

孔令智 主编

社会心理学概论

SHEHUIXINLIXUE
GAILUN

汪新建 孙丽丽 杨桂华 编写

天津人民出版社

255
3101

883104

255
3101

参3(4)

孔令智主编

社会心理学概论

参3(4)

汪新建 孙丽丽 杨桂华 编写



社会心理学概论

孔令智 主编

*

天津人民出版社出版

(天津市赤峰道130号)

天津新华印刷三厂印刷 新华书店天津发行所发行

*

850×1168毫米 32开本 17印张 2插页 374千字

1988年6月第1版 1988年6月第1次印刷

印数：1—8,300

ISBN7-201-00074-X/C·15

定 价： 4.45 元

序

高觉敷

党的十一届三中全会以后，我们这门曾被贬斥为“伪科学”的心理学恢复了名誉，而作为心理学分支的社会心理学也获得了新生。南开大学孔令智等同志编成了一本《社会心理学概论》，满足了人们对社会心理学的需要，很是值得我们欢迎的。我虽于二十年代在《教育杂志》发表过社会心理学的文章，但半个多世纪以来，由于学术兴趣的转移，对社会心理学久未问津。现在看到了时蓉华、孔令智等同志先后编著出社会心理学，感到人才辈出，后来居上，无比欣慰。

社会心理学介于心理学和社会学之间，因而有社会学家的社会心理学，也有心理学家的社会心理学。1908年，社会学家罗斯和心理学家麦独孤各自前后刊行《社会心理学》和《社会心理学引论》。罗斯偏重群体或社会集团，称之为“社会平面和气流”，如群众、暴群、风俗、习尚、传统、惯例，并研究暗示、模仿和社会交往及矛盾。麦独孤的《引论》则从人的本能出发，用本能和情绪互相联合，构成情操，特别是自我情操和性格的心理学，为政治、经济等社会科学提供心理学基础。罗斯和麦独孤的社会心理学都后继有人，从而使这两门同名而稍异其实的学科，各有日益丰富的内容。

此《概论》第一章第一节就讨论了“社会心理学与社会学、心理学的关系，”第三节讨论了简史，证明本书作者自始就注意上文所指出的两种社会心理学的历史了。就全书看来，则是将这两种社会心理学综合起来，参考了多方面的文献，编订了包罗广博的纲要，从个人到社会，从动机到行为，从人际关系到社会角色，从态度到偏见，从群体对个人的影响到个人对群体的影响，从模仿到暗示，从宣传到谣言，从理论研究到实际应用，从管理工作的改善到犯罪行为的防治。总之，凡属有关的社会心理和行为都有适当的论述，其用力之勤，工作的艰巨，是令人钦佩的。

惟自十年浩劫以后，社会心理学宛如一个新生的孩子，把它培养成人是不容易的。目前我们这门新生的社会心理学只好利用外来的教科书和论文辑译成书以便应付教学和一般读者的需要。但必须指出，社会心理学的政治性较强，为了适应社会主义现代化的要求，对西方的教材必须慎加选择，同时我们应当立即开展调查和实验研究的工作，积累材料，用以编写具有中国特色的社会心理学。我衷心祝愿孔令智同志和她的合作者不要以现有的成绩为满足，继续努力，更上一层楼。

1987年2月

目 录

第一章 绪 论.....	(1)
第一节 社会心理学的学科特点	(1)
一、社会心理学的研究对象.....	(1)
二、社会心理学与社会学、心理学的关系.....	(6)
第二节 社会心理学的研究原则和方法.....	(10)
一、社会心理学研究的一般原则.....	(10)
二、社会心理学的研究方法.....	(12)
第三节 社会心理学简史.....	(21)
一、社会哲学阶段.....	(21)
二、社会经验论阶段.....	(22)
三、社会分析学阶段.....	(24)
四、当代发展阶段.....	(25)
第四节 我国社会心理学研究发展简况.....	(26)

上篇 个体社会心理

第二章 社会化和自我意识.....	(33)
第一节 社会化的基础和过程	(33)
一、社会化的基础.....	(33)
二、社会化的过程.....	(38)
第二节 社会化的方式和理论	(42)

