|  |  |
| --- | --- |
| Abilene Paradox  阿比林悖论 | 在一个群体中，人们会对集体的决定进行妥协，使得他们个人的意见没有被提出来。 |
| 杰瑞·哈维(Jerry Harvey)教授在1974年发表的一篇题为《管理中的阿比林悖论和其它思考》(The Abilene Paradox and other meditations on management)的文章中，讲述了一个故事。它巧妙地洞察到有时候决策产生的方式，这些决策并非人们有意识地“做出的”。  故事如下：  一个炎热的夏日，有对得克萨斯夫妇及其父母人家在一起舒舒服服地玩骨牌。这时候玩牌的岳父说，我们去艾比林（53英里之外）吃个饭吧。女儿说：“听起来不错啊。”丈夫心里有些打小鼓，知道去艾比林路很远，天又热，为什么跑那么远去吃饭？可是他怕自己这么说显得不合群，于是说：“我没问题，看你妈妈愿意不愿意了。”他的岳母说：“当然我愿意了。我好久没去艾比林了。”于是大家沿着灰土四起的土路，挥汗如雨赶了过去。到了那餐厅，发现食物极其难吃。回到家，所有人都累坏了。其中一个人假客气说：“还不错啊，是不是？”其他人终于爆发了：岳母说她其实想待在家里，可是看其余几个都这么兴致高，就不想扫兴。丈夫也说他不想去，是为了取悦其他人才去的。妻子也说是怕其他人不高兴，所以才违心答应的。这时候老岳父说他哪里是真想去啊，是怕大家闷，随便提议一下的，心想大家一定反对，没想到大家兴致都那么高，他骑虎难下了。就这样，四个人都觉得自己是为了对方，舍弃自己的欲望，结果个个都不开心。  In an **Abilene paradox** a group of people collectively decide on a course of action that is counter to the preferences of many (or all) of the individuals in the group. It involves a common breakdown of group communication in which each member mistakenly believes that their own preferences are counter to the group's and, therefore, does not raise objections. A common phrase relating to the Abilene Paradox is a desire not to "rock the boat." This differs from [groupthink](https://en.wikipedia.org/wiki/Groupthink) in that the Abilene paradox is characterized by an inability to manage agreement. |
| Modeling  模型 | 广告策略：当产品比较复杂难以使用时，厂家会将使用步骤在广告中演示清楚。 |
| 某公司生产出某产品，某产品非常复杂难用。某公司就在某广告中，通过某步骤演示某产品的使用方法。 |
| Adaptive Reuse  适性再利用 | 建筑师改建被废弃的历史建筑，使其适应新的目的。  **Adaptive reuse** refers to the process of reusing an old site or building for a purpose other than which it was built or designed for. Along with brownfield reclamation, adaptive reuse is seen by many as a key factor in land conservation and the reduction of [urban sprawl](https://en.wikipedia.org/wiki/Urban_sprawl). However adaptive reuse can become controversial as there is sometimes a blurred line between [renovation](https://en.wikipedia.org/wiki/Renovation), [facadism](https://en.wikipedia.org/wiki/Facadism) and adaptive reuse. It can be regarded as a compromise between [historic preservation](https://en.wikipedia.org/wiki/Historic_preservation)and [demolition](https://en.wikipedia.org/wiki/Demolition). |
| 某被废弃的历史建筑，被某建筑师改建为某其他建筑，适应某新目的。（言外之意，还有某起初的目的） |
| Adjustable Group Size  可调整集群大小 | 一个协同作战之类的词，讲动物都有保存自己的方法，有的时候保持同一个规模防止外部威胁，有的时候调整规模获取资源。 |
| 某动物种群，在防止某捕食者威胁的时候，利用某种群规模1；在获取某生存资源时，利用某种群规模2。 |
| Advanced Credit Value  预付信用价值 | 一种帮助孩子建立起正确社会行为的方法。孩子对表扬的不同反应：如果事先表扬他们，再让他们做什么，他们就不太听话；如果等到事后在表扬他们，他们就能够表现得很好。 |
| 某大人，先表扬某孩子，再要求某孩子做某事，某孩子拒绝； 如果要求某孩子做某事之后，再表扬，某孩子表现出色。 |
