



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

教育部高等学校社会学学科教学指导委员会推荐教材



北京市高等教育精品教材立项项目

21 世纪社会学系列教材

社会心理学

(第三版)

主编 沙莲香

中国人民大学出版社

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
教育部高等学校社会学学科教学指导委员会推荐教材
北京市高等教育精品教材立项项目
21 世纪社会学系列教材

社会心理学

(第三版)

主编 沙莲香

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

社会心理学/沙莲香主编. —3 版. —北京: 中国人民大学出版社, 2011. 7

普通高等教育“十一五”国家级规划教材. 教育部高等学校社会学学科教学指导委员会推荐教材.
北京市高等教育精品教材立项项目. 21 世纪社会学系列教材

ISBN 978-7-300-14034-6

I. ①社… II. ①沙… III. ①社会心理学-高等学校-教材 IV. ①C912.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 136717 号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
教育部高等学校社会学学科教学指导委员会推荐教材
北京市高等教育精品教材立项项目
21 世纪社会学系列教材

社会心理学 (第三版)

主编 沙莲香

Shehui Xinlixue

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010—62511242 (总编室)

010—62511398 (质管部)

010—82501766 (邮购部)

010—62514148 (门市部)

010—62515195 (发行公司)

010—62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京民族印务有限责任公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2002 年 8 月第 1 版

2011 年 7 月第 3 版

印 张 26

印 次 2011 年 7 月第 1 次印刷

字 数 603 000

定 价 45.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

第三版序

21世纪

社会学系列教材

本书是《社会心理学》的第三版。作为高等院校社会心理学课程的教材，本书都兼顾了稳定性和不断更新两方面考虑。在内容的安排上，保留了前一个版次的基本内容并作了一些补充（这也是社会心理学在西方社会语境下成熟起来的研究理路和成果），同时增加了应用性的内容，对我国现实生活中出现的社会问题做出社会心理学的回应和解释。由此，这部教材在构成上有两个板块，前半部分的第三、四、五、六、七、八章为一个板块，基本上沿着西方社会心理学传统内容写就，同时增加了国人的研究成果。杨国枢教授20世纪50年代已开始的“本土化”研究是我国社会心理学在较长时间里遵循的研究志愿，已在“教材”中有所摄取，至于后现代理论视野下的西方社会心理学，有待补充。后半部分的第九、十、十一、十二、十三、十四章为另外一个板块，基本上是依据改革开放后出现的某些社会现象或社会需要给以社会心理学分析，具有很强的理论阐释力量。

这本教材的第一版论述社会心理学是一门学科的时候，从社会心理是人类文明中的一种精神性存在开始，其用意就是针对我国长期的“斗争哲学”产生的一个观念后果，即“政治泛化”，不大承认或者不够正视“社会心理”，以为“思想政治”可以替代“社会心理”。现在，社会心理学已不再有被替代之虞，但对社会心理学的认知仍然是一个重要问题。

社会心理学作为一门学科，归根结底是现实的、时代的和实践的，或说，它是反映现实、反映时代和反映实践行动者的，这才让它成为一种“社会需要”。我们需要这门学科去“说话”、去“表达”和去“诉求”。它在本质上不制造假话，它要人敞开心胸，真言相待。这就要“人相与”（钱穆）始于伦理，相互承认，相互尊重，不人为制造压力，这样才能够有“真言”，有了“真言”便会得到支持，这样才不至于对“直言”说三道四，给以压迫。网络时代，破天荒地打开了“真言”的窗口，也破天荒地为“众说纷纭”或“冷嘲热讽”打通了渠道。这又牵涉到了文明问题。“文明”之于社会生理生活，简直成了当今的社会心理学议题，因此，第二版和第三版把这个“文明”的问题提了出来。

