

## 2024 年【科學探究競賽-這樣教我就懂】

大專/社會組 科學文章表單

**文章題目：**為什麼我們總是被牽著鼻子走？

**摘要：**在日常生活中，我們有時會發現自己很容易受到他人的意見影響，或是在無意間會做出與大多數人的決定，後來卻發現這並不是自己真正的想法。其實，這有可能是受到「從眾效應」的影響。受他人影響而做出決定並不是一件不好的事情，「從眾效應」可以讓我們更好地適應自己所處的社會與環境。因此，希望藉由這篇科普文章，讓更多人認識到我們日常中是如何被「從眾效應」影響。同時也提醒大家，我們依舊要提醒自己保有獨立思考的能力，以免在面對強勢的權威時，釀成無法挽回的結果。

**文章內容：**（限 500 字~1,500 字）

你會不會覺得我們總是容易被其他人影響呢？在最初開始，不妨先來想一想，當你正在瀏覽社群媒體時，同時看見以下兩篇貼文，你會比較想點開哪篇呢？



圖一 兩則點讚數不同的貼文。

如果你的選擇是 A 貼文，那就表示你可能被「從眾效應」悄悄影響了！

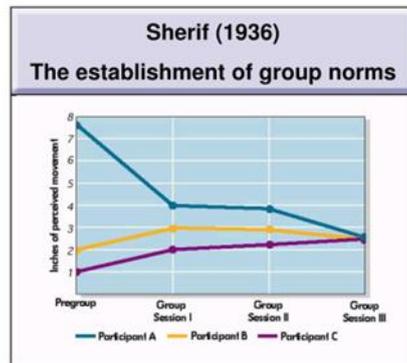
你可能會想，「嗯？我是怎麼被影響的？又是在什麼時候被影響的呢？」其實「從眾（conformity）」無所不在，但是我們通常是透過觀察自己的內在思考後，才會產生對自己的評價，不像評論他人時，可以藉由明顯的外在行為進行判斷，所以我們不容易發現自己的從眾行為。

說了這麼多，「從眾行為」到底是什麼呢？讓我們繼續看下去吧！

「從眾」在我們日常生活中，似乎是個比較負面、不積極的詞彙，社會心理學家對「從眾行為」的定義是「人們會改變自己的知覺、意見和行為方式，以和團體的規範保持一致性的傾向。」也就是說，因為人類是群居的社會性動物，透過與他人的互動維繫關係，但是人們的行為會相互影響，進而造成壓力。所以當我們想與其他人和平相處時，就可能會順應多數人的意見，改變自己的行為或想法，產生一定程度的從眾行為。

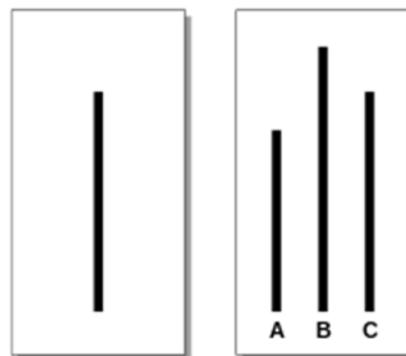
那我們會因為什麼原因，做出從眾的行動呢？先來看看過去的兩個實驗。

1936 年，社會心理學家 Muzaffer Sherif 做了一個實驗，受試者單獨在一間黑暗的房間裡，觀察一個光點的移動，而後判斷光點移動了多長的距離。接著，再把受試者分成三人一組，同樣觀察一個光點的移動，並大聲告訴實驗者，可以觀察到三個人目測的距離越來越相近。



圖二 在 Sherif 的實驗中，受試者對距離的判斷越來越接近。

15 年後，社會心理學家 Solomon Asch 也做了一個實驗，讓一組人從兩張圖中選擇等長的線段，並依序說出自己的答案，但真正的受試者其實只有最後一個回答的人，其他人則都是實驗者安排的演員，他們會回答錯誤的答案，有些受試者便會受到他人影響，改變自己的答案。



