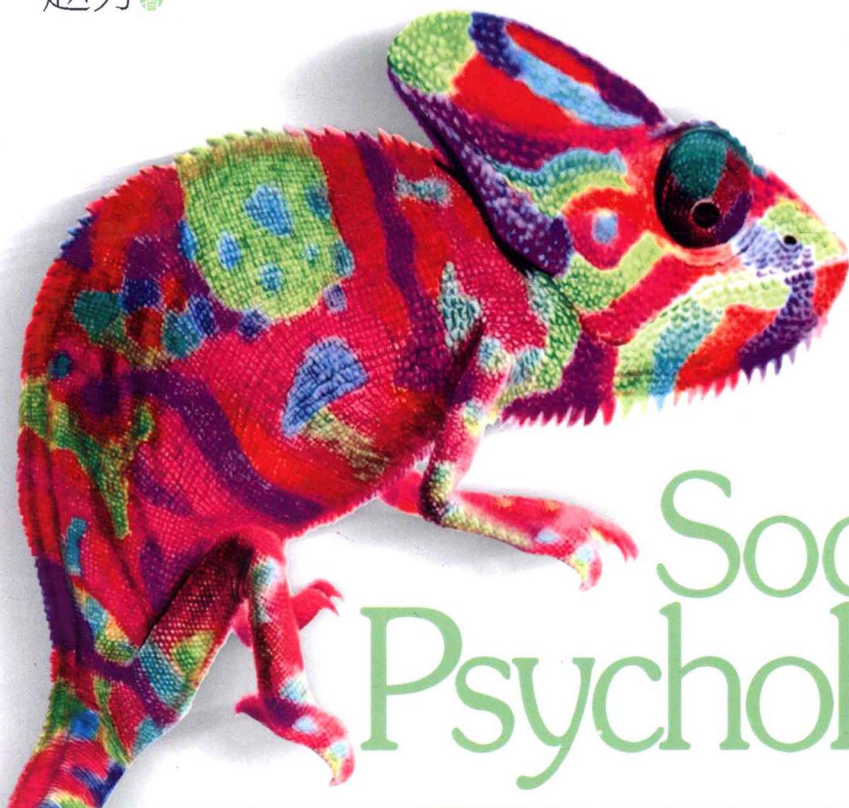


最妙趣横生的 社会心理学

→ 本书带你走进社会心理学殿堂
了解我们所置身的世界
赵芳



Social Psychology

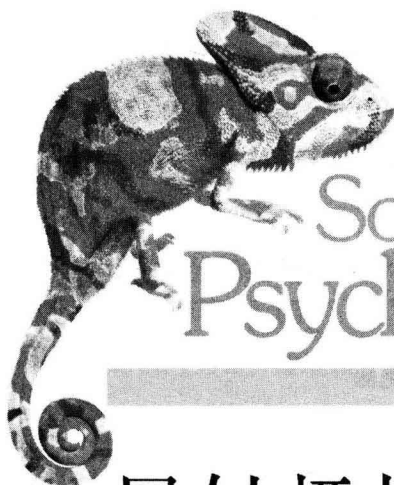
多重视角解读社会现象 最有趣的生活实用百科

你了解所处的社会吗？你了解周围人的行为吗？

在本书中，我们通过一连串的重点事件和发生在我们身边的趣味小事，让你在愉悦的氛围中，学到社会心理学的精华。

活学活用社会心理学，你的生活一定会更轻松快乐！

 新世界出版社
NEW WORLD PRESS



Social
Psychology

最妙趣横生的
社会心理学

赵芳

图书在版编目 (CIP) 数据

最妙趣横生的社会心理学 / 赵芳著. --北京: 新世界出版社, 2012.12
ISBN 978-7-5104-3487-7

I. ①最… II. ①赵… III. ①社会心理学-通俗读物 IV. ①C912.6-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第249745号

最妙趣横生的社会心理学

作 者: 赵 芳

责任编辑: 许长荣 杨艳丽

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京市西城区百万庄大街24号 (100037)

发行部: (010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总编室: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部: +86 10 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印刷: 三河市骏杰印刷厂