感谢中国人民大学出版社和策划编辑潘宇博士对本书的举荐与推进。

沙莲香

2011年5月

于万寿园

第三版前言

21世纪

社会学系列教材

本教材初版于2002年8月，2006年10月第二版，2011年7月第三版。

初版前言主要是从社会心理学的责任来强调“文化自觉与文化认同”的必要，特别是从我国改革开放的“文化大革命”背景和全球经济的冲击背景看，文化自觉与文化认同是伴随中国改革开放发展全程的社会心理准备。因为，“文化大革命”造成的文化断裂达十年之久，殃及几代人，而文化断裂中的人格损伤，却不是几代人的工夫就可以调适过来的，群体记忆会将其社会心理效应推向很远的历史。20世纪80年代特别是90年代的改革开放和经济、社会发展所带来的巨大变化，都是在我们还没有来得及回味和反省自己的文化与人格的状况下，扑面而来的。因此，中国的改革开放发展本身表明中国人在改革开放发展中必须自省和自知。改革开放发展中的中国，证明了中华民族的才智和能力，同时也证实了发展背后的教训和代价，以及压力和痛苦。

第二版进一步提出对待文化自觉与文化认同的思维方式转换问题。这个问题对于社会心理学研究而言，首先表现在对待传统文化的认知上有盲点，思维方式出现了问题。导论用了一点篇幅讨论“善端”认知中的盲点问题，就是试图逾越以往评价上的二分法，换用另一思路来解释中国文化中关于善恶之争的问题。试想，如果首先肯定“善”是人性理念的主张之一，那么我们大概就可以这样理解和解释孟子与荀子的人性善恶之辩：孟子“善端”说与荀子“性恶”（性伪）说，实质上是孟子与荀子对“善”的共同偏爱和共同守护，只是对儒家仁学中人性之美的预设有所不同。他们的善恶之争是战国时期百家争鸣中的重要论战。如果肯定“善”是人性之美，那么就会痛感我们今天在“关系”端点上丢失了太多的“善”，丢失了孟子“善端”说闪烁的人性美。

对待社会心理学本土化问题也有个思维方式转换的问题。通常看待本土化问题时，是将本土化与全球化作为两个侧面看待，本土化的另一面是全球化，同样，全球化的另一面也是本土化，这是能够成立的命题。但还必须看到，本土化实际上一开始就是以全球化中那个主导力量和主流价值观所提供的“框架”为参照系去思考和应对的，因此，在思考和建设中国应有的社会心理学时，对美国社会心理学设定的“框架”，一方面是必须学习，把已经创建的学科理论和方法同样写入历史，成为必备的科学知库，同时又必须进行超越，跳出那个框架去思考。导论把被美国社会心理学所忽视甚至否定的早期社会心理学重

新提出来给予必要的提问和反思，即是跳出美国社会心理学框架的一种尝试。

第二版对初版有较大修改的是“社会认知”和“社会感情”两章。前者更多地增加了社会认同的内容，包括自我认同、群体认同、文化认同和民族认同；后者着重梳理和分析了社会感情的群体特征以及社会情绪与社会生活的关系，分析了中国人社会感情表达的特点。

第二版增加了“经济心理”和“宗教心理”两章。增加这两章的必要性，一个是社会心理生活提出了相关的社会需要，另一个是从基本理论到现实问题都有了一定的研究基础和研究成果。

第三版增加了“性别社会心理”一章，由性别研究专家、浙江省社会科学院社会学所所长王金铃教授撰稿。性关系是人类最普遍的关系，黄仁宇先生把生与死、性、经济三大关系称为人类千万重关系的基本关系（黄仁宇，《关系千万重》）。性关系是人类“美好”与“丑恶”、“善良”与“憎恨”的根源，是“唯美主义”的源泉。这个关系不断地演绎人间悲喜，简直成为一种永恒。在我国“性革命”的风潮中，在“公权力”对“性”的横行强暴下，“性别无知”问题已经无法避开。对一批又一批年轻人的健康成长，要担当责任的是今天的社会，是家庭，是父母。第三版增加“性别社会心理”一章只是为承担起这些责任而做的一个发言。期待着性的审美与神圣成为我们现实生活魅力的重要一环。

