



The Psychology Of The Internet

■ 【美】 Patricia Wallace 著

■ 谢 影 苟建新 译

互 联 网

心 理 学



中国轻工业出版社



The Psychology of The Internet

■ 1994 Publication ■
■ 1994 Publication ■

互
联
网

心
理
学

Http:



Http://WWW

中国心理学会

The Psychology Of The Internet

互联网心理学

【美】 Patricia Wallace 著

谢 影 苟建新 译



中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

互联网心理学 / (美) 华莱士 (Wallace, P.) 著; 谢影, 苟建新译. —北京: 中国轻工业出版社, 2001.1
ISBN 7-5019-2986-6

I. 互... II. ①华... ②谢... ③苟... III. 互联网络—基本知识 IV. TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 53811 号

本书由英国剑桥大学出版社授权出版

策 划: 石 铁

责任编辑: 朱 玲 张乃柬 责任终审: 杜文勇

版式设计: 刘智颖 责任监印: 吴维斌

*

出 版 人: 赵济清 (北京东长安街 6 号、邮编: 100740)

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

E-mail: wqtw@public3.bta.net.cn

电 话: (010) 65262933

印 刷: 北京天竺颖华印刷厂

经 销: 各地新华书店

版 次: 2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 850 × 1168 1/32 印张: 9.00

字 数: 180 千字

书 号: ISBN 7-5019-2986-6/G · 186 定价: 16.00 元

著作权合同登记 图字: 01-2000-2977 号

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·

版权所有 · 翻印必究

The Psychology of the Internet (《互联网心理学》)

Published by The Press Syndicate of The University of Cambridge

© Cambridge University Press 1999

First Published 1999

This book is in copyright. Subject to statutory exception and to the provisions of relevant collective licensing agreements, no reproduction of any part may take place without the written permission of Cambridge University Press.

译者的话

正如作者 P. 华莱士 (Patricia Wallace) 在本书的第一章所写的那样, “几乎是在一夜之间, 曾经一度作为学院和研究者隐蔽交流媒介的互联网, 无处不在。”因为有了互联网, 我们的社会进入了网络时代和信息时代。不接触、不了解互联网似乎已经成了时代发展中的落伍者。作者从多角度、全方位地介绍了互联网心理学的方方面面。这不是一部心理学专著, 我倒觉得它是一部从心理学角度介绍互联网的科普著作。作为与这个时代一同成长、一同进步的新时代的人, 我们没有理由拒绝读这部清新隽永的翻译作品。

本书第 1~5 章由谢影翻译; 第 6~12 章由苟建新翻译。

译者

2000 年秋



File Edit View Favorites History Search Stop Refresh Home Favorites History Search AutoFill Larger Smaller Print Mail Preferences

目 录

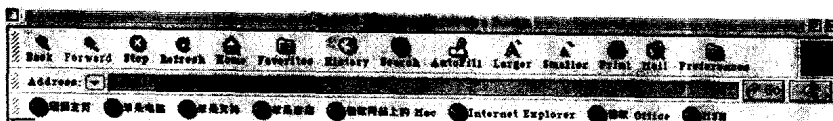
第一章	网络心理学	1
	互联网中的环境分类	5
	网络中的语言	10
	授权互联网用户	13
第二章	网络中的个性——印象心理学	15
	热情与冷漠的印象	16
	不够友善的互联网	17
	社会情感的解冻	19
	印象形成的捷径	20
	人的类型与划分	22
	超越年龄和性别	25
	社会认知和分类	27
	印象形成的节奏	29
	在线表现：驾驭互联网上的印象	31
	网上的自我介绍	33
	主页的优势	35
	聚焦于自我	38
	发挥键盘的功效	40
第三章	互联网的面具和伪装	43
	角色游戏的起源	45
	互联网的渗透	46
	角色游戏的危险区域	50

目 录

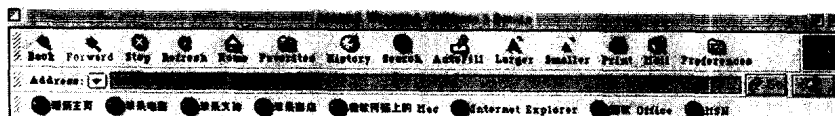
	互联网实验室里的同一性实验	53
	实验中的受骗者	55
	网上与网外识别真伪	56
	欺骗与怀疑：一对儿舞伴儿	58
	互联网同一性实验室的辩论	60
第四章	电脑空间中的团体动力	63
	“团体组织感”	63
	从众	67
	网上的从众现象	70
	贴在门口的标语	73
	皱眉头	75
	寻求权势	78
	在社会 MUD 里实验权势	81
	团体两极分化	84
	网络里的两极分化	88
	寻找其他志趣相投的人	90
	虚拟的工作团体	92
	网上工作团体中倾斜化的讨论	93
	互联网工作团体的少数派	94
	工作团体和电子妙招	95
	发展虚拟团队的信任	97
第五章	团体内部的冲突与合作	101
	罗伯斯山洞实验	101
	互联网上的团体竞赛	104
	游戏者的类型和动机	110
	互联网的内部团体状况	114



