

(6th Edition)

SOCIAL PSYCHOLOGY in the '90s

九〇年代

社會心理學



Kay Deaux / Francis C. Dane /

Lawrence S. Wrightsman 著

楊語芸 譯

九〇年代 社會心理學

Kay Deaux

Francis C. Dane 著

Lawrence S. Wrightsman

楊語芸 譯

五南圖書出版公司 印行

1B10
九〇年代社會心理學
Social Psychology in the '90s

原著者／ Kay Deaux · Francis C. Dane

Lawrence S. Wrightsman

譯者／ 楊語芸

責任編輯／ 楊如萍

出版者／ 五南圖書出版有限公司

登記號：局版台業字第 0598 號

地址：台北市大安區 106

和平東路二段 339 號 4 樓

電話：(02)27055066 (代表號)

傳真：(02)27066100

劃撥：0106895-3

網址：<http://www.wunan.com.tw>

電子郵件：wunan@wunan.com.tw

發行人／ 楊榮川

中部門市／ 五南文化廣場

總店：台中市中區 400 中山路 2 號

電話：(04)2260330

沙鹿店：台中縣沙鹿鎮 433 中正街 77 號

電話：(04)6631635

排版／ 龍虎電腦排版股份有限公司

製版／ 和鑫照相製版有限公司

印刷／ 容大印刷有限公司

裝訂／ 乙順裝訂廠

中華民國 86 年 11 月初版一刷

中華民國 88 年 11 月初版二刷

ISBN 957-11-1467-7

基本定價 13.6 元

(如有缺頁或倒裝，本公司負責換新)

6th Edition

Social Psychology

in the '90s

Copyright © 1993 by Brooks/Cole Publishing., A Division of International Thomson Publishing Inc.

Chinese translation copyright © 1997 by Wu Nan Book Company, Ltd.

All Rights Reserved

原書序言

近一百年來，社會心理學一直企圖了解人們如何、為何影響他人。某些早期對社會行為的解釋至今仍適用，有些解釋則有了相當大的改變，也有些解釋已經完全被放棄。在本書的每一版中，我們都強調改變是社會心理學的常數之一這樣的概念。

社會心理學的基礎是一「事實」，是關於每個人影響其他人，也被其他人的思想、感覺和行為所影響。在一九九〇年代，為了嘗試了解這個看起來很簡單的觀察結果是如何以及為什麼會發生，認知的重要性再次被強調了；自我概念中個人的、社會的和物理元素的統合被確認了；而且許多差異很大的研究方法和場所間不容爭議的關聯被證明了。

第六版（指英文版，以下所提到的版次皆同）的社會心理學在其現代的基礎上反映了領域的擴展。在第四章中，社會知識經由許多方法被呈現和介紹，並將會納入其他合適的章節中。同樣地，自我與他人的互動會在第三章介紹，但這個議題並不限於這一章中。像紮根研究等方法發展的聚合也有相當的進展，但傳統的實驗法仍是驗證假設的主流。從第一章社會心理學家專業性的活動開始，研究的中心地位是本章始終強調的。最後，社會心理學如何在健康、法律和商業等日常生活的活動中運作，我們也會用例證研究加以說明。

本版的每一章，幾乎是每個案例都經過校訂。大約有二千本參考文獻代表近代的研究和理論、它們的歷史背景以及限制。主要的結構改變是將相關議題統合成較少的章節。例如在前幾版中，領導行為的題材是分散的章節，在這一

版中，我們將它併入第十二章「團體內行爲」。就像在前幾版中一樣，每一章都是獨立的單元，教師可以按照他們自己的需求自行發展教學的順序。爲了鼓勵這種彈性，部分的名詞索引會在某些章節重複出現，並且常常會在不同章節間，進行交互參照的討論。

就像在前幾版一樣，我們企圖讓學習的歷程更有效、更吸引人。每一章都有開場白，最後也有摘要。重要的名詞我們會用粗體字標明，並在名詞索引的部分加以定義。

就像過去一百年社會心理學的研究者已經發展了許多足以做爲本書基礎的題材一樣，老師和學生同樣幫忙建立了本書的範疇。我們知道你將從這些貢獻中受益。我們希望這本書能夠帶給你一些挑戰與刺激，是這些挑戰與刺激讓我們當初建立並維持對社會心理學的涉入。或許你們某些人會投身這個行列，並爲社會心理學的第二個一百年貢獻你自己。