本教材坚持把视野和探索逐步深入到中国人社会心理生活及其历史的文化的社会的根源性研究中去。在这个意义上，这部社会心理学教材，一方面把这门学问的来龙去脉及基本内容告诉学生和读者，另一方面又向学生和读者也是向写作者自己提出问题。而后者对于观察和思考我们的现实生活并给予理论回答，或许更为重要一些。也正是在这个意义上，这部社会心理学教材是献给那个不断向我们提问的社会生活的。

沙莲香

2011年5月

于万寿园

第二版序

21世纪

社会学系列教材

摆在面前的这本《社会心理学》是第二版，仍然是作为高等院校社会心理学的教材使用。

初版的写作力图照顾两个方面的因素，一方面照顾它是一本教材，在内容方面尽量交代得完整些，吸取目前国内外社会心理学的研究成果和教材的优异之处；另一方面照顾教材重在培养学生提出问题并阐释问题的能力，启发学生的理论论辩能力和应用能力。因此，书中包括了应用方面的章节。总之，希望贯彻博学、审问、慎思、明辨、笃行的学风，学而不问、不思、不辨、不行，就不能把所学的内容变为自己的东西。第一版序言曾经言明，本教材负有一种责任，引导学生思考和辩论，好在多数作者是长期执教的大学教师，是大学生喜欢和尊敬的良师益友。利用教材进行对话和论争，将是一件格外有意义的事。

第二版力图更多地结合中国人社会心理问题进行探讨，以期逐步形成能够反映和突出中国社会、文化特点的社会心理学。为此，第二版变动最多的是导论和经济心理、宗教心理的部分，较多地探讨了中国人社会心理生活的某些特点。

自知这一版本仍有不足，仍然存在着社会心理个体化的问题。社会心理学的发展经历和我国现实生活中的社会心理问题，都表明对群体心理的特点和力量进行研究，是很重要的。

感谢中国人民大学出版社和本书的策划编辑潘宇博士对本书的宽容与推进。

沙莲香

2006年5月

于北京

第二版前言

21世纪

社会学系列教材

这本教材的第一版书稿是2002年5月完成的。时隔4年,才有第二版修订稿。4年里,中国社会生活状况、中国人对待社会生活的态度和对重大社会事件的参与等,都发生了很大的变化。其中,最重要的社会生活变化是,随着中国经济力量的迅速增长而出现了社会财富配置上的“两极分化”现象和社会问题,以及中共中央做出关于构建“和谐社会”的决策。广大民众对待这种变化的社会态度受到“两极”现象的影响,比以往更明显地出现积极与消极这种“两极”情绪性的社会表现,也比以往更明显地表现出态度活力。一方面,民众的意志表达渠道多了,尤其是传媒和网络的作用更大了,比以往更活跃;另一方面,就民众而言,对待自己劳动角色的态度带有固守性,不轻易放弃或执意怠慢,因为,必须劳动才能有其酬。而正是后者,凸显了中国民众社会态度的基本特点,即在态度表达方面基本上是采用正面的积极的态度应对社会生活变化,消极的不满的情绪性态度容易通过正面的积极的态度得到化解。社会生活的另一个重要变化是环境保护和公共文明问题,这个问题已向全国上下尖锐地提了出来,这里有社会管理制度上的缺损问题,有人们的急功近利和社会心态问题,有对人类生态的无知问题,也有对人际—群际—人天“关系”管理的认知方式问题。对环境生态的破坏、对公共文明的践踏,让我们损失掉了宝贵的文化传统。这几年,通过对改革25年来六大群体(即知识分子群体、企业家群体、工人群体、农民工群体、网民群体和休闲群体)的社会心理分析,对人文奥运与北京市民公共文明的多次调查,不仅感到创造25年成就的基本力量来源,也感觉到了社会问题的尖锐性,同时感觉到在对问题的认知方面思维方式的缺失。