	“专家主义”	116
	地球村民：我们是一个团体吗？	118
	互联网团体的力量	120
第六章	怒火与争斗——网上攻击心理学 ...	125
	生来好斗？	126
	挫折与攻击	128
	耐心等待的世界	129
	一触即发	132
	报复心理	133
	看客眼中：纷争何时成纷争？	135
	对纷争的研究	138
	谴责之词	139
	报复过度	140
	匿名与实际距离	142
	#\$@!!&软件	144
	宣泄：对人有好处吗？	146
	攻击：互联网的风格	147
第七章	网上喜欢与爱情——	
	人际吸引心理学	151
	谁在网上交友？	152
	网上关系的实质	153
	相互吸引的力量	155
	黑夜中的相互吸引	156
	接近：网上谁与我比邻而居？	157
	兴趣相投：互联网上人以群分	159
	关系互补	161



螺旋：“你喜欢我——我喜欢你 ——你更喜欢我”	162
当螺旋转下来的时候	164
幽默	166
自我暴露	168
互联网上真实的浪漫故事	170
拟实情感	171
网上的玫瑰	172
第八章 网上色情内容的心理分析	175
动人心魄的网上色情	176
网上究竟有些什么？	178
色情内容的心理分析	180
攻击性和充满暴力的色情内容	182
来自互联网的观点	184
查验身份	186
应该担多大的心？	188
第九章 互联网——时间的吞噬	191
控制轨迹	192
第二组	195
网上拍卖	196
互联网使人成瘾的特性	198
互联网缘何如此吸引人？	200
同步空间心理学	202
王宫中的生活	203
网络新兵疾病	204
名称苦恼：嗜好？滥用？自我放纵？	206

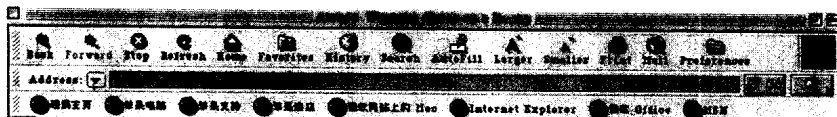


第十章 网上利他主义——助人心理学 209

随意的善举：互联网的风格	209
数量	211
让别人来照顾它	213
互联网上的人数	215
谁在帮谁？	216
像我们一样的人	218
网上求助	219
互联网的支持软件	222
支持那些打上烙印的群体	223
我可以怎样帮你？	225

第十一章 网上性别问题 227

男人与女人：不仅仅是性别差异	227
性别与语言	229
语言与力气	230
互动风格	231
跃入电脑空间的是男还是女？	231
适应男性为多数的现实	232
传统与观念	234
性别大战的新领域	235
清一色男士或女士的新闻组	237
游戏中的性别身份	239
网上骚扰与威胁的合理因素	241
BUNGLE 先生事件	243
敌视妇女的世界	244
“前线”的性别问题	246