| Aggressive Recruiting  积极招募 | 公司提供一定期限的特殊待遇为了吸引客户。 |
| 某公司出售某产品，为了吸引客户，提供了某期限的某特殊待遇。 |
| Agonistic Behavior  反抗行为；争胜行为 | 同类动物为了领地和食物竞争，但是不会伤害彼此。  [**Agonistic**](https://en.wiktionary.org/wiki/agonistic)**behavior** is any social behavior related to fighting. The term has broader meaning than aggressive behavior because it includes threats, displays, retreats, placation, and conciliation. The term was coined by Scott and Fredericson in 1951.[[1]](https://en.wikipedia.org/wiki/Agonistic_behaviour#cite_note-Barrows_2001-1) Agonistic behavior is seen in many animal species because resources including food, shelter, and mates are often limited. |
| 某动物，为了争夺某领地或者某事物，彼此争斗，但不会伤害彼此。 |
| Alarm Bell  警钟 | 就是讲动物可以发出一种信号让它的同伴意识到危险，但是有时这些警告具有欺骗性。 |
| 某动物遇到某危险，发出某信号通知同伴；但是在某时候，某动物会发出某信号，其如何具有欺骗性。 |
| Allocation  配给 | 动物把体能和时间分配给不同的活动，比方说觅食和繁殖。工作越复杂，耗体能越多，反之越少。 |
| 某动物进行觅食活动，由于工作较简单（复杂），因此分配体能和时间较少（多）；但是某动物在进行繁殖活动时，由于工作较复杂（简单），因此体能时间分配较多（少）。 |
| Altruism  利他主义 | 动物降低自己生存的机会，却有益于他人。  **Altruism** or **selflessness** is the principle or practice of concern for the [welfare](https://en.wikipedia.org/wiki/Quality_of_life) of others. |
| 某动物，在遇到某种危险的时候，选择以某种方式牺牲自己，为了保护幼崽或者同类。 |
| Anticipated Emotion  预期情绪 | 人们采取行动之前会对自己做了这个事情之后会有一个怎样心情有一个估测，然后根据这个估测决定自己是不是要做那件事。 |
| 某人准备做某事，事前对行为结果将会产生的心情进行预测，然后依据结果（好心情或者坏心情）来决定做与不做。 |
| Appeasement Behavior  安抚行为 | 动物为了避免争斗，祈求和平所表现的一种无害行为 |
| 某动物由于某原因即将发生冲突，为了避免争斗，一方表现出某无害行为。 |
| Approach-avoidance Conflict  趋避冲突 | 这个产生的原因是当一个人有了一个目标以后，会被这个目标的优点所吸引，而趋近这个目标，但是也会因为这个目标的缺点而想要回避这个目标，尤其是在很接近这个目标的时候。  Approach-avoidance conflicts occur when there is one goal or event that has both [positive](https://en.wikipedia.org/wiki/Positive_affectivity) and [negative](https://en.wikipedia.org/wiki/Negative_affectivity) effects or characteristics that make the goal appealing and unappealing simultaneously.[[3]](https://en.wikipedia.org/wiki/Approach-avoidance_conflict#cite_note-Miller.2C_1944-3)[[4]](https://en.wikipedia.org/wiki/Approach-avoidance_conflict#cite_note-Miller.2C_1959-4) For example, the popular American cultural construction of marriage is a momentous decision/goal/event that has both positive and negative aspects. The positive aspects, or approach portion, of marriage are togetherness, sharing memories, and companionship; however, there are negative aspects, or avoidance portions, including money issues, arguments, and in-laws. The negative effects influence the decision maker to avoid the goal or event, while the positive effects influence the decision maker to want to approach or proceed with