圖三 Asch 實驗中，受試者看見的兩張圖片。

前面兩個實驗的受試者分別受到兩個不同因素的影響。接下來，讓我們透過小華生活中的小故事，了解這兩種不同的影響吧。

當小華獨自去逛新開幕夜市時，他看著五花八門的攤位，一時之間不知道要先去哪個攤位，於是他決定先觀察一會兒，最後選擇去較多人排隊的小吃攤。

這個是「訊息性影響 ( informational-influence )」，當我們對環境不熟悉時，可能會不知道要如何執行下一步，這時候就會透過觀察大眾的行為做出較正確的行動，希望得到更正確的答案。在 Sherif 的實驗中，光點移動的距離只能用肉眼估計，會有較大的不確定性，受試者為了追求答案的正確性而改變答案，因此屬於「訊息性影響」。

隔天，小華受邀參加朋友舉辦的萬聖派對，派對邀請卡上特別強調大家都要穿奇裝異服進場，但小華其實很不想要打扮成奇怪的樣子走在路上，但是他又擔心如果不遵守朋友訂下的規則，可能會被在背後說閒話，所以他最後還是去買了萬聖節相關的服裝，去參加派對。

這則是「規範性影響 ( normative-influence )」，因為害怕和別人不一樣而受到排斥，因此改變自己的行為，希望融入群體或被他人認可。Asch 的實驗中，問題相對簡單且容易判斷，但受試者可能因為擔心自己不合群而改變答案，所以是「規範性影響」。

「從眾」和我們的生活息息相關，像是我們可能在與他人互動時，會不自覺模仿他人的動作或說話方式，或是如同在面對文章一開始的選擇時，因為不確定貼文中資訊的正確性，選擇點開較多人點讚的文章，都是生活中「從眾」的例子。這些無意識的從眾行為，可能會讓你反應過來時，發現自己好像又被別人牽著鼻子走了，但是這些都可以幫助我們在與他人互動時更順利！

雖然「從眾」行為在生活中無所不在，讓我們能更好地適應自己所處的社會與環境，但我們依舊要提醒自己應該保有獨立思考的能力，偶爾做個「叛逆」的人，勇於拒絕不合理權威壓迫，否則若是一味追求融入群體中，最終可能會演變成德國納粹時期的大屠殺事件，釀成無法挽回的悲劇。

#### 參考資料

1. Dr. Charles Stangor. (2020).*Principles of Social Psychology* (1st ed., International ed.).  
<https://pressbooks.bccampus.ca/socialpsychben/part/6-influencing-and-conforming/>
2. Saul Kassin& Steven Fein& Hazel Rose Markus ( 洪光遠、程淑華、王郁茗譯 )，*《社會心理學》*，新加坡商聖智學習。
3. 【國立清華大學 | 社會心理學 PowerPoint】  
<https://ocw.nthu.edu.tw/ocw/upload/86/994/07%E5%BE%9E%E7%9C%BE%E9%A0%86%E5%BE%9E%E8%88%87%E6%9C%8D%E5%BE%9E.ppt>

圖片來源：

圖二：<https://www.slideserve.com/maeve/social-influence-research>

圖三：【Asch conformity experiments | wikipedia】

[https://en.wikipedia.org/wiki/Asch\\_conformity\\_experiments](https://en.wikipedia.org/wiki/Asch_conformity_experiments)

註：

1. 未使用本競賽官網提供「科學文章表單」格式投稿，將不予審查。
2. 字數沒按照本競賽官網規定之限 500 字~1,500 字，將不予審查。  
PS.摘要、參考資料與圖表說明文字不計入。
3. 建議格式如下：
  - 中文字型：微軟正黑體；英文、阿拉伯數字字型：Times New Roman
  - 字體：12pt 為原則，若有需要，圖、表及附錄內的文字、數字得略小於 12pt，不得低於 10pt

- 字體行距，以固定行高 20 點為原則
- 表標題的排列方式為向表上方置中、對齊該表。圖標題的排列方式為向圖下方置中、對齊該圖