

David G. Myers

【美】戴维·迈尔斯 著  
乐国安 侯玉波 郑全全 译

看不见的  
影响力

 人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

# 看不见的影响力

【美】戴维·迈尔斯 著

乐国安 侯玉波 郑全全 译

人民邮电出版社

北 京

## 图书在版编目(CIP)数据

看不见的影响力 / (美) 迈尔斯 著; 乐国安, 侯玉波, 郑全全 译.

- 北京: 人民邮电出版社, 2012.9

ISBN 978-7-115-29033-5

I. ①看… II. ①迈… ②乐… ③侯… ④郑… III. ①社会心理学—研究 IV. ①C912.6  
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 169984 号

David G. Myers

**Social Psychology, 8th Edition**

ISBN 0-07-297751-5

Copyright © 2005 by McGraw-Hill Companies, Inc.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese Adaptation is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and Posts & Telecom Press.

This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2012 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and Posts & Telecom Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播,

包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字改编版由麦格劳·希尔(亚洲)教育出版公司和人民邮电出版社合作出版。此版本经授权仅限于中华人民共和国境内(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区)销售。

版权 © 2012 由麦格劳·希尔(亚洲)教育出版公司与人民邮电出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司和人民邮电出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

北京市版权局著作合同登记号: 01-2012-3258

## 看不见的影响力

- ◆ 著 [美] 戴维·迈尔斯  
译者 乐国安 侯玉波 郑全全  
策划 刘力 陆瑜  
责任编辑 刘冰云 王伟平
- ◆ 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 电子邮件 315@ptpress.com.cn  
网址 <http://www.ptpress.com.cn>  
电话 (编辑部) 010-84937150 (市场部) 010-84937152  
(教师服务中心) 010-84931276  
三河市李旗庄少明印装厂印刷  
新华书店经销
- ◆ 开本: 880×1230 1/32  
印张: 9.25  
字数: 178 千字 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-29033-5/F

定价: 28.00 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

英国古典经济学家亚当·斯密在《国富论》中曾提到在经济活动中，正是市场——这只无形的“看不见的手”，调节着供给与需求，促进经济健康发展。同样，在社会生活领域，也存在着影响我们而我们却不自知的力量。这些力量是什么，有多强大？本书重点介绍这些看似无形却又影响我们的信念、推动我们行动的力量，包括违心地附和他人意见的从众行为；说服他人的基本原理及影响说服效果的各种无形手段；群体情境对个体行为的无形影响、群体极化、群体思维等内容。

本书改编自戴维·迈尔斯的畅销教材《社会心理学》（第8版）。为了更贴近读者，让更多的人接触到优秀的心理学成果，书中剔除了原著中过于学术性的内容和元素，撷取了读者感兴趣的有意思的主题，增添了一些插图、引言、注释，图文并茂地向读者介绍了当今社会心理学家对社会影响的科学研究。

本书献给每一个希望更好地认识自己，了解社会，关注社会发展的人！



# 目 录

从 众	11
<b>1</b> 从众的经典研究	17
谢里夫的规范形成研究	18
阿施的群体压力研究	25
米尔格拉姆的服从实验	30
影响人们服从的因素	37
对经典研究的反思	44
<b>2</b> 预测从众的因素	60
群体规模	61
一致性	62
凝聚力	64
地 位	67
公开的反应	69
事前承诺	69

## 6 目 录

<b>3</b>	影响个体从众的因素.....	74
	规范影响和信息影响.....	75
<b>4</b>	从众的个体差异.....	80
	个 性.....	81
	文 化.....	86
<b>5</b>	抵制从众的社会压力.....	89
	逆 反.....	90
	坚持独特性.....	92
	个人后记：因为你是社区中一员.....	97
	<b>说 服.....</b>	<b>101</b>
<b>6</b>	说服的路径.....	108
	中心路径.....	110
	外周路径.....	111

<b>7</b>	<b>说服的要素</b> .....	115
	说服者：信息的传达方.....	116
	说服内容：信息特点.....	125
	说服渠道.....	144
	说服对象：信息的接受方.....	153
<b>8</b>	<b>现实生活中的说服：邪教的洗脑方法</b> .....	164
	态度依从行为.....	169
	邪教有说服力的因素.....	171
	群体效应.....	174
<b>9</b>	<b>抵制说服的方法</b> .....	178
	加强个人承诺.....	179
	现实生活中的应用：免疫计划.....	183
	态度免疫的意义.....	189
	个人后记：开明但不幼稚.....	191



群体影响	193
<b>10</b> 社会助长作用：他人在场的影响	197
纯粹他人在场	198
拥挤现象：众多他人在场	204
他人在场引起唤醒的原因	207
<b>11</b> 社会懈怠：群体中的个体减少努力	213
人多未必力量大	214
日常生活中的社会懈怠	219
<b>12</b> 去个体化：群体中的个体失去自我感	224
法不责众：群体失控	225
弱化自我意识	235
<b>13</b> 群体极化：群体对个体观点的强化	238
“风险转移”的案例	239
群体讨论对个体观点的强化	242
对极化的解释	250

<b>14</b>	<b>群体思维：群体对决策的影响</b> .....	257
	群体思维的症状表现.....	260
	对群体思维的批评.....	266
	预防群体思维.....	271
	群体问题解决.....	274
<b>15</b>	<b>少数派影响：个体对群体的影响</b> .....	278
	一致性.....	280
	自信.....	281
	从多数派中叛离.....	282
	领导是否属于少数派影响.....	285
	个人后记：群体的利弊.....	289
	<b>编者后记</b> .....	291