the goal or event. The influence of the negative and positive aspects create a conflict because the decision maker either has to proceed with the goal or event or not partake in the goal or event at all. To continue with the example of marriage, a person might approach proposing to a partner with excitement because of the positive aspects of marriage: having a lifelong companion, sharing financial responsibilities. On the other hand, he or she might avoid proposing due to the negative aspects of marriage: arguments, money issues, joint decision making. |
| 某人建立了某目标。某目标具有某优点和某缺点。某人会被某优点吸引，趋近目标。但是当很接近目标时，却又会由于某缺点而试图回避目标。 |
| Assimilation and Accommodation  调适与类化 | 调适指的是人们会将物品归属于已知的概念；类化指的是如果无法将物品归属与已知概念，就会调整已知概念，以便将物品归属其中。 |
| 某人将某物品1归属于某已知概念；但是遇到了某物品2，由于从未见过，就会调整某已知概念，以便将某物品2归类其中。 |
| Attribution Theory  归因理论 | 人们通常对他人和自己的行为作出不同的解释。  In [social psychology](https://en.wikipedia.org/wiki/Social_psychology), **attribution** is the process by which individuals explain the causes of behavior and events. Attribution theory is the study of models to explain those processes. |
| 某人做出某行为，做出某解释；他人做出同样的行为，某人做出不同的某解释2。 |
| Audience Profile  视听众群体 | 广告想要抓住潜在客户就得做必要功课，比如这部分潜在客户的喜好，爱好，关心的事物。 |
| 某公司生产某产品，利用某广告向某潜在客户群体推广。某潜在客户有某爱好或者某关心的事物。 |
| Autogenetic Succession  自发演替 | 某生态环境可能因为当地植物而改变，从而变得适合另一种生物成长而取代原先的植物。  In [ecology](https://en.wikipedia.org/wiki/Ecology), **autogenic succession** is [succession](https://en.wikipedia.org/wiki/Ecological_succession) driven by the [biotic components](https://en.wikipedia.org/wiki/Biotic_component) of an [ecosystem](https://en.wikipedia.org/wiki/Ecosystem).[[1]](https://en.wikipedia.org/wiki/Autogenic_succession#cite_note-ORO-1) In contrast, [allogenic succession](https://en.wikipedia.org/wiki/Allogenic_succession) is driven by the [abiotic components](https://en.wikipedia.org/wiki/Abiotic_component) of the ecosystem. |
| 某生态环境下，由于某植物1发生了某改变，导致生态环境发生了某改变，如何适合某植物2生长，于是植物1被取代。 |
| Availability Error  有效性错误 | 说曾经发生的难忘经历会让你觉得还会再发生。 |
| 某人经历了某难忘的事，于是以后总感觉还会发生。 |
| Backward framing  事后重塑 | 客户对产品的印象会受到广告的积极影响。 |
| 某公司在某广告中推广某产品，某广告如何对某客户造成了积极影响，某客户对某产品留下了某印象。 |
| Bait Pricing  诱饵定价 | 先由低价产品吸引顾客到商店中，再向其推销高价产品。 |
| Behavior Chaining  行为连锁化 | 人类行为是由一系列简单行为组成的。 |
| Behavior Contract  行为契约 | 用奖励的手段得到期望的行为。 |
| Behavior Exposure  暴露疗法 | 孩子可能因为担心负面结果而害怕尝试新事物。如果鼓励他们逐渐尝试，并且看到好的结果的话，他们就能克服对新事物的恐惧了。 |
| Behavior Extinction  行为消退 | 行为得不到奖励就会停止，最后消失。 |
| Belief Perseverance  信念固着 | 有一种现象，自己一直认为对的事情，即使后来发现是错的，也还是会按照原来的做法去做。 |
| Bi-directional Communication  双向沟通 | 父母和孩子的相互影响。 |
