

The Psychology of Attitude Change and Social Influence

Philip G. Zimbardo Michael R. Leippe

态度改变与社会影响

【美】菲利普·津巴多 迈克尔·利佩 著 邓羽肖 莉 唐小艳 译 刘力 审校



C912.6/26

2007

态度改变与社会影响

〔美〕菲利普·津巴多 迈克尔·利佩 著
邓羽 肖莉 唐小艳 译
刘力 审校

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

态度改变与社会影响/ (美) 津巴多 (Zimbardo, P. G.), 利佩 (Leippe, M. R.) 著;
邓羽, 肖莉, 唐小艳 等译.
- 北京: 人民邮电出版社, 2007. 11
(社会心理学精品译丛)
ISBN 978 - 7 - 115 - 17083 - 5

I. 态… II. ①津… ②利… ③邓… ④肖… ⑤唐… III. 社会心理学-研究
IV. C912. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 168015 号

Philip G. Zimbardo, Michael R. Leippe

The Psychology of Attitude Change and Social Influence

ISBN 0 - 07 - 072877 - 1

Copyright © 1991 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and Posts & Telecom Press.

本书中文简体字翻译版由人民邮电出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者书面许可, 不得以任何形式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封底贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号: 01 - 2004 - 3330

版权所有, 侵权必究。

社会心理学精品译丛 态度改变与社会影响

- ◆ 著 (美) 菲利普·津巴多 迈克尔·利佩
译 邓羽 肖莉 唐小艳
审校 刘力
策划 刘力 陆瑜
责任编辑 陈浩莺 曾盼盼
装帧设计 O. E. T.
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号 A 座
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
电话 (编辑部) 010 - 84937150 (市场部) 010 - 84937152
北京中科印刷有限公司印刷
新华书店经销
- ◆ 开本: 670 × 970 1/16
印张: 25.5
字数: 410 千字 2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷
著作权合同登记号 图字: 01 - 2004 - 3330
ISBN 978 - 7 - 115 - 17083 - 5/F

定价: 68.00 元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系 电话: (010) 84937153

内 容 提 要

《态度改变与社会影响》是社会心理学领域的一部经典著作，是本书第一作者津巴多教授继畅销书《心理学与生活》之后的又一力作。

本书系统地总结了心理学在态度形成和改变方面的研究理论和实践，从而帮助读者理解你是如何影响他人，反过来又是如何被他人和其他系统性力量所影响的。本书包括了社会影响的所有内容：说服，依从，从众，认知不协调和自我归因，条件反射，社会学习，态度与行为的关系，态度的卷入，偏见，非言语交流，甚至阉下影响。

本书既可作为社会心理学专业高年级及研究人员的教材和参考书，同时，因其深入浅出、生动有趣的写作风格，更因其主题鲜明、广泛的实践特点，所以也适用于从事政治思想工作、教育、新闻、外交、管理、市场营销、文化、宣传等工作的人，还包括所有关注自己和社会的人。

作者简介



菲利普·津巴多 (Philip G. Zimbardo)，美国心理学会 (APA) 前主席。自 1968 年以来担任斯坦福大学的心理学教授。他于 20 世纪 50 年代末在耶鲁大学获得博士学位，师从卡尔·霍夫兰 (Carl Hovland) 在耶鲁大学“态度改变研究计划”中做研究工作，后来在纽约大学期间，他研究了认知不协调中的公开从众方式和社会影响。他独特的实验社会心理学的研究工作包括：归属感、去个人化、攻击及认知不协调的动机效果。除此之外，他还从事过匿名、破坏行为和害羞行为的现场观察、归因分析和相关变量研究。与他的纽约高中同学斯坦利·米尔格拉姆的贡献一样，津巴多最主要的工作是他的斯坦福模拟监狱实验，这个实验有效地证明了情境对人类行为的决定作用。

目前津巴多博士主要研究为什么正常人会对他们自己的有些行为做出病态的解释，以及研究时间概念是如何影响到个体和群体的行动的。津巴多所著的《心理学与生活》是心理学领域最经典的也是再版次数最多的最佳教科书之一。他在 1990 年为公共广播电台制作了“发现心理学”电视教育记录片系列。这是由津巴多本人创作和主持的以学生和大众为对象的科普电视片。这部长达 26 集的电视片探索了心理学的科学性，心理科学的重要性，以及利用心理学来提高我们生活质量的实用性等问题。

