

Czesław Parka
WPLYW SPOŁECZNY
Elementy psychologii społecznej

**Książka napisana pod auspicjami
Wydziału Administracji WSGE**



Wydawnictwo Wyższej Szkoły Gospodarki Euroregionalnej
im. Alcide De Gasperi w Józefowie
Józefów 2006

Spis treści

Rozdział I. Zagadnienia wstępne	7
I.1. Wpływ społeczny jako przedmiot psychologii społecznej	13
I.2. Proces psychiczny	15
I.3. Miejsce psychologii społecznej wśród innych nauk pokrewnych	17
I.4. Metody badawcze	18
Rozdział II Interakcje społeczne	23
II.1. Co to jest spostrzeganie?	24
II. 2. Błędy i efekty spostrzegania	28
Rozdział III. Samoocena	35
III.1. Struktura samooceny	35
III. 2. Cecha samooceny	36
III.3. Stan samooceny	37
III.4. Samoocena a atrybucje przyczyn sukcesu i porażki	38
III.5. Kultura i świadomość zagrożeń a samoocena	40
III.6. Wpływ sposobu myślenia na samoocenę	42
Rozdział IV. Wpływ społeczny	45
IV.1. Wpływ normatywny a informacyjny wpływ społeczny	47
IV. 2. Determinanty konformizmu	52
IV.3. Czynniki nasilające lub osłabiające konformizm	60
IV.3.1.Czynniki skłaniające do konformizmu:	61
IV.3.2.Czynniki osłabiające konformizm.	65
IV.4. Nagrody i kary a wpływ informacyjny	67
IV.5. Uniwersalna klasyfikacja reakcji na wpływ społeczny	69
IV. 6. Prywatna akceptacja a publiczny konformizm	73
Rozdział V. Posłuszeństwo jako reakcja na wpływ autorytetu	75
V.1. Badania nad posłuszeństwem	76
V.2. Obojętność na cierpienie i poczucie pomocy	78
V.3. Wsparcie społeczne	81
Rozdział VI. Zasady i techniki wpływu społecznego	85
VI.1. Zasady wpływu społecznego	85
VI.2. Techniki wpływu społecznego	90
Rozdział VII. Strategie wpływu społecznego - perswazja i propaganda	95
VII.1. Perswazja a propaganda. Podobieństwa i różnice	96
VII.2. Propaganda a wolność słowa	97

VII.3. Perswazja wczoraj i dziś	97
VII.4. Współczesna propaganda.....	98
Rozdział VIII Postawy efekt wpływu społecznego.....	101
VIII.1. Opinia a postawa	101
VIII.2. Struktura postaw. Definicje	102
VIII.3. Wymiary postaw.....	105
VIII. 4. Źródła postaw	109
VIII.5. Postawy oparte na emocjach	110
VIII.7. Postawy a zachowania. Kontrowersje	114
Rozdział IX. Zmiany i modyfikacja postaw.....	121
IX.1. Kto mówi? - Źródło przekazu (nadawca)	124
IX.2. Co i jak mówi? - Charakter przekazu.....	130
IX.2.1. Kilka uwag o sile argumentacji.....	132
IX.2.2. Przekazy o argumentacji jednostronnej lub dwustronnej.	133
IX.2.3. Przekazy o treści logicznej lub emocjonalnej.....	137
IX.2.4. Kolejność prezentowania przekazów. Efekt pierwszeństwa i świeżości	144
IX.2.5. Różnice w poglądach między nadawcą i odbiorcą a zmiany postaw.....	146
IX.3. Do kogo mówi? – Cechy odbiorcy	151
IX.3.1. Cechy odbiorcy a poziom stałości postaw	152
IX.3.2. Jak uodpornić ludzi przeciw perswazji?	156
IX.3.3. Jak nakłonić ludzi, by bardziej ulegali perswazji	160
Rozdział X. Inne obszary wpływu społecznego.....	173
Literatura	178