经销: 新华书店

开本: 787×1092 1/16

字数: 265千字 印张: 17.25

版次: 2012年12月第1版 2012年12月第1次印刷

书号: ISBN 978-7-5104-3487-7

定价: 32.00元

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638



前言

一位公安局局长在路边同一位老人聊天，这时跑过来一位小孩，急匆匆地对公安局局长说：“你爸爸和我爸爸吵起来了！”老人问：“这孩子是你什么人？”公安局局长说：“是我儿子。”

你知道这两个吵架的人和公安局局长是什么关系吗？有人曾对100个人测试过这个问题，但是100个人中只有两个人答对，并且这两个人都是孩子：“局长是个女的，吵架的一个是局长的丈夫，就是孩子的爸爸；另一个是局长的爸爸，就是孩子的外公。”

如此简单的问题，为什么成年人回答不出来，而孩子很快就答对了呢？因为按照成人的惯性思维，公安局局长应该是男的，从男局长这条线索去推想，就无法找到正确答案；而孩子没有成人那么多的经验，没有形成思维定式，因而能很快找到正确答案。

另外，还有一个有趣的例子：一个人逛小吃一条街，发现一家店的蛋挞很诱人，于是想买个尝尝，他问美丽的店员：“这蛋挞是单卖的吗？”店员说：“不是丹麦的，是日本的。”

社会人的心理是奇妙的，社会心理学更是奇妙的。学习社会心理学，不仅可以补充一点知识，更重要的是可以指导我们的生活。经过社会大环境的长期影响，人们的心理渐渐变得刻板，而不同的社会心理看待同一问题的角度各不相同。当我们看了公安局局长的故事之后，在认知他人和事物时就会多一点思考，即“我一直所认为的不一定是对的，现实可能是另一个样子”；同样，在我们看了买蛋挞的对话后，在与人相处时就应该想想“我不该怪那个人，他真的没有恶意，只是我们看问题的出发点不同，还有就是可能我的表达不够明了，因而产生了歧义”，如果能用这些智慧来看待事物和指导生活，我们将会受益匪浅。



大千世界，无奇不有，而社会心理学能够很好地解释各种微妙的现象。社会心理学继承了社会学和心理学的精华，通过分析个体和群体心理本质及社会环境对人们的影响，从而对个人发展和社会进步起到重大的作用，也因此成为近年来的热门学科。社会心理学与我们的生活息息相关，它对人际交往和世界焦点问题都有深刻剖析。

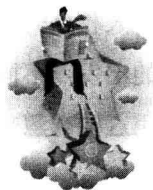
早上挤电梯时，你习惯向上看以保持与他人的最佳距离；下午开会时，你抱怨那个胖胖的经理给每个人定了超高的目标；晚上回家时，你的另一半耍赖不想做饭，你们差点吵起来；睡觉前，孩子老是要求听个故事才能睡得着……学习社会心理学，我们就能够更轻松地了解周围人的行为。

工作太累，总有人担心不能胜任；七年之痒，总是像魔咒一样在很多夫妻间应验；奥巴马和乔布斯，一个是总统，一个是商业领袖，但是在家里他们也是丈夫和父亲；随着互联网的兴起，网络交流、网络社区越来越活跃……学习社会心理学，我们可以更好地发现周围社会现象的本质。

明明不需要的东西，却随大流地抢购；人多本该力量更大，却出现“三个和尚没水喝”现象；可以独立思考的个人，总是相信权威……学习社会心理学，我们可以更好地了解个体与群体的关系，更好地自处和与人相处。

互联网上，每天都有海量的新闻图片更新；公交车、地铁的移动屏幕上播着各种新闻和形形色色的广告……我们处在一片信息的海洋中。学习社会心理学，我们才能轻松找到社会现象的原因从而进行理性思考，不被偏见和社会舆论遮住了眼睛。

作为社会中的一分子，作为一个社会人，社会心理学所研究的现象与我们紧密相连，如果你想让你的生活更加轻松，想让你的人际关系更加融洽，想在社会中更好地完善自己、发展自己，不妨和我们一起走进妙趣横生的社会心理学课堂，来一次愉快的学习之旅。



目 录

C O N T E N T S

第一章

见树又见林——认识你置身的世界

- 什么是社会心理学——一门和我们息息相关的学问 / 001
- 社会心理学研究什么——个体和群体的社会行为 / 003
- 我们都是社交动物——社会人的客观存在 / 006
- 每个人都有自己的价值观——社会人心理形成因素 / 008
- 立身社会，要做个明白人——人人都要懂点社会心理学 / 011