第一版前言主要是从社会心理学的责任来强调“文化自觉与文化认同”的必要性,特别是从我国改革开放和全球经济发展冲击背景来看,文化自觉与文化认同是伴随中国改革发展全程的社会心理准备。因为,“文化大革命”造成的文化断裂达十年之久,殃及几代人,如果以“老三届”一代人为界,至少是三代人,他们上有父母,下有儿女,三代人纵贯大约50个年头,而文化断裂中的人格损伤,却不是50年工夫就可以调适过来的,群体记忆会将其社会心理效应推向很远的历史。20世纪80年代特别是90年代的改革开放和经济、社会发展所带来的巨大变化,都是在我们还没有来得及回味和反省自己文化与人格的状况下,扑面而来的。因此,中国的改革发展本身表明中国人在改革发展中必须自省和自

知。中国 25 年的改革发展,更加证明了中华民族是一个有才智有能力的民族,同时也证实了发展背后的教训和代价、压力和痛苦。现在看来,讨论关于文化自觉与文化认同的社会心理学话题仍然是必要的。

第二版希望进一步提出对待文化自觉与文化认同的思维方式转换问题。这个问题对于社会心理学研究而言,首先表现在以往对待传统文化的认知上有盲点,比较多地按照某种观念去给以解释,结果自以为“知之”了的,但却可能是“未知”或知之偏颇。盲点背后是思维方式有了什么问题。导论用了一点篇幅讨论“善端”认知中的盲点问题,就是试图逾越以往评价上的“是与非”二分法观念,换用另一思路来解释中国文化中关于善恶之争的问题。我在想,如果首先肯定“善”是人性理念的主张之一,我们大概就可以这样理解和解释孟子与荀子的人性善恶之辩:孟子“善端”说与荀子“性恶”(性伪)说,实质上是孟子与荀子对“善”的共同偏爱和共同守护,只是对儒家仁学中人性之美的预设有所不同。他们的善恶之争是战国时期百家争鸣中的认真论战。如果肯定“善”是人性之美,就会痛感我们今天在“关系”端点上丢失了太多的“善”,丢失了孟子“善端”闪烁的人性美。

对待社会心理学本土化问题也有个思维方式转换的问题。通常看待本土化问题时,是将本土化与全球化作为两个侧面看待,本土化的另一面是全球化,同样,全球化的另一面是本土化,这是能够成立的命题。这个命题将全球化与本土化作为两极对应起来看待,表示两者不可须臾分离,两者既对峙又不是不可协调的;但还必须看到,本土化在实际上一开始就是以全球化中那个主导力量和主流价值观所提供的“框架”为参照系去思考和提出对策的。因此,在思考和建设中国应有的社会心理学时,对美国社会心理学设定的“框架”,一方面是必须学习,把已经创建的学科理论和方法同样写入历史、成为必备的科学知识库,同时又必须给予一种超越,跳出那个框架去思考。导论把被美国社会心理学所忽视甚至否定的早期社会心理学重新提出来给予必要的提问和反思,就是跳出美国社会心理框架的一种尝试。

第二版对第一版有较大修改的是社会认知和社会感情两章。社会认知这一章更多地增加了社会性认同的内容,包括自我认同、群体认同、文化认同和民族认同。社会感情这一章着重梳理和分析了社会感情的群体特征以及社会情绪与社会生活和谐的关系,分析了中国人社会情感表达的特点。

第二版增加了经济心理和宗教心理两章。增加这两章的必要性,一个是社会心理生活提出了相关的社会需要,另一个是从基本理论到现实问题都有了一定的研究基础。

经济心理学自 1902 年塔尔德的《经济心理学》问世时起就是从对人和社会的研究开始的。社会学家、社会心理学家塔尔德关心的是“经济现象的主观方面,并证明这是真正能对经济现象做出解释的方面”。后来,保罗·阿尔布在其 1984 年的《经济心理学》中强调“经济行为首先是处在制度和文化的环境中”。可见,经济心理学始终将社会心理学融入对经济行为的观察和研究。本书增加的经济心理一章是作者较长时间研究的成果,从中可以看到,一旦把“不确定性因素”纳入社会认知领域,就立即突现了心理预期、市场(人际—群际)信任、创业精神和创造性等主体品质的重要性以及可以信赖的制度与文化环境的重要性。作者又专门分析了中国人的经济心理特点,提出中国人经济心理的特殊保

