

全美一流社会心理学名校 亚利桑那大学最受欢迎的影响力课程

《影响力》作者西奥迪尼领衔主讲

14堂课深度剖析史上最具影响力的人物与事件

彻底了解社会群体行为背后的动机与目的

Social Psychology Goals in Interaction (5th edition)

自我 · 群体 · 社会

进入西奥迪尼的社会心理学课堂 (原书第5版)

道格拉斯·肯里克 (Douglas T. Kenrick)
[美] 史蒂文·纽伯格 (Steven L. Neuberg) 著
罗伯特·西奥迪尼 (Robert B. Cialdini)

谢晓非 刘慧敏 胡天翊 等 译

Social Psychology Goals in Interaction (5th edition)

自我·群体·社会

进入西奥迪尼的社会心理学课堂 (原书第5版)

[美] 道格拉斯·肯里克 (Douglas T. Kenrick) 著
史蒂文·纽伯格 (Steven L. Neuberg)
罗伯特·西奥迪尼 (Robert B. Cialdini)

谢晓非 刘慧敏 胡天翊 等 译

图书在版编目 (CIP) 数据

自我·群体·社会: 进入西奥迪尼的社会心理学课堂 (原书第 5 版) / (美) 肯里克, (美) 纽伯格, (美) 西奥迪尼著; 谢晓非等译. —北京: 中国人民大学出版社, 2011

ISBN 978-7-300-13183-2

I. ①自… II. ①肯… ②纽… ③西… ④谢… III. ①社会心理学 IV. ①C912.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 256413 号

自我·群体·社会: 进入西奥迪尼的社会心理学课堂 (原书第 5 版)

道格拉斯·肯里克

[美] 史蒂文·纽伯格 著

罗伯特·西奥迪尼

谢晓非 等 译

Ziwo Qunti Shehui: Jinru Xi'aodini de Shehui Xinlixue Ketang

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 [http:// www. crup. com. cn](http://www.crup.com.cn)

[http:// www. ttrnet. com](http://www.ttrnet.com) (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京京北印刷有限公司

规 格 214 mm × 275 mm 16 开本

版 次 2011 年 4 月第 1 版

印 张 25.5 插页 2

印 次 2011 年 4 月第 1 次印刷

字 数 830 000

定 价 69.80 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换

本书与其他社会心理学书籍的不同：

- ◎ **大案例：** 本书用14个章节深度剖析了历史上最具影响力的人物和历史事件，研究者如同侦探一般，用哈佛经典案例式的大案例分析方法，将社会心理学的方法和应用融入故事。既可以激发读者兴趣，又能保留学习的过程。
- ◎ **新视野：** 全篇围绕两大问题“行为背后的目的到底是什么”“目的背后的人和环境发挥了怎样的作用”，详解社会心理学最核心的12个主题：个人与情境、社会认知、自我、态度、顺从、友谊、爱情、亲社会行为、攻击行为、偏见、群体、冲突与合作。
- ◎ **新趋势：** 社会心理学从创建以来，一直以解释社会现象为导向，本书则代表了社会心理学未来的趋势，即不再单纯解释现象，而是探索社会现象背后，以目的为基础的行为机制。本书是从解释心理学迈向预测心理学的转型之作。



成就商业阶层事业与生活的梦想



成就商业阶层事业与生活的梦想

常常阅读我们图书的读者一定都记忆犹新，2008年以前出版的图书中，都放置了一篇题为“一切为了您的阅读体验”的文章，文中所谈，如今都得到了读者的广泛认同，也得到了出版业内同行的追随。

在我们2008年以后的新书以及重印书中，读者会看到这篇“一切为了您的阅读价值”；而对于我们图书的新读者，我们特别在整本书的最后几页，放置了“一切为了您的阅读体验”的精编版。今后，我们将在每年推出崭新的针对读者阅读生活的不同设计和思考。

