

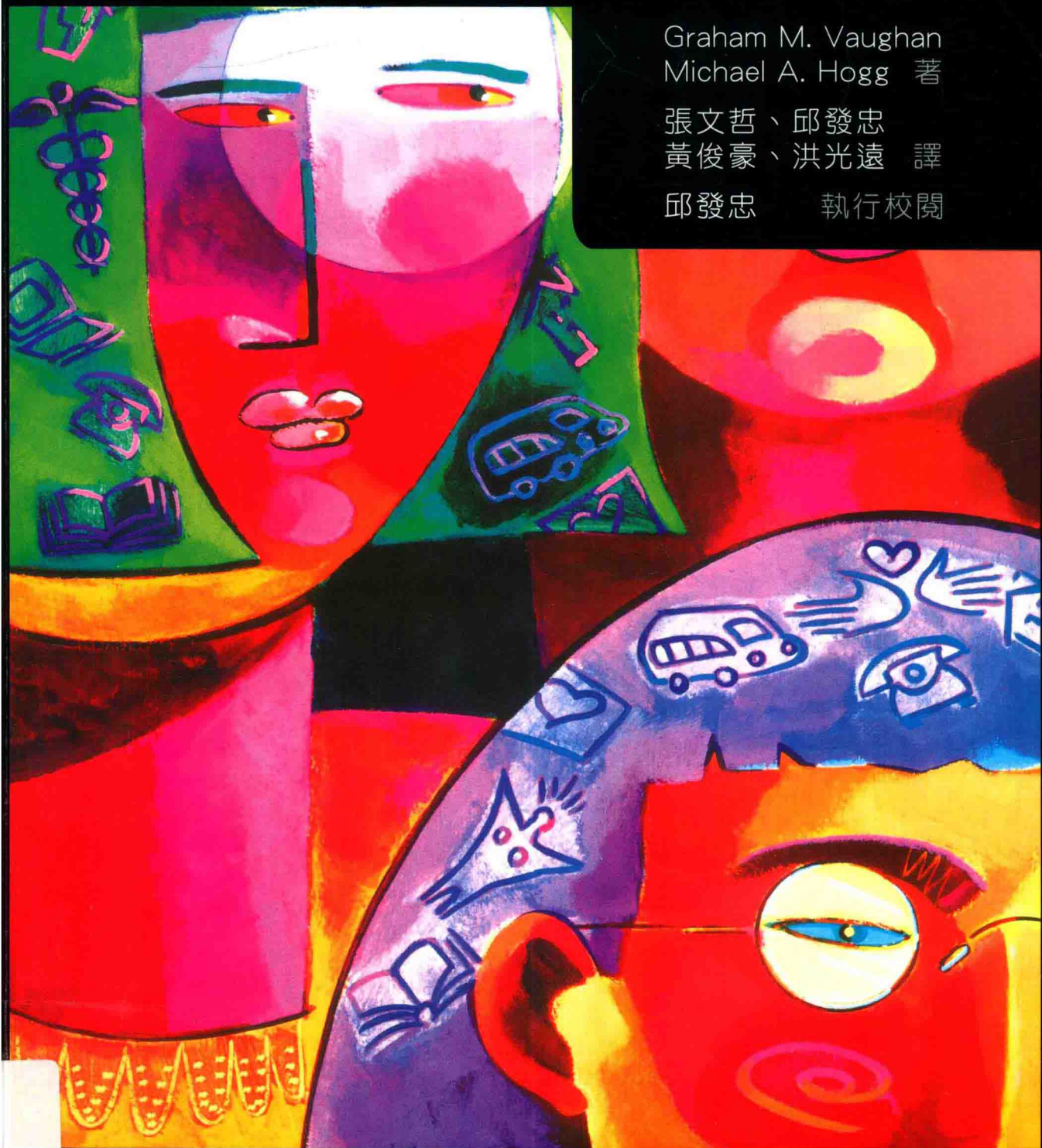
Introduction to
Social Psychology

社會心理學導論

Graham M. Vaughan
Michael A. Hogg 著

張文哲、邱發忠
黃俊豪、洪光遠 譯

邱發忠 執行校閱



PE 學富文化事業有限公司

Introduction to

Social Psychology

社會心理學導論

Graham M. Vaughan
Michael A. Hogg 著

張文哲、邱發忠
黃俊豪、洪光遠 譯

邱發忠 執行校閱



PE 學富文化事業有限公司

國家圖書館出版品預行編目資料

社會心理學導論/Graham M. Vaughan、Michael A. Hogg 著；張文哲、邱發忠、黃俊豪、洪光遠 譯。

— 初版。— 臺北市：學富文化，2014.01

面；公分

譯自：Introduction To Social Psychology 4/e

ISBN 978-986-6624-99-5（平裝）

1. 社會心理學

541.7

102027171

初版一刷 2014年1月

社會心理學導論

Authorized translation from the English language edition, entitled Social Psychology 4th Edition by Graham M. Vaughan, Michael A. Hogg, Copyright © 2005. This translation of Social Psychology 4th Edition is published by arrangement with Pearson Education Australia, publishing as Prentice Hall.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission in writing from Pearson Education, Inc.

CHINESE TRADITIONAL language edition published by PRO-ED PUBLISHING COMPANY, Copyright © 2014.

作 者 Graham M. Vaughan、Michael A. Hogg

譯 者 張文哲、邱發忠、黃俊豪、洪光遠

執行校閱 邱發忠

發行人 于雪祥

發行所 學富文化事業有限公司

地 址 臺北市大安區和平東路二段118巷2弄20號

電 話 02-23780358

傳 真 02-27369042

E - M A I L proedp@ms34.hinet.net

編 輯 蔡福根