守性首先在于其特殊的社会背景，从经济观念的基本特点看，首先是对未来的心理预期时限的问题；并分析了实用理性下，君子理想得不到实现，纯粹的实际利益追求则成为经济行为的工具手段；分析了经济行为中的公共精神缺失现象。

宗教生活，从古到今，伴随着人类大群体走过漫长的道路，是人类的精神力量表现。在这一章，作者对宗教心理做了细致的分析，能让人从中看出，宗教性心理生活是人类共有的；也能让人从中看出，儒家文化不是宗教文化，但在儒学中“有一种东西同宗教一样，能够给人们以安全感和永恒感”（辜鸿铭，《中国人的精神》）。作者在研究中，对以太原地区为主要对象的当代中国人宗教心理做了长达5年的跟踪研究，是理解中国人宗教心理的宝贵而又重要的依据。

今后的研究，仍将坚持把视野和脚步逐步深入到对中国人社会心理生活及其历史的、文化的、社会的根源性研究中去。在这个意义上，这本社会心理学教材，一方面把这门学问的来龙去脉及基本内容告诉学生和读者，另一方面又向学生和读者同时也是向写作者自己提出问题。而对后者的提问，对于观察和思考我们的现实生活并给予理论回答，或许更为重要一些。也是在这个意义上，这本社会心理学教材是献给那不断向我们提问的社会生活的。

沙莲香

2006年5月

于北京

这是一本大学高等院校社会心理学教材，与我以前所写的社会心理学教材相比较，考虑了客观需要的因素，使这本书具有了一些新的特点。

首先，考虑它是一本教材，在内容方面尽量交代得完整些，并力图吸取目前国内外社会心理学的最新研究成果和社会心理学教材的优异之处。

其次，考虑教材重在培养学生提出问题并阐释问题的思考能力，启发学生的理论论辩思路和应用能力。学而不问、不思、不辨、不行，就不能把所学的变为自己的东西，还是要提倡“博学之，审问之，慎思之，明辨之，笃行之”（《中庸》）的学风。

最后，考虑现代大学生面临“学习—就业”的生命阶段的需要，尽量提供些应用内容。正是在这个想法下，增加了人力资源管理、人格培育和心理健康等章节，都是大学生管理自己、发展自己所应当明白的一些知识和做法，也是人们走上社会，成为职业人所应当懂得的社会心理学道理，既可用于调适人际关系和工作压力，也可以用于工作，如若有兴趣和有余力的话，还可以再加深度学习，逐步发展为自己的一技之长。

这本教材负有一种责任，不是让学生知道些什么就算了事，而是在知道了些什么的基础上，让学生去应用。因此，书里讲的东西，要有科学依据，要能讲得通，否则，不符合某方面的道理，理论上和实际上都讲不通，就不能成学科之理。这一点，作者已尽力而为之。好在今日的大学生肯于思考和提出自己的见解，在这个意义上，本教材是与学生共勉的书。

参与写作的作者，无一不是与教学打交道的“教师爷”，并在所写章节方面有专长研究，不少作者长期以来是大学生喜欢和尊敬的良师益友。当初，邀请他们参与写作，正是由于看中了他山“卧虎藏龙”之才，硬是采用了近乎“逼”的方式，邀请加盟，并按时交稿。可想而知，他们是繁忙到了何种程度。

教育部、北京市教委和中国人民大学出版社对这本教材寄予厚爱并提出了较高的要求，实际上是责任委托，我不敢怠慢。

沙莲香

2002年7月

于万寿园

第一版前言

21世纪

社会学系列教材

为了六十五周年校庆，中国人民大学社会心理学研究所正在筹办“心理学论坛”和“人文奥运论坛”，前者主题是“中国人比任何时期都需要心理学”，后者主题是“人文奥运与心态环境建设”，于是，我想，借机写几句话，可能会更贴近思绪，更顺手，更经济一些。

一

20世纪80年代特别是90年代以来的中国社会变迁，以其迅速而又壮观的巨变，牵动着国人的心魂，也引起了世人的兴趣和注目。这种牵动、兴趣和注目，提醒我们要自省和自知。

