

社会心理学

S HEHUIXINLIXUE

许锋 / 著

经济日报出版社



社 会 心 理 学

许 锋 著

经济日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

社会心理学/许锋著. —北京:经济日报出版社, 2001. 3

ISBN 7-80127-871-2

I. 社… II. 许… III. 社会心理学 IV. C912.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 027197 号

社会心理学

作 者	许 锋
责任编辑	陈 佩
责任校对	何 力
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市宣武区白纸坊东街 2 号(邮政编码:100054)
电 话	63567683(发行部)63567687(邮购部)
E-mail	jjrbcs@sina.com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京鑫欣印刷厂
开 本	850×1168 毫米 1/32
印 张	11.875 印张
字 数	286 千字
版 次	2001 年 3 月第一版
印 次	2001 年 8 月第二次印刷
印 数	3001—6000 册
书 号	ISBN7-80127-871-2/G·327
定 价	20.00 元

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

序 言

翻开这本书,你会在深入阅读的过程中不断发现本书的魅力。

随着我国改革开放带来的巨大社会变化,越来越多的人认识和接受了这样一个事实:社会的运行依赖于对人的行为的认识和控制,而对人的行为的认识和控制的条件就是,要能够预测他人的行为。当然,我们通过直觉和常识可以在一定程度上达到某种认识、预测和控制他人行为的目的。但事实证明,这种认识是肤浅的,无法与社会心理学系统的、科学的研究结论同日而语。正是基于这一客观事实,才导致社会心理学的日益繁荣和昌盛。

撰写本书是一个挑战,因为社会心理学的发展与扩张相当迅速,许多旧的理论见解往往因新的研究发现的提出而必须随时加以修正和补充;加上新领域的开拓与介入,这不仅给系统地介绍社会心理学的范畴与界定造成很多困难,而且使得新知识和新发现的及时介绍变得十分重要。可以说,在此之前,国内的以社会心理学为名的书都是基于20世纪70年代和80年代的资料。本书的撰写首次搜集和补充了90年代研究发现的资料,并且特别增添了健康心理学专章以及关于性别歧视的研究。

作者集在大学从事十几年社会心理学教学与研究的经验和体会,对本书的撰写在取材上根据两大原则来加以处理,一方面重视社会心理学基本理论和概念的阐释与研究验证,另一方面则强调这些知识在我们日常生活中的实际应用价值,以严谨的科学态度力求理论与实际的相互结合。

通过阅读本书,你对社会心理学的认识和了解虽然还不是一

个全貌,但无论你是一个在读的大学生或研究生,还是一个理论工作者或者实际工作者乃至一般读者,读完本书都足以使你顿感认识了一个全新的人类行为世界,或者丰富了原有的理论和知识,而且很有可能会开阔新的知识视野。

我衷心感谢经济日报出版社的编辑,以及为本书出版给予了帮助的所有人,我还特别要感谢十几年来热情学习和称赞我所教的社会心理学课程的每一个学生,感谢同行的支持和前辈的关心。

本书如有纰漏和不当之处,敬请各位读者不吝指正。

许 锋

2001年3月于华中师范大学

目 录

序言.....	(1)
第一章 社会心理学导论.....	(1)
一、社会心理学的取向	(1)
1. 社会心理学领域的界定	(3)
2. 社会心理学的工作者	(4)
3. 社会心理学的起源	(5)
4. 社会心理学的未来	(7)
二、社会心理学的研究.....	(10)
1. 理论与假说:问题的构建	(10)
2. 实验研究:建立因果关系	(12)
3. 相关研究:建立变量间的联系	(18)
4. 对研究效度的威胁:做研究时的社会心理学	(24)
第二章 社会知觉	(29)
一、社会认知的取向.....	(30)
二、个人知觉:形成对他人的印象	(31)
1. 第一印象:由外表作出推测	(31)
2. 认知算术: $1+1$ 并不总是等于2	(32)
3. 顺序对知觉的影响:第一印象和近因效应	(34)
三、归因:解释行为的原因	(35)
1. 归因两难推理:性情因素和情境因素	(35)
2. 归因偏误:自然科学家易犯的错误	(41)

