

21世纪高校心理学教材

社会心理学

◎ 乐国安 编著 广东高等教育出版社



社会心理学

社会心理学

◎ 乐国安

编著

广东高等教育出版社·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

社会心理学/乐国安编著. —广州: 广东高等教育出版社, 2006. 8
(21 世纪高校心理学教材丛书)

ISBN 7 - 5361 - 3341 - 3

I. 社… II. 乐… III. 社会心理 - 高等学校 - 教材 IV. C912. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 049282 号

广东高等教育出版社出版发行

(地址: 广州市天河区林和西横路 邮编: 510500)

佛山市浩文彩色印刷有限公司印刷

开本: 787 mm × 960 mm 1/16 印张: 40.375 字数: 703 千字

2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷

印数: 0001 ~ 8000 册

定价: 59.00 元

21 世纪高校心理学教材

编 委 会

主 任（排名不分先后）：

陈烜之（香港中文大学心理系讲座教授，前系主任）

莫 雷（华南师范大学心理系教授，副校长，中国心理学会副理事长）

杨治良（华东师范大学心理系教授，前系主任，中国心理学会副理事长）

王 垒（北京大学心理系教授，前系主任，教育部高等学校心理学教学指导委员会主任）

委 员（按姓氏笔画排序）：

马剑虹（浙江大学心理与行为科学系教授，系副主任）

叶浩生（南京师范大学心理研究所教授，所长）

乐国安（南开大学社会心理学系教授，系主任）

朱 滢（北京大学心理系教授，前系主任）

孙时进（复旦大学心理研究中心教授，主任）

张 卫（华南师范大学心理系教授）

郑 雪（华南师范大学教育心理系教授，系主任）

罗冠中（华南师范大学、澳大利亚墨多克大学心理学教授，香港考评局研究部主任）

温忠麟（华南师范大学心理系教授）

韩世辉（北京大学心理系教授，系主任）

总 序

由于社会的迫切需要，最近十余年我国心理学专业的学生和从业人员数量急剧增长，专门的心理学系和研究机构也从 20 世纪 80 年代末的十余个（所）发展到当前的百余个（所），不论在政治、经济、文化、教育、体育、管理、健康服务、社区服务、危机处理等领域，还是在学校、企业、医院、行政、司法、军队等部门都发挥着巨大的功能，放射出耀眼的光芒。而从学科内部来看，当前不论国外还是国内的心理学研究均在迅速发展，各种新的理论和思想此起彼伏，各种新的研究、技术和方法不断涌现，使心理学各个领域在宏观的行为层面以及微观的脑基础层面都取得了丰富的新成果与长足进步，从而使心理学的面貌发生了极大的改变。

因此，为了反映当前国内外心理学各个领域的变化与发展，进一步深化高等院校心理学教学改革，加强心理学专业学生的理论素养以及能更好地培养适应新时期社会需要的实用技能与能力，促进我国心理学学科的进一步发展和建设，我们组织国内外心理学各领域有影响的专家、学者编写了这套反映当前心理学科发展和成果的“21 世纪高校心理学教材”，其中包括《普通心理学》、《实验心理学》、《认知心理学》、《心理与教育统计》、《心理与教育测量》、《教育心理学》、《发展心理学》、《社会心理学》、《管理心理学》、《心理咨询与治疗》、《人格心理学》、《认知神经科学》、《西方心理学理论与流派》、《心理学研究方法》14 部。

我们在编写本套教材时力图体现以下四个特色：

第一，科学性与实用性的结合。一方面，在内容的选择上，既确保知识的科学性、正确性，注重科学研究、科学数据对心理现象的说明作用，强调理性对感性的超越，同时，也注重科学原理对日常经验、生活事实的解释作用，体现教材内容对“活生生”社会、生活实际的实用性。另一方面，在材料的组织上，注意处理好学科科学性和教材科学性的关系，既强调学科体系的科学性、系统性、完整性，同时也从有利于学生学习的角度出发，注重学科的基本结构，注意把握学科体系与教材体系的关系，突出有利于学生学习与掌握的实用性。

