

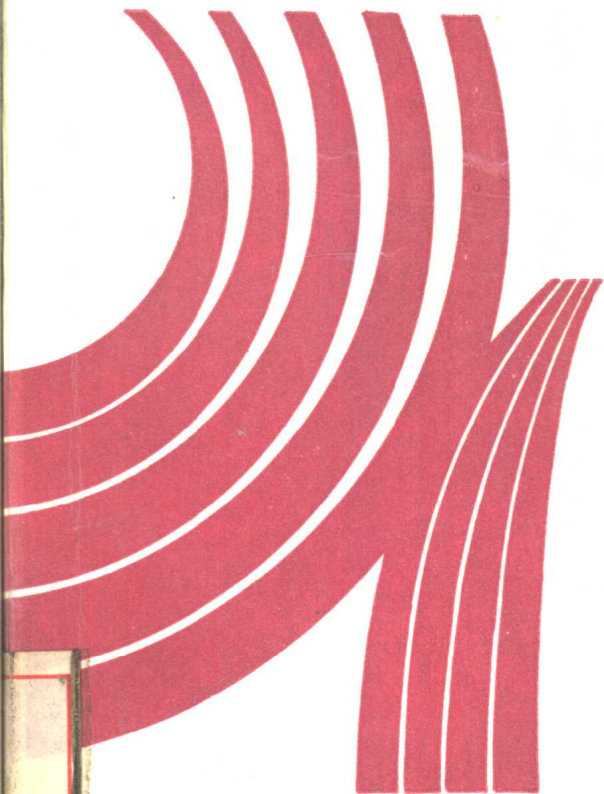
社会心理学 社编

著

智建虹

令新晓

孔汪周



社会心理学新编

孔令智

汪新建 著

周晓虹

辽宁人民出版社

1987年·沈阳

社会心理学新编

Shehui Xinlixue Xinbian

孔令智 汪新建 周晓虹 著

辽宁人民出版社出版 辽宁省新华书店发行
(沈阳市南京街6段1里2号) 沈阳市第一印刷厂印刷

字数: 340,000 开本: 850×1168 $\frac{1}{32}$ 印张: 15 $\frac{3}{4}$ 插页: 2

印数: 1—18,900

1987年9月第1版 1987年9月第1次印刷

责任编辑: 任天舒 责任校对: 赵耀今 李文杰

封面设计: 赵多良

ISBN 7-205-00101-3/B·29

统一书号: 2090·129

定价: 4.15元

前 言

在撰写本书前言之际，首先对费孝通先生表示诚挚的感谢。他在百忙之中，一直对本书的写作给予了极大的关怀，并对有关问题进行了认真的指导。

在我国，社会心理学是一门非常年轻的学科。而我们从事这门学科的研究和教学工作的时间更是十分短暂。但是，从1985年暑假之前接受南开大学社会学系社会心理学课程的教学任务的第一天起，我们便酝酿能够在教学过程中，在国内外已有的理论研究和实验成果的基础上，认真编写一本社会心理学教科书，以应社会心理学的教学和研究工作之急需。一年多来，我们先后翻阅了上百本国内外社会心理学和其他学科的著作，写成了这本书，并先后在南开大学、天津大学、天津市干部管理学院授课达300多学时。感谢选修这门课的“学生们”，他们有的正处豆蔻年华，有的已跨入耄耋之年，但无一例外都对社会心理学表现出了极大的兴趣。今天这部书稿的完竣，也是和这些良师益友们的督促、批评和帮助分不开的。

在本书的撰写过程中，我们还得到了南开大学社会学系主任、中国社会心理学会副会长苏骥先生以及系办公室苏永和、刘欣等老师的关心与支持，辽宁人民出版社也为本书的

写作、修改、出版提供了无私的帮助，谨借本书出版之际，
一并表示衷心的感谢。

编著者

1986年6月

内 容 简 介

这是一部较为全面、新颖的社会心理学著作。它系统介绍了人的社会心理发生、发展、变化的基本规律，在论述社会心理学的基本内容的同时，对该领域内最新研究成果及其发展动向进行了扼要的介绍和评价。在内容上既涉及了社会心理学的基本理论发现，又囊括了该领域内不断为人引证的经典实验；既介绍了西方社会心理学的基本内容，又力图在马克思主义理论的指导下结合我国现实生活中的实际情况阐释人的社会心理规律。

本书行文深入浅出，不仅适用于社会心理学的教学和研究，对一般理论工作者也会有吸引力。

辽宁人民出版社心理学丛书书目

(请注意出书日期, 带※为已出版)

基础心理学 (大专院校教材)

当代西方心理学述评

※现代西方心理学主要派别 (第二版)