| Biological Mimicry  拟态 | 科学家通过观察动植物的栖息地受到启发，并将它们应用到人类生活中。 |
| Biological Monitor  生物调解者 | 用生物检测环境条件。 |
| brood parasites  巢内寄生体 | 动物用非常规策略让其他动物帮助其孵化后代。 |
| Buffering  缓冲作用 | 一些比较弱小的动物从种群中的强者那里获取食物的策略。 |
| Consumer Lock-in  顾客锁定 | 生产一种产品的厂家，通常也会生产自己品牌的组装部件。而一个品牌只能搭配同品牌配件，这样顾客就不得不一直购买该公司的产品了。 |
| Circadian Rhythm  生理节律；昼夜节律 | 有两个要点。一个是每人都会有自己的警戒时间和疲惫时间；第二个要点就是这个规律随着时间推移可能会改变。 |
| Climate Variation  气候变化 | 即使是相同的物种，但是因为生长在不同的环境，他们的特点也会因为为了成功的适应环境而变得不同。 |
| Closeness  亲密度 | 当我们在说一件事的时候，我们倾向于给不熟悉的人更多的描述，而熟悉的人就说几句话。 |
| Aposematic Coloration  警戒色 | 说是动物会具有一种独特的颜色，这种颜色会警告它的捕食者，如果被侵犯，它就会攻击，吃过苦头的攻击者下次见到这种颜色的动物就会避而远之。 |
| Commitment Device  承诺机制 |  |
| Community Nutrition  社区营养 | 群体中某个个体寻找食物的行为，其目的是为群体中的每个个体得到均衡的营养。 |
| Competence Conscious and Unconscious Stages  能力有意识无意识阶段 | 当人们认为自己已经完全掌握了一项技能之后，就不再聚精会神，常常一心二用。 |
| Composite Signal  复合信号 | 动物结合两种以上的信号来传达与个体信号不同的意思。 |
| Compound Nest  复巢 | 当两个物种区别很大，以至于没有必要竞争食物的时候，便会居住在一起提高生存几率。 |
| Compromise Effect  折衷效应；妥协效果 | 人们在购物的时候会避免极端选择，通常会做出折中的选择。公司便会开发出更贵而且高质量的产品去刺激消费者购买现有产品。 |
| Concept Testing  概念测试 | 一个市场营销技术，检测消费者是否喜欢一个新的产品概念。有两个好处：一是获取信息，根据信息反馈改善产品；二是获取有价值的新信息。 |
| Confirmation Bias  确认偏误 | 人们只接受能够证实其观点的积极信息，却忽略无法证实其观点的负面信息。 |
| Consistency Bias  习惯性偏向 | 人对一个东西的评价和以前不一样，但是他自己意识不到自己的想法改变了。 |
| Construction of Quality  素质建设；质量建设 |  |
| Contrast Effect  对比效应 | 人们在看一件东西的时候，往往会拿它和另外一个类似的东西比较，而不是基于这个东西本身的价值。 在人评价人的时候，往往会拿一个认识的人和他比较。 |
| Convergent evolution  趋同进化 | 在不同地区，没有亲缘关系的不同物种可能会进化出相似的身体特征，如果它们面临相同的挑战的话。 |
| Creative Grouping  创意分组 | 商业上经常采用分类的方式来标记商品，商品按照大众认识的分类，就可以被找到。在商品的分类上创新，可以增加用户对商品的注意，增加销售量。 |
| Credence Goods  信用品 | 是指在使用后也难以确定其质量的产品。 |
| Credibility  可信度 | 讲的是交流中的可信度，讲了赢得人信任的两个策略，一是专业知识，二是眼神交流。 |
| Creeping Normalcy  潜变常态 | 是说事情的发展有两种情况，一是突然性的发展；一种是逐渐的发展。人们往往更愿意接受这种渐渐发展的模式。 |
| Crisis Communication  危机传播 | 树之间可以通过空气传播化学物质。 |
| Cyclic Population Change周期性人口变迁 | 一个生态系统中，生物之间的数量是相互影响的，捕食者和被捕食者数量之间有一个均衡点。影响生物数量的有两种因素，一种是非生命因素，如气候和阳光；一种是生命因素，如捕食者和被捕食者。 |
| Dear Enemy Effect  亲敌效应 | 有些动物对同类保持警惕且具有攻击性，但是对临近的同类却攻击性较弱。 |
| Defensive Pessimism  防御性悲观 | 讲的是一种现象，有些人总认为将来的结果是消极的，因此这些人一般都会特别努力避免最后的坏结果。 |
| Demand Shifting  需求变动 | 两种需求变动策略降低过高的峰值需求或者提高低迷的峰值需求。 |
| Diffusion Effect  扩散效应 | 当信息在两组试验对象当中分享之后，会导致实验结果出现错误和偏差，这会与实验的最初目的相悖。 |
| Distraction Display  迷惑表演 | 动物们会把捕食者吸引开来保护自己的幼崽。 |
| Diversion  转移 |  |
| Dormancy  休眠 | 就是在天气恶劣的动物采取措施降低能耗，保存生命。 |
| Echolocation  回波定位 | 许多动物视力不好，但是可以根据声音的反射定位物体的位置。 |
| Ecosystem reliance  生态系统依赖 | 如果一个生态环境中有多个种群的话，那么消失一个种群不会破坏整个生态系统。 |
| Egocentric Thinking  自我中心思维 | 孩子总是假设他人对一个事物的看法和自己的一样。 |
| Eminent Domain  土地征用权 | 土地征用权： 政府有偿征用私有财产，为了使社会利益最大化。 |