一、社会化的方式.....	(42)
二、社会化的理论.....	(45)
第三节 自我意识和自我意识形成的理论	(51)
一、自我意识概述.....	(51)
二、自我意识形成和发展的理论.....	(55)
第四节 自我评价和自我修养	(58)
一、自我评价.....	(58)
二、自我修养.....	(63)
第三章 需要与动机	(67)
第一节 需 要	(67)
一、需要的概念及其特征.....	(68)
二、需要的种类.....	(70)
三、需要学说.....	(72)
第二节 动 机	(79)
一、动机的概念及其特征.....	(79)
二、动机的种类.....	(82)
三、影响动机模式的心理因素.....	(83)
四、动机理论.....	(85)
第三节 行 为	(87)
一、行为的特征与种类.....	(87)
二、行为模式.....	(89)
三、影响行为的诸因素.....	(90)
四、行为挫折.....	(91)
五、需要、动机、行为之间的关系.....	(93)
第四章 社会行为	(97)
第一节 利他行为	(97)
一、利他行为概述.....	(98)
二、利他行为的决定过程.....	(104)
三、两种情况下的利他行为.....	(113)

第二节 侵犯行为·····	(117)
一、侵犯行为概述·····	(117)
二、侵犯行为的理论研究·····	(126)
三、侵犯行为的转移与消滅·····	(132)
第五章 态度与态度转变·····	(137)
第一节 态度及其测量·····	(137)
一、态度的要素和特点·····	(137)
二、态度的测量·····	(141)
第二节 态度转变的方法和理论·····	(150)
一、态度转变的方法·····	(150)
二、态度转变的理论·····	(153)
第三节 宣传与态度转变·····	(157)
一、宣传者与态度转变·····	(157)
二、宣传信息与态度转变·····	(161)
三、信息接收者的态度与宣传立场的差距·····	(167)
第四节 偏 见·····	(170)
一、偏见和偏见的特征·····	(170)
二、偏见产生的原因·····	(171)
三、偏见持续的原因·····	(172)
四、偏见的消除·····	(175)

中篇 人际关系心理

第六章 人际沟通·····	(181)
第一节 人际沟通概述·····	(181)
一、沟通的特点与功能·····	(181)
二、沟通的基本过程·····	(184)
三、人际沟通的分类·····	(190)
四、沟通网路·····	(193)
第二节 人际沟通的工具·····	(197)

一、言语沟通的工具——语言	(107)
二、非言语沟通的工具——非言语符号系统	(206)
第七章 人际认知	(213)
第一节 印象	(213)
一、印象形成的特点和过程	(213)
二、刻板印象	(218)
三、影响印象的若干心理效应	(220)
第二节 行为归因	(224)
一、行为原因的分类	(224)
二、行为归因的原则	(226)
三、归因偏差	(232)
第三节 印象整饰	(237)
一、印象整饰的作用	(237)
二、印象整饰在实际中的应用	(239)
三、影响整饰行为的要素	(241)
第八章 人际吸引	(246)
第一节 亲近	(246)
一、有关亲近行为的几种解释	(247)
二、人的恐惧与亲近行为的关系	(250)
第二节 喜欢	(255)
一、喜欢的强化原理	(255)
二、影响喜欢的基本原则	(257)
第三节 爱情	(274)
一、爱情的本质及其研究	(274)
二、爱情的心理结构	(277)
三、爱情的类型划分	(279)
四、恋爱中的几种心理现象	(281)
第九章 社会角色	(289)
第一节 社会角色概述	(290)

一、社会角色的含义及其本质.....	(290)
二、社会角色的形成.....	(294)
第二节 社会角色的分类.....	(301)
一、理想角色、领悟角色和实践角色.....	(302)
二、规定性角色与开放性角色.....	(303)
三、功利性角色和表现性角色.....	(304)
四、先赋角色和自致角色.....	(305)
第三节 角色扮演.....	(306)
一、角色扮演优劣的尺度.....	(306)
二、角色定位及其要求.....	(308)
三、角色技巧.....	(310)
四、角色冲突.....	(312)
第四节 性别角色差异.....	(318)
一、性别角色差异研究的历史条件.....	(318)
二、性别差异.....	(319)
三、性别角色刻板印象和性别歧视.....	(321)
四、性别角色差异.....	(322)

下篇 群体心理

第十章 群体概述.....	(329)
第一节 群体的类型、结构和功能.....	(329)
一、群体的分类.....	(330)
二、群体的结构.....	(334)
三、群体的功能.....	(336)
第二节 群体压力.....	(338)
一、群体压力产生的过程.....	(338)
二、群体压力的意义.....	(340)
第三节 群体规范.....	(341)
一、群体规范的产生.....	(343)

