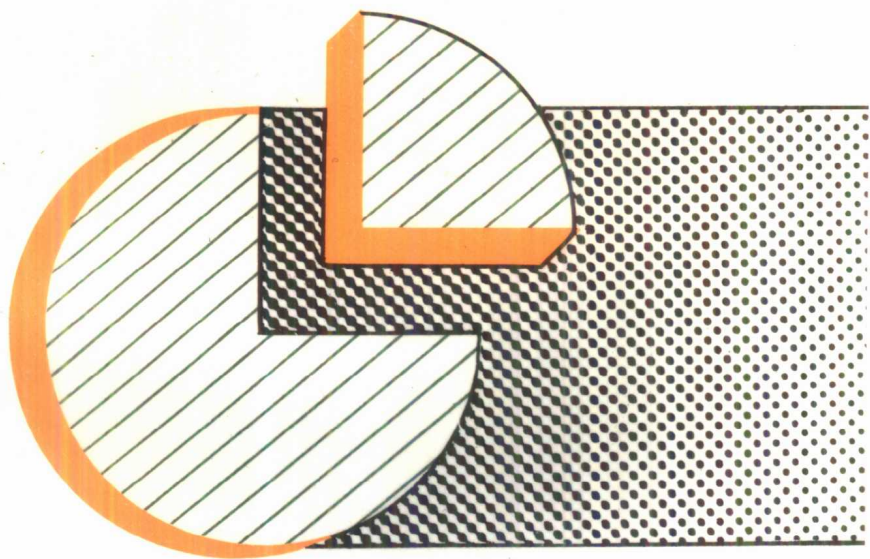


MODERN SOCIAL PSYCHOLOGY

现代社会心理学



高等学校文科教材

时蓉华 主编

华东师范大学出版社

高等学校文科教材

现代社会心理学

华东师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代社会心理学/时蓉华主编. -上海:华东师范大学出版社,1989.5
(1999 重印)

ISBN 7-5617-0379-1

I. 现… II. 时… III. 社会心理学-高等学校-教材 W. C912.69
中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 44886 号

现代社会心理学

时蓉华 主编

华东师范大学出版社出版发行

(上海中山北路 3663 号 邮政编码 200062)

新华书店上海发行所经销

江苏省海安人民印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 16.75 字数 420 千字

1989 年 5 月第 1 版 2001 年 5 月第 14 次印刷

印数 90,101—96,100 本

ISBN 7-5617-0379-1/G·174

定价:20.00 元

前 言

本书是受国家教委委托编写的高等学校文科教材。编写中力图以辩证唯物主义为主导,贯彻博采众长、注重实用的原则,广泛参阅并引用国内外社会心理学研究中的新成果,特别是注意我国国情,反映我国社会心理学研究的新的进展与动态。它既可作为高等院校开设社会心理学课程的教材或教学参考书,也可供一般社会科学工作者、教育工作者、党政与司法干部、企业管理人员以及广大社会心理学爱好者参考。

全书共分五编十八章。第一编总论,第二编社会化,第三编个体社会心理,第四编群体社会心理,第五编分支社会心理学。本书在体系结构及内容安排上有两个特点:一是把社会化作为单独一编。这是因为人的社会化问题历来是社会心理学研究的中心课题,从最广义上讲,社会化乃是个体学会其社会群体的信仰与价值观的过程,也是个体学会调整其行为以满足群体其他成员期望的过程;许多学者甚至认为社会心理学是一门研究社会化过程及其结果的学问,所以有必要把社会化作为独立的一编。二是本书最后一编为分支社会心理学,强调社会心理学分支学科在各个具体领域中的应用。但我们没有将这一编称之为“应用社会心理学”,因为社会心理学本身就是应用性很强的学科,若把最后一编称为“应用社会心理学”,可能会产生一种错觉,以为只有这一编才可应用于实际生活,而其他各编均不具备应用价值。另外,此编也未采用“社会心理学的实际应用”这样的提法,目的在于全面地考察社会心理学的基本原理、基础知识在实际生活中的应用价值。