而“心理学”这只眼睛从中看到了什么，想到了什么，应当和可能做些什么？这就是说，对上面提到的中国人应当自省什么和自知什么问题，“心理学”的应对选择和应有的责任与义务在哪里。对于中国迅速而又壮观的社会变迁，心理学应当做出自己的解释、理解和推动。

二

这样做，需要看看中国心理学的状况，它的过去和现在，以使用过去和现在的发展脉络帮助我们梳理心理学与社会生活的关系。

如果使用心理学史上常用的一个说法，即人类的心理与人类一样的古老，而心理学却只有很短的历史来形容心理学的话，那么，中国心理学史虽然也只有短短的历史，但心理学思想源远流长，伴随着中国文化共生共长，最早解说了天性与人性，仁与人，己与人，情欲之未发与已发，中与和，知与行，修己与达成之间的关联性，并设定诸多命题：“天人合一”，“性相近也，习相远也”，“习与性成”，“发而中节”，“己所不欲，勿施于人”，

“己欲立而立人，己欲达而达人”，“为仁由己”，“推己及人”，“中庸之道”，“知行合一”等等，都是心理学的宝贵财富。

1879年冯特创建世界上第一个心理学实验室，标志着近代心理学的开始。在中国，第一本心理学书籍，是由留美学习心理学的颜永京于1889年翻译的美国传教士海文的《心理学》（后来更名为《心灵学》）；在冯特那里学习心理学的中国第一人（唯一一人）是1907—1913年两度留学德国的蔡元培；第一个心理学实验室，是陈大齐在当时北京大学校长蔡元培的支持下于1917年成立的；心理学系是1920至1929年间，先后在南京高等师范（南京大学前身）、中央大学、北京大学、清华大学、燕京大学、辅仁大学、北京师范大学建立的，开设了各门心理学课程；而标志着中国心理学历史开始的事件，是1921年中华心理学会的成立和1922年《心理》杂志的创刊，这两件事，极大地推动了心理学界的联合和学术发展。到了30年代，中国心理测验学会（1931年）、中国心理卫生协会（1936年）、中国心理学会（1937年），相继成立并开展儿童行为指导、婚姻指导、心理健康咨询、心理卫生教育等社会服务工作，另有《心理》半年刊、《心理》附刊、《心理》季刊、《中国心理学报》、《教育心理研究》、《心理建设》等期刊陆续创建，所发文章中著文总量渐渐多于译文（参见表1）。世界书局1929年出版了孙本文的《社会的文化基础》，1930年出版潘菽的《社会的心理基础》和吴景超的《社会的生物基础》，1946年，中国第一本《社会心理学》（孙本文著）著作由商务印书馆出版。中国心理学有着为社会生活服务的夺目的过去。

中国社会的改革开放，使中国心理学获得从未有过的新生条件，在学科建设和项目研究中，有关中国人心理与行为特点的研究，渐成气候，根据网上检索：自1998年至2001年，国家自然科学基金项目中有关中国人心理与行为研究的项目有34项，国家社会科学基金项目有关中国人心理与行为研究的项目有16项；1995年至2002年，全国期刊中有关中国人心理与行为的论文有715篇；港台学者对中国人心理与行为的研究尤为显著，检索中国人民大学图书馆有关港台学者中国人心理与行为研究的书籍有31部。改革发展中的中国人也被海外学者注意和研究，从英文social science plus数据库中检索有关中国人心理研究的文章有88篇。这个网上检索虽然有一定的限制，也能从中看出关于中国人心理与行为研究的发展趋势。

三

现在，让我们把前面提出的新世纪心理学的角色问题再拿出来讨论。心理学在中国人应当自省和自知的事情上，能够提供什么样的解释、理解和推动？显然，回答是多种多样的。对于笔者，更喜欢采用自我认同和“文化自觉”的话题，作一种心理学解释、理解和推动。

认同（identity）是心理学中用来解释人格统合机制的概念，即人格与社会及文化之间怎样互动而维系人格统一性和一惯性，认同是维系人格与社会及文化之间互动的内在力量，从而是维持人格统一性和一惯性的内在力量，因此，这个概念又用来表示主体性、归属感。这个概念在60年代得到广泛使用。西方现代社会的高速发展引起了人们的心理冲