2 作者简介



迈克尔·利佩 (Michael R. Leippe) 是阿德菲大学的心理学教授。他从 1982 年开始, 一直任教至今。利佩于 1979 年从俄亥俄州立大学获得博士学位。他亲自参与并受到俄亥俄州立大学在 20 世纪 70 年代所从事的影响方面研究的熏陶, 他的研究试图对社会影响的认知反应做出理论分析。迈克尔·利佩与安东尼·格林沃尔德合作研究了大众媒体说服的认知加工过程。他也与托马斯·奥斯特罗姆合作, 研究了如何应用社会心理学来解决法律心理学的问题, 例如目击者的证词等。从那以后, 利佩从事了很多有关说服, 认知不协调和法律情境中态度改变和影响的富有创造性的研究工作。

利佩博士发表了 25 篇以上的研究论文和著作。90 年代他从事了联邦政府资助的有关儿童目击证词可靠性的研究, 以及如何帮助陪审员和其他寻求事实真相的人区别准确或不准确的目击者的记忆。他同时还在研究说服情境的观众参与心理。

《社会心理学精品译丛》

主编序言



我们生活在充满社会影响的世界里。我们不妨现在就做一个简单的心理学实验：你只要数一数每天你所能遇到的企图对你的思想和行为进行控制和影响的事件和人物，你就会意识到你的存在本身就是社会影响的产物。这些社会影响包括：要求你做某种事情的人，强迫你做某种事情的因素，要你买东西的广告，让你掏钱的事件，告诉你到哪儿去和什么时候去的标志，告诉你如何考虑某一个问题或回答某一个问题的宣传；它也包括：让你能重复的口号，能记住的歌曲，能接受的态度，以及让你去相信的意识形态。所有这一切都是社会影响心理学的范畴。这还不包括报纸、广播、电视、政府机构、网络，以及你的家人、邻居、同事、朋友和你的上下级。这些都是我们生活中不可或缺的社会影响源。它们都会让你做某种事情，试图让你去做这些事情，或者相信某种事情。如果你所能数的社会影响少于20个的话，你要么是居住在另一个世界中，要么是你根本就缺少对外界事物的自主判断。

在某种程度上，社会就是由那些互相影响、说服、请求、强迫、勒索和控制的人群所组成的。我们把它称为社会，是因为它使用的是社会影响的技巧，而不是武力的逼迫。这种影响相对而言是和平的，也是有效的。想象一下，如果我们的社会影响不是通过说服的方式，而是武力的方式来进行，我们的社会会是什么样子？当你超速时，警察不是使用罚单而是使用枪支让你遵守社会秩序，或者你的老板不是使用奖励而是使用体罚来让你勤奋工作，或者政府不是通过宣传而是使用屠杀来改变人们的态度，这样的社会，是不可能维持下来的。因此，社会的兴衰在某种程度上依赖于社会影响的成功与否。

从另一个角度来讲，那些知道如何说服别人的人也最能够从社会中受益。那些能够有效地说服自己伴侣的人，往往会有比较快乐的婚姻生活。管理者通常要花费80%的工作时间与上下级进行交流，成功的交流者往往会成为优秀的管理者。能够流利、自信、鲜明地表达自己的看法和思想的政治家往往更容易激励自己的下级去实现某种政治目标。同样地，聪明的广告往往能吸引更多人的注意，达到

商务上的成功。

因此，影响他人的能力，以及抵制影响的能力与一个人在生活中的成功紧密相关。但不知道什么原因，社会影响这一课程从来就没有在任何学校教授过。尽管教育学家、心理学家、政治思想工作者、新闻工作者、市场营销专家、管理人员和外交人员都或多或少地运用了社会影响的一些技巧，但其原则、原理、方法、局限性和道德性都没有被认真系统地学习和讨论过。很多人没有意识到这些影响的存在，通常过分高估了自己做决定和判断的自主性和自由性。作为一个处于社会影响网络中的人，知道如何控制影响情境，选择最佳的影响技术，从而达到影响他人或抵制他人影响的目的，应该是个人生存的最基本的技能之一。

那么什么是社会影响呢？从心理学的角度来看，社会影响指的是通过某种方式达到的对人的行为、态度和信念的改变。行为上的变化叫做接受，态度上的变化叫做说服，信念的改变叫做宣传或教育。