| Emotion Display  情绪表达 | 情绪表达基于社会背景。 |
| Enclothed Cognition  衣着认知 | 特定的服饰会影响人的行为。  We introduce the term “enclothed cognition” to describe the systematic influence that clothes have on the wearer's psychological processes. We offer a potentially unifying framework to integrate past findings and capture the diverse impact that clothes can have on the wearer by proposing that enclothed cognition involves the co-occurrence of two independent factors—the symbolic meaning of the clothes and the physical experience of wearing them. |
| Environment Disturbance  环境干扰 |  |
| Environment Impact Assessment  环境影响评估 | 环境影响评估就是决策者考虑环境影响后然后决定是否开展项目。 |
| Ethnological (ergonomics) Design  人机工程设计 | 说普通办公设备不舒适的话，长期使用会导致问题，费时费力，疾病之类的，而且降低人的工作效率。人体工程学设计可以使办公室的人舒适，不会有健康问题，并提高工作效率。 |
| Evaluation  评估 | 说需要客户调查来评价职员工作。 |
| Evolution in Action  行为进化 | 动植物可以很快适应新的环境。 |
| Exaptation  扩展适应；功能变异 | 动物一直在面临挑战，挑战可以使得旧器官发挥新作用迎接挑战，帮助生存。 |
| Expectation Deviation  期望偏差 |  |
| Experience Goods  体验品；经验商品 | 要用一下才知道商品的价值和用途。 |
| Experimental Archaeology实验考古学 | 讲的是考古学家为了考古会使用或者用同样的材料复制过去的某样物品。 |
| Externality  外部效应 | 人们并没有明确的需求，但是却会因为某件事情产生一种合作关系。 |
| Facial Feedback  面部反馈 | 人们相信情感会引起面部表情变化，但是这是错误的，因为人们的面部表情决定人们的感受。 |
| Facilitation  促进作用 | 教授不直接给予学生帮助，只给一些线索和暗示帮助学生完成任务。 |
| False Consensus  错误共识效应 | 人们一般都会假设他们自己的行为和信念和别人是一致的。 |
| False Signal  错误信号 |  |
| False-caused Error  错误造成错误 | 一个人在考虑自己做错事是由于什么原因的时候，往往忽略掉第一件事，而认为原因是由于第二件。 |
| Fast Follow  快速跟随 | 一些公司不愿意首先推出新产品，于是等其他公司推出创新的新产品后，便会快速效仿。 |
| Fighting Brands  竞争性品牌 | 一种商业策咯，大公司为了抗衡小公司的廉价同类产品，推出二线品牌抢占市场份额。 |
| Firming  固化 | 植物第一次采取保护自己的行为是需要的时间比较长，但是以后就很快了。 |
| Flow  流动 | 指人们对于自己很感兴趣的事，在很激烈的比赛等情况下会全身心投入。 |
| Found Object  拾得艺术品 | 一种艺术形式，有两种表现形式：修饰的和未修饰的。 |
| Founder Effect  奠基者效应 |  |
| Framing  框架（社会科学） |  |
| Friend Affiliation  群体归属 | 人们希望成为集体的一员。广告商通常使用群体归属。有两种方法：一是利用积极效果，通过宣传广告产品可以增加归属感，在朋友之间寻求认同。二是利用消极方法，如果用别的品牌会失去归属感。 |
| Frustration Tolerance  挫折耐力 | 孩子遇到挫折后很容易失落，家长要如何帮助孩子克服这种负面情绪。 |
| Generalization effect  推广效果 | 其在广告上的运用能够仍产品更加令人记忆深刻。 |
| Generalizing  归纳 |  |
| Goal displacement  目标错置 | 在组织中会出现目标错置的情况。即某集体组织中的人，为了实现目标制定严格的要求和规则，但是最后却影响了目标的达成。 |
| Habituation  习惯化 |  |
| Halo Error  晕圈错误 | 就是当你见到这个人第一面，这个人向你展示他擅长的一面，你就会觉得他特别好，连他最不擅长的一面都可以忽略了。 |
| Hindsight's Bias  事后聪明偏见 | 是指有些人明明没有预测到结果，但是往往结果出来之后自己却说以前就预测到了。 |
| Illusion of transparency  被洞悉错觉；透明度错觉 | 一种心理现象，人们总觉得别人能看到自己的所作所为，甚至能看穿内心，尤其是在做坏事的时候。 |
| Image Advertising  形象广告 | 心理学概念，广告对行为的影响。广告运用图片和符号制造一种积极的形象。 |
| Impact Bias  影响偏差 | 人们趋向于消极预测将来的情况。 |
| Impression Management  印象管理 | 顾名思义就是希望通过一些刻意的行为，给别人留个好印象。 |