二、群体规范分类	(344)
三、群体规范的功能	(348)
第四节 群体内聚力	(351)
一、内聚力的层次	(352)
二、构成和影响群体内聚力的诸因素	(353)
三、群体内聚力的后果	(361)
四、群体内聚力的测量	(362)
第十一章 群体对个人行为的影响	(366)
第一节 从众行为	(366)
一、从众行为的实验研究	(366)
二、从众行为的心理基础	(370)
三、影响从众的因素	(372)
四、从众行为的社会作用	(381)
五、非从众行为的意义	(382)
第二节 顺从行为	(383)
一、顺从行为的目的	(384)
二、顺从行为的心理分析	(386)
第三节 服从行为	(390)
一、服从的概念	(390)
二、服从权威的行为	(391)
三、惯例行为	(394)
四、服从行为的条件和心理	(395)
五、研究服从行为的意义	(399)
第十二章 个人对群体的影响	(402)
第一节 群体决策	(402)
一、促使群体决策的因素	(403)
二、群体决策的类型	(404)
三、群体决策的意义	(405)
第二节 群体决策的局限性	(407)
一、群体决策与个人决策的比较	(407)

二、个人特性对群体决策的影响·····	(410)
三、群体特性对群体决策的影响·····	(412)
四、极端性转移·····	(414)
五、群体决策对个体心理的消极影响·····	(420)
第三节 群体领导人·····	(421)
一、群体首领与领导者的区别·····	(421)
二、领导人的产生·····	(422)
第四节 领导行为·····	(427)
一、领导人对群体成员的心理影响·····	(427)
二、领导人对群体的作用·····	(430)
三、领导方式·····	(432)
第十三章 大众影响方式·····	(437)
第一节 社会促进与社会致弱·····	(437)
一、社会促进与社会致弱的实验研究·····	(438)
二、对社会促进和社会致弱的解释·····	(439)
第二节 感染与暗示·····	(444)
一、感染·····	(444)
二、暗示·····	(449)
第三节 模仿与时尚·····	(459)
一、模仿·····	(459)
二、时尚·····	(465)
第四节 舆论与流言·····	(470)
一、舆论·····	(470)
二、流言·····	(475)
第十四章 社会心理学的实际应用·····	(484)
第一节 社会心理学应用研究的一般特征·····	(485)
一、社会心理学应用研究的特点·····	(485)
二、社会心理学应用研究的目的·····	(487)
三、应用社会心理学的发展简史·····	(489)

第二节 社会心理学在管理中的应用	(496)
一、管理心理学形成的理论准备	(496)
二、社会心理学在管理中的具体应用	(500)
第三节 社会心理学在宣传中的应用	(504)
一、宣传心理学简史	(504)
二、宣传心理学的研究对象	(507)
三、宣传心理学的过程	(509)
四、影响宣传效果的诸因素	(512)
第四节 社会心理学在犯罪研究中的应用	(513)
一、社会心理学与犯罪研究	(514)
二、违法犯罪青少年的心理特征	(514)
三、预防违法犯罪的社会心理依据	(519)
后记	(522)

第一章 绪 论

第一节 社会心理学的学科特点

一、社会心理学的研究对象

叙述任何一门学科，最基本的要求之一就是要将它的研究对象阐述清楚。而这对社会心理学来说，似乎是一件很困难的事情。的确，在一些社会心理学家们那里，每个人的研究专题都不尽相同。例如，有的人专门探讨人际认识问题；有的人侧重于态度及其转变的研究；还有人特别钻研人的侵犯行为，利他行为以及人际吸引等等。鉴于此，有些人便认为：“有多少个社会心理学家，就有多少种社会心理学。”^①要确立起一个为大家所同意的研究对象是不可能的。我们认为，这只是看到了一些表面现象，而当人们透过这些现象进行一番深入分析的时候，就会发现，在学术界，实际上是存在着对社会心理学研究对象的共同理解，即对研究对象的共同看法的。下面具体地谈一下这个问题。

我国学者吴江霖先生曾收集了从1937年至1982年西方学术

① J·H高尔斯坦：《社会心理学》，英文本，1939年。

界有关社会心理学研究对象有代表性的三十种看法。^①它基本上反映了西方学者们在社会心理学研究对象问题上的观点。三十条定义，提到的内容颇为广泛。但我们可以把它们概括为如下两大类：

第一，认为社会心理学的研究对象是人际关系。

R·E·西尔弗曼指出：“在现实生活中，人们并不是活动在真空状态中，你是社会的一个成员，而你的行为是受许多人际关系影响的，这些人际关系（心理学中着重研究人们的相互作用的分支）的主要兴趣所在。”K·杨格说：“社会心理学是在人们彼此交互作用中和根据这种作用对个体的思想、感情、情绪和习惯的影响来影响人的科学。”C·G·莫里斯和D·克雷奇也分别认为：“社会心理学是研究人怎样与其他人发生联系的科学。”“社会心理学是研究人际行为现象的科学。”