接受通常并不要求被影响的人同意影响者的观点和看法。它只需要被影响者表现出某种行为倾向。比如说你为了让年轻人出来参加一个反战游行，你可以不要求这些青年接受你的观点，而只需要他们参加你的集会，这样，播放一些年轻人爱听的音乐或者找一些俊男美女辣舞助阵就足以把他们吸引到你的聚会上来。这就是行为的服从，也是常见的社会影响方式之一。

说服却是要赢得被影响者的心，必须要有态度的改变，包括感情的改变。虽然说服通常难以产生，但它的效果通常更持久。如果你想让一位好朋友停止吸烟，你就必须给你的朋友讲吸烟的害处或者是谈到某一位吸烟出了问题的人的经历。这可能会引起对方的兴趣或反感。重要的是，你们可以开始心平气和地讨论吸烟的坏处，包括治疗吸烟问题的费用的昂贵和不吸烟所带来的正面的效果。你可以指出对方看法中的不一致性和错误性。通过这样的讨论，对方可能最后同意要逐渐减少吸烟的次数和数量。这种变化使得你愿意答应你的好朋友为他做更多事情，直到他停止吸烟。如果你是一个成功的说服者，那么你的好朋友就会真的戒烟，而且还没有意识到这一变化来自于你的影响，而相信是他自己的决定和自己的态度。

在中外交往中，最让人误解的概念是“宣传”（propaganda）。在现代西方语言中，宣传指的是政治集团利用大众影响的方式来控制人们对某种信念的支持。它是一个贬义词。最早使用这个概念的人是教皇乔治十五，在1622年，他试图利用各种宣传来增加教会的势力。我们常说的宣传更应该称作教育。教育的含义是指学习新的知识。宣传和教育这两个概念的差别来自于你试图影响的信仰是否是对方早已经相信的东西。比宣传更极端的影响方式是洗脑和思想控制。它是通过强有力的操纵方式剥夺个人的自主性和自由。它灌输一个人不能自主选择的态度和观念。思想控制通常是通过将人与他的社会关系隔离开来的方式来进行的。因此，

我认为洗脑和思想控制不应该看作是正常的社会影响。虽然它的影响者通常是某种社会集团和机构。

自从亚里士多德在他的《修辞学》这本书中首次记录说服的原则以来，人类不断地试图发现、定义和创造成功的社会影响的方法和原则。社会影响可以说是所有的人类社会都关注的一种技巧和艺术。但是作为一种现代的社会科学领域，它的根源来自于第二次世界大战期间的社会心理学研究。当时的美国总统罗斯福非常关心如何维持美国人对政府和军队的支持。因此，他邀请了社会心理学家卡尔·霍夫兰去研究社会和军队的士气问题以及维持士气的方法。从此以后，社会影响的研究就变成了社会心理学里一个重要的分支领域，产生了很多有影响的研究理论和研究方法。

《态度改变与社会影响》这本书是对社会心理学在影响、说服、服从方面研究的一个精辟总结。作者津巴多是社会影响研究领域里卓有成效的研究者。他本人也是一位社会影响的大家。他的研究工作“斯坦福模拟监狱实验”是心理学中一个著名的实验。由于津巴多过人的宣传技巧，这个实验也成了大众语言中最有名的概念之一。在著名搜索引擎谷歌上，有关津巴多的斯坦福模拟监狱实验的条目超过了上百万。因此，由一位社会影响的大家来撰写一本有关社会影响的著作，这本书的质量是可想而知的。

津巴多教授也非常支持本书中文版的出版和发行，他的夫人马斯洛克教授是我在加州大学伯克利分校的同事，我们经常谈到社会心理学在中国的发展和前途。在主编这套《社会心理学精品译丛》时，我曾向他们要求推荐书目，这本书就是他俩的首选。这次，津巴多教授还特意为本书的中文版专门作序以表达他对本译丛的关怀和支持。

这本书的适用对象不光是那些对心理学感兴趣的人，也应该包括那些从事政治思想工作、教育、新闻、外交、管理、市场营销、文化、宣传等工作的人，还包括所有关注自己和社会的人。学习这本著作不仅让你能够掌握一门社会心理学领域的知识，更重要的是让你能够发现和意识到你周围的社会影响的存在。这种发现也是对自我的一种解放。它使得你能够对人性、人生和人心都会有完全不同的认识。在阅读完这本书以后，你再来回答我在本文开头所提的问题：你在每一天中所遇到的社会影响有哪些？你就会发现你的回答数目就会远远多于你最初所能意识到的社会影响。这种变化也许就是对这本书本身的影响力的最好的证明。