第二，前沿性与经典性的结合。虽然科学的心理学从冯特、詹姆斯等人

到现在也不过只有一百二十余年的历史，但在这短短的一百二十余年中，心理学家们已从事过数不胜数的研究，获得了无法计量的数据和结果，生产了无法遍读的宏论或微言。因此，作为主要面向大学生的教材，我们需要，也只能在科学性、系统性的原则指导下，突出各领域的经典性研究、经典性方法与核心概念和原理，用经典或权威的研究、数据阐述学者们的核心思想与代表性研究。而由于最近十余年心理学界的研究和思想都正在和已经发生了巨大的变化，因此，本套教材在继承历史的基础上，更希望面向现在和未来，强调尽可能多地吸收和反映当前各学科领域的最新成果和进展，力图做到前沿与经典、历史与现在甚至未来相结合。

第三，国际化与本土化的结合。科学的心理学起源于欧洲，成长和壮大于北美，直到今天，欧美心理学仍在当今国际心理学界占据着主导地位。但中国国内外的华人心理学工作者在过去的近百年中，也在学习和借鉴西方心理学研究成果的基础上探索着自己的生存和发展之路，取得了不少重要和有影响的成果，尤其最近十余年，随着我国社会、民众对心理学的需要和重视，中国以及华人心理学工作者更是取得了不少令国际同仁刮目相看的新成就。因此，本套教材一方面注重较全面反映国际心理学各领域研究和发展的轨迹、前沿，同时也尽可能结合中国（华人）心理学界的研究与成果，注意反映中国及华人社会特有的心理现象与特点。

第四，学术性与易读性的结合。作为主要面向 21 世纪新时代大学生的教材，在编写过程中，我们既注重专业教材的学术性和科学性，同时也尽量顾及当代人学习和阅读的心理特点，不论在内容编选还是在写作风格、编排体例上，均强调教材的易读性、生动性和形象性，力图做到学术性与易读性的结合，希望使这套教材能成一套教师认为好用、学生认为好学的专业教材。

本套教材作者来自国内外二十余所大学知名的心理学系或研究机构。各书的主编或著者大多是国内相关领域较有影响的专家和学者，在各自的领域从事过相当长时间的研究和高校教学工作，不少人先前编写的相应教材都是国内最有影响的教材，而其他作者也大多都在各自相应领域学有精专、有着相当丰富的高校教材编写经验。因此，我们期盼，在大家的精诚合作与努力下，这套教材将能以其独特、新颖的个性被社会悦纳，为我国心理学人才的培养和心理学事业的发展做出一定的贡献。

21 世纪高校心理学教材编委会
2004 年 8 月

前 言

社会心理学在中国已经不再是一门令人陌生的学科了。这是因为随着中国社会的迅速发展，人的社会心理现象越来越受到关注。这种关注表现在三个层次上：一是群体社会心理层次。人们，尤其是各级各类管理部门的领导者越来越希望通过社会心理学了解社会心理对群体乃至整个社会发展的重要影响。二是人际交往层次，人们对于如何应用社会心理学知识处理好人际关系、提高人际交往的水平，有了更为迫切的需求。三是个体社会心理层面，人们在物质生活水平得到明显提高以后，必然对自身的心理生活加以更多的关注，例如想了解如何更好地实现人生不同阶段的社会化，如何使自己的心理素质更加符合自己所承担的社会角色的要求等，于是便试图在社会心理学中寻找答案。

的确，社会心理学恰恰是要从群体、人际交往和个体层面揭示人的社会心理和社会行为规律。它一方面要研究人在社会化的过程中是如何受社会环境的影响而成为各种各样的社会成员，另一方面又要研究个体和群体是如何影响社会发展的。本书的写作正是依据这种认识而安排大纲和具体内容的。在介绍了社会心理学的定义、研究对象和研究方法之后，简要地阐述了社会心理学发展简史和基本理论，接下来便分个体社会心理、人际关系和人际交往、群体社会心理三个层次具体地加以论述。最后，用一章的篇幅阐述社会心理学在法律、心理健康和环境领域的应用。应当说，社会心理学是一门应用性极强的学科，它的应用涉及人类社会生活的所有方面。但是，由于社会心理学有专门的“应用社会心理学”分支学科，所以本书只是选取上述三个较为重要的应用领域加以介绍。

社会心理学的基本理论源于心理学和社会学这两大学科。正因为这种发展历史，时至今日在美国社会心理学界仍然有“心理学的社会心理学”和“社会学的社会心理学”的区分，尽管从影响力看，后者明显大于前者。在我国，心理学取向的社会心理学也是占据着主流地位，这是依据对从事社会心理学教学和研究人员的工作的学科背景分类和对研究成果的分析而得出的看法。不过，我们并不能因此而忽视“社会学的社会心理学”在社会心理