第二章

找到自己的精神名片——你的自我概念清楚吗

- 为什么“狼孩”的回归路很艰辛——人之初的思考 / 014
- 你是不是很在意别人的评价——镜像自我 / 016
- 宁愿饿死也不食嗟来之食——自尊 / 018
- 有一种低调叫“真的害怕得到”——自我妨碍 / 021



第三章

你凭什么被记住——自我展示与控制

- 看破面试官的小九九——印象管理 / 024



你会让人“一见钟情”吗——首因效应 / 026

为什么总有人习惯“破罐子破摔”——习得性无助 / 028

求神不如求己，你是最棒的——自我效能 / 031

第四章

你的直觉不一定是对的——社会信念与判断

买彩票的人都更相信自己的选择——代表性直觉 / 034

你是不是越轨，我说了算——基本归因错误 / 036

专家的板砖就比百姓的硬吗——权威效应 / 039

为什么我们很难重建对别人的看法——信念固着 / 041



第五章

被戳穿的行为艺术——偏见

我很优秀，你只是运气好——自我服务偏见 / 045

现在的年轻人怎么总是不懂事——刻板印象 / 047

世人偏爱马后炮——事后聪明式偏见 / 049

谁说胖子就不可爱了——偏见和歧视 / 052

第六章

生旦净未丑，你演哪一出——角色定位与扮演

奥巴马，是总统也是父亲——角色扮演 / 055

男人像夹在老婆和老妈之间的“三明治”——角色冲突 / 057

小孩子“过家家”很有大人样——角色借用 / 059

你也要学会“变形”——角色互换 / 061

从工作狂到过劳死，罪源只是钱吗——角色超载 / 064

第七章

我们为什么会随大流——从众

明知有错，为什么还去执行——服从 / 067

你做啥，我做啥，就能跟着幸福吗——信息影响 / 070

演唱会上到底是谁要你挥手跟唱——一致性引发从众 / 072

停不下的赶时髦，随风跟到夜郎西——流行引发从众 / 074

疯狂的郁金香——群体妄想 / 077

第八章

我们的决定被谁“绑架”了——群体影响

三个和尚怎么就没水喝了——社会懈怠 / 080

当众比赛，为何有发挥失常和发挥超常——社会干扰与社会助长 / 082

让众人的智慧远离极端——群体决策 / 085

NBA，在竞争中学会合作——互惠规范 / 088

第九章

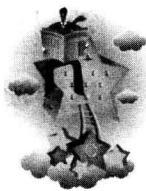
每个人的行为都源于一个想法——行为和态度

何以宣泄，唯有裸奔吗——态度影响行为 / 091

你对了，社会就对了——态度和吸引 / 093

知己是怎么回事——相似性 / 096

一言既出，驷马难追——承诺一致性 / 098





第十章

不要迷失了回家的路——归属需求

- 白领出逃是社会进步还是认同危机——认同危机 / 101
- 宅男宅女：将宅进行到底——社会交流缺失 / 104
- 越来越少说“谢谢”的现代人——感恩淡薄 / 106
- 让“团结就是力量”的歌声更加嘹亮——集体主义 / 109
- 每个人都是不可或缺的——归属需要 / 111

第十一章

被“说服”的大众消费观——说服的商用

- 让对方先开口，他会把产品带回家 / 114
- 一件商品交易引发的价格之争——正和博弈 / 117
- 创新，苹果盯上你的完美控——说服的途径 / 120
- 你被脑白金的广告“电”到了吗——睡眠者效应 / 122
- 售货小姐急于推荐你“中高档”的秘密——留面子技术 / 125

第十二章

这样领导最有效——管理双赢

- 管理者：你的决策值亿元——管理决策 / 128
- 跟乾隆和诺基亚学习团队建设——个体冲突与整体协作 / 131
- 十家公司，九家在评“优秀员工”——鲇鱼效应 / 134
- 望梅止渴：曹操教你做治企能臣——暗示效应 / 136



第十三章

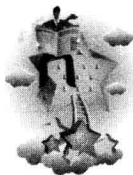
社交，不只是面上活儿——人际关系融合

- 夸到细节处更让人开心——讨好 / 140
- 做交际圈内的“黎叔”——幽默效应 / 143
- 怎样“蹬鼻子上脸”才能心想事成——登门槛效应 / 146
- 交际时为什么要投其所好——共情 / 148
- 一回生，二回熟，三回就是朋友了——曝光效应 / 151