第二，认为社会心理学的研究对象是社会环境下的个体心理和行为。

G·奥尔波特说：“社会心理学家把他们的学科视为试图理解和解释个体的思想、感情和行为怎样受他人实际的、想象的或隐含的存在的影响。”G·墨非认为：“社会心理学是研究个体成为群体的一个成员和在其中起作用的途径的科学。”W·谢里夫提出：“社会心理学研究与各种社会刺激情境相关联的个体的经验和行为。”M·班尼和L·约翰逊亦认为：“社会心理学是研究对各种社会背景或环境发生反应的个体和行为的科学。”

吴江霖先生所辑的三十条定义，都是1937年以后学者们提

^① 详见《西方社会心理学定义三十条》，载《广州师范学报》，1982年，第

出来的。而在这之前，还有一种颇具代表性的看法，是由著名社会心理学家E·罗斯提出来的。E·罗斯认为，社会心理学应当研究由人类结合而产生的“心理面”和“心理流”。所谓“心理面，”是指人与人之间的一致的静态的心理现象，譬如语言、信仰、文化等所包含的心理。所谓“心理流”就是人与人之间动态的心理现象，譬如群众骚动等。罗斯主张社会心理学要了解并说明由人与人相互感应即社会原因而生的感情、信仰、意志及行为等心理上一致的现象，同时也要了解群众在骚动时心理上流动的现象，如军队溃败时，人心慌乱的景象；工潮扩大时，同情、愤慨的情况；以及宗教信仰狂热时心理的表现等。显然在罗斯看来，群体心理是社会心理学的研究对象。

由上述可见，虽然西方学者们对社会心理学对象问题众说纷纭，但归结起来，不外乎三个方面，即社会环境下的个体心理，人际关系心理和群体心理。

我们再看一下苏联学术界关于社会心理学研究对象的观点。

近年来，研究者们对对象问题的讨论，大致有三种意见：

其一，认为社会心理学的研究对象是人的个性。

这一观点的代表人物是E·B·肖洛霍娃。她具体列举了社会心理学研究的七个方面。^①它们是（1）个性心理学方面的社会决定作用；（2）不同情境下个人行为活动的社会动机；（3）个性的阶级、民族、职业的方面；（4）个人社会活动形式的表现和规律；（5）个性的内部矛盾问题及其解决途径；（6）个性的自我发展问题；（7）新人精神面貌的形成。

^① E·B·肖洛霍娃：《个性的社会心理学观点》。载《苏联和西方的社会心理学概观》文集，1979年。

其二，认为社会心理学的研究对象应是群体的心理特征或社会的心理现象。

B·H·米亚西舍夫认为，社会心理学的基本对象是各种群众形式的社会心理现象：社会心境、社会舆论、社会传统以及不同社会群体中的相互关系。B·H·帕雷金认为，社会心理学是关于不同社会群体、集体以及居民群众的心理活动规律的科学。它的活动是在人们的协同活动、共同行为、彼此心理交往的体验和方式中表现出来的群体、集体和群众的心理特征，以及群体、群体行为和心理状态的特征。^①

其三，认为社会心理学的研究对象应是前述两种观点的综合。著名心理学家A·彼得罗夫斯基认为，社会心理学的研究对象包括如下方面：（1）群体心理、阶级心理、民族心理、社会心境、趣味、时尚、群体的气氛、群体领导者、从属者的心理以及家庭，学校班级，生产班组中的社会心理等。（2）个性的社会心理表现。彼得罗夫斯基认为，个性问题可以从不同的角度和方面（普通心理学，差异心理学，年龄心理学，教育心理学等）进行研究。如果把个性放在他和群体的相互关系的系统中，个性也应当是社会心理学的研究对象。^②

从苏联学术界目前的情况看，人们较为同意上述的第三种看法。如被苏联高等和中等专业教育部批准为大学心理学系教科书的、由苏联著名社会心理学家、莫斯科大学心理学系教授Г·М·安德列耶娃所著的《社会心理学》一书中指出：“看

^① 参见李沂、张世英：《试论苏联社会心理学的发展和当前的某些理论问题》，载《苏联心理学》，1984年。

^② A·彼得罗夫斯基：《社会心理学研究的一些问题》，载《心理学问题》，1970。