印 刷 上穀印刷有限公司

定 價 690元（不含運費）

ISBN: 978-986-6624-99-5

本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換

中文版權學富文化事業有限公司所有。未經許可不得以任何方式或形式進行複製或重製。翻（影）印必究！

在學習心理學的歷程中，相信很多學生會相當喜歡「社會心理學」，也會對「社心」（社會心理學的簡稱）產生相當大的興趣。因為社會心理學是眾多心理學領域中最貼近生活經驗的學科。想起自己以前學生時期，常在生活中檢驗與使用社心中的理論，不覺莞爾。例如，人際吸引、愛情研究、刻板印象、說服、自我及態度等議題，都曾被我在生活中來加以應用，的確也實質性的解決一些問題。因此，學習社心不但可以學習到紮實的科學知識，也可以用來達成某些目標（最常見的目標是如何結交異性朋友？如何在賣場中殺價？又如何讓人心服口服等……哈哈……）。

這本社心是由Graham Vaughan與Michael Hogg教授合著，Graham Vaughan為紐西蘭心理社會學會的榮譽院士，也是紐西蘭心理社會學會和澳洲社會心理學家學會的前任主席。Michael Hogg則是昆士蘭大學社會心理學家教授，著作等身，這兩位作者皆是社心學界的重量級學者。自然寫出了一本在社心領域的經典好書。本書的特點：在研究的實徵文獻裡，使用了大量澳洲和紐西蘭的研究。相信大家都對美國觀點為主的研究相當的熟悉，然而，這本社心可以看到許多不同的社心議題，被不同的研究者，以不同的樣本、時空來加以探究，卻依然可以得到一致性的結果。這使得我們對「心理科學」的「客觀性」多了一點的踏實感。當然，除了個體間的共相外，亦可觀察到不同社會文化脈絡下，人也呈現其差異性，此即為個體間的殊相。

本書共有十六章，在內容上，介紹的議題從較為低的分析層次：社會認知、歸因、自我、態度、說服與態度改變，到較高的分析層次：團體、領導、偏見、團體內行為、吸引力、利社會行為、語言溝通及文化等。架構相當的完整，並與時俱進的加入了一些新的研究成果，例如內隱聯結測驗、恐懼管理理論、情緒、內隱社會認知等議題。因此，閱讀本書除了能對社心架構得到通徹的了解外，亦能掌握未來社心發展的議題走向。

本書在架構編排上，每章以「本章討論」、「焦點問題」出發，先提出擬介紹的問題，讓讀者帶著問題在後續的內容論述中找答案，促使讀者主動的學習和思考。在各章內容中，讀者可從理論概念論述中掌握社心議題的內涵，並接者經由實徵研究來證實理論。這樣的安排不但可以使讀者獲得社心的知識，更可獲得科學思考的邏輯。這是一本適合大學生、研究生及社會人士學習的社心專書。這本書有可能引領您進入社心的研究領域、或者獲得社心的專業知識，進而更能瞭解自己與他人、團體及環境的關係。很高興台灣又有新的一本社心譯著問世，社心的發展又多了一份力量，在眾多社心專書選擇