File Edit View Favorites History Search Tools Help

第十二章 生命给养：互联网 249

更新技术决定论 250

犯罪同谋的理想国 252

网上讨论 253

匿名与责任 255

电子“公共牧场”的悲哀 258

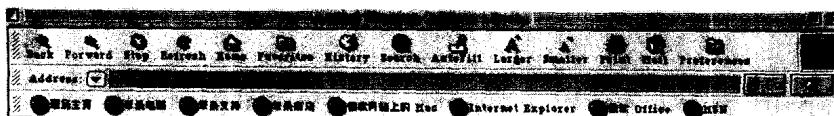
信任与电子商务基础 260

倡导批评思维 261

提供指导 262

互联网上的激励 265

互联网心理学：下一代 267

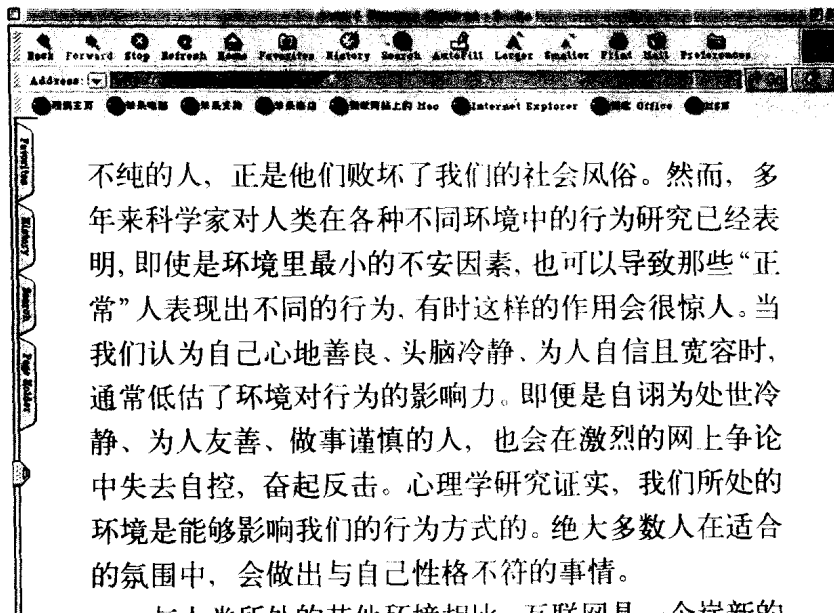


第一章 网络心理学

几乎是在一夜之间,曾经一度作为学院和研究者隐蔽交流媒介的互联网,迅速渗透到我们生活的各个角落,在我们能够想象的领域中,它无所不在。我们通过互联网和朋友保持联络、在网上进行交易、开展研究、互换信息、结识新友,甚至还可以和动物交流。最近,跟随帕尼·巴特森(Penny Patterson)学习了近20年美国手语的大猩猩科科(Koko),出现在网络聊天室中。世界各地的网迷蜂拥而至,他们问科科哺育孩子的经历、爱吃的食物、对友谊和爱情的看法以及它的未来生活。不过,科科当时的情绪不算太好,它刚和自己的配偶钮姆(Ndume)发生过口角,所以便在众人面前使用它所学会的最难听的词,把钮姆比作“马桶”。

互联网如此迅速的爆炸蔓延,使我们来不及更为系统地媒体角度,探讨这样的新环境对人类行为的潜在影响。当我们置身于互联网时,自己的行为以及与他人的互动方式会不时地显得非常奇怪。某些时候互联网的作用是非常积极的,而另一些时候,我们可以在网上做出平时永远不可能做的事情。与此同时,我们作为互联网的使用者,也在思考网络将怎样改变和为什么改变人类的感知和行为。

那些从未上过网的人,可能会根据报纸的花边新闻推测,网络的人群都是些有心理障碍、思想怪诞、动机



不纯的人，正是他们败坏了我们的社会风俗。然而，多年来科学家对人类在各种不同环境中的行为研究已经表明，即使是环境里最小的不安因素，也可以导致那些“正常”人表现出不同的行为，有时这样的作用会很惊人。当我们认为自己心地善良、头脑冷静、为人自信且宽容时，通常低估了环境对行为的影响力。即便是自诩为处世冷静、为人友善、做事谨慎的人，也会在激烈的网上争论中失去自控，奋起反击。心理学研究证实，我们所处的环境是能够影响我们的行为方式的。绝大多数人在适合的氛围中，会做出与自己性格不符的事情。

与人类所处的其他环境相比，互联网是一个崭新的领域，我们可以从心理学的角度，去了解它是如何影响我们的。尽管该领域正在迅速引起很多学科研究者的注意，但是针对实际的网络行为研究，仍不过是零星的。但这并不意味着我们是在盲人摸象，因为我们已经大量掌握了在其他环境里行为的影响因素，所以可以平行推论。例如，当一个起初是平静的小组讨论会，突然爆发了激烈的争执，我们可以通过心理学长期对攻击行为的研究，来理解所发生的事情及其成因；而当聊天室里的话题很浪漫时，我们可以从人与人之间的吸引力，去理解为什么这样的关系会令人如醉如痴。

在《互联网心理学》一书的第二章，针对互联网使用者的个性，介绍了印象形成和运用的传统研究。这与发生在多媒体三维空间的过程有所区别，因为我们在网上建立自己的形象和特点所采用的方式，与真实生活明显不同（本书用“真实生活”指代网络未包括的所有事