| Incapacity  无行为能力 | 讲一些职员只专门学习他们工作范围的知识，训练只教会了工人他们自己手头那部分的工作，而不知道其他方面的知识，这样会引起不好的结果。 |
| Reward Inequality  奖励不均 | 如果给人或动物的劳动奖励不平等的话，受不公平待遇者会感到不高兴。 |
| Information Cascade  信息级联；瀑布效应 | 从众心理。当人们遇到两个选择的时候，他们通常会观察别人选什么，然后模仿，即使这个选择和他们所知道的信息相反。 |
| Information Overload  信息过载 | 一个人接受了过多的信息，以至于无法消化分类这些信息。有两种解决方法：1. 每个信息只看一部分；2. 先不看了，直到已知信息被完全消化之后。 |
| Insight Learning  顿悟学习（动） |  |
| Integrated Farming  立体开发；复合农业 | 利用动物的自然行为来有益于动物和植物。 |
| Interest Boosting  兴趣提高 | 就是教学的时候，要把书本材料和学生现有兴趣联系起来。 |
| Internal Attribute  内部属性 | 将事物发生的原因归结自己的内在问题，而不是外界因素。 |
| Internal Competition  内部竞争 | 公司内部自己的新旧产品之间竞争。但这是没办法的，必须引进新产品，因为新产品才能和别的公司竞争。 |
| invasional meltdown  危机入侵 | 危机入侵。动物能够帮助植物繁殖。 |
| Joint Venture  合资企业 | 讲的是公司合作的问题，两个不同领域的公司，综合业务，形成新业务。 |
| Kinesthetic Learning  体验学习 | 是一种不同于传统的教学方法--让学生们参与，寓教于乐。 |
| Latent Knowledge  潜在知识；隐性知识 | 有些知识可以被有意识习得，其他知识无意识习得叫做潜在知识。 |
| Lateral View  侧面观点 | 从一个新观点来看问题。 |
| Learner-centered Teaching以学习者为中心的教育 | 一种高效的学习方法，以学习者为中心，以兴趣为导向的学习效果好。 |
| Learning Transfer  学习迁移 | 人们以前的经验会对人们以后学习新技能产生正面或负面影响。 |
| Logical Consequence  逻辑结论 | 就是说惩罚孩子要和原因联系到一起，他才不会再犯。 |
| Loss Aversion  损失规避/损失厌恶 | 就是人相比尝试新东西可能更讨厌吃亏。 |
| Market buyer's remorse  买家后悔 | 有些人在决定买了某些东西以后，都买回家了，然后后悔，就在这个时候，销售人员适当出现或者电话或者邮件什么的，来保证你的选择是正确的。 |
| Masking  掩遮；隐蔽 | 大概是发出的声音比真正听到的声音要大。 |
| Media Effect  媒介效果；传播效果 | 通常认为孩子们会模仿电视中人物的行为。但事情并不是这么简单的。孩子们会观察人物在做出某种行为后的后果。如果结果有奖励，那么就模仿；如果后果是惩罚，那么就尽量避免。 |
| Method Acting  体验派表演方法 | 表演的方法，表演时需要借鉴演员的生活经验。 |
| Motivation Research  动机分析 | 公司想要调查消费者的喜好，比如为什么不买他们的产品，但是有的时候消费者自己也意识不到为什么，所以不能直接问，要用间接的方式调查。 |
| Mutually Beneficial  互惠 | 动植物之间的关系。蜜蜂和花可以互惠，蜜蜂采蜜当食物，同时给花传播花粉。但是还有一种不平等关系。 |
| Natural Passage Way (eco-passageway; ecological corridor)  生态走廊 | 关于在保护区之间建立生态走廊，而且生态廊道需要用动物原来栖息地内的材料来制作。保护区之间的路阻挡了保护区内动物的活动。 |
| Natural Consequence  自然结果 | 讲的小孩做错事，大人可以不用惩罚，由着做错事的结果来惩罚孩子。 |
| Negative Externality  负外部性 | 两方达成某个协议，但是没有卷入该协议的外人可能因此受到利益损害。 |
| Negative Indication  负标记 |  |
| Niche Construction  生态位构建 |  |
| Nomadic Phase  迁徙期 | 指的是当动物遇到新的危机，如食物短缺或其他灾难的时候，便会长时间迁徙。 |
| Observation Task  观察任务 | 在市场营销中，公司常用采访来问客户对产品和服务的感想，但人们大多会回避负面的，导致得不到真实数据。于是改用观察的方式，就是观察人们的行为。而人们并不知道自己被观察了。通过实际行为反映出人们对产品和服务的真实满意程度。 |
| Observational learning  观察学习；模仿 | 讲的是人类一直以为只有人类才有通过观察别人行为进行学习的能力，而动物必须通过训练才可以。但是后来发现动物也可以通过观察来学习，而且学得更快。 |
| Occam's Razor  奥卡姆剃刀法则 | 指越简单的往往越好。 |
| Operant Conditioning  操作制约；操作性条件反射 | 通过展现行为的负面结果来阻止这种行为。 |
| Opportunist  投机分子 | 植物界有这样一种机会主义植物，当一块地方的植物被不知道什么原因消灭的时候，这种机会主义植物就会赶紧占领这片地方。但是当人家本来的植物长回来的时候，这个机会主义植物又竞争不过人家，只好慢慢消失。 |
| Opportunity Cost  机会成本 |  |
| Optimal Foraging  最优采食 | 有些动物采用尽量少浪费能量并尽可能多获取有价值、高营养事物的方式来进行捕食。 |