四、图式:组织印象	(50)
1. 图式的价值:为新旧信息提供一个社会构架	(51)
2. 图式的偏误:认知吝啬者易犯的错误	(54)
3. 动机策略模型:认知吝啬者的起落	(58)
4. 自我实现预期:变认知为现实	(59)
第三章 偏见、歧视与定型	(63)
一、怨恨的基本原则	(63)
1. 基本概念:偏见、定型和歧视的区别	(64)
2. 少数群体:不仅仅是数量的问题	(65)
二、偏见的根源	(65)
1. 社会学习的解释:定型的培养	(66)
2. 现实的冲突:竞争的不调和	(67)
3. 社会认同理论:群体成员的自尊	(70)
4. 偏见的认知基础:通过定型看世界	(71)
三、偏见的种类	(72)
1. 内群体与外群体偏见:我们与他们	(72)
2. 外群体同质偏见:缺少多样性	(74)
3. 虚幻的关联:缺失环节的虚构	(74)
4. 根本归因错误:好处我得,坏处归你	(75)
四、偏见与性别	(78)
1. 性别角色与定型	(78)
2. 性别定型的根源	(83)
第四章 自己意识	(87)
一、定义自我	(87)
1. 形成自我概念:我是谁?	(88)
2. 社会比较:利用他人给自己定位	(91)

3. 通过自己的行为定义自我	(93)
4. 文化背景中的自我	(96)
二、评价和保护自我	(97)
1. 自尊:对自己的评估	(98)
2. 自我评估维护:当他人的成功对自我造成伤害时 ...	(99)
3. 自我意识:在生活中注重我自己	(100)
4. 自我的错误知觉:你自己的自我是错的	(101)
三、把自我展示给世界	(107)
1. 自我监控:监督自己的行为	(107)
2. 自我显示:向别人推销我们自己	(110)
3. 自我显示语言:通过言词和行为来维持社会控制	(113)

第五章 心理健康与健康心理学	(118)
一、心理健康	(119)
1. 自我复杂性与健康:多样自我的好处	(119)
2. 自我差异理论:使现实与理想相适合	(120)
3. 自我揭露与健康:讲真话	(121)
4. 归因风格与抑郁:习得性抑郁	(122)
5. 错觉的好处:错就是对	(127)
二、压力与疾病	(128)
1. 压力与应对:对威胁的反应	(128)
2. 压力的来源:你的快乐是我的压力	(130)
3. 主要疾病的社会心理成份	(140)
三、医生与病人	(146)
1. 医生与病人之间的交流	(147)
2. 依从医疗制度:听从医嘱	(149)
3. 增加对医药制度的依从	(151)

第六章 人际吸引	(155)
一、人际吸引的起源	(155)
1. 亲和的需要	(156)
2. 依附	(158)
3. 寂寞	(159)
二、人际吸引的情境因素	(161)
1. 接近性	(161)
2. 个人空间	(163)
3. 熟悉性	(164)
三、其他人的个性特征	(167)
1. 相似性	(167)
2. 喜欢的互逆性	(171)
3. 个人品质	(172)
4. 外表魅力和喜欢	(173)
5. 吸引的理论	(180)
第七章 亲密关系	(184)
一、建立关系	(184)
1. 关系的水平	(187)
2. 关系的亲密性	(191)
3. 自我表露双向性	(192)
4. 关系的发展阶段	(194)
5. 性行为与关系	(195)
二、恋爱关系	(197)
1. 热情的爱和友情之爱	(198)
2. 爱情三角形	(202)
3. 爱的彩虹	(204)

4. 爱的概念的原型	(205)
三、关系的变化	(207)
1. 选择伴侣	(207)
2. 婚姻过程	(210)
3. 同居	(211)
4. 独身	(212)
四、关系的结束	(213)
1. 离婚的根源	(213)
2. 使关系恶化的过程	(216)
 第八章 助人行为和攻击性行为.....	(220)
一、社会亲善行为和利他主义	(221)
1. 处理紧急情况:你会帮助一个身处险境的陌生人吗?	(222)
2. 利他主义:不计酬劳和代价帮助他人	(226)
3. 移情:利他主义的核心	(229)
4. 归因、情绪和心境:帮助他人的感受	(230)
5. 规范与助人:帮助的标准	(233)
二、攻击性行为	(236)
1. 定义攻击性行为	(236)
2. 攻击性行为的根源	(239)
3. 挫折——攻击性连接	(248)
4. 引起攻击性行为的社会环境因素	(250)
三、减少攻击性行为的方式	(252)
1. 渲泄和惩罚	(253)
2. 控制攻击性行为的社会认知方法	(254)
3. 学习社会规范	(256)
四、助长社会亲善行为	(258)