► 申謝

當社會心理學不斷地演化時，貢獻者的名單也越來越長。在過去二十年中，上百——或許有上千——人幫助我們塑造了這本書。學生填寫的問卷包含在此書中，教授提供書寫的評論以及個人的談話，許多在 Brooks/Cole 工作的編輯和生產部門的人也致力良多。無疑地，本書應視爲這些不同貢獻的結果。

當我們再版本書時，我們要求許多同事給與建議。他們的建議不論我們有否採用，都對於我們決定如何呈現今日社會心理學正確而且吸引人的面貌有所影響。對於這些幫助，我們要感謝以下這些人：Karin Ahim, DePauw University; Galen Bodenhausen, Michigan State University; Paul D. Cherulink, Southeast Missouri State University; Aaron Cohen, California State University, Long Beach; Michael Conn, City University of New York; Robert Croyle, University of Utah; Rachel Ann Foster, Central Michigan Universi-

ty; Mary Kite, Ball State University; Christopher Leone, University of North Florida; Glenn Littlepage, Middle Tennessee State University; Jacqueline Pope-Tarrence, Western Kentucky University; Christopher Grace, Biola University; Nancy Rhodes, Texas A&M University ; Phillip R. Shaver, S.U.N.Y. at Buffalo; and Russ Veitch, Bowling Green State University.

本書幾乎是在 Charles Boorman、Melissa Burgamy、Marcus Durham 和 Lisa Fulford 等人註冊就讀 Mercer 大學時寫就的。他們對於社會心理學深厚的興趣表現在做為研究生的觀點以及做為研究助理的貢獻，這不是用少數幾個字可以適當地描述的。我們也極感謝 Virginia Cairns 的專業與合作。身為 Mercer 大學圖書館的參考圖書管理員，她搜尋參考文獻的能力是無與倫比的。

Brooks/Cole 工作人員的熱忱與奉獻，一直是激勵與樂趣的來源。許多在 Brooks/Cole 家庭中的人都是本書的一部分，雖然他們可能未直接參與最新版本的製作。此時我們要特別酬謝某些人，Claire Verduin 與 Marianne 這兩位編輯的聯手，先後對於這本書的一貫性和獨創性有很大的貢獻。

Gay Bond 和 Heather Graeve 讓編輯作者和書評家間的溝通，平順地驚人。而手稿成書的速度也反映了著作編輯 Penelope Sky 驚人的才能。