| Outcome Bias  结果偏差 |  |
| Outcome Dependency  结果依赖 | 如果说一个人觉得另一个人有用的话，或者说对那个人的成功有帮助的话会有比较好的印象。 |
| Overconfidence Effect  过度自信效应 | 经过一段努力为了达成特别目标，虽然结果不如预期，但却得到意外的好结果。 |
| Oversimplified Error  简化错误 | 过简化错误。一件事情的促成因素有好几种，而人们往往过于简单化，认为只有一个原因导致结果。这么做的原因就是人们倾向于强调自己对于一件事情的贡献。 |
| Paradox of Choice  选择悖论 | 选择困境是说选择太多也不好，一是不知选哪一个，着急；二是浪费时间做选择。 |
| Part Fall Effect | 当一个人被认为非常有能力的时候，如果他犯一点小错误的话，人们会更加喜欢他。 |
| passive locomotion  被动位移 | 通常动话由于生存的需要会要搬到新的地方去，以获得更多的食物和更好的环境。但也有一些动物是利用外界来移动的，这样的移动就不用耗费体力。 |
| Passive territorial defense  被动领土防御 | 动力利用间接信号阻止同类进入自己的地盘觅食。 |
| Passive-aggressive Behavior被动攻击行为 | 指一个人遇到不开心的事情时并没立刻表现出不满，可是会在以后发泄。 |
| Peak-End Rule  峰终定律 | 人们倾向于记住生动活泼的记忆，这个部分定义为Peak Part，同时遗忘不生动活泼的记忆，这个部分定义为End Part。 |
| Peer Reinforcement  对等补强 | 说的是如果有同学不守纪律不按规则办事，老师不批评他而是表扬做的好的同学，然后那个不守纪律的同学就自觉做好了。 |
| Permeable group (Group Boundary Permeability)  种群渗透 | 即相比于一些封闭的动物种群，有一些动物种群小团体愿意接纳外界的个体加入团体一起生活，相互交流一些经验。 |
| Personality Attribution Error  人格归因错误 | 人们总会把错误归结为人格上面，而忽略了一些客观的外部条件。 |
| Phoresy  寄载现象（生态） | 一种动物利用另一种动物迁移自身，且不会对另一种动物造成任何损伤。 |
| Place Marketing  地区营销 | 利用地方特点吸引游客，促进经济发展。 |
| Planning Fallacy  规划谬误 | 人们很难预测到影响项目结果的全部要素，比方说时间和成本，结果导致错误结果。 |
| Predator Saturation  捕食者饱和 | 植物利用特殊方法保护自己不被灭种，像是一次生产很多种子，之后不固定的繁殖，藉此来控制捕食者的量。 |
| Prenatal Learning  胎教；先天学 |  |
| Primming  循规蹈矩 | 人们由于受到过去的经验影响眼前的判断。 |
| Procedural Memory  程序记忆 | 讲人们看到和过去记忆不一样的事物可以重建。 |
| Producer Service  生产性服务；服务业 | 通常可以选择所有过程都自己做，或者选择把自己不熟悉的部分外包给别人做，这两种做法。 |
| Product Positioning  产品定位 | 文章介绍了商家宣传商品的一个途径：广告商要知道目标客户的需求。 |
| Progress Explanation (process explanation)  工艺解释；过程解释 | 解释如何工作，有两种：1. 直接解释，一步一步教导人们如何完成工作。2. 信息解释，仅仅告诉人们一个大概的介绍，没有具体的说明。 |
| Promotion Risk  促销风险 | 说人被提拔到不会干的岗位。 |
| Psychological Risk  心理风险 |  |
| Quality Control Circles  品管圈；质量控制圈 | 就是说公司会把他们的人员分成小组，让他们做事更加有效率。 |
| Quote out of context  断章取义 | 介绍一种广告界的不诚实现象：就是断章取义，歪曲别人本意来吹捧自己。 |
| Rational Neglect (ignorance)  理性忽略 | 理性忽略。在买小东西的时候不收集信息。 |
| Recruitment  招募 | 释放信号素提醒其他同类来共同合作。 |
| Reactance  感应抵抗；反作用 | 人受到的约束越大，就越渴望恢复自由。 |
| Rebound Effect  反跳作用 | 意思是应用节省能源的技术，但是新技术并未达到预期的节省效果。 |
| Referential Alarm Call  警报信号 | 大概意思就是一个群体中某个个体发现了天敌或者危险，就发出声音去警告同伴的行为。 |
| Regular Thinking Tendency  思维定势 | 一种人类行为，说人们做事习惯有思维定式，但如果有情况不符合的话就会犯错误。 |
| Releaser  释放体 | 某种刺激物能够使得动物做出相应的行为。 |
| Research Inquiry  研究探索 | 人们一般做出选择会受到别人的影响。 |
| Resource Partitioning  资源分配 | 是说在同一地区生活的动物会进化产生不同的特性，从而使得他们之间不是激烈的竞争，而是共同分割，瓜分食物，领地等等。 |
| Responding Effect (response effect)  反应效应 | 人们倾向于选择节能的设备，可是由于选了节能的东西，节省了钱，就有更多的钱买其他东西了，最后还是消耗了更多的能源。 |
