

* 羅密歐與茱麗葉式的愛情：Brehm心理抗拒理論（theory of psychological reactance）。

(四) 人際衝突（攻擊）：

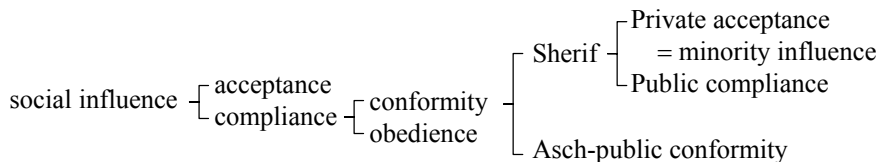
1. Dollard et. al：挫折攻擊假說。
2. Zillman & Cantor：無端挫折引發攻擊。
3. Bandura：觀察學習。
4. Berkowitz：
 - (1) 第一階段因挫折引發負面情緒。
 - (2) 第二階段因有工具而產生攻擊。
5. Zimbardo：去個人化作用。

四、社會影響（social influence）

社會影響包括從眾、順從和服從等，Karylowski提出兩種規範的類型：

1. 助人規範（norm of aiding）：幫助依賴、依靠者。
2. 社會責任規範（norm of social responsibility）：給予規範、公平規範。

(一) 定義：指因人際間的互動而產生態度或行為的改變，因程度上的不同，又可分為接受與順從，順從（compliance）係指當一個人改變行為或態度的表達，但並未完全接受改變態度，又可分為兩種：從眾（conformity）與服從（obedience）。兩種從眾則是私下接納（private acceptance）、公開順從（public compliance）。



(二) 角色與規範（role & norm）：Haney & Zimbardo的Stanford Prison Experiment指出去個人化作用（deindividuation）。

(三)從眾 (conformity)：在社會情境下，個體自願其個人行為受團體或社會規範的約束，而遵從多數他人的意見與態度。

1. 規範的結晶 (norm-crystallization)：自動移動效應 (autokinetic effect, Sherif)，私下接納 (private acceptance)：少數人影響 (minority influence)。

* Sheriff (1936) 的自動效應實驗，可說是資訊性社會影響的典型研究，說明了別人如何成為資訊的來源。

(1) 實驗目的：製造一種曖昧不明的狀況，正確的狀況對參與者而言會顯得不清楚時的判斷因素。

(2) 實驗——第一階段：

① 受試者獨坐在暗房中，集中注意力於十五呎遠的一個燈光，然後估計燈光移動的距離。

② 此燈光看起來像是在移動，是因為沒有一穩定的參照點來固定燈光的位置，造成視覺上的錯覺。此現象即所謂的自動效應 (autokinetic effect)。

③ 不同人感受到各種不同的亮光移動距離，過一段時間後，個人感受的移動距離就會固定。

④ 因此，有些人認為亮光只移動0.5英吋，有些人則認為移動了十英吋。

實驗——第二階段：

① 幾天後，未曾經歷過第一階段的實驗參與者會和另外兩個曾經歷過第一階段的人配成一組。三個人必須說出對燈光移動的判斷結果。

② 結果指出，每個人都會以別人的意見作為資訊的來源，並相信團體的意見是正確的。

③ 造成估計結果一致性的主要特性有二：

A. 私下接納 (private acceptance)，因真正地相信他人所言所行的正確性而順應他人的行為。

B. 公開順從 (public compliance)，在公開場合順應他人的

行爲，但私底下不見得相信他們的所言所行。

(3)結論：在缺乏實際資料的依據下，贊同別人判斷的現象非常強烈。與別人作一致的判斷少拿他人之判斷作為自己估計時的參考是合理的。

2. Asch的實驗（以6~8人為一組）：簡單線條判斷（simple line judgment）－公開從眾（public conformity）：多數人影響（majority influence）。

(1)從眾的原因：

①缺乏訊息：他人也是獲得資訊的來源，且在不明情境下會認為他人可能掌握較多訊息。

②害怕成為圈外人：每個人皆希望成為團體中的一份子，害怕被團體拒絕。

(2)影響因素：①團體規模：3~4人、②聚合度：向心力、③社會地位：中等社會階級最會服從、④文化特質：集體主義、⑤團體常模一致性、⑥性別、⑦性格。

3. 降低從眾的方法：

(1)異議者。

(2)被告知高社會期望值。

(3)Hollander的特立獨行信用（idiosyncrasy credits）：其係指一個人因長期服從團體規範而獲得的信用；一個人如果累積了足夠的特立獨行信用，便能夠偶爾偏離正軌而不會遭受團體的報復。

(4)Moscovici認為，個人或團體的少數，還是可以影響多數人的行爲或信念，這稱為少數的影響（minority influence）。而關鍵就在於表達持續一致、不動搖的意見。

4. 團體動力學（group dynamics）：Lewin認為領導人的性格不會影響團體的關鍵，而是領導風格。

* Mullen：假共識效應（false consensus effect）。

過度高估自己的信念、意見以及態度的普遍性。