

<<眨眼之间>>

图书基本信息

书名：<<眨眼之间>>

13位ISBN编号：9787508631363

10位ISBN编号：7508631366

出版时间：2011-12

出版时间：中信出版社

作者：马尔科姆·格拉德威尔

页数：288

译者：靳婷婷

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>

<<眨眼之间>>

前言

别扭的雕像 1983年9月的一天，一位名叫吉安弗朗克·波切那（Gianfranco Becchina）的艺术品经销商与加利福尼亚的J·保罗·盖蒂博物馆的工作人员接洽，自称有一尊公元前6世纪的大理石雕像。这尊雕像被人称做古希腊少年立像，为一名裸身直立的少年，左腿前迈，双臂垂于身体两侧。现存的古希腊少年立像仅有两百尊左右，其中被追回的绝大多数要么已遭严重损坏，要么已在墓穴或考古挖掘过程中支离破碎了。

但是，这尊将近7英尺高的雕像却保存得几乎完好无损，像身淡淡的光泽也使之与其他文物相比颇显与众不同，真可谓一项了不起的发现。

波切那开出的价格直逼1 000万美元。

盖蒂博物馆的工作人员态度谨慎，他们借来少年立像，并展开了细致缜密的调查工作。

这尊雕像是否与其他已知的少年立像特征相吻合呢？

答案似乎是肯定的。

这尊雕像的风格使人联想到雅典国家考古博物馆收藏的《阿纳维索斯的库罗斯》（Anavysos Kouros），也就是说，此雕像的制作年代和地点与人们推测的相符。

另外，雕像是在何时何地出土的呢？

具体细节无人知晓，但波切那向盖蒂博物馆的法律部门出具了一沓有关雕像近期背景的文件。

据文件显示，此雕像是一位瑞士内科医师劳芬布格尔（Lauffenberger）从一位赫赫有名的希腊艺术品经销商罗苏斯（Roussos）处购买的，自20世纪30年代以来，一直收为个人珍藏。

一位名叫斯坦利·马戈利斯（Stanley Margolis）的加州大学地质学家来到博物馆。

他使用一台高清立体显微镜，花了两天的时间来检查雕像的表面。

接着，他从雕像右膝下方取下一块直径一厘米、长两厘米的样本，并使用电子显微镜、电子微探针、质谱测定法、X射线衍射仪以及X射线荧光光谱仪对其进行分析。

最后得出的结论是：此雕像使用的材料是白云质大理石，这种大理石来自希腊萨索斯岛上一个名叫瓦锡角的古老露天采石场，并且，雕像表面还覆盖着一层薄薄的方解石。

马戈利斯告诉盖蒂博物馆的工作人员，这是个了不起的发现，因为白云石转化为方解石所需的时间需要成百上千年之久。

换句话说，这尊雕像历时已久，绝非近期制造的赝品。

盖蒂博物馆的工作人员心满意足，于是，在展开立像调查的14个月后，他们一致同意，买下这尊雕像，并于1986年秋季首次面向公众展出。

《纽约时报》以头版对此事进行了报道。

几个月后，盖蒂的古代艺术馆馆长玛丽恩·特鲁（Marion True）就此雕像撰写了一篇热情洋溢的长篇叙述，并刊登在艺术期刊《伯灵顿杂志》（The Burlington Magazine）上：“虽无外力的支撑，少年立像仍笔直挺立，他握拳的双手紧贴大腿，具有顶级的少年立像所特有的自信和生机。”

在文章收尾处，特鲁满腔激昂地赞扬道：“无论像中少年是神还是人，都将西方艺术成熟阶段那蓬勃的生机体现得淋漓尽致。”

但是，这尊少年立像有点问题：它看上去不大对劲。

第一个指出问题的，是时任盖蒂博物馆理事会委员的意大利美术史学家费德里科·泽里（Federico Zeri）。

1983年12月，泽里受邀赴博物馆的文物修复工作室参观立像，不知不觉间，他的目光停留在立像的指甲上。

虽然一时间难以名状，但他发觉这指甲看上去颇为别扭。

第二个发现问题的，是全球首屈一指的希腊雕塑专家伊芙琳·哈里森（Evelyn Harrison）。

盖蒂博物馆决定购买波切那的雕像前不久，她就在洛杉矶参观过展馆。

“时任馆长的阿瑟·霍顿（Arthur Houghton）带我们去看立像，”她回忆道，“他刷地一下把覆在立像头顶的一块布掀开，说：‘看，这雕像现在还不是我们的，但几周后就属于我们了。’