学中的学术地位。事实上，当今所谓的“心理学的社会心理学”知识体系中也融入了一些“社会学的社会心理学”的内容。考虑到这种状况和为着不同学科背景的社会心理学者的需要，本书虽然是偏向于心理学的取向，但是采用兼收并蓄的做法，加入了许多社会学取向的内容，如介绍了“社会学的社会心理学”的一些基本理论，同时还用两章分别论述社会化和社会角色问题。这可以说是本书的一个特色。

本书由我制定写作大纲，然后由作者分工撰写，最后由我负责修改和定稿。参加写作的人员是：乐国安（第1、2、3章、第17章的第1、3节），汪新建（第4、5、6、16章），李强（第7、8、9章，第17章的第2节），管健（第10、11、14、15章）、井世洁（第12、13章）。张彦彦、陈浩、徐树芬、姚琦、易光蓉、刘硕晗、方菲、梁樱分别为本书各章节的写作做了收集、整理资料的工作。

本书得以写成并出版，首先要感谢丛书编委会主任陈烜之教授、莫雷教授、杨治良教授和王垒教授的信任和支持，还要感谢广东高等教育出版社的领导和编辑的帮助。此外，在写作中我们参考和引用了大量的国内外社会心理学的文献资料，对这些文献资料的作者我们也要致以衷心的感谢。

乐国安
2005年1月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 社会心理学的定义	(1)
一、社会心理学的基本定义及特征	(1)
二、社会心理学的学科性质及与其他学科的关系	(6)
第二节 社会心理学的研究对象	(11)
一、国内学者关于社会心理学研究对象的讨论	(11)
二、社会心理学的具体研究对象	(14)
第三节 社会心理学的研究方法	(16)
一、社会心理学研究的方法论	(16)
二、具体研究方法及其评价	(18)
三、社会心理学研究中潜在的问题	(26)
小结	(29)
第二章 社会心理学发展简史	(31)
第一节 社会心理学的形成和发展过程	(31)
一、社会心理学的孕育时期	(31)
二、社会心理学的形成时期	(33)
三、社会心理学的确立时期	(37)
四、社会心理学的扩展时期	(38)
第二节 两种研究取向的社会心理学	(40)
一、心理学取向的社会心理学	(41)
二、社会学取向的社会心理学	(42)
三、两种取向社会心理学的比较	(43)
小结	(46)
第三章 社会心理学基本理论	(48)
第一节 心理动力学理论	(48)
一、弗洛伊德的经典精神分析学说	(48)
二、精神分析的社会文化学派	(53)
三、对心理动力学的简要评价	(56)

第二节 社会学习理论	(57)
一、华生的行为主义思想	(57)
二、赫尔与斯金纳的学习理论	(58)
三、米勒与多拉德的学习理论思想	(60)
四、班杜拉的社会学习理论	(61)
五、对社会学习理论的简要评价	(62)
第三节 社会认知理论	(63)
一、社会认知理论的理论渊源	(64)
二、社会认知的一致性理论	(64)
三、社会认知的归因理论	(66)
四、信息加工观点指导下的社会心理学研究	(68)
五、对认知理论的简要评价	(69)
第四节 符号互动理论	(70)
一、符号互动论的理论渊源	(70)
二、米德的符号互动论思想	(72)
三、符号互动论的衍生理论	(74)
四、对符号互动理论的简要评价	(76)
第五节 社会交换理论	(76)
一、社会交换理论的两个重要思想来源	(77)
二、霍曼斯的理论	(78)
三、布劳的理论	(79)
四、对社会交换理论的简要评价	(83)
第六节 后现代主义思潮对社会心理学的影响	(84)
一、后现代社会心理学思潮产生的原因	(84)
二、后现代社会心理学思潮的基本观点	(87)
三、对后现代社会心理学思潮的简要评价	(89)
小结	(90)
第四章 社会化	(92)
第一节 社会化概述	(92)
一、社会化定义	(92)
二、社会化的内容	(93)
三、生命历程中的社会化	(98)
四、社会化的方式	(100)