★ 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗？

★ 您是否常常在阅读过一本书籍后，才发现不是自己要看的那一本？

★ 您是否常常发现书架上很多书籍都是一时冲动买下，直到现在一字未读？

★ 您是否常常感慨书籍的价格太贵，两百多页的书，值三十多元钱吗？

★ 阅读的最大成本

读者在选购图书的时候，往往把成本支出的焦点放在书价上，其实不然。**时间才是读者付出的最大阅读成本。**

阅读的时间成本=选择图书所花费的时间+阅读图书所花费的时间+误读图书所浪费的时间

★ 选择合适的图书类别

目前市场上的**图书来源**可以分为**两大类，五小类**：

1. 引进图书：引进图书来源于国外的出版公司，多为从其他语种翻译成中文而出版，反映国际发展现状，但与中国的实际结合较弱，这其中包括三小类：

a) 教科书：这类书理论性较强，体系完整，但多为学科的基础知识，适合初入门的、需要系统了解一门学问的读者。



b) 专业书: 这类书理论性、专业性均较强, 需要读者拥有比较深厚的专业背景, 阅读的目的是加深对一门学问的理解和认识。



c) 大众书: 这类书理论性、专业性均不强, 但普及性较强, 贴近现实, 实用可操作, 适合一门学问的普通爱好者或实际操作者。

2. 本土图书: 本土图书来源于中国的作者, 反映中国的发展现状, 与中国的实际结合较强, 但国际视野和领先性与引进版相比较弱, 这其中包括两小类, 可通过封面的作者署名来辨别:

a) “著”作: 这类图书大多为作者亲笔写就, 请读者认真阅读“作者简介”, 并上网查询、验证其真实程度, 一旦发现优秀的适合自己的作者, 可以在今后的阅读生活中, 多加留意。系统地了解几位优秀作者的作品, 是非常有益的。



b) “编著”图书: 这类图书汇编了大量图书中的内容, 拼凑的痕迹较明显, 建议读者仔细分辨, 谨慎购买。

老 阅读的收益

阅读图书最大的收益, 来自于获取知识后, **应用于自己的工作和生活,** 获得品质的**改善和提升,** 由此, 油然而生一种无限的**满足感。**

业绩的增长



一张电影票

职位的晋升



收益 ← 一本书 → 花费



一顿麦当劳

工资的晋级



← 一本书 →



一次打车费

更好的生活条件



两公斤肉

作者寄语

对学生们来说，一本有代表性的社会心理学读物，犹如一场精彩的马戏团演出，好戏连连，颇有些让人目不暇接。瞧，不同的花样轮番上阵——惊人的利他主义行为、骇人的攻击行为、不可思议的说服把戏、人类合作行为的金字塔架构以及令人迷惑的自欺行为。在所有这些行为中是气定神闲的课程传授者——马戏团总指挥，他将学生们的视线交替引向各种奇妙的场景。现在，女士们、先生们，请你们将视线从滑稽的自欺行为转向奋不顾身跃入湍急爱河的男男女女，再转向攻击行为的血盆大口！

为什么以整合的途径探讨社会心理学

这场社会心理学的马戏狂欢秀可能会掩藏着这样一层重要的含义：人类的社会行为是以相互关联的方式交织在一起的。单独、孤立地呈现各章节主题——这里谈点儿攻击、说服、偏见，那里谈点儿人际关系，只能提供一些支离破碎的见解。共同的概念、维度以及原则是所有社会行为的基础。我们相信，知晓它们会让学生们受益匪浅。毕竟，学习和记忆的一个重要原则便是，当材料的不同部分有机地组合在一起时，人们能够更轻易地掌握以及记忆更多的材料。

马戏表演让人眼花缭乱，但却不是学习的好方式。在剧院、电影院或是文艺作品中，我们能够欣赏到同样精彩的画面，并且这些画面的结构更为周密。社会心理学这一学科更应该是一部生动的、有序的编年史，而不是一场混乱的马戏表演。它是一部错综复杂的编年史，波澜起伏、柳暗花明，又不失连贯一致性：循环的人物、场景以及主题会将其各个部分串联起来。我们撰写这本书的主要目的是为读者提供一个凝聚的框架：在保留社会心理学丰富趣味性的同时，融入更多有益的理论整合。

我们如何达成整合

在决定写这本书之前的一年里，本书的作者们每周都会抽一个下午碰面，试图勾勒出一个真正整合了的理论框架。我们知道，我们彼此分享着“甜蜜的酸涩”。我们基本意见一致，但是我们各自又拥有不同的社会心理学研究视角（社会认知、社会学习和进化心理学），有时这些视角会发生冲突。我们意识到，如果我们能够找到一个重要的理论框架，将所有这些不同的途径联结起来，它将为整合材料提供极为广阔的基础，即容纳并涵盖一系列的理论出发点。