世界著名心理学家辞典

※社会心理学新编

※社会心理学的大师们

※宣传心理学

※情绪心理学

※人格心理学

※气质心理学

※应用管理心理学

※思想政治工作心理学

※人事心理学

※艺术心理学

审美心理学

人际关系心理学

旅游心理学

※梦的释义

※灵感学引论

※考试学引论

※弗洛伊德主义评述

荣格心理学导论

目 录

第一章 绪论	1
第一节 社会心理学研究对象	1
一、研究对象的复杂性	1
二、关于研究对象的几种观点	2
三、对上述几种观点的分析	5
第二节 社会心理学的学科性质	9
一、社会心理学与心理学	9
二、社会心理学与社会学	11
三、两种方向的社会心理学研究	14
第三节 美、苏、日社会心理学研究状况	17
一、美国社会心理学研究状况	17
二、苏联社会心理学研究状况	20
三、日本社会心理学研究状况	24
第四节 我国的社会心理学研究状况及研究 课题	26
一、我国的社会心理学研究状况	26
二、我国社会心理学研究的课题	28
第二章 研究方法	32
第一节 社会心理学研究的一般原则	32

一、客观性的原则·····	33
二、联系性原则·····	33
三、发展性原则·····	34
第二节 观察法和访谈法·····	34
一、观察法·····	34
二、访谈法·····	38
第三节 实验法和其他方法·····	42
一、实验法·····	42
二、其他诸种研究方法·····	46
第四节 研究步骤·····	49
一、选题阶段·····	49
二、计划阶段·····	50
三、实施阶段·····	51
四、总结阶段·····	52
第五节 社会心理学研究中的若干问题·····	54
一、实验者的倾向性·····	54
二、被试者的倾向性·····	56
三、研究结论的局限性·····	58
四、社会心理学研究中的伦理道德问题·····	59
第三章 社会化与人格·····	63
第一节 社会化·····	63
一、社会化的意义·····	63
二、社会化的条件·····	65
三、社会化的内容·····	68
四、社会化的几种理论·····	73

第二节 社会化与人格	79
一、什么是人格	79
二、影响人格形成的生理因素	82
三、社会化对人格的塑造	86
四、人格解组与改组	93
五、艾里克森人格形成及发展的理论	98
第三节 自我意识	101
一、什么是自我意识	102
二、自我意识与人格发展	104
三、自我意识形成和发展的理论	106
第四章 印象和印象整饰	110
第一节 印象形成的要素	110
一、认知者	110
二、被认知者	113
三、交往情况	114
第二节 印象形成的特点和过程	115
一、印象形成的特点	115
二、印象形成的过程	119
三、刻板印象	121
第三节 认知偏差	124
一、首因效应	124
二、近因效应	125
三、光环效应	126
四、投射效应	128
五、仁慈效应	128

第四节	印象整饰·····	128
一、	什么是印象整饰·····	128
二、	印象整饰的作用·····	131
三、	影响自我表现的诸因素·····	133
四、	印象整饰理论在现实中的应用·····	136
第五章	行为归因·····	139
第一节	行为原因的类型及归因历程·····	139
一、	行为原因的类型·····	139
二、	归因历程·····	142
第二节	单线索的归因原则·····	144
一、	扩大原则·····	144
二、	打折扣原则·····	146
三、	非共同效果原则·····	147
四、	利害关系原则·····	147
五、	人身涉及原则·····	148
第三节	多线索归因原则·····	148
一、	凯利的归因原则·····	148
二、	多线索归因原则的运用·····	150
第四节	归因偏差·····	152
一、	非动机性偏差·····	152
二、	动机性偏差·····	158
三、	关于“公平世界”的信念·····	161
第六章	态度·····	163
第一节	态度的概述·····	163
一、	态度和态度的要素·····	163

二、态度的特性·····	165
三、态度的机能·····	168
第二节 态度的测定·····	171
一、量表法·····	171
二、自由反应法·····	178
三、行为观察法·····	179
四、生理反应测量法·····	179
第三节 态度改变的理论·····	180
一、平衡理论·····	180
二、认知不协调理论·····	183
三、功能理论·····	188
四、态度变化的三个阶段理论·····	189
第四节 偏见·····	190
一、偏见和偏见的特征·····	190
二、偏见产生与持续的原因·····	192
三、偏见的消除·····	196
第七章 信息传播与说服·····	199
第一节 传播者与说服·····	201
一、传播者的可信性·····	201
二、传播者的动机·····	203
三、传播者的吸引力·····	204
第二节 传播信息与说服·····	206
一、信息的恐怖程度与说服力·····	206
二、传播信息的组织与说服力·····	208
第三节 信息传播方式与说服·····	212