中，這本書值得您優先考量。

邱發忠 謹識

2013.10.24 於北投

前言

這本書是社會心理學的第四版。本書的由來是因在1991年4月的社會心理學家年度大會，與會人士都認為澳洲和紐西蘭大學非常需要一本主題豐富、內容完整的社會心理學教科書，那本書不僅能以國際角度關注社會心理學各個主題和細節，同時，也可用於澳洲和紐西蘭大學課程教學，因此，本書應運而生。

第四版相較第三版只有些微修訂，主要修改是更新一些領域的研究、改善解釋、章節佈局及呈現。有些章節有大量圖和表的修正，或是增加章節，但對整體內容影響不大。這些修正許多是來自我們的同事、研究生及大學生的回饋，他們使用本書來教學、帶領或學習。我們非常感謝這些無價的回饋。

我們也要感謝雪梨Pearson Education出版團隊的協助——特別是資深策劃編輯Nicole Meehan，資深編輯協調Jill Gillies，資深企劃編輯Carolyn Robson，副刊編輯Marji Backer，文字編輯Jo Rudd及校對Ron Buck。我們持續受到他們的熱誠、幽默感、鼓勵、智慧的激勵，也謝謝他們對期限的提醒、出色的編輯能力及驚人效率。

撰寫一本這樣的教科書，是一需要勇氣的承諾。它需要不斷的苦幹實幹來完成。非常謝謝我們的家庭、朋友及同事，謝謝他們的忍耐和體諒。Amanda Willetts與Ulrike Andres幫我們處理大量的研究材料，及Sussex大學的Peter Smith對內文提供了精采的建議。最後也要謝謝Jan Vaughan和Alison。

如何使用本書？

社會心理學（第四版）是一跟得上時代且包含社會心理學的所有主題。每章一開始有「本章討論」、「焦點問題」，可以幫助讀者快速瞭解每章重點及議題。雖然本書安排有其邏輯順序，即是一章引領出另一章的主題，但是章節間皆有交叉參照，因此，讀者可以自己需要以不同章節順序來閱讀。

以下是一些可幫助你閱讀本書的建議順序：

- 第1章是描述本書結構，包括為什麼我們會寫這本書，及為何它需要被讀——在閱讀其他章節時，值得先閱讀第1章的最後1節。第1章也同時定義社會心理學的目標、方法及歷史。
- 當你是要探索自我時，可閱讀第4章，及16章的自我在文化裡的角色。
- 當你關心的是態度，可先閱讀第5章，然後再看第6章。
- 當你要知道何謂團體時，在看第9章時，要先閱讀第8章。

- 當要瞭解團體間的偏見和差別待遇時，先閱讀第10章，然後是第11章。

本書的有些材料是要讀第二遍時才會比較瞭解，因為在逐漸熟悉許多章節的社會心理學的理論、主題及議題後，你會更清楚知道這些材料的意義及價值。

本書對象為學生，雖然我們也需要能對教師能有幫助，甚至是研究者，我們歡迎任何讀者分享建及意見給我們。

下表中列出的幾個領域或應用主題，在近幾年已相當程度引起社會心理學家的關注，因此，我們列出與這些主題有關的章節，有時這些主題可能是與該章節所提到的例子或研究有關，有時是衍伸成的討論、專欄及圖表。