我们多次的会面充满了善意的争论、令人大开眼界的洞察、错误的启程、盲目的摸索以及满意的突破，伴随这些的是我们的共同体会：我们对社会心理学的了解正在逐步加深。即使不写这本书，这些努力与付出也是值得的。通过一年的讨论与争辩，我们不仅拥有了一笔宝贵的中年学习经历，也就整合的框架达成了一致的见解，而这个框架正是我们的热情所衷。

这本书的英文副标题翻译成中文是“互动中的目标”，这正反映了我们联结本书内容（章节内以及章节间）的两条主要线索。



1. **社会行为的目标导向特性。**首先，我们会强调社会反应是目标导向的。目标本身可能难以用言语表达，甚至难以被觉察到，但是当人们服从权威人物、开始一段新恋情或是彼此间拳脚相加时，他们是出于某种目标才这样做的，比如获得某人的认同、确认自我形象或获取社会地位。在本书第1章中，我们会描述日常目标是如何源于基本的社会动机的，比如建立社会纽带、吸引配偶以及理解自己和他人。在第2章中，我们会检视目标是如何运作的。
2. **个人-情境交互作用。**其次，为了完全理解人们发生社会行为的原因，我们需要考虑个人的不同方面是如何与他所处的情境产生交互作用的。个体内部的一些特征，比如态度、特质、期望、归因、心境、目标、刻板印象以及情绪，是如何与情境特征产生交互作用以共同影响社会行为的？从库尔特·勒温（Kurt Lewin）开始，这种交互作用的**主题就在这一领域极为突出**。不幸的是，社会心理学的入门书籍往往低估了交互作用的解释效力。相对而言，在本书中，我们会持续邀请读者们考虑个体内部力量与外部力量的相互影响。

联结视角：认知、文化和进化

在过去的20年，社会心理学家们热衷于采用认知视角探讨人们加工社会情境信息的方式，并取得了丰硕的成果。这些成果也进一步充实了社会学习视角下的研究发现。而近年来，研究者们在不同的人类文化和不同的动物种系间发现了许多令人振奋的社会行为，因此社会文化与进化论的视角正日益受到关注。

社会文化视角强调社会思想和行为是如何被囊括入我们所居住的庞大的社会情境中的。文化的力量可能会改变以下问题的答案：哪种说服的技术是有效的？一个人如何定义自己，是以群体中一员的身份还是以独立个体的身份？一个女人可以嫁给一个人，还是多个人？文化研究是令人着迷的，因为它经常强调差异性，会提醒我们“我们的方式”并不是唯一的方式。

但是，跨文化研究也告诉我们，全世界的人们都拥有一些共同的思维和行为方式。进化论视角能够帮助我们理解，为什么不同的人类文化存在共性，甚至不同的物种之间也存在共性。乍一看，进化心理学似乎强调人类本性的黑暗面，即“自私基因”会驱动攻击行为、性侵犯以及两性间的斗争，但进化论的分析也显示，我们的祖先之所以能够存活，不仅取决于自私的竞争，也取决于一些积极的行为，比如形成友谊、与群体内的其他成员合作以及建立牢固的家族纽带等。

显然，这些不同的视角并非彼此的“附属品”，它们协同工作，帮助我们更加全面地理解社会这个世界。我们这些作者都受到认知、文化和进化论视角的长期浸润，我们也努力将它们精华交织编入本书中。在这一版中，我们会强调社会心理学是如何发挥桥梁作用，联结心理学的不同领域（比如认知神经心理学、发展心理学和临床心理学）以及其他行为科学的（比如人类学、经济学、政治科学和动物学）。

每章的架构

在每一章的特殊专栏中，我们将会突出强调社会心理学的若干信息与主线。

1. 小调查

社会心理学家们也是侦探。这个比喻很贴切，所以我们邀请读者们将自己与“小调查”专栏中的概念联系起来。这些看似微不足道的小问题，却能吸引读者们投入一个调查，或是通过组合书里的概念、发现以及他们对己对他人的认识，或是通过运用他们自己的逻辑分析能力去批判性地分析刚刚揭示的证据。“小调查”中所设计的问题不仅强调社会心理学与生活的密切相关性，也能够帮助初学者更加高效地学习。关于学习和记忆的相关研究显示，如果我们能将学习材料与自身建立联系，对其加以批判性地思考并积极练习，那么我们就能够更加轻松地掌握它们。