彭凯平

美国加州大学伯克利分校心理学教授

2007年8月

中文版序



我非常高兴地得知中国读者有机会阅读《态度改变与社会影响》一书的中文译本。本书中文版的出版和发行，对我而言有三重意义：首先，中国是一个具有悠久历史的文明大国，中国传统的儒教、道教和佛教一直就在为中国人提供欣赏自己生活的指导，这些古老的智慧与心理学的智慧有很多类似的地方，它们都试图对人性有更好的了解，从而帮助每个人最大程度地实现自己的潜能。不过据我所知，传统的科学心理学在中国的历史并不是很长，我猜测，这一延迟的发展可能与中国的文化传统有关。因为传统的心理学更多关注的是个人的思维、情感和行为，而传统的中国文化强调的则是集体、家庭和社会对个人行动的决定性作用。这就对传统心理学的个人主义倾向形成抵触。不过令人欣慰的是，现代科学心理学在世界范围内已经发生了天翻地覆的变化，尤其是社会心理学的兴起使得我们更关注个人和他所属的群体在各种社会情境中是如何行动的——这些情境就构成了人类行为的背景。此外，社会心理学家也开始讨论创造、维持和赋予情境合法性的社会系统的作用。在一定程度上，现代社会心理学家，包括本书的作者都在试图通过研究各种社会力量系统——包括经济的、政治的、文化的、法律的等等是如何影响社会情境，而情境又是如何与个体互动，来创造出结合了个人主义和集体主义的思维范式的新的社会心理学。

本书中文版出版的第二重意义是该书涉及的观念和研究可能对当前日益变化的中国社会具有应用的价值。世界上还从没有任何一个国家像中国这样经历着如此剧烈的生活方式、生活习惯以及价值观念的改变。随着中国逐渐地成为世界工业、商务、金融和政治中心，变化恐怕会成为中国人甚至世界人民每天都必须面对的问题。我所知的中国人所体会到的变化可能包括从农村到大城市的迁徙、家庭结构的改变、工作方式的调整、教育体制的革新，甚至文化价值体系的突变等等。世界各地的年轻人还通过互联网、电影和流行音乐形成了一个新的全球社会，他们的生活与几十年前他们的长辈所能体验到的生活可能有天壤之别。我可以大胆地说，**中国就意味着变化（China is change）。**

伴随这些社会巨变的是沟通方式的革命。在人与人之间，在普通人与控制着成为好的公民所需要的各种资源的人之间，交流和沟通尤为重要。为了社会、家

庭、公司、团队等各种群体的利益，我们就应该在行为、价值和态度上朝某个方向改变。本书系统地总结了心理学在态度形成和改变方面的研究理论和实践，能帮助你这一领域有更好的了解。它能使你明白你是如何影响他人的，反过来你又是如何被他人和其他系统性力量所影响的。了解社会影响的过程，起码会对你有两种影响结果：第一，这一知识会使你在希望成为改变社会的力量时，变得更有影响力；第二，这一知识也能帮助你抵制你不需要的从众、屈服和盲从的压力。

本书中文版的出版的第三重意义是，下一代中国的心理学家在了解西方心理学有关态度改变和社会影响的工作之后，能够从事新的研究，发展新的理论来改进和提高这一令人痴迷的研究领域的知识水平。它的根本问题就是要研究人性是如何受社会条件影响的。中国人的智慧应该能在这一最古老而又年轻的问题上有所作为，我希望能在自己的有生之年欣赏到中国学者在这一领域的研究成果。

我很高兴应我的朋友加州大学伯克利分校的彭凯平教授的邀请，为本书的中文版作序。特此序之。

津巴多教授
美国斯坦福大学心理学系
2007年8月

英文版序

在美国心理学被少数几条行为主义的教条所控制的几十年，那些敢于冲破学术框架，探索心理学新领域的创新者大部分都是社会心理学家。他们看重人类在生活过程中的个人看法，欣赏不同的观察者所提出的对现实的不同解释，捍卫不同文化、不同社会机构、不同人的内部和外部相互的作用。