然后我说：‘很遗憾听到这个消息。’

<<眨眼之间>>

’ ” 哈里森当时看到了什么？

她自己也道不出缘由。

在霍顿掀掉布的那一瞬间，哈里森油然而生一种预感，一种什么东西不大对头的直觉。

几个月后，霍顿又偕纽约大都会艺术博物馆的前馆长托马斯·霍文（Thomas Hoving）来到盖蒂的修复工作室参观立像。

每当看到新的艺术品时，霍文总会将头脑中闪现的第一个词记录下来，而初见少年立像时脑中浮现的词令他至今记忆犹新。

他回忆说：“那词是‘新’……‘新’。

”“新”，这可不是面对一座具有两千年历史的雕像时应有的反应啊。

事后，霍文经过一番琢磨才悟出闪念的缘由：“我曾在西西里岛进行过挖掘，找到了一些文物的残片，那些刚出土的残片和这尊立像看上去相差甚远。

这立像就好像是在星巴克最上乘的拿铁咖啡里泡过似的。

” 霍文转向霍顿：“你们已经付过钱了吗？

” 据霍文回忆，霍顿当时一脸错愕。

“如果付过钱了，想办法把钱要回来，”霍文说道，“如果还没付，就不要买。

” 盖蒂博物馆方开始发愁了，他们围绕希腊雕塑召开了一场专题研讨会，并将立像包裹好，运送到雅典，召集希腊最资深的雕塑行家进行研究。

这次，令人泄气的消息更加不绝于耳了。

一次，雅典卫城博物馆的馆长乔治·迪斯佩尼斯（George Despinis）与哈里森站在一起，他只看了立像一眼，脸刷一下就白了。

他告诉哈里森：“任何一个见过出土雕塑的人都能看出，这尊立像从没在土里埋过。

” 雅典考古协会的会长格奥尔格斯·顿塔斯（Georgios Dontas）见到立像后只觉浑身发冷，他说：“第一次看见立像时，我感觉我们之间仿佛隔着一层玻璃。

” 在顿塔斯之后发言的是雅典贝纳基博物馆主管安格洛斯·迪里夫瑞亚斯（Angelos Delivorrias），他详尽阐述了立像的风格与其材料来自萨索斯岛这两个因素之间的相悖之处。

接下来，他切入了主题：何以认为立像是赝品呢？

他说，第一次将目光停留在立像上时，他感到了一股“直觉产生的厌恶感”。

研讨会收尾时，众多出席者似乎意见统一：立像绝非先前人们所想。

盖蒂博物馆及其律师和科学研究者历经数月的苦心研究，最终得出了一个结论；而几位全球最权威的希腊雕塑专家，仅仅通过目测和“直觉产生的厌恶感”，便得出了一个与盖蒂博物馆大相径庭的结论。

究竟孰是孰非呢？

答案一时不甚明朗，因为希腊少年立像本来就是各种研讨会上引起艺术专家争议的热点。

然而不久后，盖蒂立像一案逐渐真相大白。

经查，盖蒂方律师作为确定立像来源于瑞典内科医师证据的信件，其实是伪造的。

其中，一封年份为1952年的信上所用的邮政编码，在其后20年后才启用；另一封标为1955年的信中所提到的银行账户，也直到1965年才开户。

历经数月的调查研究，人们原本认定这尊少年立像的风格与《阿纳维索斯的库罗斯》同属一类，但这个判断也站不住脚了：通过仔细检查，希腊雕塑专家们愈发感到，这尊立像是个来自不同时期和地域的多种风格拼凑的大杂烩。

立像少年身材纤长，像极了慕尼黑一座博物馆中的特尼亚（Tenea）少年立像，他那独具风格的珠状发型，却又酷似纽约大都会艺术博物馆里的立像，至于他的双脚，则属于现代的风格。

人们最后发现，与这尊立像最为相似的，是一尊由一位英国艺术史学家于1990年在瑞士发现的残缺不全的较小规模雕塑。

这两座雕塑使用的大理石原料材质相近，且做工手法也如出一辙。

但是，那尊发现于瑞士的立像并非来源于古希腊，而是出自20世纪80年代初罗马的一家赝品作坊。

那么，科学分析师所说的立像表层是经由成百上千年演化而成的言论，又是怎么一回事呢？

<<眨眼之间>>

看来，事实并没有所说的那么绝对。

经过深入研究，另一位地理学家得出结论：只要使用土豆真菌，人们可以在几个月的时间内将白云质大理石雕像的表面“老化”。

在盖蒂博物馆的文物目录中，有一幅立像的图片，旁边标注着：“约公元前530年，或为现代仿品。”当费德里科·泽里、伊芙琳·哈里森、托马斯·霍文和格奥尔格斯·顿塔斯等人看到立像并感觉到“直觉产生的厌恶感”时，毋庸置疑，他们是正确的。