1. 有回报的社会亲善行为	(258)
2. 模仿和帮助	(259)
3. 教授道德行为	(261)
4. 价值澄清和道德推理	(262)
第九章 态度	(264)
一、关于态度的定义	(265)
1. 定义态度的方法	(265)
2. 方法的协调	(267)
二、态度的起源和作用	(267)
1. 态度的经典性条件反射	(267)
2. 态度的操作性条件反射	(268)
3. 态度的习得	(269)
三、态度的测量	(270)
1. 态度的直接测量	(270)
2. 态度的间接测量	(274)
四、态度的一致性	(275)
1. 认知一致性和态度	(275)
2. 认知失调理论	(275)
3. 认知失调理论的取舍	(279)
五、态度和行为的关系	(283)
1. 错误问题的正确答案	(284)
2. 态度和行为如何联系	(285)
3. 未意识到的态度	(290)
第十章 改变态度	(293)
一、探寻说服之路	(294)
1. 精密可能性模型:说服的两条途径	(294)

2. 达到持久态度改变的理想路线	(295)
二、信息源:说服的根源	(296)
1. 传播者的可靠性:专长性及可信度	(296)
2. 传播者的吸引力和受欢迎程度	(299)
三、信息:有技巧的传播	(300)
1. 信息的种类和数量	(300)
2. 强调和对照	(300)
3. 重复信息	(301)
4. 恐惧唤起	(302)
四、说服的目标:接受信息	(304)
1. 认知需求	(305)
2. 个人情绪	(307)
五、市场中的说服	(308)
1. 说服力广告:改变消费者的搜集思路	(308)
2. 广告信息:联系消费者与产品	(309)
3. 广告的吸引力:硬卖、软卖	(311)
4. 心理描述:广告的人口统计学	(313)
 第十一章 从众、依从和服从	 (318)
一、从众	(319)
1. 规范社会压力和信息社会压力	(320)
2. 影响从众的因素	(321)
3. 从众的数学	(322)
4. 社会支持	(323)
5. 从众的性别和文化差异	(324)
6. 个人对团体的影响	(327)
二、依从	(331)
1. 登门槛技术	(332)

2. 留面子技术	(333)
3. 折扣技术	(334)
4. 低球技术	(335)
三、服从	(335)
1. 遵从命令	(336)
2. 服从权威的研究	(337)
第十二章 团体行为	(341)
一、团体的基本特质	(341)
1. 团体的定义特征	(342)
2. 团体的结构	(343)
二、团体中的个人表现	(348)
1. 社会助长	(348)
2. 社会惰化	(351)
三、团体问题的解决和做决策	(354)
1. 团体决策的过程	(354)
2. 团体决策的质量	(357)
后记	(366)

第一章 社会心理学导论

我们将从社会心理学的起源开始对该学科的探求过程。我们将只研究社会心理学的领域。在给这个领域下一个定义后，我们将考查它所涵盖的话题以及它的范围。我们也将讨论这门学科的从事者以及它的历史，以揭示 100 多种社会心理学是如何发展的，以及它的未来会如何。接着，我们来看看社会心理学中使用的研究方法。我们将探讨社会心理学家是如何提出和改进特定研究问题，讨论不同方法是如何实施的。最后，我们将研究实验结果的精确性和可靠性的瑕疵，使社会心理学的研究更具有挑战性。

总之，在这一章里你将找到以下问题的答案：

- 社会心理学的研究范围。
- 社会心理学发展史上的里程碑以及发展趋势，它的未来会是怎样的？
- 实验研究和相关研究有何不同？社会心理学家进行的研究主要分哪几种？
- 影响实验结果可靠性的主要因素有哪些？

一、社会心理学的取向

从某种意义上说，我们都是初学的社会心理学家。例如，你曾经为买了一件超过预算的夹克而问为什么时，你便问了一个社会心理学家要问的问题。社会心理学是一门研究人类思想、情感

和行为是如何受他人影响的学科，从事该门学科研究的人试图去调查和研究在社会环境下人类行为的特质及动机。

也许这样的定义在某些方面显得过于简单。由于社会心理学的研究领域相当广阔，对于这样的学科，探求一下定义背后的东西是十分必要的。事实上，把定义各部分分开从而考查各自隐含的意义十分有益。

- 社会心理学具有科学性。社会心理学家不依赖抽象的和未经验证的理论。在本章的后面，我们将看到，为了研究某一现象，他们往往采用精确、有次序、有系统的方法，但这并不意味着理论是不需要发展的，事实上它需要。因此，社会心理学家并不以某一理论作为结论，而是运用科学程序不断验证理论的精确性。

