

大眾傳播系列

蔡幸佑／彭敏慧◎譯

說服傳播

12



五南圖書出版公司 印行



791920

本書提供傳播和社會心理學方面，具有說服力並饒富思想的研究整合，同時也檢視當代各類說服的模式，結合古典學派的各方案、各個理論。本書是課堂上使用的理想設計，為好幾個必要的概念下定義，提出各類說服活動之間的差異、評論說服的調查研究方面，使用最普遍的各個研究方法並且顧慮到由態度預測行為、行為影響態度的各種情況。同時也探索，說服過程的核心特徵，計有：說服訊息的特點、接受訊息者的重要特點和說服情境。作者也檢視當代的說服傳播各模式：社會認知模式、人際影響模式以及已經有效地應用於媒體影響活動中的各模式。

ISBN 957-11-1134-1 (811)



9 789571 111346

00350



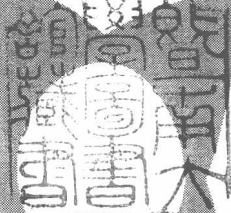
本書電腦編號 121

G206
981

港台書室

說服傳播

蔡幸佑・彭敏慧 譯



791920

五南圖書出版公司 印行

說服傳播
(Persuasive Communication)

作者／James B. Stiff

譯者／蔡幸佑・彭敏慧

出版者／五南圖書出版有限公司

地址：台北市和平東路二段 339 號 4 樓

電話：7055066 (代表號)