Graham Vaughan, Auckland

Michael Hogg, Brisbane

2004年八月

目錄

第一章

社會心理學概論 1

社會心理學是什麼？ 2

社會心理學與相關學科 3

社會心理學的主題 4

研究方法議題 5

科學方法 5

實驗法 7

實驗室實驗法 9

田野實驗法 10

非實驗方法 10

檔案研究 11

個案研究 11

調查研究 11

田野／實地研究 12

資料與分析 12

研究倫理 14

參與者的身心福祉 15

尊重隱私權 15

欺騙方式的使用 15

知後同意權 16

事後解釋 16

理論議題 16

社會心理學的理论 17

行為主義 17

認知心理學 18

進化社會心理學 18

人格 19

社會心理學的「危機」 20

化約論與解釋的層級 20

實證主義 21

歷史脈絡 22

19世紀的社會心理學 22

英裔歐洲人的影響 22

早期教科書 23

實驗法的興起 23

社會心理學的第一個實驗在什麼時候？ 24

後續影響 24

態度測量 24

社會團體的研究 26

著名的教科書 26

著名的實驗 26

著名的方案 27

後續發展 27

歐洲的貢獻 28

期刊 28

澳洲與紐西蘭的社會心理學 29

關於此書 30

摘要 31

關鍵專有名詞 32

進階閱讀 33

第二章

社會認知與社會思考 35

社會心理學與認知 36

認知在社會心理學中的歷史 36

對他人形成印象 38

Asch的印象結構模式 38

印象形成的偏差 39

初始與新近 39

正性與負性 40

個人建構與內隱人格理論 40

外表 41

刻板印象 41

認知代數 42

總加模式 42

- 平均模式 42
- 加權平均模式 42
- 社會基模與類別 43**
 - 基模的種類 44
 - 個人基模 45
 - 角色基模 45
 - 腳本 45
 - 無特定內容基模 45
 - 自我基模 45
 - 類別與原型 46
 - 分類與刻板印象化 48
- 基模的使用與發展 51**
 - 基模的使用 51
 - 獲得、發展與改變 54
- 社會編碼 55**
 - 突顯 56
 - 生動性 57
 - 可觸接性 57
- 個人記憶 58**
 - 個人記憶的內容 59
 - 個人記憶的組織 60
 - 使用個人記憶 62
- 社會推論 62**
 - 偏離常態 63
 - 社會訊息的蒐集與取樣 63
 - 迴歸 64
 - 基礎概率之訊息 64
 - 共變與錯覺相關 65
 - 捷思法則 66
 - 代表性法則 67
 - 可得性法則 68
 - 碇錨與調整法則 68
 - 社會推論的改進 68
- 情感與情緒 69**
 - 情感的後果 69
- 社會認知的「社會」在哪裡？ 71**
 - 摘要 71
 - 關鍵專有名詞 72
 - 進階閱讀 73

第三章

歸因與社會知識 75

- 社會性解釋 76**
- 基本歸因歷程 76**
 - Heider的素樸心理學理論 76
 - Jones與Davis的對應推論理論 78
 - Kelley的共變模式 79
- 歸因理論的延伸 81**
 - 情緒的可變性 81
 - 自我知覺理論 82
 - Weiner的歸因理論 82
- 歸因理論的應用 84**
 - 個別差異與歸因風格 84
 - 人際關係 85
- 歸因的偏差 86**
 - 基本歸因謬誤 86
 - 行動者—觀察者效果 89
 - 錯誤共識效果 90
 - 自利偏差 91
- 團體間歸因 93**
 - 歸因與刻板印象化 96
- 社會知識與社會歸因 97**
 - 社會表徵 97
 - 謠言 98
 - 陰謀理論 99
 - 社會歸因 100
 - 文化的影響 101
 - 摘要 103
 - 關鍵專有名詞 103
 - 進階閱讀 104

第四章

自我與身分認同 105

- 你是誰？ 106**
- 從歷史看自我與認同 106**
 - 心理分析的自我 107
 - 個人我與集體我 107
 - 集體我 108

符號互動論的自我	109	平衡理論	141
自我覺察	110	認知和評價	143
自我知識	112	決策與態度	144
自我基模	112	我們使用認知計算？	144
從行為來推論	114	建構與態度	144
社會比較與自我知識	116	態度能預測行為嗎？	145
多種自我與認同	117	信念、意向與行為	146
自我與認同的類別	117	特定態度	147
自我與認同的脈絡敏感性	118	一般態度	148
尋求自我概念的一致性	119	合理的行動	148
社會認同	119	有計畫的行為：意志的角色	149
社會認同與個人認同	120	態度的可觸接性	153
社會認同突顯性的歷程	120	態度強度	154
社會認同突顯時的一些後果	121	直接經驗	155
自我動機	122	調節變項	156
自我評量與自我證實	122	情境變項	157
自我顯揚	122	人格變項	157
自尊	124	態度的形成	158
自尊與社會認同	126	行為取向	159
個別差異	128	直接經驗的影響	159
自尊的追求	129	古典制約	159
自我呈現與印象整飾	131	操作制約	160
策略性自我呈現	131	觀察學習	160
表達性自我呈現	132	認知發展	161
自我與認同的文化差異	133	學習的來源	161
摘要	135	父母	161
關鍵專有名詞	136	大眾媒體	162
進階閱讀	136	態度的相關概念	162
		價值	162
		意識型態	163
		社會表徵	164
		態度的測量	165
		Thurstone的等距量表法	167
		Likert的總加量表法	168
		Guttman的累加量表法	170
		Osgood語意差別法	171
		Fishbein的預期價值技術	172
		今日態度量表使用的情形	173
		生理測量	173