小调查

思考两个你认识的人，他们的文化背景与你不同（来自不同的国家、有不同的社会阶层及种族）。在哪些方面，不同的文化规范使你们在彼此的互动中表现出不同的行为？

2. 联结：理论与应用

在这个专栏中，我们将会探讨某一特定的实验发现或系列发现是如何与现实世界中的问题建立联系的。比如，研究中所获得的见解如何用来减少课堂歧视、帮助已婚夫妇巩固婚姻或减少暴力等。

3. 联结：方法与证据

在第1章中，我们用侦探的比喻阐述了研究方法：在碎片中筛选，搜寻蛛丝马迹。在接下来的章节中，我们为研究者的“侦探工作”引入了新的工具。比如，在讲述媒体暴力与观看者攻击性的研究中，我们在专栏中介绍了元分析的方法；在讨论关于爱情的研究时，我们引入了因素分析的工具；在探讨人们克制偏见流露的方式时，我们引入的最前沿的研究采用了脑成像的技术。通过在本书中介绍这些工具，我们希望能够为读者展示方法对于解决这些谜团的特殊重要性。

4. 联结：适应与障碍

学心理学的人常常对紊乱的行为兴趣浓厚。在这个专栏中，我们通过深入挖掘紊乱行为以揭示一些更广泛的原则。我们会考察：通常情况下健康的社会行为是如何走向极端，以致产生不良后果的，比如，恋人之间发展紧密纽带的适应性倾向是如何导致迷恋关系的。

5. 回顾

在每一章的最后一部分，我们将回顾章节开头抛出的那个谜团，以帮助读者融会贯通本章中所讨论的各种研究发现。比如，探讨完说服领域和亲密关系领域的研究发现（我们会将章节中所揭示的新线索衔接起来），我们会回顾为什么男孩会违心认领自己犯下的“滔天大罪”。通过这种方式，我们不仅能够激发读者的好奇心，也得以实践另一种学习和记忆的常规原则，即当亲身经历的事情与生动的案例相联系时，人们能够回忆起更多相关的事情。

将方法和应用融入故事

粗略浏览一下，我们可以看到，本书并没有设置单独阐述“应用”的章节，比如健康、商业或是法律等话题。这并不是因为它们在社会心理学中的地位不重要，恰恰相反，与其在书中为这些话题开辟专门的空间，我们更想强调的是它们与该领域主流话题的频繁联系。因此，当它们在课文中的讨论部分或是章节中的“联结：理论与应用”专栏中（此时特别的阐述是适宜的）自然出现时，我们会指出这些联系。通过这种方式，我们希望能够向读者传达社会心理学的原则与人们在工作场所、课堂以及其他应用性环境中所呈现出的行为之间的固有联系。

出于相似的原因，我们也没有设置单独的章节或者附录专门阐述研究的方法。尽管在第1章中，我们向读者展示了社会心理学研究的主要方法及脉络，但我们认为，更有价值的方法指导来自随后章节中的“联结：方法与证据”的专栏。在这个专栏中，方法与谜题的讨论融合在一起，读者能够了解到解决问题的一些方法的细节。此外，读者还会逐渐



认识到无法理解的结果是如何得到的，这样就不能对研究的结果抱有百分之百的信心了。

最后，再次强调一下我们对整合的重视：各个章节并不是归结、分割成独立的部分，比如社会认识、社会影响以及社会关系。反之，各章节的话题是一个流动的连续体，从个体内部发生的现象自然过渡到外部发生的现象，但是，这种次序并不是强制性的，除了第1章和最后一章以外，读者可以按照自己的偏好自主排列章节的阅读次序，这样也不会影响对章节内容的理解。

本书具有这种贯通性的一个原因在于，我们所提出的整合并不来源于书中内容的丝丝入扣。反之，这种整合来自一对概念，目标和个人-情境交互作用，这对概念通常适用于各种话题。尽管各个章节的目标不尽相同，但是目标起作用的方式——发展、运作的机制是相似的，无论是关于攻击、吸引还是自我呈现或者其他社会行为。此外，尽管特定的因素因所研究的行为而异，但理解个体因素是如何与情境因素交互作用却为日常社会行为的原因提供了最真切的洞察——无论行为是什么以及我们以何种次序考察它们。我们的这两个核心概念，使本书的组织架构既得到整合又表现出灵活性。

在接下来的部分，读者们将会发现，紧密交织、互相关联的日常社会行为比马戏团的演出更让人目不暇接。社会心理学不仅可以是“地球上最炫目的演出”，也可以是最宏伟的故事——激动人心、有条有理，又饱含深义。我们希望你们能够产生共鸣。