在惊鸿一瞥的短短两秒间，他们对雕像本质的理解，要比盖蒂团队整整14个月的调查研究还要深刻。

《眨眼之间》就是一本有关这两秒钟的书籍。

<<眨眼之间>>

内容概要

?不管是一拍脑袋作出的决定，还是脱口而出的想法，都不是随机事件。

?不管是快速约会的一见钟情，还是头脑发热的浪漫，都不是年轻气盛。

?我们在一眨眼之间作出的决定，比三思而后行，或许更具大师级的水准。

?只是，直觉背后的内涵，远比表象来得深刻。

生活中的决策无论好坏，我们到底是如何做成的？

为什么有些人的决策能力令人称绝？

在本书中，格拉德威尔阐述并解答了这些问题。

他通过多样化的个案，诸如快速约会的过程、流行音乐的运作以及无辜黑人遭警方枪杀的疑案，彰显了一项重大发现：人们在一眨眼间做出的决策，其内涵远比表相来得复杂。

格拉德威尔援引心理学的最新研究成果，证实了影响决策优劣的关键，并不在于我们能够快速处理多少信息，而是在于我们全神贯注的专注力。

格拉德威尔在各个例证之间纵横挥洒，再度展现了他的精湛才华。

他告诉我们在家庭关系、职业生涯到日常生活中，如何成为更成功的决策者。

本书将令你有柳暗花明之感，从而改变许多成见与做法，更让你对“直觉思维”的了解迈入新的境界。

。

<<眨眼之间>>

作者简介

马尔科姆·格拉德威尔 (Malcolm Gladwell)

出生于英格兰，成长于加拿大，是一个有着牙买加血统的美国人，《纽约客》的怪才作家，被《时代》杂志评为“全球最有影响力的100位人物之一”，《快公司》称其为“21世纪的彼得·德鲁克”。

他于2011年6月获得加拿大最高荣誉“加拿大勋章”。

在他的写作中，融合了科学、社会学及流行文化，并通过原创、清新、有趣的故事来呈现，格拉德威尔是这一写作风格的领军人物。

迄今为止，格拉德威尔一共著有4本书，且都是《纽约时报》冠军图书。

其作品《引爆点》和《异类》一度创造了书市神话，其中《引爆点》连续28周雄踞《纽约时报》畅销书榜首。

他的最新图书作品是《小狗看世界》。

因其观点新颖、思想前卫，《纽约时报》把格拉德威尔对社会思潮的影响称为“格拉德威尔效应” (Gladwell Effect)。

<<眨眼之间>>

书籍目录

- 序言
- 别扭的雕像?
 - 1.多快好省
 - 2.人体计算机
- 第一章 薄片理论：小知识，大不同?
- 两个人的关系中也存在着一种笔迹，即一种不经意间自动显现的明显特征。因此，人们可以很容易地读懂或破译婚姻的秘密，因为无论是简单如敲出摩尔斯电码的小事，还是复杂如与人结为连理这样的大事，都有其可以识别且稳定如一的规律。
- 1.爱情实验室
 - 2.婚姻与摩尔斯电码
 - 3.蔑视的重要性
 - 4.寝室的秘密
 - 5.倾听医语
 - 6.一瞥的力量
- 第二章 潜意识密室：瞬间决断的秘密?
- 你的潜意识就像一个心理世界的仆从，精心照料着你思维生活中微妙的细枝末节，密切关注着你周围发生的一切，竭力确保你能够随机应变，同时给予你足够的自由空间，以便将注意力集中于亟待处理的事宜。
- 1.诱导行为
 - 2.叙事的弊端
- 第三章 沃伦?哈定假象：我们为何会对高挑黝黑的俊男倾心?
- 身为人类，我们运用闪念和直觉的能力可谓炉火纯青，不仅能通过记忆牢记某人的面容，还能灵光一闪就解出一道谜题。但是所有这些能力都是极其脆弱的。顿悟并不是一只安住于脑中的灯泡，而是一盏一吹即灭的风中残烛。
- 1.薄片法之阴暗面
 - 2.黑白肤色的瞬间决断
 - 3.关爱顾客
 - 4.寻找冤大头
 - 5.想想马丁?路德?金
- 第四章 保罗?范?里佩尔之大获全胜：为自发行而定框架?
- 瞬间决断之所以能在瞬间作出，是由于它的简洁明了，如果想要捍卫自己瞬间决断的能力，我们就得采取措施，删繁从简。
- 1.波斯湾之晨
 - 2.即兴表演的框架
 - 3.危险的自我分析
 - 4.急诊室的危机
 - 5.宁缺毋滥
 - 6.千年挑战之第二回合
- 第五章 肯纳的窘境：如何了解人们的需求?
- 当我们在某一方面修炼到登堂入室的程度时，我们的品味会变得愈发专业精深、愈发让外行难