第五章

態度 137

態度的結構與功能 138

背景 138

態度有幾個成分？ 139

 一個成分 139

 二個成分 139

 三個成分 139

態度的功能 140

認知的一致性 141

外顯行為測量 174
態度測量的問題與解決辦法 175
內隱態度測量 177
有關態度測量的省思 178
摘要 179
關鍵專有名詞 179
進階閱讀 180

第六章

說服和態度改變 181

態度、論點和行為 182

說服性溝通 182

溝通者 185

訊息來源可信度 186

訊息 187

重複效應 188

訴諸恐懼有效嗎？ 188

事實和情感 190

媒體與訊息 191

訊息的框架 191

觀眾 191

自尊 191

男人與女人 192

個別差異 193

年齡 193

其他變項 194

認知反應：說服的兩種雙歷程模式 194

推敲的可能性模式 195

捷思—系統模式 196

順從：人際影響 198

增進順從的技巧 198

多重要求 199

行動研究 202

態度—行為的不一致與認知失調 205

行動合理化 206

誘發的順從 207

自由選擇 210

間接降低失調：自我的角色 211

自我肯定 211

替代的失調 211

失調的其他解釋 212

認知失調：新看法 212

態度改變失敗：對於說服的拒絕 214

抗拒 214

預警 214

免疫效果 214

無價值化 216

態度強度的角色 216

摘要 217

關鍵專有名詞 217

進階閱讀 218

第七章

社會影響 219

社會影響 220

順從、服從及從眾 220

權力與影響 221

對權威的服從 223

Milgram的服從研究 223

影響服從的因素 225

一些倫理考量 227

從眾 228

規範的形成與影響 228

屈服於多數團體的壓力 229

誰會從眾？個人與團體特徵 232

文化規範 232

從眾的情境因素 233

規範性和訊息性的影響 234

參照訊息影響 235

少數團體的影響與社會改變 236

對於從眾研究的批評 237

行為風格的影響 238

團體成員身分與社會認同 240

皈依效果 240

歸因和少數團體影響 243

社會衝擊和少數團體影響 243

兩種歷程或單一歷程？ 244

摘要 244

關鍵專有名詞 245

進階閱讀 245

第八章

團體中的人們 247

團體是什麼？ 248

團體是類別 248

團體與集合體 249

定義 249

團體對個人表現的影響 250

單純在場與觀眾效應：社會助長 250

驅力理論 250

評鑑憂慮 251

分心－衝突理論 253

社會助長的非驅力解釋 254

團體作業的分類 256

社會閒散與社會衝擊 257

團體凝聚力 262

團體社會化 265

規範 269

團體結構 272

角色 272

地位 274

溝通網絡 275

次團體與橫切類別 277

歧異者與邊緣成員？ 277

為什麼人們要參加團體？ 278

加入動機與團體形成 279

為什麼不願參加團體？ 280

摘要 280

關鍵專有名詞 281

進階閱讀 282

第九章

領導與決策 283

領導者與團體決策 284

領導 284

人格特質 285

情境觀點 286

領導者的行為 287