第5版的新变动

除了一些重要的经典研究及现今研究外，第5版还增添了412篇新的参考文献，引领读者们阅读这些新的研究发现（其中超过324篇文章发表于2007年、2008年、2009年和2010年）。同时，21世纪心理学一些激动人心的潮流也正日益体现在社会行为的研究中。在这个版本中，我们进一步加强了对下列研究的覆盖面：积极心理学、社会神经科学、文化和进化论以及上面所提及的，我们还通过不同方式强调了社会心理学作为桥梁学科的独特地位。

增加的新内容的具体例子包括：

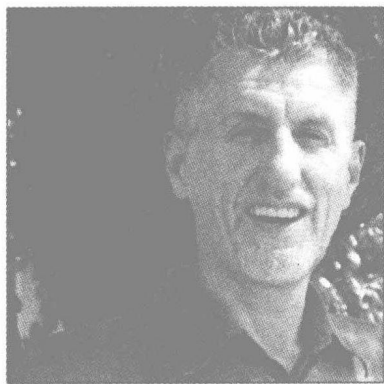
- 人们通常认为，把钱花在自己身上会更开心，但最近研究显示，人们把钱赠与他人时会感到更加开心（第1章和第9章）。
- 帮助他人会激活我们头脑中的奖励中心，而这个中心常常与一些愉快的活动相联系，比如进食和性行为（第9章）。
- 认为自己与群体中的其他成员意见不一致会激活特定部位的脑区，而这些脑区通常与躯体疼痛相联系（第6章）。
- 一个社会是强调集体主义还是个人主义，一个国家的人们是否会拥有某些与社交性相关的人格特质，都与当地传染病的普及性息息相关（第1章）。
- 新近研究发现，体内荷尔蒙（如睾丸素和雌二醇）水平的波动，会决定我们受何人的吸引，且与我们的经济行为相关（第1章和第8章）。
- 健康行为，比如戒烟和节能等，可能以传染潮流的形式席卷整个群体（第6章）。
- 一种文化下的象征物能够启动其他文化下人们的思维方式。比如，向欧裔美国人展现阴阳的标志后，能够使他们的思维方式更接近东亚人（第2章）。
- 新的脑研究显示，态度能够以无意识的方式习得（第5章）。
- 在美国，你能在不同地区或是不同社会阶层所流行的音乐风格中聆听到各自的文化价值观：乡村和西部音乐强调顺应世事、坚韧不拔和正直不阿；而摇滚乐则强调特立独行、不拘常规以及改变世界（第1章）。

作者简介

十年来，道格拉斯·肯里克（Douglas Kenrick）、史蒂文·纽伯格（Steven Neuberg）和罗伯特·西奥迪尼（Robert Cialdini）每周都会碰面，他们就着美味的辣椒肉馅玉米卷饼、中东烤肉或是意大利面，讨论实验设计或是社会心理学领域的重要问题。随着时间的流逝，他们逐渐意识到，彼此在一些重要观点上达成了一致意见，而这些观点可以汇聚成一本综合、有趣的社会心理学读本。这三位作者，每一位都拥有数年的社会心理学教学经验，他们曾在私立学院或是公立大学给本科生以及研究生们授课，也都曾在社会心理学领域的最顶尖的杂志上发表过自己的研究，且研究的主题非常广泛，包括社会认知、自我呈现、说服和社会影响、友谊和爱情、助人行为、攻击、偏见以及刻板印象等。每一主题都卓然独立，但结合起来，又浑然一体，共同演绎了本书的两条主要线索。本书中会加入他们的许多教学和研究心得。

道格拉斯·肯里克

亚利桑那州立大学的一位教授。他在道林学院获得了学士学位，在亚利桑那州立大学取得了博士学位。在回到亚利桑那州立大学任教前，他曾在蒙大拿州立大学执教四年。他的研究发表在许多杂志上，包括《心理学评论》（*Psychological Review*）、《美国心理学家》（*American Psychologist*）等。1994年，他和约翰·西蒙（John Seamon）共同执笔了《心理》（*Psychology*）一书。现在，他教授教学心理学的研究生课程，也非常享受为本科生们开设的社会心理学课程，而后者为他赢得了多项教学奖。