第十四章

人在事业中强大——职业进化与社会助长

- 同事相处不过度——豪猪法则 / 154
- 工作中，请把冷遇当成热炕头——蘑菇定律 / 156
- 跳槽：死路还是出路——职业流动 / 159
- 你能看多远就能走多远——目标规划 / 162



第十五章

男人向左，女人向右——两性沟通与差异

- 见怪不怪的春哥与伪娘——中性化 / 165
- 男女搭配，干活不累——互补性原则 / 167
- 赞美，让你的另一半爱上家务——沟通 / 170
- 家庭暴力，有话为啥不能好好说——攻击行为 / 172



第十六章

你在和谁谈恋爱——恋爱关系

- 初恋何以让人念念不忘——恋旧心理 / 175
- 死了都要爱，至于么——激情之爱 / 178
- 为什么“我爱你，与你无关”——无偿之爱 / 180
- 剩女：“圣女”还是“灭绝”——自感心理 / 183



第十七章

骑在“围城”的冰墙上——婚姻家庭

- 你敢不敢做“刘易阳”——裸婚现象 / 186
- 能生为何丁克——无子女婚姻 / 188
- “家有儿女”，再婚家庭怎么对上眼了——再婚家庭 / 192
- 被诅咒的七年之痒——厌倦心理 / 194
- 丈夫出轨为何还要原谅——伴侣之爱 / 197

第十八章

生活圈里有奥妙——群体之间

- 亲人帮亲人，无亲来帮愁煞人——亲缘选择 / 201
- 为什么说“远亲不如近邻”——地缘关系 / 204
- 行业市场的同行只是冤家吗——业缘关系 / 207