權變理論 289

領導為團體歷程 292

交易、公平與權力 293

領導者－成員交換 293

信任、正義及團體價值模式 294

領導者分類 294

社會認同與團體原型性 295

特異性與轉換 296

團體間的脈絡 298

團體決策 298

腦力激盪 300

團體記憶 302

團體回憶 302

交流記憶 303

團體文化 305

團體迷思 305

團體極化 307

說服性論點理論 308

社會比較／文化價值理論 308

自我類別理論 309

陪審團決策歷程 310

摘要 311

關鍵專有名詞 312

進階閱讀 313

第十章

偏見與差別待遇 315

偏見的性質與向度 316

偏見態度與差別行為 317

偏見與差別待遇的對象 318

性別主義 319

性別刻板印象 319

行為與角色 320

性別刻板印象和角色的維持 322

性別主義的改變 323

種族主義 325

新種族主義 325

- 種族主義的偵測 326
- 年齡主義 329
- 對同性戀的差別待遇 330
- 對身心障礙者的差別待遇 330
- 差別待遇的形式 332**
 - 拒絕幫助 332
 - 代幣主義 333
 - 反向差別待遇 333
- 污名與偏見的其他影響 334**
 - 社會污名 334
 - 自我價值、自尊與心理幸福感 335
 - 刻板印象的威脅 336
 - 失敗與不利 337
 - 歸因不明確性 337
 - 自我應驗預言 338
 - 暴力與種族屠殺 340
- 偏見與差別待遇的解釋 341**
 - 挫折—攻擊 342
 - 權威性人格 344
 - 武斷性格與封閉心靈 346
 - 右派權威主義 346
 - 社會優勢理論 347
 - 信念一致性 347
 - 其他解釋 349
 - 摘要 350
 - 關鍵專有名詞 350
 - 進階閱讀 351

第十一章

團體間行為 353

- 什麼是團體間行為？ 354
- 相對剝奪與社會不安 354
 - 相對剝奪 355
 - 社會抗議和集體行動 358
- 真實衝突 359**
 - 真實衝突理論 361
 - 合作、競爭和社會困境 362
 - 囚犯困境 362
 - 卡車遊戲 363

- 公有資產困境 363
- 社會困境的解決 365

社會認同 365

- 最小團體 365
- 社會認同取向 368
 - 社會認同與團體成員身分 368
 - 社會類別、原型與去個人化 369
 - 突顯 370
 - 自我顯揚與不確定性的降低 370
 - 社會認同與團體間關係 371
 - 其他層面 374

社會認知 374

- 類別化與相對同質性 375
- 記憶 376
- 獨特刺激與錯覺相關 377
- 最佳獨特性 378

團體間情緒 378

集體行為與群眾 378

- 早期理論 379
- 去個人化與自我覺察 381
- 緊急規範理論 384
- 社會認同取向 385

改善團體間關係 387

- 宣傳與教育 387
- 團體間接觸 388
 - 相似性 389
 - 類化 390
 - 多元文化脈絡裡的接觸政策 391
- 上層目標 392
- 多元主義與多樣性 392
- 溝通 394
 - 交涉 394
 - 調停 394
 - 仲裁 395
 - 和解 395
- 摘要 396
- 關鍵專有名詞 397
- 進階閱讀 397