史蒂文·纽伯格

史蒂文·纽伯格在康奈尔大学获得了学士学位，在卡内基梅隆大学取得了研究生学位。他在加拿大滑铁卢大学做了一年博士后研究，然后便一直在亚利桑那州立大学执教。纽伯格的研究也发表在许多杂志上，包括《实验社会心理学进展》（*Advances in Experimental Social Psychology*）、《心理科学》（*Psychological Science*）等。他的研究曾获得美国国家精神卫生研究所（National Institute of Mental Health）和美国国家科学基金会（National Science Foundation）的资助。他也获得了多项教学奖，包括他所在大学的“杰出教学奖”以及“突出荣誉教师奖”。



罗伯特·西奥迪尼

亚利桑那州立大学的终身校董事讲席教授（Regents Professor），也是研究生特聘教授。他在威斯康辛大学获得了学士学位，在北卡罗来纳大学取得了研究生学位。他曾任美国人格与社会心理学协会的主席，并获得了协会颁发的突出科学贡献奖。他的研究发表在许多杂志上，包括《社会心理学手册》（*Handbook of Social Psychology*）、《个性与社会心理学杂志》（*Journal of Personality and Social Psychology*）等。他的著作《影响力》已被翻译成26种语言，在全球售出了200万册。



目录 CONTENTS

第1章 导论

本章案例：《三杯茶》的人生

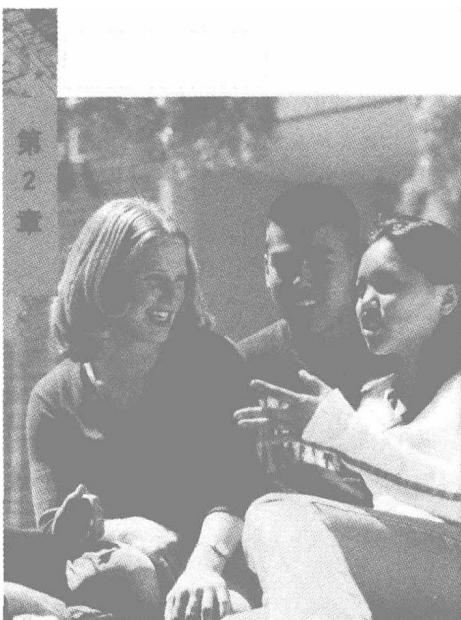
- 1.1 什么是社会心理学 / 3
描述和解释社会行为·社会心理学是一座跨学科的桥梁
- 1.2 社会心理学的主要理论视角 / 4
社会文化视角·进化论视角·社会学习视角·社会认知视角·视角融合
- 1.3 社会行为的基本准则 / 9
社会行为是目标导向的·个人与情境的交互作用
- 1.4 心理学家是如何研究社会行为的 / 12
描述法·相关与因果·实验法
- 1.5 为什么社会心理学家们需要博采众长 / 19
社会心理学研究中的伦理问题
- 1.6 社会心理学与其他知识领域的联系 / 22
社会心理学与心理学的其他领域·社会心理学与其他学科



第2章 个人与情境

本章案例：马丁·路德·金——从平凡到非凡

- 2.1 个人 / 28
动机：驱动之力·知识：我们对世界的看法·情感：态度、情绪和心境·介绍自己
- 2.2 情境 / 39
人也是情境：纯粹在场、适宜性以及描述性规范·规则：禁止性规范和脚本情境·强情境与弱情境·文化
- 2.3 个人与情境的交互作用 / 47
不同的人会对相同的情境做出不同的反应·情境选择个人·个人选择情境·不同的情境会启动个人的不同方面·个人改变情境·情境改变个人



第3章 社会认知：了解我们自己和他人

本章案例：希拉里·克林顿的“画像”

3.1 社会思考者 / 55

社会认知的四个核心过程·社会认知的目标

3.2 努力地保存 / 56

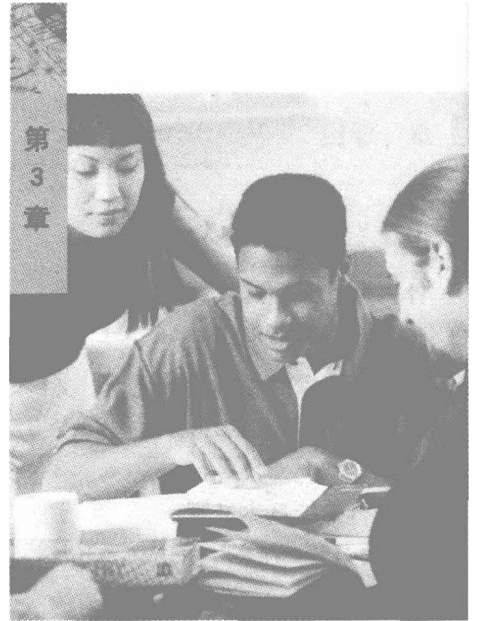
期望·特质推论·其他认知捷径：启发式·唤醒与昼夜节律·需要结构·复杂情境和时间压力·当世界并不符合我们的期望时