<<眨眼之间>>

以理解。

也就是说，只有专家才能对自己的反馈信息和看法负起责任。

1. 第一印象可信吗？
2. 百事可乐大挑战
3. 盲人指路
4. 死亡之椅
5. 专业的禀赋
6. 唱片公司的做法真差劲

第六章

布朗克斯区的七秒钟：心智解读的精妙艺术？

误读他人心思的事情时有发生，这些是造成无数政治分歧和误解伤害的罪魁祸首。

然而，由于这些洞悉他人心思的失误是如此短暂和难以捉摸，我们并不知道该对这些错误作何理解。

1. 三个致命错误
2. 心智解读理论
3. 你的表情无处可藏
4. 男人、女人和电灯开关
5. 与狗争吵
6. 有限的白色空间
7. 我的脑袋里有什么东西告诉我：先别开枪
8. 惠勒大街上的悲剧

结尾

用眼睛倾听：《眨眼之间》教给我们的箴训？

1. 古典音乐界的变革
2. 小小的奇迹

致谢

<<眨眼之间>>

章节摘录

版权页： 2.百事可乐大挑战 20世纪80年代初，可口可乐公司为前途问题扰得忧心如薰。可口可乐公司曾一度在软饮料市场上雄霸一方，但百事可乐公司却一直不断地朝着他们的地位层层紧逼。

1972年，18%的软饮料饮用者表示自己只喝可口可乐，而自称只喝百事可乐的人仅占4%。然而到了80年代初，尽管可口可乐每年在广告宣传上的斥资超过1亿美元，且销售覆盖区域比百事可乐广泛许多，但其铁杆粉丝的比例却跌至12%，百事可乐的粉丝比例则上升到11%。

在销量骤增的时候，百事可乐开始了一场称为“百事可乐大挑战”的市场竞争战略活动。

他们在全美范围内播放电视宣传广告，试与可口可乐一争高下。

百事召集了可口可乐的忠实饮用者，让他们从两个分别标有“Q”和“M”的玻璃杯里品尝两种饮料

。人们更喜欢哪一种呢？

他们不约而同地选择了“M”，而“M”就是百事可乐。

可口可乐对百事可乐大挑战的第一反应是质疑，但他们私下里也组织了这种味道盲测(blind taste test)，结果却与百事可乐公司的结论不谋而合：占57%的大部分品尝者在可口可乐和百事可乐之间选择了后者。

57%对43%的优势是不容小觑的，零点一个百分点就往往意味着百万美元的利润之差，因此，这条如晴天霹雳般的消息对可乐高管的打击便可想而知了。

可口可乐著名的秘密配方一直都保留着其神秘的面纱，此配方从公司始建起就未经更改过。

但是，我们面前这看似确凿的证据却告诉我们，可口可乐的时代一去不返了。

在这之后，可口可乐的高官们又进行了一系列市场调查，但得到的结果却令他们越发丧气。

可口可乐公司首席执行官布莱恩·戴森(Brian Dyson)当时评论说：“可能是消费者们觉得可口可乐一些独特的口感——比如它的沁凉——有些太过刺激了。

而且，一提起如‘滑口’或‘畅爽’一类的词语，消费者们想到的是百事可乐。

也许是人们解渴时追求的感觉有了变化吧。

”当年，可口可乐消费者市场调查部门的部长名叫罗伊·斯托特(Roy Stout)，是公司里主张对百事大挑战的调查结果予以重视的中流砥柱之一，他曾对公司的高官们提出诘问：“我们的自动售货机比百事的多了一倍之多，产品上架率和广告费都比他们高，而且价格也很具竞争力，那么，为什么我们的市场份额却在下滑呢？

面对百事大挑战，我们不得不把目光聚焦到口感问题上来了。

<<眨眼之间>>

媒体关注与评论

<<眨眼之间>>

编辑推荐

<<眨眼之间>>

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>