傳真：7066100

劃撥：0106895-3

局版台業字第 0598 號

發行人／楊榮川

排版／正豐電腦排版有限公司

製版／和鑫製版有限公司

印刷／容大印刷事業有限公司

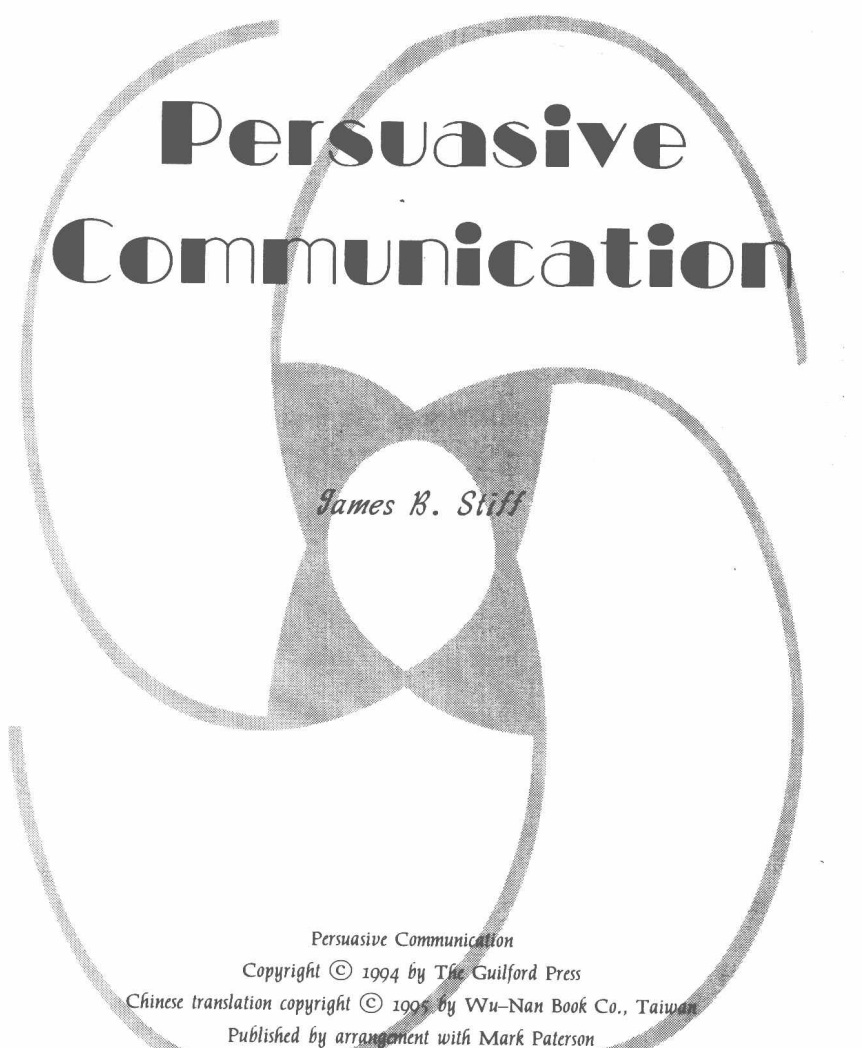
裝訂／信成裝訂行

中華民國 85 年 5 月初版一刷

ISBN 957-11-1134-1

基本定價 7 元

(如有缺頁或倒裝，本公司負責換新)



Persuasive Communication

James B. Stiff

Persuasive Communication

Copyright © 1994 by The Guilford Press

Chinese translation copyright © 1995 by Wu-Nan Book Co., Taiwan

Published by arrangement with Mark Paterson

Copyright licensed by

CRIBB-WANG-CHEN, INC./BARDON-CHINESE MEDIA AGENCY

博達著作權代理有限公司

ALL RIGHTS RESERVED

感 謝

我要感謝對此研究計畫有重要貢獻的許多好友。首先我要謝謝麥克·艾倫(Mike Allen)、吉姆·迪爾拉得(Jim Dillard)、傑瑞·海爾(Jerry Hale)、保羅·蒙基歐(Paul Mongeau)、羅汀尼·雷諾得斯(Rodney Reynolds)、米蘭尼·脫斯特(Melanie Trost)、史提芬·威爾森(Steve Wilson)、金姆·威特(Kim Witte)及一位匿名的評論者。他們在前面章節的草稿階段，陸續提供了許多必須的回饋及有效的建議。我也要感謝為此書準備許多印行細節的愛倫·庫斯曼(Ellen Kussman)，及勞瑞·艾得拉(Lori Adler)，他們在草稿準備階段，均提供了有價值的協助。更重要的是，我要感謝凱絲·密勒(Kathy Miller)，她對這研究計畫的全力支持，她提出有關概念性議題的回饋，花了許多時間協助編輯，及給予了許多必要的鼓勵和社交上的協助。

譯 序

人類說服的過程裡，無非希望說服對象能因此獲致態度及行為的改變。作者 James B. Stiff 以第一人稱來「說服」他對說服理論文獻的統整，及新的研究發現。本書是作者用來作為學生的教科書，所以在章節脈絡上非常清晰，並對於許多理論的研究發現提出日常生活的例子來加以佐證，更使讀者能迅速的心領神會。

本書分成三大部分，十一個章節。第一個部分針對說服研究中的基本議題，說明說服的相關概念、定義及其調查研究，並檢視態度及行為間的關係及所獲致的效果。第二個部分則詳加敘述說服轉換過程中來源的特性、訊息的特徵及接收者的特點等。於研究中作者介紹了相關的研究方法（或統計應用），強調研究的效度及信度重要性，這正也點出傳播與科學研究方法極密切的相關。第三部分介紹了說服模式——認知模式、人際順從、大眾媒介影響等三種歸結而出的重要模式，把說服傳播的層面從人際的心理層面，擴展到社會媒介的影響。

事實上，作者整合了古典學派的重要論點及新近研究的發現，以期使更能正確解釋說服傳播的各種面向。雖然現時某些研究論點間，仍存有相當程度矛盾，甚至無法獲得學者的共識，頗有爭論湧現。然這也正代表傳播學界對此研究議題的興趣及重視。

在譯書的過程中有許多的喜悅，但也有挑燈夜戰的時候，當然來自朋友及家人適時的鼓勵及支持，是使此書能順利翻譯完成的要因。本書的譯作期望能做到真確地傳達原著的文字意志，並注意文字的流暢度，使讀者能獲致說服傳播的真貌。然恐不免有所疏漏、或不盡完美之處，尚待各方先進不吝賜教及修正，俾使此譯著更臻臻善。