物)。第三章讨论的是关于在线个性所涉及的一个特别重要的互联网特点——支持角色扮演的发挥和同一性实验。在网上,我们可以改变自己的性别、选择新的出生日期,从而明显改变了自己。

随后的两章介绍了互联网的团体能动性和蕴涵的心理学现象。这些例子包括一致性、群体两极分化、妙主意、团体争执和合作的研究等。由于人类愈来愈趋向在网络中形成团体,所以我们有理由相信这样的方式比真实生活的合作更有建设性。

研究者调查网上的行为时,发现的第一个令人惊讶的现象是,人们在网上不再抑制自己,与他人交往时易被激怒。本书第六章把心理学的攻击行为扩展到互联网上,寻求那些粗俗的电子邮件、尖酸口角以及其他好斗行为的根源。第二个令研究者惊讶的现象是,互联网同时还能巩固友谊和浪漫,原因也许和前一个相同。第七章阐述了互联网世界中,人与人之间相互吸引的本质。

政府正极力控制互联网的内容,尤其是遭人反对的色情内容。第八章列举了网上的色情种类,并阐明这些内容与通过其他渠道传播的性材料有什么区别,它对互联网用户产生何种心理影响。

在第九章里,我们从心理学的层面,探讨了为什么互联网能令人如此沉醉、消磨时间而无法自拔,这样的环境具有什么特点。对互联网的初级研究提醒人们,长期使用互联网会增加孤独和抑郁,减少与家庭成员和社会的沟通。一旦人们过于依赖计算机处理生活中的所有事情,就会把本来是好的事物弄得一钱不值。



互联网里还有这样一种人，他们愿意投入时间和精力帮助他人。第十章回顾了网上的利他主义，重点介绍了互联网上蓬勃发展的支持性团体。互联网特别适合于那些感觉被社会藐视的人，形成支持性组织，他们愿意在网上和别人探讨对生活、社会的看法。在网上，我们无须顾及真实生活中的流言蜚语，可以和那些关心别人的人，交流各自的困难。

尽管互联网上的人群分布变化很快，但是其环境仍以男性占多数，所以其法律机制尚未健全。第十一章介绍了网上的性别角色、刻板现象、冲突。对于女性来说，互联网有某些不安全的角落，改变这些还需要时间。

在本书的最后一章里，阐述了人类作为互联网的使用者，能够更好地改变和影响这个环境的途径。我们在看电视时只能通过良好的收看习惯影响自己的行为。互联网与电视就不同了，我们可以根据影响网络行为的心理学现象，制定改变自身行为的策略，并影响和我们交流的人。我们希冀借助心理学知识的功效，能带来互联网的更大发展。

虽然计算机和键盘不过是我们上网的中介，但从心理学的角度看，网络隐含的内容非常丰富，网上的行为研究也因此而复杂了。我们可以采用多种途径探索互联网，在网上表现自己，并和他人交流。这个环境所需的是各种复合的经验，而且需要把它在视觉空间上划分成具有某种心理学功用的空间。这样的划分更便于考察互联网对人类行为的影响。



互联网中的环境分类

互联网是由多个环境组成的,虽然在类型上彼此有些重合,但它们影响我们行为的基本特点是互不相同的。

第一个就是万维网 (World Wide Web), 它的用途相当于图书馆/杂志/黄页, 还可作为个人信息发布台。尽管使用者对分类系统和导航问题并不满意, 但是多数用户反映, 他们在多半时候是可以查找到所需内容的。用户通过键盘, 到自己想去的站点找到成千个相关内容, 并记下网址。胡猜乱碰让人心烦, 美国总统可能就不太愿意网迷偶然从色情站点上发现一个名为 www.whitehouse.com 网址。互联网的特点是, 它为每个人提供了廉价的网上信息出版的服务, 其心理影响是潜在的。

电子邮件已经成为互联网上重要的场所和必备的使用工具, 人们通过电子邮件和朋友、家人、商业同行交流, 它广泛应用于学校、机关、公司和家庭中。几年前, 名片上印电子邮件的人还不多, 但现在已不足为奇了。尽管许多初级和中级学校提供免费的电子邮件服务, 学生们还是通过必须观看的广告, 从家里或万维网进入免费电子邮件。

互联网上另一个吸引人的场所是“非同步讨论论坛”。人们在这里可以就不同话题展开讨论, 回答提问, 读到别人的观点。“非同步”意味着你可以在任何时候加入讨论的行列, 所以论坛的节奏会较慢。讨论没有固定模式, 有时会同时讨论若干个题目而完全忽略其他题