第十二章

攻擊 399

社群中的攻擊 400

攻擊的定義 402

攻擊的測量 403

主要的理論觀點 404

生物學的解释 405

心理動力理論 405

動物行為學理論 405

演化社會心理學 406

生物學論點的限制 407

社會與生物社會的解释 407

挫折與攻擊 407

激發遷移 408

仇恨犯罪 409

攻擊可能是學來的 409

這些理論有何重要性？ 412

個人與情境因素 413

個別差異 413

人格 413

A型人格及ADHD 414

荷爾蒙 414

性別與社會化 415

挫折 415

宣洩 415

直接挑釁 416

酒精 417

除抑制現象 418

其他因素 419

情境變項 420

生理環境 420

弱勢團體 421

犯罪與女性 422

文化差異 422

互動論 424

大眾媒體 424

一個認知觀點的解释 426

色情和攻擊 427

家庭暴力 429

性別 430

傷害所「愛」的人 431

制度化的攻擊 431

社會的角色 431

戰爭：大規模的攻擊 432

國家的角色 433

個體如同一代理人 433

解釋的層次 434

減少攻擊行為 434

摘要 436

關鍵專有名詞 436

進階閱讀 437

第十三章

親和、吸引與愛情 439

為什麼要與人親和？ 440

合群或獨處？ 440

長期疏離 441

實際案例 441

短期感覺剝奪 442

長期剝奪的動物研究 443

長期剝奪的嬰兒研究 444

依附型態 445

緩解焦慮：短期的動機 446

為什麼某些人就是那麼有吸引力？ 448

身體吸引力：進化或文化？ 448

吸引力的要件 450

接近性 451

熟悉感 451

便利性 452

繼續往來的期待 452

對等原則 452

個別差異 452

情境變項 453

相似性 454

適配度 456

其他特徵 456

需求互補 457

自我揭露 457

約會交友 458

吸引與人際關係的理論 458

平衡理論 459

增強理論 460

社會交換理論 461

關係中的公平性 463

成本與利益的不同價值觀 466

關係與幸福 466

愛情關係 467

喜歡與愛戀：不一樣嗎？ 467

愛情的種類 467

愛情與婚姻 469

浪漫愛 469

愛情只是個標記？ 470

職場愛情 471

愛情與錯覺 472

愛情如此這般 472

親密關係的情緒 473

被安排的婚姻 473

關係的維繫 474

承諾 476

角色互補 476

關係的結束 476

寂寞 479

摘要 480

關鍵專有名詞 481

進階閱讀 481

第十四章

利社會行為 483

背景 484

利社會行為、助人行為與利他行為 484

Kitty Genovese兇殺案 485

人們為何助人？ 485

生物學取向 486

學習成為有幫助的人 488

給予指示 489

使用增強 489

楷模示範 489

歸因歷程 491

規範的影響 492

我們為何做出利社會行為 493

激起同理心 493

助人的情境模式 496

Latané及Darley的認知模式 496

「冒煙失火」 498

「小姐受傷了」 498

「他癲癇發作了」 498

旁觀者冷漠的發生歷程 499

三合一實驗 500

這些效應的限制 500

Piliavin的旁觀者計算模式 502

生理上的激發 502

標籤激發 502

評估結果 503

行為方程式 506

瞬間的心理狀態 506

好心情 506

壞心情 507

個人特質 507

人口統計學的變項 508

人格變項 509

助人技巧與能力 509

領導者和追隨者 511

男女互動 511

應用的情境 512

協助預防犯罪 512

商店扒竊 513

考試作弊 514

接受幫助 516

不同人種的互動 516

健康支持網絡 517

摘要 518

關鍵專有名詞 518

進階閱讀 519

第十五章**語言與溝通 521****溝通 522****語言 522**

- 語言，思考與認知 523
- 副語言與說話方式 524
- 說話的社會標誌 525
- 語言與種族 527
- 說話調適 530
- 雙語與第二語言的學習 531
- 性別、年齡、與語言 534
 - 性別 534
 - 年齡 535

非語言溝通 536

- 注視與眼光接觸 537
- 臉部表情 539
- 姿勢與手勢 542
- 觸摸 545
- 人際距離 546
- 印象管理與欺瞞 548

對話與言談 549

- 對話 549
- 言談 551

電子媒介溝通 553

- 摘要 554
- 關鍵專有名詞 555
- 進階閱讀 555

從眾的差異 563

不同生存型態的從眾行為 564

文化與社會化 564

兩種心理學派：東方與西方 566**比較文化系統 567**

- 以價值觀描繪文化 567
- 個人主義與集體主義 570
 - 合作、競爭與社會認同 570
 - 利社會行為 571
- 以社會關係描繪文化 572

文化、規範與認同 574**文化間的聯繫 575**

- 語言與語言風格 576
- 語言和理解 577
- 文化適應與文化變遷 578

社會心理學的文化挑戰 580

- 跨文化的挑戰 580
 - 本土心理學 580
 - 尋找普同化 581
- 多元文化的挑戰 583
 - 包容文化的差異 583
- 摘要 584
- 關鍵專有名詞 584
- 進階閱讀 585