譯者 謹記

民國八十四年八月

前言

我最初寫作此書的動機——是爲了給我的學生們有本教科書，因此組織了在我說服課程中的相關說服文獻。我較喜歡的組織方式是強調重要議題，來代替組織環繞在古典學派理論的文獻。因此，不像許多說服的教科書，在書中沒有任何章節去專注研究理性行爲理論、認知不協調理論、社會判斷理論及諸如此類的學說。代之而起的是，此書你將可發現對基本說服特質的瞭解，及討論這些特質如何有效地被使用在說服轉換過程中。

可確定的是，接下來章節中也有說服古典理論的文獻回饋。然而，我介紹這些理論爲的是要使得知詳細說明有關各項的名詞議題。例如在第一章中，定義了有關態度概念，我介紹了理性行爲理論，因它提供一些對態度定義的洞察。我在第三章再次介紹了理性行爲，在此也可得知在態度與行爲意圖關係間的討論。認知不協調理論於第四章中介紹，在此章中我檢視有關態度及態度改變的行爲影響。因此在接下來的章節中，你將可發現許多重要說服理論，它們都是在認定與議題討論有關時出現。

此書的兩項特色容許我在此指出，首先，本書並無意像百科全書般地介紹先前的說服性研究。如許多觀點都是適用的，我相對地會觀察足夠的研究來於討論中清楚地解釋議題，而非討論太多的概念以致在過度飽和的研究中遺漏。對於大部分的題目，在其研究領域中我先是敘述一項典型的論述，然後再簡述在此領域中一些重要的研究發現。最後，簡述此領域的發現，而不是在方法學中的爭論變得令人混亂，我並且避免去爭論或強調有關文獻中劃定名詞的混淆，然而有時這些名詞的混淆會影響研究者的方法選擇。在許多個案中，我檢視了一些研究方法，並敘述它們對於研究發現的影響。

這本書中有三個主要部分。（第一部分的四個章節中，探討了說服研究的基本議題及關於這些主題的立論根據），這些將留置稍後章節討論。第一章定義了許多基本的說服概念，是存在於這些說服活動的型態中，及其間的區別何在。

呈現在第一章中有關說服的廣泛定義，可反映出傳播活動的差異，在稍後章節中會陸續檢視。第二章中回顧了說服調查中最廣為人知的研究方法。由於此書是專為學生所寫的，為了讓他們具備有關社會科學研究方法的基礎常識，所以第二章只是一種回顧複習，而非要來介紹這些研究方法。在我的說服課堂中，我一般對研究方法裡所複習基礎課題，是為了要確使我的學生能得知所討論的調查對象。為使學生能快速的理解這些研究方法，第二章也許是本書中較不具價值的部分。對於學生而言，他們大部分受限於經驗，第二章也許是為了接下來章節理解回顧文獻的基礎。

接著三、四兩章是檢視存在於態度與行為間的關係，其焦點著重於眾多的說服理論。因此，研究者貢獻相當的努力去調查研究它們之間的關係。第三章我思考有關預測行為下的情況。第四章我轉化其為表格及描繪行為影響態度的情況。

有了上述這些描述說服研究的基本因素，我在第二部分的章節中，則把焦點放在說服轉化中的基本特性。第五章檢視說服來源的特性，第六章則描述了說服訊息的特徵，第七章討論了訊息接收者的重要特質，第八章回顧說服設定的特性。

本書的第三部分檢視說服理論中同時期的三個取向。在這些章節中，我檢視了在第一及第二部分所敘述的概念和研究發現，及其如何被整合在說服傳播研究的理論性層面。第九章敘述說服的認知模式，第十章討論了人際間的順從模式，及第十一章檢視有關媒介影響競技中的模式，是如何有效地被應用。這三個章節中的每章皆反映出說服研究同時期的要目，可以藉由本書第二部分所介紹的基本說服因素知識而引出來。

