

Chapter 11

社會行為



內文精析

一、社會心理學導論

(⇒)社會心理學 (social psychology) 的定義：社會心理學意指探討個人的行為與心理歷程如何受到他人之真實、暗示或想像存在所影響。

社會行為的分析層次包括下列三種：

1. 社會層次：通常是社會學家、政治學家和經濟學家所採用的分析層次，主要的解釋因素為社會學因素，例如階層、政策、生產技術等，分析單位為社會整體。
2. 個人層次：通常是人格心理學家和臨床心理學家所採用的分析層次，主要的解釋因素為個人的獨特特質，例如早期經驗、特質、自我概念等，分析單位為個體。
3. 人際層次：通常是社會心理學家所採用的分析層次，主要的解釋因素為人際互動因素，例如社會環境、人際關係，分析單位為兩人以上的關係。

(⇒)社會心理學的理論基礎：

1. 學習理論：學習的定義是指經由練習而使個體在行為或行為潛能上產生持久改變的歷程。

對社會心理學的意涵：個人的社會行為與心理歷程是學習而來的結果，也就是受到環境所塑造。

2. 認知理論：認知理論與學習理論的差異在於強調目前對環境的知覺，以及個體所知覺和解釋而得的「主觀」情境。
對社會心理學的意涵：個人的社會行為與心理歷程不僅受到環境所塑造，而且也是主動處理社會訊息之後的結果。
3. 動機理論：對社會心理學的意涵——個人的社會行為與心理歷程是為滿足需求或動機而產生的。
 - (1)三種需求理論：馬克里蘭（McClelland）提出三種需求：
 - ①成就需求：意指個人對於自己認為重要或者有價值的工作，不但願意去做，而且力求達到完美地步的內在心理歷程。
 - ②權力需求：意指個人想要影響或支配別人或生活事件的內在心理歷程。
 - ③親和需求：意指個人與他人親近，建立和諧關係的內在心理歷程。
 - (2)社會行為的兩種基本需求：由Aronson、Wilson和Akert等人提出。
 - ①追求準確性的需求：人們希望正確地解釋並預測周遭環境當中的事件。
 - ②自尊需求：人們希望確認自己是正常、有能力、值得尊敬、形象良好的人。
4. 損益分析：對社會心理學的意涵——個人的社會行為與心理歷程是出於對行為後果之得失的分析。
 - (1)理性決策理論（rational decision-making theory）：假定人是理性的決策者，在估計不同行動的利益和損失之後，以理性方式選擇最好的行動。此類型的代表性理論之一稱為預期價值理論（expectancy value）。預期價值理論根據兩個因素來預測社會行為：其一是個體做出某種行為之後，可能達到預期結果的機率，其二是行為結果對於個體而言的價值。個體在做決策時，會將各種行動之預期乘以結果，然後挑選最佳的行動。

- (2)社會交換理論：社會交換理論將人際互動視為一連串理性決策的結果，亦即人際互動是為了彼此交換資源。個人會選擇可以帶來最大結果的對象，跟他維持關係。
5. 社會學理論：對社會心理學的意涵——以社會學因素解釋社會行為與心理歷程的發生。
- (1)符號互動論：個人對於社會情境的定義及自我概念是在人際互動的過程中所創造出來的產物。
- (2)社會規範及角色：規範意指團體中所有成員均應遵循的規則和行為預期；角色意指在團體之中特殊位置所附有的規範、權利及義務，也就是特定位置的人所應遵循的規範。
6. 生物學理論：個人的社會行為與心理歷程具有生物學基礎，或者是某些生理歷程的產物。
- (1)社會生物學：探討社會行為的生物學基礎。
- (2)演化心理學：社會行為有助於個體生存及種族延續，亦即具有演化的價值。

二、社會認知

(→)基模：基模是指個人對某種人、事、物的一套有組織的信念和感受，包含對特定對象的知識與具體例子。基模是存在於腦中的認知架構，負責彙整各種主題的訊息。

1. 基模的類別：

- (1)自我基模 (self schema)：對自己的整體看法。
- (2)人基模 (person schema)：對某個特定人物的知識與感受。
- (3)特定類型之人物的基模：由某些性格特徵所形成的原型 (prototype)。
- (4)角色基模 (role schema)：則是對某種特定角色之行為的預期。
- (5)團體基模 (group schema)：對特定團體之成員的知識與感受，刻板印象 (stereotype) 就是其中的例子。
- (6)事件基模 (event schema)：又稱為腳本 (script)，是對某事