长期以来，社会心理学在心理学的学科等级是属于较为次要的学科。但它正在逐渐向现代心理学的中心地位迈进。之所以做到了这一点是因为它建立了心理学所欣赏的认知的理论和方法，而这些方法在过去十几年内已经成为主流心理学最重要的特点。社会心理学也是心理学中普通心理学者的家园，是那些试图了解人性的深度和广度的学者所向往的领域。它关注困扰了社会学家几百年的大问题，但它也不是古板的，它并不反对由新的研究方法所提出的新领域。因为只有这样，它才能对我们逐渐了解的最重要的问题提供基于实证基础的答案。最后要指出的是，社会心理学家已经成为心理学领域中试图突破传统心理学的束缚，探索对现实生活做出有真正意义的学术贡献的先锋。在健康、生态、教育、法律、和平和冲突解决等领域都可以看到社会心理学家的身影。因此我们可以毫不吹嘘地声称，没有任何与人性有关的问题是社会心理学的研究和探索所涉及不到的。

写这本有关态度改变的教科书的想法，来自于我在哥伦比亚大学教的一门研究生讨论课，其中部分的灵感来自于观察学生们扮演影响者和被影响者间的互动活动。李·罗斯和朱迪·罗丁这样的优秀社会心理学研究生激发了我去写作一本关于态度改变的概念和实践问题的教科书。我最初的打算是写一本简单的读本。但第二年，在斯坦福大学教学期间，我说服了埃比·埃布森，我当时的一个研究生与我合作写这本书。结果就写成了1970年出版的《态度影响和行为改变》。这本书给研究说服、态度改变和行为矫正的学生提供了一本基本的入门教材。而这一领域的应用部分在第二版（1977年出版）中得到了更多强调，特别是得到了我的夫人马斯洛克的帮助。她现在任教于加州大学伯克利分校。

我的新合作者利佩相信，将这本书内容更新以包括更多的有关态度和社会影响的认知研究的时候已经到了。他继承了在俄亥俄州立大学向格林沃尔德习得的社会认知传统。但随着我们共同创作进程的发展，一本与最初想法不同的，但更

好的书逐渐浮现出来。这本书保留了原著中有关社会影响说服和态度改变过程的基本内容。这些中心内容不仅与社会心理学关系密切，它也与我们的现实生活中许多的日常互动很有关系。但这本书与前几个版本所不同的地方是，它增加了很多有关人在受他人和媒体影响后行为改变的实验证据。同时，它也为生活在20世纪90年代复杂世界里的学术研究工作提供了很多的应用技巧。

菲利普·津巴多

前言



现在是我们这些研究和思考态度改变和社会影响的人所认为的最令人振奋的时代。在过去的几十年里，有关人们是如何变化的研究和理论得到了空前的发展。始于20世纪70年代的对社会认知的强调，产生了一个研究传统上定义为是说服和依从行为的认知心理学研究。它主要是对认知过程和结构有了新的重要了解。如今，对于动机，情绪和卷入的研究兴趣，催生了一个可以将这些变量与态度、认知、行为和情感综合起来的一种全新的研究方向。在对基础研究和理论的发展的突破上，社会科学家也在运用影响的心理学去应对日常生活中的重要问题。社会影响因此变成许多重要社会问题研究的核心（比如提倡健康生活方式，提高环保意识，新闻审查的效果，政治中的“形象加工”，极端巧妙的广告和市场推销），这些都与社会影响有关，而且理论和实际的研究也越来越关注这些问题，以及这些问题产生的背景。

以上所述的研究发展推动了本书的问世。我们希望在这本书里，综合来自于所有与社会影响有关的研究理论和实践，以产生一个综述性的报告。事实上，我们其中的一个目标就是要在一个相对较短的篇幅内将两本有代表性的关于说服和态度改变理论的好书结合起来，其中一本书就是理查德·佩蒂和约翰·卡乔波（Richard Petty & John Cacioppo）合著的《态度与说服：传统和当代的研究》（1981）。另一本同样是有关服从和从众的经典著作，也就是罗伯特·恰尔德尼（Robert Cialdini）的《社会影响：科学和实践》（1988）。

