

<<看不见的影响力>>

图书基本信息

书名：<<看不见的影响力>>

13位ISBN编号：9787115290335

10位ISBN编号：7115290334

出版时间：2012-9

出版时间：人民邮电出版社; 第1版

作者：戴维·迈尔斯

页数：294

字数：178000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<看不见的影响力>>

### 内容概要

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。

《看不见的影响力》改编自戴维·迈尔斯的畅销教材《社会心理学》（第8版）。

戴维·迈尔斯以其“

科学的严谨性兼具人性温暖”的写作风格，向我们展现了社会影响力这一激动人心的领域。

全书分为三个主题，“从众”介绍了从众的经典研究、预测因素、影响因素，分析了从众的个体差异，探讨了抵制从众的方法。

“服从”介绍了说服的路径、要素，分析了邪教的洗脑手段，探讨了抵制说服的方法。

“群体影响”比较了两种相反的社会作用：社会助长和社会懈怠，分析了去个性化现象，探讨了群体极化和群体思维对决策的影响等。

为了更贴近读者，让更多的人接触到优秀的心理学成果，我们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、脚注，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。

《看不见的影响力》论述精练生动，编排图文并茂，语言雅俗共赏，是社会影响方面难得一见的经典之作。

《看不见的影响力》内容丰富，不仅涵盖了西奥迪尼《影响力》关于说服的主要内容，而且还囊括了从众、群体思维等因素，并且论述更为精练生动、权威深刻。

兼具科学性与可读性，戴维·迈尔斯的文笔优美睿智，既适合社会心理学相关领域的专业人士阅读，即使对于没有心理学背景的读者，读起来也是引人入胜、发人深省的。

## <<看不见的影响力>>

### 作者简介

戴维·迈尔斯

当今版税收入最高的心理学家，在美国Hope College担任了30余年心理学教授。

作为一名杰出的研究者，他因对群体极化的研究获得了美国心理学会颁发的高尔顿·奥尔波特奖。迈尔斯曾在30多种科学期刊上发表过论文，包括世界顶级学术刊物《科学》。

他所撰写的《心理学》和《社会心理学》均是各自领域最畅销的教科书，全球1200多万学生在用它来学习心理学。

译者简介：

乐国安

1946年生，现为南开大学社会心理学系主任、教授、博士研究生导师，享受国务院特殊津贴专家，教育部高等学校心理学教学指导委员会委员，兼任中国心理学会副理事长，中国社会心理学会理事长、社会心理学专业委员会主任、国际心理学家委员会(ICP)

会员、美国心理学会外籍会员。

《心理学报》和《心理学探新》编委、《社会心理研究》副主编、《心理与行为研究》副主编。

侯玉波

1968年生，北京大学心理学系副教授。

中国社会心理学会常务理事、副秘书长；中国心理学会人格心理学专业委员会副主任，社会心理学专业委员会委员；北京心理学会理事，北京市社会心理学会副理事长。

北京大学人格与社会心理学研究中心及北京大学—香港青年协会青少年发展研究中心秘书长。

主要研究领域包括人格与社会心理学、文化心理学、跨文化比较和领导研究。

郑全全

1948年生，浙江大学应用心理学研究所教授，博士生导师。

目前为浙江省行为科学学会副会长，浙江省社会心理学会副会长，浙江省心理学会理事。

全国社会心理学会副理事长，全国心理学会会员。

承担过国家自然科学基金项目及省部级项目多项。

## <<看不见的影响力>>

### 书籍目录

#### 从众

##### 1 从众的经典研究

谢里夫的规范形成研究

阿施的群体压力研究

米尔格拉姆的服从实验

影响人们服从的因素

对经典研究的反思

##### 2 预测从众的因素

群体规模

一致性

凝聚力

地位

公开的反应

事前承诺

##### 3 影响个体从众的因素

规范影响和信息影响

##### 4 从众的个体差异

个性

文化

##### 5 抵制从众的社会压力

逆反

坚持独特性

个人后记：因为你是社区中一员

#### 说服

##### 6 说服的路径

中心路径

外周路径

##### 7 说服的要素

说服者：信息的传达方

说服内容：信息特点

说服渠道

说服对象：信息的接受方

##### 8 现实生活中的说服：邪教的洗脑方法

态度依从行为

邪教有说服力的因素

群体效应

##### 9 抵制说服的方法

加强个人承诺

现实生活中的应用：免疫计划

态度免疫的意义

个人后记：开明但不幼稚

#### 群体影响

##### 10 社会助长作用：他人在场的影响

纯粹他人在场

拥挤现象：众多他人在场

## <<看不见的影响力>>

他人在场引起唤醒的原因

11 社会懈怠：群体中的个体减少努力

人多未必力量大

日常生活中的社会懈怠

12 去个体化：群体中的个体失去自我感

法不责众：群体失控

弱化自我意识

13 群体极化：群体对个体观点的强化

“风险转移”的案例

群体讨论对个体观点的强化

对极化的解释

14 群体思维：群体对决策的影响

群体思维的症状表现

对群体思维的批评

预防群体思维

群体问题解决

15 少数派影响：个体对群体的影响

一致性

自信

从多数派中叛离

领导是否属于少数派影响

个人后记：群体的利弊

编者后记

## &lt;&lt;看不见的影响力&gt;&gt;

## 章节摘录

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：1、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？

- 2、人们在什么样的情境下，会表现出从众行为？
- 3、哪些人更可能表现出从众行为？
- 4、哪些人更可能抵制从众的压力？
- 5、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，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。

## <<看不见的影响力>>

所以，我们先要弄清楚下列标签的含义：从众、顺从和接纳。  
&hellip;&hellip;

## <<看不见的影响力>>

### 媒体关注与评论

戴维·迈尔斯能将严谨、复杂的心理科学知识，阐释得如此准确、生动，恐怕当今无人能出其右。

——菲利普·津巴多 《心理学与生活》作者 美国心理学会前主席这本书是少数几本真正把各个学科的相关论述与社会心理科学有关人际冲突的理论和发现结合起来的论著，即使是没有心理学背景的读者也会发现这本书的内容和描述引人入胜、发人深省。

——彭凯平教授 清华大学心理学系系主任 美国加州大学伯克利分校心理学系终身教授当我最初应邀撰写本书时，我立刻想到此书应该具有坚实的科学性和温暖的人性，具有事实精确性和智力启发性。

作为作者，传播这门学科的知识对我来说是一件很快乐的事。

如果我的礼物给你带来了任何的愉悦、激励和充实感的话，我的快乐就会倍增。

——《看不见的影响力》作者 戴维·迈尔斯



## <<看不见的影响力>>

### 编辑推荐

1. 人多一定力量大吗？
2. 如何才能有效地说服他人？
3. 什么样的广告最能打动消费者？
4. 哪些神秘的力量会影响你违心地从众？
5. 为什么有些人对邪教和传销深信不疑？
6. 他人在场观察究竟是促进还是妨碍你的行为？
7. 紧密团结的群体为什么在决策时反而更容易犯错误？
8. 希特勒究竟是特例还是共性，每个人都有可能变成希特勒吗？
9. 为什么球迷独处时很可爱，但集结在一起就会走极端，频频爆发暴力冲突？
10. &hellip;&hellip; 这些问题都能在书中找到答案！

海报：

<<看不见的影响力>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>