表 1 1932—1939 年各刊物心理学文章统计 单位: 篇

心理半年刊		心理附刊		心理季刊		其他刊物*		中国心理 学报		测 验		中央研究院 心理所丛刊		心理教育 实验专篇		总计	
1934—1937		1934—1937		1936—1937		1936—1937		1936—1937		1936—1937		1932—1934		1934—1939			
著	译	总	著	译	总	著	译	总	著	译	总	著	译	总	著	译	总
8	5	13	2	2	4	12	0	12	1	13	3	3	10	0	10	0	0
4	2	6	1	3	4	9	0	9	7	24	1	1	1	1	2	0	0
1	3	4	0	0	0	1	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0
11	2	13	0	9	9	5	1	6	29	6	35	3	3	3	0	0	2
21	1	22	4	24	28	8	0	8	12	2	14	1	1	1	3	4	0
1	1	2	1	0	1	2	0	2	2	1	3	0	1	0	1	0	0
4	4	8	1	1	2	5	0	5	3	2	5	0	0	0	0	0	0
4	2	6	0	1	1	6	0	6	30	9	39	0	0	0	0	0	0
1	1	2	1	1	2	1	0	1	3	0	3	1	1	0	0	9	9
2	0	2	0	0	0	1	2	3	0	0	0	11	0	0	0	5	5
1	0	1	0	0	0	9	0	9	19	9	28	1	1	0	0	0	0
9	0	9	2	6	8	2	0	2	0	0	0	3	75	2	77	0	0
1	0	1	0	0	0	21	1	22	0	0	0	0	0	0	0	0	0
68	21	89	12	47	59	83	4	87	130	38	168	24	24	91	6	97	4

* 此为心理季刊中所载其他刊物的心理学论文摘要篇数。

资料来源: 杨鑫辉:《心理学通史》, 第二卷, 221~222 页, 济南, 山东教育出版社, 2000。

突和心理危机,尤其在青年人身上,出现强烈的心理反抗和危机感,这种心理现象表现在个人与他人的关系上,人际亲密程度弱化而产生出社会隔阂;表现在自我认知上,模糊性越来越强而产生自我丧失感。这两种情况都表明,现代科技和现代社会生活的高度发展,一方面给人自身和人类社会带来了从未有过的进步和文明,为人们的地位和角色提供了愈益增多的获取机会;同时,人和社会在饱尝进步和文明的过程中,人的创造物又将人“异化”,使人变得与自己疏离,以至于变为自己的对立面。自我认同(ego identity)是用来解释自我的心理、社会统合功能的概念,重视心理力的人格维系作用。自我认同作为人格的动力,是个可以通过社会而映照心理、通过心理而映照社会的心理过程。自我认同感(ego identification)是这种心理过程的主体觉醒,是认同化的过程,也就是对自己周围及社会生活中他人的价值观、生活方式等等同化为自己的特征,因此可见,自我认同感又是基于喜欢、偏好、尊敬、期望等等的主体选择过程,正是从主体选择这个意义上说,自我认同感体现心理品质。

人格与文化分不开,从社会化的视角看,人格是人在社会化过程中不断接受文化规则而逐步形成的,从这个意义上说,人格是文化的复制品。

中国的文化传统极为厚重而又顽强,但纵使如此,也顶不住多灾多难的打击,文化断裂同社会动荡一样,频频不止,到了20世纪中下旬,仅就一场“文化大革命”而言,文化断裂达十年之久,殃及三代人,以当年的青少年、后来被冠以“老三届”的一代人为界,上有其父母一代,下有其儿女一代,至今,这三代人纵贯大约50年跨度,而文化断裂中的人格的分离和缺失,却不是50年功夫就可以调适过来的,群体记忆会将其心理、社会效应推向那很远的时空里。80年代特别是90年代的改革开放和经济、社会发展所带来的巨大变化,都是在我们还没有来得及回味自己文化与人格的状况下,扑面而来的。在这种状况下,把前辈费孝通近年多次提倡的“文化自觉”作为自我认同的相关话题予以思考,其目的在于提高心理品质,推动人格建设。