# 从 众

圣人与众同欲，是以济事，子盍从众？

——《左传·成公六年》

社会带来的压力是我们道德价值的重要支柱。

——华盛顿大学社会学教授

埃齐奥尼

《社会精神》，1993年

假设我们看到这样的场景：大街上有个人一下公交车就疯狂地跑起来，也许是他与情人约会迟到了，也许是着急参加一场重要的

会议。不管什么原因，反正他在大街上向东狂奔而去。另一个人也跑了起来，这可能是个兴致勃勃的报童。第三个人，一个有急事的肥胖绅士，也小跑起来……十分钟之内，这条大街上所有的人都跑了起来。嘈杂的声音逐渐清晰了，可以听清“大堤”这个词。“决堤了！”这充满恐怖的声音，可能是电车上一位老妇人喊的，或许是一个交警说的，也可能是一个男孩子说的。没有人知道究竟是谁说的，也没有人知道真正发生了什么事。但是，大街上 2000 多人都突然奔逃起来。“向东！”人群喊叫了起来。东边远离大河，东边安全。“向东去！向东去！”……

这一从众的场面引发我们思考以下一系列问题：

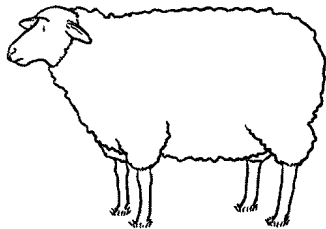
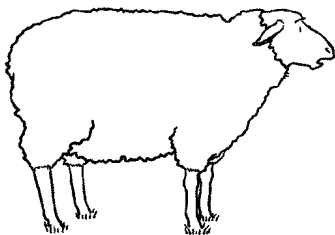


- 群体由具有不同特点的个体组成，为什么他们的行为常常如此一致？
- 人们在什么样的情境下，会表现出从众行为？
- 哪些人更可能表现出从众行为？
- 哪些人更可能抵制从众的压力？
- 从众是否就代表着唯唯诺诺？从众是否包含有“群体团结性”和“社会敏感性”的成分？

先让我们回答最后一个问题。从众有益还是有害？这个问题并没有绝对的答案。但是，就大多数人共同的价值观而言，从众有时有害（有些人因为从众而酒后开车或参加种族歧视活动），有时有益（从众可以阻止人们在剧院排队买票时插队），有时却又无关紧要（例如网球运动员喜欢穿白色球衣）。

“从众”一词其实并不含有消极的价值判断。如果某位美国人偶尔听到有人说他是一个“彻头彻尾的从众者”，他会有什么感受？可能会有受伤感，因为西方文化并不赞赏屈从于同伴压力。所以，北美和欧洲的社会心理学家给从众贴上了消极的标签（顺从、屈从、服从），而不是赋予积极的含义（社会敏感性、反应性、团队合作精神），这反映的是他们的个人主义文化。

在日本，与其他人保持一致不是软弱的表现，而是自我控制、宽容和成熟的象征。兰斯·莫罗观察发现，“无论在日本的什么地方，



GREGORY

“当然，提醒你，我跟随大众——并非盲目地  
服从，而是发自内心地对社区观念的持久尊重和敬拜。”

你都可以体验到一种难以名状的平静感，这种平静来自人们确切知道彼此之间的相互期待。”

我们会根据道德选择符合自己价值观和判断的标签（这里标签是指为了区分事物而给出的说明性的称谓——编者注）。对少数投票反对伊拉克战争的立法者，人们把他们看成是“独立的”和“内控的”人，但是对少数投票反对公民权利的立法者而言，人们把他们看成是“反动的”和“自我中心的”人。标签既能描述事物，也能评价事物，它无处不在。不用标签，我们便无法讨论从众行为。所以，我们先要弄清楚下列标签的含义：从众、顺从和接纳。

从众不仅仅是与其他人一样地行动；还指个人受他人行动的影响。从众不同于你独自一人时的行动。因此，从众是指根据他人而





做出的行为或信念的改变。作为人群中的一分子，当你为一个赢得比赛胜利的漂亮进球而起立欢呼时，你是否受到从众的影响？当你和其他人都认为，女性留长发要比留短发好看时，你是否受到从众的影响？答案并不确定。个人是否从众的关键是，当你脱离群体时，你的行为和信念是否仍保持不变。如果球场上只有你一个球迷，你会起立欢呼吗？

从众有多种表现形式。我们先考察两种行为：顺从和接纳。有时我们会顺从某种期望或要求，但并不真正喜欢这样做。我们有时会穿礼服打领带，尽管自己并不喜欢这样。这种靠外在力量而表现出的从众行为叫做顺从。我们之所以顺从，主要是为了得到奖励或避免惩罚。如果我们的顺从行为是由明确的命令所引起的，那么我们称它为服从。

有时我们真的相信群体要求我们所做的事情理所当然。我们会和成千上万的人一样喝牛奶，因为我们认为牛奶有营养。这种真诚的、内在的从众行为叫做接纳。有时，接纳会紧跟顺从，这就像态度会紧跟着行为发生变化一样。如果我们觉得要对自己的行为承担责任，那么我们通常会赞成自己所坚持的行为。