结果这本书就包括了社会影响的所有内容：说服，依从，从众，认知不协调和自我归因，条件反射，社会学习，态度与行为的关系，态度的卷入，偏见，非言语交流，甚至阈下影响。因此本书所涵盖的内容是广泛的，这些覆盖面较广的内容均可被整合在本书中一再出现的态度系统这一主题中。在这个系统中，态度，认知，行为和意图都受到外在事物的影响，而同时又所有受到彼此间的影响。

我们用了两章的篇幅来谈社会影响原则的应用。我们觉得它是“正在成长的”领域，也是未来的领域。一个应用章节主要关注在法律系统中影响的作用，另一个主要章节是关于如何提高生活质量的问题，包括：环境，个人心理健康等。

我们主要的受众自然是阅读本书的学生。我们希望通过向他们报告社会影响

科学研究中令人兴奋的进展从而让这些学生感到振奋，并产生兴趣。同时，意识到这些知识对他们的个人生活和社会整体的意义。因此，我们希望以学生感兴趣的方式来写这本书。实践的问题，应用和日常生活的例子是心理学实验以及那些理论观点的一个自然的运用。我们的重点是要选择社会心理学的实验和现场研究（包括新的和传统研究，通过生动的方式表现出来，而且不断将它与大学生所感兴趣和所能理解的活动以及生活经历联系起来）。我们希望它是一本具有学术价值同时又能轻松阅读的好教科书。

这本书的主要阅读对象是本科生。心理学的基本知识可能会有助于阅读这本书，但是并不是阅读和欣赏本书的必要条件。这本书也可以作为一门关于社会心理学入门课程的阅读材料，也可以是一个大课程的主要阅读材料，或者社会心理学课程和研究生讨论课程，比如“说服与态度改变”、“社会影响”，甚至“心理控制”等课的阅读材料。那些教授社会心理学、传播学，以及商务课程的教授也可以考虑在“媒体环境”、“宣传和交流”、“大小团体的社会影响”以及“广告概论”等课程中使用本书。我们在本书中包括了与所有这些学科有关或来自这些学科的材料。

心理学，社会学和传播学的研究生应该也会认为这本书有意思、有内容。我们希望大量的例子和应用能扩展他们对其所希望研究的问题之间的关联和互动性的认识。如果有学生在阅读了本书后对本书所写的一些知识体系做出自己的贡献，我们会尤感欣慰。

目 录

◆

主编序言	9
中文版序	12
英文版序	14
前 言	16
第1章 一个充满影响的世界	1
社会影响的过程和情境	2
关于影响——来自“名人堂”（“恶人堂”）的故事	4
人际影响：皈依和个人接触	4
交流与说服：“山姆，再说一遍”	10
大众媒体的影响	18
影响的 ABC：态度、行为和认知	26
态度系统	27
一个正在形成的主题：变化导致变化	29
建立在态度中心角色基础上的其他主题	30
从社会心理学角度看影响	31
随后各章预览	32
小 结	34
问题与练习	35
第2章 对行为的影响：直接的影响途径	36
行为得以强化时的学习	37
工具性学习与列联强化	38
社会学习理论	39
侵犯行为的模仿	43
榜样的阴与阳	44
认可与不认可：社会奖赏的力量	46

4 目 录

从众：保全面子与赢得体面，获得知识	48
从众的成因	50
从众：好事还是坏事	57
服从：权威下的行为	58
米尔格拉姆的脚本：如果希特勒叫你电击一个陌生人，你会服从吗	58
从寻常人的角度来解释不寻常的行为	61
启动不服从的退出按钮	66
膝跳反射心理学：由直觉形成的影响	68
互惠规则	68
承诺规则	71
起点：当内部改变源于外部影响	75
小 结	75
问题与练习	77
第3章 行为对态度的影响：当行为成为信念	78
归因与自我归因	80
归因理论	80
自我知觉与自我归因	85
自我说服与角色扮演	90
整个世界就是一个舞台……而我们只是演员	91
再论自我说服：电视是否施加了影响	94
自我辩解心理学：认知不协调理论	96
影响认知不协调程度的因素	97
认知不协调与理由不足效应：越少越好	98
降低认知不协调的模式	106
认知不协调与不道德的商业决策	108
认知不协调、自我归因以及自我肯定：相似性与独特性	110
过度合理化	110
不同过程的相似性	111
自尊的确认	111
结 论	112
小 结	112
问题与练习	114