第十九章

为什么我们要过春节——社会心理学与文化

刘老根大舞台为何一票难求——精英文化和大众文化 / 210

被山寨的不只是手机——亚文化 / 212

留学生的阵痛，艰难的文化适应之旅——文化震撼 / 215

有谁在和我们一起读《论语》——文化共同体 / 218

第二十章

学琴的孩子不会变坏吗——社会心理学与教育

单亲，请不要简单爱——谁在关爱我们的孩子 / 221

留守儿童，被遗忘的成长——谁在影响我们的孩子 / 223

中国的孩子为什么喜欢学孙悟空——是谁在教育你的孩子 / 226

红领巾、绿领巾——谁分流了我们的孩子 / 228

告诉孩子“你很不错”——要鼓励我们的孩子 / 231

第二十一章

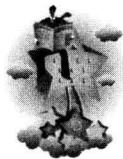
呵护我们共同的家园——社会心理学与环境发展

越来越高的垃圾山你也有份——公地悲剧 / 234

我们为什么不愿意做农村人——城市化 / 236

谁来为我们的慢性咽炎埋单——空气污染 / 239

别了，最爱的海鲜——海洋污染 / 241





第二十二章

没有规矩不成方圆——社会心理学与社会规范

拒绝推脱和冷漠，主动伸出友爱之手——旁观者效应 / 244

红灯停，绿灯行，小节即大爱——行为规范 / 246

全民清网，让罪犯不能逍遥法外——法律规范 / 249

旅行固好，请记得入乡随俗——风俗习惯 / 250

第二十三章

我们该为社会做些什么——社会心理学与道德责任

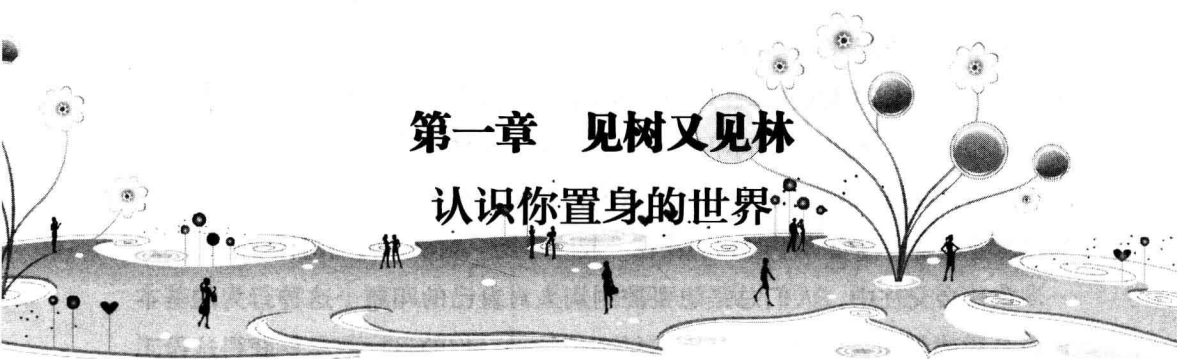
别假装睡觉，给孕妇让个座——帮助他人 / 254

你有多久没给爸妈打电话了——家庭责任 / 257

献血有益身体健康——亲社会行为 / 259

为什么每天都有很多人起大早去天安门看升旗——国家荣誉 / 262





第一章 见树又见林

认识你置身的世界

什么是社会心理学——一门和我们息息相关的学问

有一个人白天在大街上跑，另外一个人看到了，也跟着跑，结果整条街的人都跟着自己前面的人跑，场面相当壮观，不清楚的人还以为发生什么大事了。除了第一个人，大家并不知道自己跑的真正理由，仅仅因为第一个人的奔跑带动了其他人跟着跑。

为了追求一致性或者迫于群体压力，人们经常产生错误的社会信念判断而盲目从众。在这种情况下，我们该如何处理群体对个人的误导？

从早年的《我爱我家》到现在的《爱情公寓》，情景喜剧颇受欢迎。剧情中出现笑点或者吐槽时，会出现一阵旁白式的笑声，它的潜台词是“这个地方该笑了”。很多时候，有些情节的确有趣，我们随之大笑，但是对于一些无聊甚至发闷的桥段，我们也会不自觉地笑出来。

一个人有着独立的思维能力，却为什么总是受到周围环境的影响？处在社会的大环境中，我们该如何让事情向积极的一面发展？

研究人们如何认知社会、认识他人、影响他人、处理与他人的关系以及社会环境如何影响个人的学科，就是社会心理学（social psychology），一门和我们息息相关的学问。



你精心地准备一次重要的工作面试，并为此背诵了自我介绍和对工作经验的描述；你让理发店内最好的发型师给理了头发，把西装熨烫平整，把皮包擦得很干净，比约定时间早到了半个小时，并提前把手机调了静音；面试时，你有力地与面试官握手并保持微笑，在面试过程中让自己看起来精力充沛且专业沉稳，尽管你平时和朋友在一起时总是一副吊儿郎当的样子……

在社会交往中，人们总是想要控制别人对自己的印象。这种行为的基本目标是构建与他人的交往，从而获得理想结果。你的目标就是要获得这份工作，由于你自我表达的成功，面试官也不会再有意识地进行印象管理，而是会将注意力转移到面试的情境中。

你在整个面试过程中所体现出来的心理行为，以及由此产生的影响，都是社会心理学的一部分。

当我们为一次约会而特意洗车，或者牢记在工作中不能吃零食时，我们都是在控制自己的外在行为以建立我们希望留给他人的印象。

人们之所以会如此有意识地表达自我，是因为人们相信“我真的很不错”，并对此深信不疑；但有时，连续的挫折也会让你感到无助并形成自我妨碍，直到有一天在各种因素的共同作用下你终于发挥出自我效能，找回了自尊。不过在这之前你仍然会告诉自己“我的失败只是一时的，而别人的失败是因为他们真的不行”。

尽管我们尽力把最美好的一面表演给别人，用各种理由来解释自己的行为，但事实上，我们看待别人的表演往往没那么宽容。

你看到一个不如你的人在你之前涨了工资买了房，就会心生妒意，因为你有刻板印象，受社会影响，你对那个人的看法已经定型；当你看到一个衣冠不整的人时，你不会考虑他刚从人多的公交上挤出来，而是会把他当成一个邋遢的人，首因效应让你只关注对人的第一印象；当你听到一个以前的同学酒后驾车出了事故时，可能会想“我早就知道，他那么爱喝酒没什么好下场”，这些都源于你的事后聪明式偏见。

不管我们戴着怎样的眼镜看别人，我们都和别人息息相关，我们用态度和行为影响别人的态度和行为，同样被别人的态度和行为影响。自我和别人形成群体，于是，个体与个体、个体与群体的关系又成了一门学问。