第二节 社会化的因素	(102)
一、遗传因素	(102)
二、社会环境因素	(104)
第三节 社会化的理论	(112)
一、精神分析学说的观点	(113)
二、认知发展论的观点	(116)
三、社会学习理论	(118)
四、解释理论	(119)
五、正常成熟论	(120)
六、群体社会化理论	(120)
小结	(121)
第五章 自我意识与人格	(123)
第一节 自我意识概述	(123)
一、自我概念、自我意识与自我	(123)
二、自我意识的结构	(124)
三、自我意识的内容	(126)
四、自我意识的特点	(127)
五、自我意识对个体活动的影响	(128)
第二节 自我意识的发生与发展	(129)
一、影响自我意识形成和发展的因素	(129)
二、自我意识形成和发展的理论研究	(134)
第三节 自我意识与人格	(141)
一、自我与人格的关系	(141)
二、自我意识对人格形成和发展的作用	(141)
小结	(144)
第六章 社会角色	(145)
第一节 社会角色概述	(145)
一、社会角色的概念	(145)
二、社会角色、自我意识与社会化的关系	(147)
三、社会角色的分类	(147)
四、角色理论	(151)
第二节 角色扮演和角色失调	(154)
一、角色扮演	(154)

二、角色失调·····	(159)
第三节 性别角色差异 ·····	(163)
一、两性心理差异的探讨·····	(163)
二、性别角色差异的原因·····	(167)
三、性别差异理论·····	(169)
四、性度和男女兼性·····	(171)
五、性别歧视对女性的消极影响·····	(173)
小结 ·····	(174)
第七章 社会认知 ·····	(176)
第一节 社会认知概述 ·····	(176)
一、社会认知的定义·····	(176)
二、社会认知的理论假设·····	(177)
三、社会认知的特征·····	(178)
第二节 社会认知的图式 ·····	(179)
一、图式的涵义和分类·····	(179)
二、图式的结构·····	(180)
三、图式在社会认知中的作用·····	(181)
四、图式在社会认知中的启动效应·····	(182)
五、图式的个体差异·····	(183)
第三节 社会认知的基本内容及其影响因素 ·····	(183)
一、社会认知的基本内容·····	(183)
二、影响社会认知的因素·····	(184)
第四节 个人知觉 ·····	(189)
一、知觉线索·····	(189)
二、对他人情绪的识别·····	(192)
三、对他人性格的判断·····	(193)
四、印象整饰·····	(194)
第五节 印象形成 ·····	(195)
一、印象形成的特征·····	(195)
二、印象评价的维度·····	(195)
三、印象形成的过程·····	(197)
第六节 社会认知中的归因理论 ·····	(199)
一、归因的理论·····	(199)

二、归因偏差 (attribution warp)	(205)
三、影响归因的因素	(211)
四、归因的效果	(213)
小结	(214)
第八章 社会态度	(216)
第一节 态度概述	(216)
一、态度的定义	(216)
二、态度的结构	(217)
三、态度的功能	(219)
四、态度、价值和信念	(221)
五、态度与行为	(222)
第二节 偏见	(227)
一、产生偏见的原因	(227)
二、偏见产生的结果	(230)
三、偏见的消除	(231)
四、偏见研究的新进展	(232)
第三节 态度的测评	(235)
一、量表法	(236)
二、问卷法	(246)
三、投射法	(247)
四、行为观察法	(248)
五、生理反应法	(248)
小结	(248)
第九章 态度形成与改变	(250)
第一节 态度的形成	(250)
一、环境因素的影响	(250)
二、个体的学习	(252)
第二节 有关态度改变的理论	(254)
一、强化论观点的社会态度研究	(254)
二、认知论观点的社会态度研究	(255)
三、功能论观点的社会态度研究	(259)
四、态度改变三阶段理论	(260)
第三节 态度改变的方法	(261)

一、劝说宣传法·····	(262)
二、角色扮演法·····	(272)
三、团体影响法·····	(272)
四、团体讨论法·····	(272)
五、活动参与法·····	(273)
第四节 态度改变研究新进展·····	(273)
一、有关态度改变的新模型·····	(274)
二、态度改变过程的多元变量的研究新进展·····	(276)
小结·····	(279)
第十章 人际关系·····	(281)
第一节 人际关系概述·····	(281)
一、人际关系的概念·····	(281)
二、人际关系建立和发展的阶段·····	(283)
三、人际关系建立和发展的原则·····	(283)
四、人际关系的类型·····	(284)
第二节 人际关系的理论·····	(285)
一、人际关系的三维理论·····	(285)
二、代价与报酬的关系理论·····	(287)
第三节 人际吸引·····	(289)
一、亲和·····	(289)
二、喜欢·····	(292)
三、爱情·····	(296)
第四节 人际关系的测量·····	(302)
一、社会测量法·····	(302)
二、参照测量法·····	(311)
第五节 人际关系的改善·····	(311)
一、海德的平衡理论·····	(311)
二、纽科姆的沟通活动理论·····	(312)
三、T 小组训练法·····	(314)
小结·····	(315)
第十一章 人际沟通·····	(317)
第一节 人际沟通概述·····	(317)
一、人际沟通的涵义·····	(317)