本书由时蓉华任主编,各章的撰写人分别是:时蓉华(第一至四、六至十、十三至十五章)、吕建国(第五章)、曾建国(第十一

章)、李宁宁(第十二章)、任国华(第十六章)、郑龙(第十七章)、梁宁建(第十八章)。最后由时蓉华统稿、定稿。

本书承蒙中国社会心理学学会顾问、上海社会心理学学会名誉会长、华东师范大学心理学系胡寄南教授审阅。中国社会心理学学会会长陈元晖教授对本书的编写给予热情的鼓励与深切的关怀,在此一并致以衷心的感谢。

由于作者的水平有限,缺点与不妥之处敬请读者批评指正。

时蓉华

1988年9月于华东师大

目 录

第一编 总 论

第一章 社会心理学的性质、对象和任务	1
第一节 社会心理学的学科性质	1
一、社会心理学是一门新兴的边缘学科	1
二、社会心理学与心理学的关系	2
三、社会心理学与社会学的关系	5
四、社会心理学与行为科学的关系	7
五、社会心理学与文化人类学的关系	7
第二节 社会心理学的研究对象	8
一、社会心理学的定义及其分析	8
二、国内外社会心理学家关于社会心理学的定义	11
三、三种倾向的社会心理学	14
第三节 社会心理学的研究范围与分类	15
一、社会心理学的研究范围	15
二、社会心理学的分类	17
第四节 社会心理学的任务	19
一、社会心理学的理论任务	19
二、社会心理学的实践任务	20
第二章 社会心理学的研究方法	22
第一节 社会心理学的专门方法论	22
一、三种不同倾向的社会心理学方法论原则	22

二、社会心理学研究的伦理学原则	26
第二节 社会心理学研究的具体方法和技术	28
一、实验研究	28
二、调查研究	30
三、档案研究	32
四、心理测验	32
五、相关研究	33
第三节 社会心理学研究的具体进程	34
一、充分重视研究过程中的每一个阶段	35
二、选择研究课题	36
三、制定研究计划	37
第四节 撰写研究报告	40
一、撰写研究报告的方法	40
二、撰写研究报告的几个要求	42
第三章 社会心理学的历史和现状	45
第一节 社会心理学的起源与发展	45
一、社会心理学发展的三个阶段	45
二、三十年代以来社会心理学的发展	47
第二节 早期社会心理学的主要流派	48
一、德国的民族心理学派	48
二、法国的群众心理学派	50
三、英国的本能心理学派	53
第三节 实验社会心理学的建立	55
一、实验社会心理学建立与发展的客观条件	55
二、早期的社会心理学实验	56
三、简短的评价	58
第四节 西方社会心理学概况	58
一、美国的社会心理学近况	58

二、欧洲的社会心理学动态	61
三、日本的社会心理学近况	63
第五节 苏联社会心理学的发展与近况	65
一、苏联社会心理学的发展经历了三个阶段	65
二、苏联社会心理学发展的原因	67
三、苏联社会心理学研究的特点	68
四、苏联社会心理学的体系和内容	69
第六节 我国社会心理学的发展	70

第二编 社会化

第四章 社会化过程	72
第一节 社会化概述	72
一、社会化的定义及其分析	72
二、社会化的特点	75
三、社会化的内容及类型	78
第二节 社会化的因素	81
一、社会文化的影响	81
二、家庭父母的影响	84
三、学校的影响	87
四、同辈群体的影响	89
五、大众传播工具的影响	91
第三节 社会化过程的分析	92
一、个体社会化发展是不平衡的	92
二、个体社会化过程体现了生物因素与社会因素 的辩证统一	93
三、个体社会化过程中的主观能动作用	94
第四节 社会化理论	95