为了追求和大家一样，人们不停地赶时髦，相信专家和权威的话就是真理，认为大家做的就是正确的。于是别人报考计算机专业你也跟着报，别人开网店挣了钱你也跟着开，别人抢盐你也跟着抢，你盲目地跟风从众，被一致性和权威性“统治”得不亦乐乎。你之所以会这样，是因为你害怕被群体孤立，所以你宁愿和大家一起学抽烟，加入“烟友”大军，尽管你知道那样做有害健康。

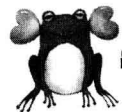
你发现在一个团队中少数人总是要服从多数人的意见；你发现大家一起做决策的时候总是做出相对个体决策更保守或更冒险的极端决策；你发现有亲缘或是地缘关系的人更亲近；你发现原来有业缘关系的同行不一定是冤家；你发现美丽的售货小姐在用留面子技术忽悠你；你发现原来和别人融洽相处的方式是可以先提小要求再提大要求的“登门槛”；你发现你的领导在用暗示效应让你和同事们工作更加卖命。

然而不管怎么样，事情总要向积极的方向发展。于是我们用赞美的方式去讨好别人，多次在别人面前表现和人友好相处，说别人爱听的话、做别人爱做的事以求亲近。我们遵守社会规范不横穿马路，承担自己的社会责任，与合作伙伴互惠互利，在办公室做一只“蘑菇”以养精蓄锐；我们注意同事间的距离以保持办公室和谐，努力改善我们的态度和行为来促进健康的生活方式，解决人际冲突，友好相处……了解了这些，我们发现这个社会原来很美好。

社会心理学，解析社会焦点事件和发生在我们身边的小事，绝不是空洞的理论说教。专业的社会心理学研究视角让我们明白——我们的世界，原来如此。

社会心理学研究什么——个体和群体的社会行为

葛兰·道门说：“每个正常的婴儿，出生时都具有像莎士比亚、莫扎特、爱迪生、爱因斯坦那样的潜能，聪明和愚笨都是环境的产物。”可见，社会环境对个人有着深远的影响。



安徒生的童年是在丹麦一个叫奥塞登的小镇上度过的，他家境贫困，父亲只是个穷鞋匠，母亲是个洗衣妇女，祖母有时甚至要去讨饭来补贴生活。他们的周围住着很多地主和贵族，因为富有，这些人觉得自己高人一等。他们讨厌穷人，不允许自己家的孩子与安徒生一块儿玩耍，安徒生的童年孤独而寂寞。父亲担心这样的环境会对安徒生的成长不利，但是他从来没在孩子面前流露出自己的这种焦虑，反而轻松地跟安徒生说：“孩子，爸爸陪你玩吧！”父亲陪儿子做各种游戏，闲暇时还讲《一千零一夜》等故事给他听。虽然童年没有玩伴，但有了父亲的陪伴，安徒生的内心世界也充满了阳光和快乐。

除了家庭环境会对孩子产生潜移默化的影响以外，周围环境会对孩子的成长产生影响，因此父母要特别留意孩子身边的人。古代“孟母三迁”的故事讲述了孟子的母亲3次搬家，就是为了给孟子选择一个良好的成长环境。

同样，社会环境也深深作用于群体。当很多人在一起进行讨论时，人们可能违背自己的意愿作出妥协：要么少数服从多数，要么服从权威，但是讨论的结果往往不一定是正确的。群体成员一起做决策，也很可能产生群体极端化，人们会更倾向于做出更冒险或者更保守的决定，因为是很多人一起承担这个风险。当很多人在一起时，有可能人多力量大、众志成城，但同时也会产生相互依赖和推诿，导致“三个和尚没水喝”。

可见，个体与群体的社会行为都会受到社会环境的影响。

个体与群体的态度和行为在社会环境的影响下会发生变化，变化的后果又反作用于社会环境，映射出人们玄妙的社会心理。

比如在说服他人方面，达到同样的效果所采用的说服方法可以截然不同，而看似相同的结果也可能有本质上的不同。

进门槛效应是美国社会心理学家德曼与弗雷瑟于1966年在做无压力屈从登门槛技术的现场实验中提出的，是指一个人一旦接受了他人一个微不足道的要求后，为了避免认知上的不协调，或想给他人以前后一致的印象，就容易接受对方更高更大的要求。进门槛效应启示我们，应当采用循序渐进的方法向他人