對所有這些人，以及未能在此列名的其他人，我們由衷感謝。

Kay Deaux

Francis C. Dane

Lawrence S. Wrightsman

心理學的目的，是讓我們對最熟知的事情有一個全然不同的觀點。

~Paul Valery

找出簡單性，並質疑之。

~Alfred North Whitehead

目 錄

原書序言

Chapter 1

社會行為的歷史與系統 社會心理學史／4

社會心理學中的諸理論／8

角色理論／10

基本假設與概念 11

對社會心理學的貢獻 13

學習理論／15

基本假設與概念 16

對社會心理學的貢獻 17

認知理論／21

基本假設與概念 22

對社會心理學的貢獻 25

觀點間的比較／26

社會心理學家做些什麼／29

摘要／31

關鍵字／32

Chapter 2

35

社會行為的研究方法

研究假設／36

驗體假設 39

社會心理學研究中的主要方法／42

實驗研究 43

準實驗研究 49

實地研究 52

文獻研究 52

模擬研究 59

調查研究 62

選擇研究方法 66

簡單的統計／68

研究的倫理／71

摘要／75

關鍵字／75

Chapter 3

79

自我

自我的本質／80

自我發展的理論 81

自我概念的結構 82

自我定義的影響 87

覺知到自我 / 91

自我知覺論 92

自我覺知的狀態 93

自我覺知中的個別差異 98

自我的處置 / 99

自尊 99

經驗情緒 101

探索自我 103

涉及到其他人 / 110

呈現自我 110

自我呈現的目的 111

自我設障與BIRGing 115

自我呈現的個別差異 120

摘要 / 125

關鍵字 / 126

Chapter 4

129

了解他人

形成他人的印象 / 131

身體外貌 131

性情特質 134

正確性的問題 137

組織印象 / 140

內隱人格與社會理論 141

基模、原型與劇本 144

刻板印象 148

社會認知的歷程／154

最初的分類 154

肯定偏誤 157

再分類 159

訊息統合 159

錯誤與偏誤 161

解釋行爲：因果歸因／163

共變與因果基模 164

對應推論 168

成功與失敗的原因 174

正義世界的信念 176

摘要／178

關鍵字／179

Chapter 5

183

人際溝通

溝通的意義／184

溝通的管道／186

語言和副語言 187

凝望 189

臉部表情 194

身體動作與姿勢 201

碰觸 202

人際距離 204

結合管道 205

溝通的型式 / 206

溝通的基本層面 207

均衡與喚起模式 207

會話型態 210

親密關係中的會話 213

欺騙的溝通 / 215

說謊的方式 216

識破欺騙 217

溝通與社會互動 / 219

摘要 / 224

關鍵字 / 225

Chapter 6
態度的本質

態度的歷史 / 230

態度的定義 231

態度的元素 232

態度的測量 233

態度的形成 / 236

對態度對象物的直接經驗 237

父母及同儕團體 239

媒體影響 241

態度的結構與功能 / 242

複雜度與價值 243

態度如何相互關聯 245

態度和訊息 247

態度和行爲 / 248

什麼是態度？什麼是行爲？ 248

規劃行爲理論 251

態度如何影響行爲？ 254

推論 vs. 自發 256

摘要 / 258

關鍵字 / 260

Chapter 7

263

說服與態度改變

態度改變的理論 / 265

社會判斷理論 266

平衡理論 269

認知失調論 273

功能論 280

態度改變的歷程 / 282

序列模式 283

平行模式 285

說服的元素 / 288

來源 290

信息 292

情境 296

接收者 297

對說服的抗拒 / 300

預期的態度改變 300

抗拒 301

預防注射 302

摘要 / 305

關鍵字 / 307

Chapter 8

311

社會影響與個人控制

從眾 / 314

Asch 和 Sherif 的情境 314

人們為何從眾? 315

影響從眾的原因 319

從眾行為中的個別差異 320

順從 / 321

腳在門內效應 321

門在臉上效應 323

低球程序 324

誘惑 325

順從的通則 326

服從 / 330

破壞性服從的實驗室研究 330

對服從研究的批評 333

控制感 / 335

控制錯覺 336

控制信念的結果 339

控制知覺的個別差異 341

失去控制的反應／342

抗拒理論 343

習得無助感 345

自我引發的依賴 347

摘要／349

關鍵字／351

Chapter 9

353

親和、吸引力與愛

單獨或結合／354

寂寞 354

親和的理由 358

親和的型式與社會網絡 360

吸引力／362

最初的吸引力基礎 363

吸引力的理論模式 371

發展關係／375

友誼 375

愛的概念與測量 378

伴侶的選擇 384

愛的發展階段 385

愛的結束／388

分手非易事 389

不公平與暫時性 392

婚姻與離婚 394

摘要 / 396

關鍵字 / 397

399

Chapter 10

攻擊與暴力

攻擊與人類的天性 / 400

攻擊的定義 401

攻擊的生物性解釋 402

攻擊的社會性解釋 405

生物學與學習 407

影響攻擊的條件 / 408

挫折 408

攻擊線索：武器效應 410

普遍性激動 413

口語及身體襲擊 414

第三者的煽動 417

去個人化 418

藥物 420

環境的條件 421

憤怒在攻擊中扮演的角色 425

攻擊行為中的個別差異 427

暴力與大眾媒體 / 429

電視暴力與兒童的攻擊行為 430

色情暴力影片以及對女性的攻擊 433