目 錄

Part 1 說服研究中的基本議題

Chapter 1

概念、定義及基本差異 _____ 3~25

6・說服的定義

12・態度建構的定義

18・說服研究中態度角色的扮演

25・結 語

Chapter 2

調查性的說服傳播 _____ 27~49

29・普通常識 VS 社會科學

32・說服傳播所需的科學研究方法

49・結 語

Chapter 3

檢視態度與行為的關係 _____ 51~70

53・拉皮爾的研究

55・態度及行為的特徵

57・艾伊仁及費雪賓的合理化行動理論

63・調和態度及行為間關係的因素

70・結 語

Chapter 4

態度的行為效果_____71~92

74・CAA 研究典範

75・認知不協調理論

82・可選擇性的理論解釋

84・激勵，CAA 及態度改變

89・不協調理論及自我認知理論的整合

92・結語

Part 2 說服轉換的因素

Chapter 5

說服傳播的來源特徵_____95~114

98・來源的可信度

110・相關來源的特性

114・結語

Chapter 6

說服訊息的特性_____117~143

119・合理的說服訴求

131・情緒的說服訴求

141・合理及情緒訴求間的選擇

142・結語

Chapter 7

接受訊息者的特點_____145~166

148・說服與性別的影響

151・說服和訊息的矛盾

161・接受訊息者的涉入和說服

166・結語

Chapter 8

說服背景的特色_____167~186

169・呈現訊息的模式

172・擾局刺激的說服效果

177・集體說服影響✓

185・結語

Part 3 說服模式

Chapter 9

說服的認知模式_____189~211

192・純粹思考的說服效果

194・說服的精緻可能模式

207・說服的啓發模式✓

211・結語

Chapter 10

人際順從的模式_____213~247

216・順從獲得的訊息精萃✓

229・連續體要求策略

239・產生同意獲得訊息的研究

246・結語

Chapter 11

傳播媒體影響的模式_____249~270

252・注射接種理論✓

258・社會學習理論

264 · 衛生理念模式

269 · 衛生理念在說服活動中的應用

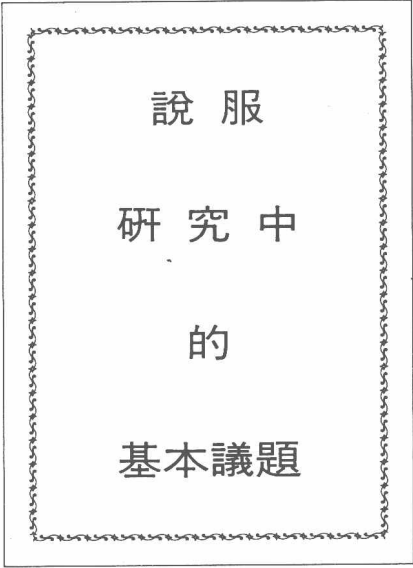
270 · 結 語

中英文名詞對照 ____ 271

參考書目 ____ 289



P A R T 1



說 服 研 究 中 的 基 本 議 題

這個單元將介紹

概念。第一章，

說服傳播的基本

介紹並定義說服

活動。第二章，回顧最常被使用在說服研究中的研究方法，其中並包括了

對研究調查品質評價的論點。第三章，著重於態度、行為間的關係調查，

並回答該問題——「在何種情況下態度與預測行為的關聯」。第四章，為此

書本單元的總結，其中描述有關在何種情形下行為的改變將會產生對態度

的改變。

Chapter 1

概念、 定義 及 基本差異

◎說服的定義

- 反應形成過程
- 反應強化過程
- 反應改變過程
- 密勒的說服定義

◎態度建構的定義

- 羅奇區的定義
- 費雪賓及艾伊仁的定義
- 比較羅奇區與費雪賓、艾伊仁的定義

◎說服研究中態度角色的扮演

- 以功能取向來研究態度
- 有關男同性戀與女同性戀的態度功能

◎結語