一、精神分析理论	95
二、认识发展理论	98
三、社会学习理论	99
第五章 自我意识	101
第一节 自我意识概述	101
一、自我意识的定义及其分析	101
二、自我意识的矛盾性	103
三、自我意识的形象性	104
四、自我意识的独特性	105
第二节 自我意识的心理成分	106
一、自我认识	106
二、自我体验	109
三、自我控制	113
第三节 自我意识的发展	114
一、自我意识发生与形成的指标	114
二、埃里克逊的自我发展理论	115
三、青年期自我意识的特征	120
第四节 关于自我意识的研究	123
一、神秘的自我观与思辨的自我观	124
二、经验的自我观	124
三、分析的自我观	126
第六章 性别角色差异心理	131
第一节 性别角色概述	131
一、性别角色的定义及其分析	131
二、关于性别角色实质的讨论	133
三、性别角色的特点	134
第二节 性别角色的获得与分化	136
一、性别角色获得的生理基础	136

二、性别角色分化的社会因素	138
三、关于性别差异心理的研究	143
四、性别角色获得与分化的理论	144
第三节 性别角色的观念及其变化	148
一、性别角色的观念	148
二、性别歧视	151
三、对男女性别角色的新认识	153
四、有关男女平等的研究	153

第三编 个体社会心理

第七章 社会动机	156
第一节 社会动机概述	156
一、社会动机的定义及其分析	156
二、动机是制约个体活动效率的重要因素之一	159
三、动机由需要所激发	162
四、内部动机与外部动机	164
第二节 成就动机	167
一、关于成就动机的概念	167
二、成就动机与社会经济发展	170
三、成就动机有赖于个体的独立性	171
四、成就动机的培训	172
第三节 马斯洛的需要层次理论	174
一、马斯洛理论的基本思想	174
二、马斯洛的需要层次理论	176
三、马斯洛论自我实现者的个性特征	181
四、简短的评价	185
第四节 苏联的动机系统理论	187

一、动机是一个系统	187
二、动机是个性的核心	189
三、简短的评价	190
第八章 挫折	192
第一节 挫折概述	192
一、挫折的定义及其分析	192
二、挫折产生的原因	193
三、挫折反应的个别差异	194
第二节 挫折理论	196
一、挫折——攻击理论	196
二、需要和紧张的心理系统理论	197
三、社会文化理论	198
四、挫折不是攻击行为根源的理论	199
第三节 挫折后的行为表现	201
一、积极的心理自我防卫形式	201
二、消极的心理自我防卫形式	201
三、妥协的心理自我防卫形式	202
第四节 挫折对心理的影响及其对策	204
一、挫折对个体心理的影响	204
二、处置挫折的措施	206
三、建立积极的心理防卫机制	208
第九章 社会认知	210
第一节 社会认知概述	210
一、社会认知的定义及其分析	210
二、对他人的情绪、情感的认知	212
三、对他人的性格的认知	216
四、对人际关系的认知	218
第二节 印象的形成	219

一、对人认知的第一印象	220
二、个人好恶估价是对人印象形成的主要依据	223
三、信息的先后及性质对形成他人印象的影响	225
第三节 社会认知的偏见	227
一、偏见的特征	227
二、个人偏见	228
三、社会偏见	232
第四节 社会认知的归因理论	234
一、归因的定义及其分析	235
二、归因理论	236
三、归因偏差	239
四、归因理论在实际生活中的应用	242
第十章 社会态度	244
第一节 社会态度概述	244
一、态度的定义及其分析	244
二、态度的特征	246
三、态度的功能	248
第二节 社会态度的层次与方向	250
一、社会态度是个多层次的心理结构	250
二、社会态度的层次性与行为的关系	252
三、社会态度的方向	255
第三节 社会态度的形成	257
一、态度的形成过程	258
二、社会态度形成的反馈模式	260
第四节 社会态度的转变	261
一、社会态度转变的方法	261
二、社会态度转变与逆反心理	267
三、社会态度转变的主客观条件	268

四、社会态度转变与均衡理论	270
第五节 社会态度的测定	273
一、总加量表法	274
二、社会距离尺度法	274
三、语义分析法	276
四、投射法	277
五、生理反应法	278
第十一章 相符行为	281
第一节 从众	281
一、从众概述	281
二、从众行为的影响方式	283
三、有关从众现象的实验研究	284
四、影响从众行为的因素	287
五、研究从众行为的意义	290
第二节 众从	291
一、众从概述	291
二、众从行为产生的条件	292
三、阻碍众从产生的因素	295
四、研究众从行为的意义	296
第三节 服从	297
一、服从概述	297
二、米尔格拉姆的服从实验	300
三、研究服从行为的意义	304