3.3 管理自我形象 / 64

提升和保护自我的认知策略·自尊·对自尊的威胁·当自尊很脆弱时·对积极自尊的需要多大程度上具有文化的普遍性

3.4 寻求准确的理解 / 71

无偏的信息搜集·考虑其他可能性·逻辑性的归因：寻求行为的起因·心境·认知需要·意外事件·社会性的相互依赖·准确性动机需要认知资源



第4章 呈现自我

本章案例：弗雷德·德马拉的传奇人生

4.1 什么是自我呈现 / 83

人们为什么要自我呈现·人们何时会自我呈现·自我呈现的本质

4.2 表现得讨人喜欢 / 89

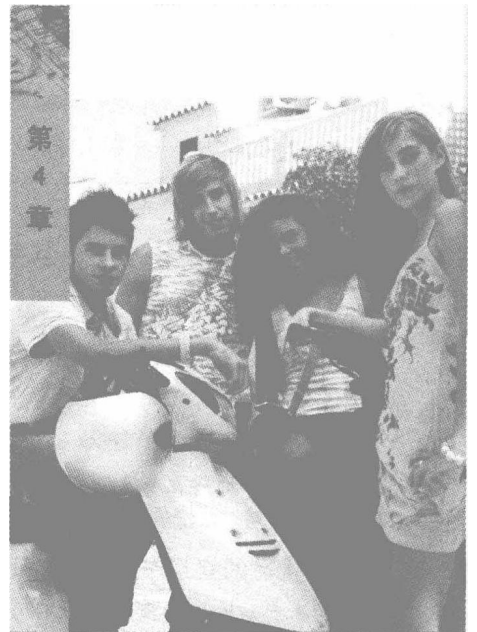
逢迎的策略·性别与逢迎·潜在的朋友和掌权者·多个观众

4.3 表现能力出色 / 96

自我推销的策略·胜任动机和羞怯·当能力至关重要时·能力检验·自我推销的人际循环

4.4 传达地位和权力 / 100

传达地位和权力的策略·性别、地位和权力·受到威胁的形象和新的资源·对不同观众使用不同策略



第5章 态度和说服

本章案例：彼得·赖利的蜕变

5.1 态度的本质 / 110

态度形成·态度强度·态度-行为一致性

5.2 什么是说服 / 113

测量态度的改变·认知反应：自我对话能起到说服效果·说服的双加工模型：改变的两条路径·说服的目标：人们为什么要改变他们的态度和信念

5.3 对世界有一个准确的认识 / 120

获得准确性的好捷径·什么会影响追求准确性的愿望

5.4 维持态度和行为的一致性 / 126

平衡理论·认知失调理论·什么会影响认知一致性需求·一致性和文化

5.5 获得社会认同 / 131

自我监控·性别：女性、男性和说服·对讨论的预期和自我监控



第6章 社会影响：从众、顺从和服从

本章案例：史蒂夫·哈桑的两次惊人转变

6.1 社会影响的分类：从众、顺从和服从 / 139

从众：阿希的群体影响研究·顺从：登门槛技术·服从：米尔格拉姆的电击程序·社会影响的目的

6.2 正确选择：向准确屈服 / 145

权威人物·社会确认·一致性和相似性·不确定性

6.3 赢得社会认可：向被喜欢屈服 / 150

社会规范：行为的法规·哪些个人因素会影响社会认可的影响力·哪些情境因素会影响社会认可的影响力·谁能够强大以抵抗强大的群体规范

6.4 管理自我形象：向一致性屈服 / 157

引发承诺的策略·诱饵-掉包技术·标记技术·利用现有承诺·主动承诺和公开承诺·性别和公开承诺



第7章 归属与友谊

本章案例：两位囚犯的友谊

7.1 什么是朋友 / 164

研究现实生活中的关系·归属与友谊的目的·获得社会支持·女人更习惯照顾和友好，而男人却更习惯战斗或逃跑吗·威胁：为什么有时总是祸不单行·拒绝支持·依恋与社会化发展

7.2 获得信息 / 172

社会比较与相似相吸·自我表露者与非自我表露者·重要事件的不确定性·与我们的相似性·当不相似能挽回自尊时