索引 587

※本書參考書目請見隨附光碟

第十六章**文化 557****文化脈絡 558****文化在社會心理學的定位 558**

定義 559

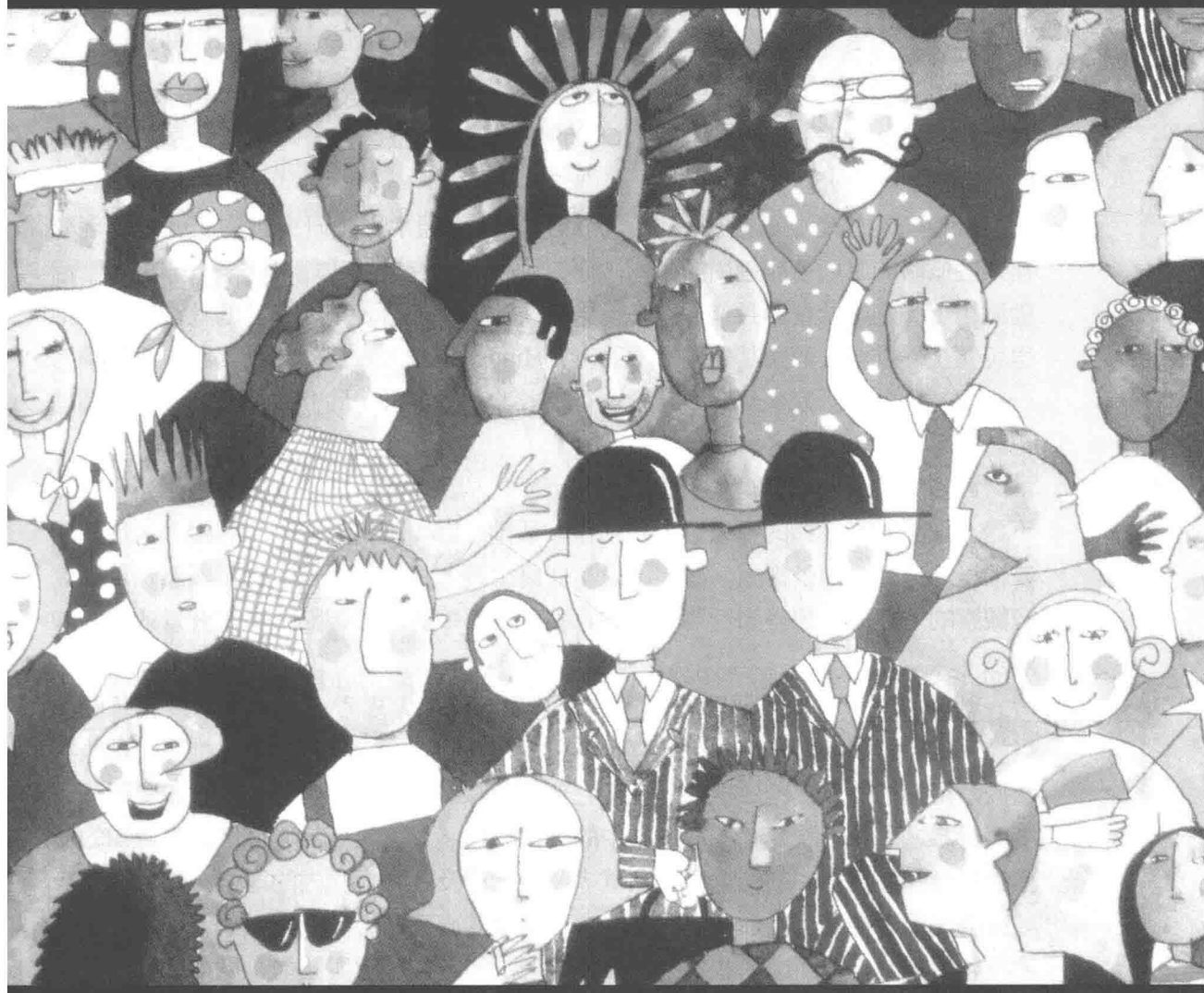
文化、歷史與社會心理學 560

- 文化人類學的貢獻 560
- 跨文化心理學的崛起 562

行為的文化差異 563

歸因風格的差異 563

社會心理學概論



本章討論：

- 社會心理學及其相關學科
- 科學方法與其他實徵方法的使用
- 統計數據分析與質性研究方法的使用
- 研究者的倫理考量
- 不同的理論取向
- 對社會心理學的評論

焦點問題：

某位男士走進一間咖啡館，步向坐在餐桌前的年輕女士，並禮貌性地親吻她的雙頰，然後坐在她的對面。男士為兩人各點了一杯義式咖啡，接著就主動聊起最近剛上映的電影。社會心理學者將如何解釋如此平凡的事件呢？我們又能如何評估那些解釋的正確性呢？