| Restoration Ecology  恢复生态学 | 人类想要恢复已经被破坏了的生物的自然环境，必须试图恢复以前那片土地的所有因素，但是缺乏必要的元素可能会导致恢复失败。 |
| Role Conflict  角色冲突 | 当一个人在社会中有双重身份，比如工作和家庭，这两个角色可能冲突。 |
| Role Distance  角色距离 | 说每个人都有他们的角色，但是很多人都想从他们的角色中分离出来，因为觉得不舒服。 |
| Role-playing  角色扮演 | 说在培训销售人员的时候，让受训者做销售，而培训人员做顾客，这样受训人员更能了解问题所在。 |
| Sample Error  样本误差 | 在做统计的时候，由于调查对象太大，研究者必须抽取小样本来代表整体，但是错误的抽样会导致出现错误。 |
| Scenting Economy  窨制经济 | 指市场开发者依靠气味吸引顾客, 因为香气会令人愉悦。 |
| Scope Creep  范围蔓延 | 指客户后期提出的要求超出之前和商家商定的协定导致冲突。 |
| Search Image  搜思象 | 意思是动物将图像记忆到脑中，帮助寻找猎物的。 |
| Self Purification  自净作用 |  |
| Self-denial  自我否定 | 就是人们悲观地看自己，所以看不到自己的长处，而且丢失机会。类似抑郁症，这样的毛病，得了这病会经常自责，多疑之类的。 |
| Self-serving Bias  自利偏差 | 人们喜欢把成功归功于自己的努力，把失败归咎于外部原因。 |
| Sensitizing  增感；致敏 | 动物在第二次碰到相同的负面刺激会做出更快的反应。 |
| Sensory Memory  感觉记忆 | 人可以用多种感官来获知事物，视觉，听觉和感觉。所获知的信息会记录在脑子里，这个事物消失之后，对事物的印象还是能够留存一段时间，这个短时间留存的记忆就叫做感觉记忆，大约有1~2 秒。 |
| Shaping  外形塑造 | 一种渐进的学习方法，开始无论对错只表扬，后来只有做对了才表扬。 |
| Shared-action Effect  共同行动效应 | 个体工作和集体工作之间的对比。 |
| Short-term Memory  短期记忆 | 有两种导致记忆消失的原因，一者随时间流逝而消失；二者受到干扰而消失。 |
| Signal Redundancy  信号冗余度 | 即动物利用多种方式传递同一信息。 |
| Signaling  讯息传递 | 无偏见判断，讲有些东西价格高有些低，消费者在买的时候需要评估一下到底这个价格值不值得买。 |
| Social Referencing  社交参照；社会参考 | 婴儿能够逐渐理解环境并且对其作出反应。 |
| Social Responsibility  社会责任 | 有些公司仅重视盈利和取悦顾客，而忽视社会责任。如果重视社会责任，虽然会增加成本，但是也可以获得更大的利润。 |
| Social Skill Training  社交技能训练 | 主要就是说孩子会跟着成人学某种社会技能。 |
| Specialization  特化作用 |  |
| Spotlight  聚光灯 | 意思是人们过于关注自己犯下的小错误，其实他人并不在意。 |
| State-dependent Memory  状态依赖记忆 | 意思是当周围的环境和我们学习某一知识的时候一样或相似时，我们更容易能回想起学过的那个东西。 |
| Stimulus Diffusion  刺激扩散 | 指不同文化相遇，把其中一些根据自身文化的要求改造并利用。 |
| Stimulus Discrimination  刺激区辨 | 动物能够根据声音，气味和行为来得知其他动物的情况。 |
| Stimulus Reduction  刺激减少 | 上课无法集中注意力。 |
| Stopover Habitat  迁徙途经地生境 | 说动物在迁徙过程中会有一个地点停下来，这里有食物，还有合适的环境。 |
| Strategic Alliance  战略联盟 | 说两家公司形成一种联盟或者合作关系，能够用各个公司的资源和专长进入市场，增加收益。 |
| Subject-expectancy effect  受试者期望效应 | 人们会因为自己的预期来影响结果。 |
| Supranational Corporation  跨国公司 | 跨国公司的好处是扩大合作，整合多国资源。 |
| Survey Bias  调查偏见 |  |
| Suspension of Disbelief  怀疑暂停 | 观众忘记舞台上的内容是虚构的这个事实，要把它想象成真实的。 |
| Symbolic Relation  共生关系 | 不同物种之间会利用各自的优势来相会合作。 |
| Synomone  互利素 | 一种生物释放的，能引起他种生物产生对释放着和接受者均有利反应的信息化学物质。 |
| System Thinking  系统考虑 |  |
| Task Partitioning  任务划分 | 讲生物分工，为了获得更高的工作效率。 |
| Teaser advertising  欺骗性广告 | 指非传统的广告方式，在宣传产品的时候创造一种情景来推出产品 |
| Test Marketing  试销 | 在把产品推向市场之前，现将产品向一部分客户展示然后询问意见，如果客户不喜欢，就马上改变和升级产品。 |
| Token Reward  代币酬赏 | 就是给每个人他们真正想要的东西来达到有效激励的目的。 |
| Tolerance Ecotype  抗性生态型 | 意思是植物在恶劣的环境中适应进化的现象。 |
| Tragedy of Commons  公地悲剧 |  |
| Vertical Migration  垂直迁徙 | 动物从海底到海面迁移。 |
| Virtue of Association  道德关联 | 人们总是通过一个人的家庭来看这个人的能力。 |