7.3 获得地位 / 176

男人的友谊更加等级分明·依靠关系获得地位·男人的地位寻求会削弱社会支持

7.4 物质利益的交换 / 178

社会交换的基本模式·共享倾向的个体差异·共享和交换关系·临近性与社会资源·远距离的朋友：电视、facebook 和网络·交换关系在西方和非西方文化中有差别吗



第8章 爱情与浪漫关系

本章案例：“大象与鸽子”的风流韵事

8.1 爱情与浪漫吸引的定义 / 186

爱情特点的定义·是否存在不同类型的爱·浪漫关系的目标

8.2 获得性满足 / 188

谁具有性吸引力·性行为中的性别差异·激素与性欲·社会性性行为取向·同性恋和双性恋吸引·唤起情境·性行为的文化规范·男人与女人对性情境的不同认识·文化规范与进化机制的交互作用

8.3 建立家庭联系 / 195

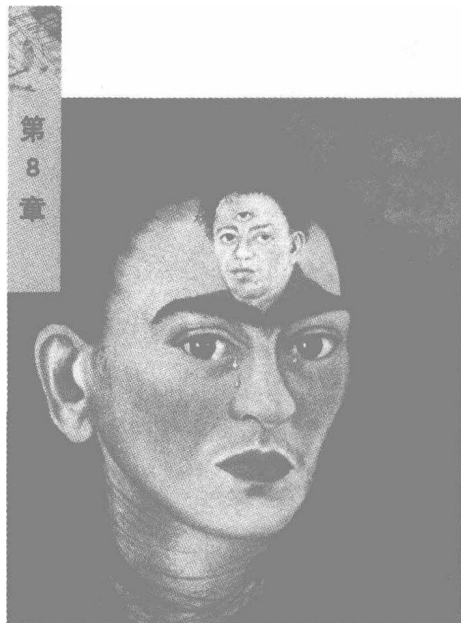
依恋的重要性·依恋类型·交换/共享倾向·威胁对依恋的放大效应·嫉妒与同性竞争者·关系改变我们的人格

8.4 获得资源和社会地位 / 199

性别和性取向·文化、资源和多配偶制·承诺关系中的社会交换·当支配力起作用时

8.5 分手还是在一起 / 205

一些人更擅长与人相处·一些情境使夫妻分开·交流：使两个人渐入佳境



第9章 亲社会行为

本章案例：杉原千亩的救人之举

9.1 亲社会行为的目标 / 210

提高我们基本的福利；获得基因与物质的收益·洞察帮助的演化·学习助人·相似性与熟悉性

9.2 获得社会地位与认同 / 216

社会责任：帮助的规范·渴望赞同·围绕我们的他人效应·性别与帮助

9.3 自我形象管理 / 221

个人规范与宗教法则·贴标签与自我聚焦·决定不帮助朋友或不寻求他们的帮助

9.4 管理我们的情绪与心境 / 226

管理紧急事件中的情绪唤起：唤醒/成本-回报模型·管理非紧急事件中的心境：负向状态减缓模型

9.5 纯粹的利他行为存在吗 / 229

共情-利他序列·一种自私自利的解释



第10章 攻击行为

本章案例：一场无意义的暴力行为

10.1 什么是攻击 / 235

攻击的不同类型·攻击的性别差异可能是基于你的定义·攻击性行为的目標

10.2 应对愤怒的情绪 / 238

挫折攻击假设·唤起与愤怒的情绪·不愉快的情境·愤怒导致对情境知觉的变化·有些人会主动地制造出愤怒性情境

10.3 获得物质和社会奖赏 / 244

社会学习理论：对暴力性行为进行奖赏·哪些人从暴力行为中得到了奖赏·媒体对于暴力性行为的美化·媒体暴力对暴力性倾向的放大作用·获得或维持社会地位·攻击与性选择·性欲与睾丸激素·侮辱与荣誉文化·社会地位在什么时候会起作用·保护自己或他人·自卫者·知觉到的威胁·自我保护性攻击可能会使危险增加

10.4 减少暴力性行为 / 259

除了攻击以外的替代性奖赏方案·合法的惩罚·通过移除威胁来进行预防

