？

戴腕带的极客

模仿白人

人们何时会选择分化

价值30万美元但不显示时间的手表

贵的和便宜的什么时候看上去一模一样

为何路易威登应当鼓励仿冒行为

让社会影响发挥作用

04 相似但却不同 (Similar but Different)

预测下一个大热门

新的还是旧的

金发女孩效应

恰到好处的差异化

让社会影响发挥作用

05 来吧，宝贝，点燃我的激情 (Come On Baby, Light My Fire)

电费账单2.0

失利的好的一面

失利何时会导致进一步的失利

让社会影响发挥作用

06 结语：让社会影响发挥作用 (Conclusion: Putting Social Influence to Work)

致谢

· · · · · (收起)

[传染：塑造消费、心智、决策的隐秘力量](#) [下载链接1](#)

标签

心理学

营销

社会学

商业

自-社会影响

樊登读书会

认知思维

流行财经读物

评论

弃

只是补充了更多的案例，并没有更多革命性的观点。只是提取了社会心理学中几个重要的结论，又梳理了一下。

一个正大光明的把曝光效应改名成纯粹接触效应的并且发扬光大的神人。

不如直接读社会心理学

乔纳伯杰的行为经济学跟风之作

和之前看的一本书叫乌合之众的书有一点儿像，乌合之众偏向批判，传染偏向利用这一社会现象或者说是社会规则，作出明智的选择，以及提高自己对自己行为的控制力

这是一本很有趣的书，里面提到了各种现象还有背后我以前未曾想过的原因。

没有什么新的贡献

在很多人的想象当中，自己做决策一向是独立思考的结果，是个人意志的体现，是在 Follow My Heart，跟外界没什么关系。读完这本书你就会知道，要做到完全理性、保持自我的选择不受他人的影响，真的是挺难的

听

模仿和分化更多是一种心理需求，模仿让我们和别人相同，满足我们融入社会的需求；分化让我们和别人不同，满足我们有别于他人的需求。

个人的角度，你可以有意识地对自己的身份信号进行一番精心的设计，分析一下自己可以在哪些方面发出身份信号，以及发出什么样的身份信号。

企业从产品创新到品牌营销再到用户反馈，都应该关注身份信号的问题，它会很大程度上影响品牌和产品的定位。

樊登读书，从众也不全然是不好的东西，如果能在从众中反思，在学习他人中，发现适合的，提升自己，摒弃不合适的，也提升自己，但是难就难在“发现”和“摒弃”。

人类真的好奇怪哦，喜欢模仿又喜欢标新立异，总之我们每个人都在受大环境的影响，所以还是努力一点吧，生活在好点的地方。

疯传的作者。

2019. 社会影响的一些观点 有启发 但论证不是很全面

听书，待评价。

南理工图书馆

脉络非常清晰易读，从社会影响的存在开始，到趋同&存异，每个章节都有what, why, how，想要最大化社会影响力的效果，就要尽量地趋近平衡点，这就不是理论和技巧能解决的问题了

听过, f

围绕着隐秘影响力：社会影响展开，诸多精彩纷呈的案例，让人沉醉其中。为何熟悉就会带来好感？人为何从众又为何想要与众不同？穿什么品牌传达了怎样的信息？为何爆品都是既熟悉又不同？是否有观众怎样激励人的表现？书中都有引人入胜的解读。巧妙运用社会影响的巨大且看不见的作用，能显著提升影响力。

[传染：塑造消费、心智、决策的隐秘力量 下载链接1](#)

书评

【听书】听完了樊登老师的讲解后记录~

纯粹接触效应：没有任何理由，只是因为接触的多（在你周围出现的多），所以产生好感（熟悉感）。周围的人出现的频率决定你是否喜欢它。

实例：电影上映后的第一波口碑很重要，影响很大，给后续人参考。

从众→帮助节省思考时间，节省精力...

在别人眼前出现的次数越频繁，获得对方好感的程度就越高（纯粹接触效应）

他人对我们的影响：①从众 原因：

1.将他人行为作为便捷有效可参考的信息来源-快捷地做决策，节省大脑决策成本。

2.社会压力-多数人想要别人喜欢我们，常放弃自己原本的想法，跟从他人的选择。

3.镜像...

[传染：塑造消费、心智、决策的隐秘力量 下载链接1](#)