二、人际沟通的过程.....	(318)
三、人际沟通的功能.....	(322)
四、人际沟通的分类.....	(323)
第二节 人际沟通的工具	(330)
一、语言符号系统.....	(330)
二、非语言符号系统.....	(331)
三、非语言交流与语言交流的关系	(333)
第三节 人际沟通的障碍和策略	(334)
一、人际沟通的必要条件和影响因素.....	(335)
二、人际沟通的障碍.....	(336)
三、人际沟通的策略.....	(339)
小结	(341)
第十二章 利他与侵犯	(343)
第一节 利他行为	(343)
一、利他行为概述.....	(343)
二、影响利他行为的因素.....	(346)
三、利他行为的理论解释.....	(355)
第二节 侵犯行为	(360)
一、侵犯行为概述.....	(360)
二、对侵犯行为的理论分析.....	(362)
三、侵犯行为的产生.....	(368)
四、侵犯行为的转移与消除.....	(373)
五、侵犯与媒体暴力.....	(376)
小结	(377)
第十三章 群体心理	(379)
第一节 群体心理概述	(379)
一、群体的概念与分类.....	(379)
二、群体的形成.....	(387)
第二节 群体的结构性特征	(390)
一、群体规模	(390)
二、群体规范	(392)
三、群体中的地位 and 角色.....	(396)
四、群体界限.....	(397)

第三节 群体的动力性特征	(398)
一、群体压力	(398)
二、群体凝聚力	(400)
三、群体绩效	(407)
四、群体决策	(415)
第四节 群体领导	(422)
一、群体领导概述	(422)
二、领导者特质	(428)
三、领导方式与有效性	(431)
四、领导者的影响力	(437)
小结	(440)
第十四章 社会影响	(442)
第一节 社会影响概述	(443)
一、社会促进和社会抑制	(443)
二、社会影响的反应机理	(453)
第二节 从众与众从	(456)
一、从众	(456)
二、众从	(464)
三、研究从众行为和众从行为的意义	(467)
第三节 顺从和服从	(470)
一、顺从	(470)
二、服从	(474)
第四节 暗示	(477)
一、暗示概述	(477)
二、暗示的实验研究	(483)
三、影响暗示效果的因素	(485)
四、暗示的实际意义	(487)
第五节 感染	(490)
一、感染概述	(490)
二、感染的心理分析及意义	(493)
第六节 模仿	(497)
一、模仿概述	(497)
二、影响模仿的因素	(500)

三、模仿的心理分析及意义·····	(502)
小结·····	(503)
第十五章 时尚与风俗 ·····	(505)
第一节 时尚·····	(505)
一、时尚概述·····	(505)
二、时尚的流行领域、传播过程及规律·····	(513)
三、时尚的社会因素及意义·····	(519)
四、时尚的心理分析·····	(523)
第二节 风俗·····	(526)
一、风俗概述·····	(526)
二、风俗与时尚的差别·····	(529)
三、风俗的社会心理功能·····	(530)
小结·····	(531)
第十六章 流言和舆论 ·····	(532)
第一节 流言·····	(532)
一、流言的基本概念·····	(532)
二、流言的产生与传播·····	(536)
三、流言传播的社会心理功能·····	(542)
第二节 舆论·····	(548)
一、舆论概述·····	(548)
二、舆论的形成过程与要素·····	(554)
三、舆论的社会心理功能·····	(558)
小结·····	(563)
第十七章 应用社会心理学 ·····	(564)
第一节 法律社会心理学·····	(564)
一、犯罪原因的社会心理学分析·····	(564)
二、社会心理学在司法工作中的应用研究·····	(569)
三、犯罪预测、预防与犯罪心理矫正·····	(573)
第二节 健康与临床社会心理学·····	(576)
一、与疾病和健康有关的几种社会行为·····	(576)
二、医患关系·····	(585)
三、社会心理学在临床心理咨询与治疗中的应用·····	(590)
第三节 环境社会心理学·····	(600)