第四编 群体社会心理

第十二章 人际交往	306
第一节 人际交往概述	306

一、人际交往的定义及其分析	306
二、人际交往的条件	309
三、人际交往的形式	310
第二节 人际交往的过程	313
一、人际交往的起点——动机分析	313
二、人际交往过程的分析	317
第三节 人际交往的工具	321
一、人际交往的语言符号系统	321
二、人际交往的非语言符号系统	323
第四节 影响人际交往的因素	326
一、信息传递过程中的干扰	327
二、接受者的过滤作用	327
三、交往双方文化、社会、心理上的差异	328
第五节 人际交往艺术的心理效应	330
一、人际称呼	331
二、谈话的艺术	331
第十三章 人际关系	334
第一节 人际关系概述	334
一、人际关系的定义及其分析	334
二、人际关系的结构	335
三、人际关系的行为模式	337
第二节 人际吸引	339
一、增进人际吸引的因素	339
二、影响青年择偶的吸引因素	342
三、阻碍人际吸引的个人因素	345
四、关于小群体人际吸引的研究	350
第三节 人际关系的基本形态——竞争与协作	355
一、竞争	355

二、协作	359
第四节 利他、侵犯与冷漠	360
一、利他行为	361
二、侵犯行为	364
三、冷漠行为	365
第五节 人际关系的测定	367
一、社会测量法	368
二、参照测量法	372
三、社会距离尺度法	373
四、问卷调查	374
第十四章 群体心理及其影响	375
第一节 群体的分类	375
一、正式群体与非正式群体	375
二、大型群体与小型群体	377
三、松散群体、联合群体、合作群体和集体	379
四、参照群体	380
五、其他的划分	382
第二节 群体规范	382
一、群体规范的定义及其分析	382
二、群体规范的形成	383
三、群体规范的压力	384
四、群体规范的作用	386
第三节 群体的凝聚力	387
一、凝聚力的定义及其分析	387
二、群体凝聚力产生的条件	388
三、凝聚力的作用	391
第四节 群体对个体的影响	393
一、社会助长作用与致弱作用	393

二、群体活动人数对个体活动效率的影响	396
三、群体讨论与决议对个体的影响	397
第十五章 领导心理	399
第一节 领导的概述	399
一、领导的涵义	399
二、领导人的产生	403
三、领导的功能	406
第二节 关于领导方式的研究	409
一、勒温的研究	410
二、李克特的研究	413
三、三隅的研究	414
四、费德勒的研究	415
第三节 领导人的影响力	417
一、权力是领导人影响力的基础	417
二、领导人的影响力	418
三、领导人的影响力受其他因素所制约	421
第四节 领导人的心理品质	422
一、国外的研究	422
二、我国的研究	424
第十六章 大众心理的连锁反应	426
第一节 流行	426
一、流行概述	426
二、流行的社会因素	429
三、流行的心理因素	430
第二节 暗示	433
一、暗示概述	433
二、暗示方式	436
三、影响暗示效果的因素	438

四、暗示的意义	441
第三节 社会舆论	443
一、社会舆论概述	443
二、社会舆论的形成	446
三、社会舆论的作用	447
四、社会舆论的研究	449
第四节 流言	450
一、流言概述	450
二、流言产生与传播的主客观因素	451
三、流言传播的影响	453

第五编 分支社会心理学

第十七章 分支社会心理学概述	455
第一节 分支社会心理学产生的动因	455
一、外因——社会科技文化背景	455
二、内因——社会心理学内部的直接动力	456
第二节 分支社会心理学产生的原型启发——介绍	
应用社会心理学的环形模式	458
一、应用社会心理学必须研究改善生活	
质量的问题	459
二、在应用社会心理学中,知识构成的	
目的在于预测	460
三、在应用社会心理学中,知识运用和干预需	
主动思考和精心策划	461
四、应用社会心理学的三个基本元素须通过中介	
环节融为一个有序系统	462
五、应用社会心理学的三个基本元素由负反馈	