一、私人方式与大众传播方式·····	212
二、重复的效果·····	214
第四节 群体在传播说服中的作用·····	216
一、群体对传播说服效果的干扰作用·····	216
二、群体对传播说服效果的促进作用·····	217
第五节 信息接收者与说服·····	219
一、信息接收者的态度与传播立场的 差距·····	219
二、信息接收者本身的特点·····	223
第八章 群体心理与行为·····	226
第一节 群体的类型和结构·····	226
一、群体的含义和类型·····	226
二、群体的结构和功能·····	232
第二节 群体对个人活动的影响·····	237
一、社会促进和社会致弱·····	237
二、个人意识消退和社会顾虑·····	239
三、群体特征对个人活动的影响·····	242
第三节 群体规范和压力·····	245
一、群体规范的产生及其功能·····	245
二、群体压力的产生及其意义·····	249
第四节 群体凝聚力与士气·····	252
一、群体的凝聚力和测量·····	252
二、群体士气·····	259
第五节 群体决策及其问题·····	263
一、群体决策的过程和作用·····	263

二、冒险性转移·····	265
三、小集团意识·····	267
第九章 语言和非语言交际·····	271
第一节 语言的交际作用·····	272
一、个体语言交际能力的获得机制·····	273
二、语言的交际功能及过程模式·····	279
第二节 非语言交际及其分类·····	284
一、动态无声的交际·····	286
二、静态无声的交际·····	295
三、辅助语言和类语言·····	299
四、目光接触·····	301
第十章 人类的亲合行为·····	305
第一节 人和人之间的亲近行为·····	307
一、有关人类亲合行为的基本理论观点·····	307
二、人的恐惧和亲合倾向·····	313
第二节 人际吸引·····	318
一、人际吸引和强化原则·····	319
二、人际吸引的基本规律·····	322
第三节 爱慕·····	332
一、爱情的定义和具体研究·····	332
二、爱情形态的划分·····	334
三、罗密欧与朱丽叶效应·····	336
第十一章 侵犯行为·····	339
第一节 侵犯行为的确定·····	340
第二节 侵犯行为的生物学观·····	343

一、生的本能和死的本能·····	344
二、习性学的本能观·····	347
三、侵犯的生物学因素·····	349
第三节 侵犯的习得理论·····	350
一、挫折—侵犯假说·····	351
二、宝宝玩偶实验和社会学习理论·····	354
三、侵犯行为和大众传播·····	358
四、挫折—侵犯假说和社会学习理论的 分歧·····	360
第四节 影响侵犯行为的诸因素·····	362
一、宣泄·····	363
二、害怕惩罚或报复·····	365
三、提供非侵犯性榜样·····	365
四、替换和寻找替罪羊·····	366
第十二章 利他主义和亲社会行为·····	369
第一节 利他主义和亲社会行为的确定·····	370
一、利他主义和亲社会行为的区分·····	370
二、利他主义的生物学观·····	373
三、历史上有关利他主义的若干理论·····	375
第二节 利他行为的一般研究·····	379
一、利他行为的决定步骤·····	381
二、影响利他行为的诸因素·····	383
第三节 特殊情境中的利他行为·····	392
一、利他行为研究的经典性实验·····	392
二、旁观者效果·····	397

第十三章 社会影响·····	401
第一节 社会影响和相符行为·····	402
一、从众、顺从和服从·····	403
二、相符行为的经典性实验研究·····	407
第二节 影响相符行为产生的诸因素·····	416
一、相符行为产生的基本原因·····	416
二、从众行为产生的主客观原因·····	419
三、顺从行为产生的主客观因素·····	425
第三节 社会影响的实现方式·····	430
一、暗示·····	430
二、模仿·····	435
三、感染·····	439
四、时尚·····	441
第十四章 性别角色和性别角色差异·····	449
第一节 性、性别、性别角色及其研究·····	450
一、性、性别和性别角色·····	451
二、性别角色刻板印象和性别歧视·····	458
第二节 性别角色差异·····	463
一、个性和行为方面的性别差异·····	463
二、智能与成就方面的性别差异·····	470
第三节 性别角色差异的由来、发展和展望·····	478
一、米德对性别角色的跨文化研究·····	479
二、两种性别角色发展观的分歧·····	481
三、未来性别角色展望·····	487

第一章 绪 论

我们的出发点是从事实活动的人，而且从他们的现实生活过程中我们还可以揭示出这一生活过程在意识形态上的反射和回声的发展。甚至人们头脑中模糊的东西也是他们的可以通过经验来确定的、与物质前提相联系的物质生活过程的必然升华物。

卡尔·马克思

第一节 社会心理学研究对象

一、研究对象的复杂性

大凡一门科学，都必须有自己特定的研究对象，如天文学是研究天体运动变化规律的；控制论是研究动物（包括人类）和机器内部的控制和通信的一般规律的；逻辑学是研究人类思维规律的；等等。对象明确，研究该对象的科学也就稳定，对象模糊，科学就不可能有其确定性。对象的特点与性质决定着科学的特点与性质，即对象决定着科学的质的规定性。

对于有些学科来说，研究对象是一目了然的，而对于社