- 社会心理学以人为焦点。尽管有些实验注重非人类的社会生活，但社会心理学家所做的实验绝大多数以人为研究对象，社会心理学家试图找出所有社会行为中最一般，最普遍的原则。同时也不忽视某种特定文化和种族中成员的作用，其实，社会心理学从很大程度上是研究不同民族、种族或背景是如何相互影响的。

- 社会心理学研究人类的思想。为了了解社会行为，许多当代的社会心理学家都致力于找出一种可以精确观察个人思维的认知方法。一些行为心理学家认为研究应集中于可观察的行为，但大多数社会心理学家并不赞同这一点，他们认为，尽管思维不容易直接观察，但却可以由人们对自己经历所作的记载中得出某些推断。

- 人类所经历的情感是社会心理学研究的中心部分。社会心理学家应用不同的方法去测量在社会刺激下我们的感觉，以调查我们的喜恶。实际上，一些社会心理学家研究某些像心脏、吸频率等生理上的反应作为评估在特定条件下人类感觉的方法。

• 最后，社会心理学家也研究人类的行为。通过研究行为——从我们会选择什么样的人当作终生伴侣到我们会买何种品牌的牙刷——社会心理学家逐渐弄清楚我们所居住的社会是如何影响我们的行为的。

给社会心理学下一个广泛的定义使我们清楚地明白社会心理学的研究领域是如此广大。

1. 社会心理学领域的界定

说了这么多，你一定会奇怪，难道没有社会心理学不研究的东西吗？事实上，社会心理学的研究领域是有限的，尽管它不固定，这一点我们以后会讨论。尽管有许多相关学科的研究者与社会心理学家提出的课题相似，但他们却根据他们自己的学科特点持不同的看法。

在心理学领域中，与社会心理学联系最紧的是个性心理学，个性心理学的特征为识别个体特征，找出个体区别于他人特点，以及解释个体行为一致性的程序。和社会心理学家一样，个性心理学家的研究焦点为个体，但他们首先注重的是个体间的区别，而社会心理学家却试图找出联合个体的共同点以及解释人类的一般行为。例如，个性心理学家会问为什么有些人会比另一些人更容易产生偏见，而社会心理学家则研究人类的偏见是如何产生的，是否有一些方法可以减少偏见带来的破坏。

心理学领域之外，社会心理学最近的亲戚乃是社会学和人类学——两个既相关又互有优势的学科。社会学是关于人类社会与社会构成的学科。它主要研究群体成员是如何成为决定群体行为一致性的一般文化影响的作用对象的。当社会学家研究群体行为时，他们往往倾向于把群体行为看作一个单一的实体，相反，当社会心理学家研究群体时，他们的工作则集中于群体中的个体。

假如我们要研究一个学生来源结构是如何影响教学效果时，社会学家会对比不同种类学校毕业生的总体成就，而社会心理学

家却通过观察个体学生来达到研究目的，他们可能会调查社会经济背景是如何影响个体学生行为的。

人类学，又一个与社会心理学紧密联系的学科，主要研究文化对人类的影响，它广泛研究各类社会现象，重心集中于特定文化背景下的社会，并不强调个体。例如，人类学家会研究不同文化背景下的家庭结构是如何与经济生产率相关联的，而使用个性研究方法的社会心理学家则会调查是否一定的养育方式会培养出具有高度活力的儿童个体。

研究的不同侧重点并不是区分社会心理学与别的学科的惟一因素，社会心理学所采用的研究问题的方法也是独特的。社会学家和人类学家喜欢考察既有的情形。例如，以研究关系为主的社会学家会研究结婚与离婚的统计值，试图通过观察统计值的发展趋向，对这一现象作出明白的解释。相对来说，社会心理学家非常依赖他们能主动运用变量的实验方法。这种方法能使他们观察处理工作的结果。为了研究关系，社会心理学家采用一个实验去观察在何种条件下，人们会更容易引起他人注意。

2. 社会心理学的工作者

什么人能成为社会心理学家？在美国心理学会那些自称为社会心理学家的将近 2500 人当中，大部分为男性和白种人。就像心理学和其他科学领域一样，社会心理学也一直是白种男性占统治地位。

但是自从不少女性加入这个领域后，学科面貌也发生了变化。每年都有相当数目的女性获得社会心理学学士学位，这极大地增加了这门学科中女性成员的比例。事实上，最近的一项数据显示，更多的女性参加了社会心理学研究生课程的培训。

自从 1984 年起，在美国获得社会心理学博士学位的人当中，女性数量便超过了男性。这些数字表明，社会心理学研究者最终会以女性占统治地位。此外，尽管在这个领域中，女性工作者的