

Book

材质，让人变温和或者极具攻击性

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等物件，从而感知到柔软或坚硬、粗糙或顺滑等不同的质感。

《感官心理学》中介绍了一个奇妙的发现——我们日常接触物体的材质，会深深影响我们做事手段的强硬或软弱。

心理学家们曾设计了一项特殊的实验，来检验材质的软硬触觉，是否会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。

在这次实验中，被调查者坐在木椅或软椅上，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。

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。



温度，关乎信任与慷慨

温度，我们能够直接感受到的外界刺激之一，不仅让我们体察外界环境的冷热，还能影响人与人之间的情绪，态度。

2009年，荷兰心理学家做了一项实验。研究人员设置了冷、热两种咖啡，在实验过程中，分别让不同的参与者帮忙拿几分钟咖啡杯。之后，实验者从参与者手中取回咖啡，然后，让他们再想出生活中的一个真实存在的人，判断自己这个人有多么亲近。

大多数人都会认为，人与人之间的亲密关系几乎都是日积月累积攒下来的，不会因手里物品的温度而受到影响。但实验结果显示，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。

温度威力还体现在商业决策领域。耶鲁大学的研究员曾经设计了一项心理实验，探明手拿温暖物品是否能对信任感产生影响。实验在一个模拟的“商业投资”场景中展开，实验对象需要手握或冷（15摄氏度）或热（41摄氏度）的保健贴，进行一场游戏。游戏中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。

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，然而，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，但短暂并不意味着不足为道。一个瞬间而为之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。

比如，在工作和生活中，我们都可以利用温度帮助解决实际问题。如果想要谈判、销售等沟通顺利，给别人留下热情、值得信任的印象，那就给对方提供一杯热气腾腾的饮料；如果想要为团队或者家人营造积极的气氛，就可以适当调高室内温度。