前面谈到中国文化中的心理学财富,其中“己”观念和与之相关的命题,在我们今天讨论“自省”、“自知”,进而讨论心理品质和人格建设话题时,尤其重要。中国文化的“己”,并不是孤立的“个”,而是以对关系(二人关系)为单元的关系体,“人”之有,则“己”亦不成,不是单纯“义利”于“己”,也不是单纯“义利”于“人”,而是沿着“为仁由己”的命题逻辑,“为仁”之时亦“为己”,“行仁”之中亦“行己”。“修身”在“齐家”、“治国”、“平天下”之先。“为”、“行”、“修”,都含有做、实践、操作、管理的意义。每个人对自己,要像做什么、实践什么、操作什么、管理什么一样,也要并且首先要做自己、实践自己、操作自己、管理自己,这个意思,如果用笔者在这里的议题表述,就是自我认同与“文化自觉”的心理学解释、理解和推动,亦即提高心理品质和人格建设。

四

自我认同与“文化自觉”,提高心理品质与人格建设,是在“为”、“行”的过程中实现的,又在这一实现中显现心理品质与人格,以及自我认同水平与文化自觉,相互映照。当我

们回首这 20 年，有多少事情是令人忧不自禁，又喜不自禁。记得，80 年代初期，一些工艺精美的“中国造”商品在发达国家是被放在马路边上卖的，表示落后国商品不值钱的意思，一派蔑视。那个时候，谁叫我们既落后又知之甚少的呢?! 在 20 年尤在近 10 年里，事已“正名”。海尔集团 1994 年把商品推向美国等国市场，那时是通过经销商方式销售电冰箱，现在，通过沃尔玛超市这种大商场和上千家经销商，在美国销售 250 种不同型号的家电产品，海尔集团称：海尔小型电冰箱在美国市场的占有率达 50%。^① 在国外市场大量的中国商品，已不只是“海尔”，而是很多商家和品牌。中国加入世界贸易组织，使关税降低之后的中国将是一个庞大的市场，“与此同时，最有头脑的中国制造商们也看到了机会，他们认为中国的品牌到美国、欧洲和其他国家的时机也成熟了”^②。中国的改革发展，不是“人在愚昧中”能够做到的，相反，是与中国人的努力加智慧分不开的，在发展的背后是无尽的教训和代价，压力和痛苦，但中国人在努力着、奋斗着。这也表明，中国人在改革发展中求得自省和自知，表明中国文化为中国人提供一种运作市场的心理活力和精神杠杆。

企业文化是以传统文化为基础、吸收并体现文化现代性的一种文化形态，企业文化的创建和营造，对于企业人员的自我认同和文化自觉起了重要作用，随着中国市场经济的发展，企业文化建设及其作用的发挥，将是文化自觉的一条必由之路，也是提升人格的一条必经之路。21 世纪，中国迎来走向世界、与世界经济强手较量的发展时期，任重而道远。

①② 转引自《凤凰周刊》，6、7 页，2002（15）。

目 录

21 世纪

社会学系列教材

第一章 导论 社会心理学学科特点	1
第一节 社会心理学早期形态的学科意义	1
一、早期群体心理研究提出的群体特征问题	1
二、早期社会本能研究提出的群体内生的心理 动力问题	2
三、早期民族心理研究提出的民族精神凝聚 作用的问题	3
四、社会心理学在中国的产生	4
第二节 社会心理学的发展	7
一、美国社会心理学对群体心理研究的改造	7
二、两种研究传统	8
三、两种研究倾向	8
四、文化的社会心理构造功能	9
第三节 社会心理与公众文明	12
一、社会心理究竟是怎样的“现象”	12
二、文明是社会心理的内核	12
三、社会心理与人性理念中的“善”	15
第二章 研究方法	19
第一节 社会心理学研究的特征	19
一、社会心理学研究的性质	19
二、社会心理学研究的一般步骤	21
三、社会心理学研究的分类	23