第一图书网, tushu007.com

<<社会心理学>>

图书基本信息

书名：<<社会心理学>>

13位ISBN编号：9787040277241

10位ISBN编号：7040277247

出版时间：2010-1

出版时间：高等教育出版社

作者：金盛华

页数：517

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

《社会心理学》（第2版）是在2005年10月第l版基础上，根据近5年来国内外社会心理学研究最新进展修订的。
修订的原则是：（1）使本书及时跟踪学科前沿，系统反映本领域最新研究成果和成熟的理论思考；（2）强化相关的知识进展在学科本体知识体系上的整合，并注重与中国现实社会问题的紧密联系；（3）重新系统表述作者提出的自我价值定向理论，使理论命题更加明确，并更为深入地运用到学科理论的具体问题当中。
为了使各位读者了解第2版的内容更新和特点，现对本书各章的修订重点进行说明。
第一章 社会心理学及其发展：完善了原来的表述，并尊重国际惯例，将涉及“社会心理学与个性心理学”的相关部分，统一修改为“社会心理学与人格心理学”。
第二章 社会心理学理论：在“强化导向的社会心理学理论”的部分丰富了“社会交换理论”的内容，在“认知导向的社会心理学理论”部分新增了“图式理论”和“认同理论”的介绍，并对作为本书理论基础，且由作者自己提出的“自我价值定向理论”进行了系统的重新表述，使有关命题及其相互关联更为明确。
第三章 社会心理学研究方法：在“社会心理学研究方法”部分丰富了“实验室实验”的相关内容，新增了“准实验研究”介绍，并在“社会心理学研究的原则”的“伦理性原则”中新增了“事后解说（debrief）原则”。
第四章 社会化：调整了“社会化的概念及其实质”中有关“社会化与个性化”的内容；在“社会化的影响源”讨论中新增了“文化”的内容和与“学校文化的影响”有关的材料，合并了“教师威信和教师期望”，新增了“媒体中的偶像崇拜”等内容；在“社会化的结果”讨论中，新增了“性别角色的获得”等相关内容。
第五章 态度及其测量：丰富了“态度的形成”讨论中的研究支持，调整了“态度对社会理解的影响”、“态度的记忆过滤效应”和“态度的激励作用”等问题讨论与态度的关联，在“态度与行为的关系”讨论中增加了“双重态度模型”，并丰富了有关“李凯特量表”的讨论，新增了“内隐态度测验”等内容。
‘、第六章 社会知觉：在“社会知觉的概念”中新增了“社会知觉的分类”，补充了“社会知觉偏差”中“表征性启发”和“调整性启发”的内容，并在“内隐社会认知”部分增加了“内隐归因的研究”的专题。
第七章 刻板印象与归因：调整了“刻板印象的概念”的讨论，增加了“刻板印象的具体表现”部分；将原版中“刻板印象的形成”和“刻板印象的维持与作用”的内容统一调整为“刻板印象的形成、作用与改变”单一主题的讨论，实质扩展了“偏见与歧视”一节的内容，增加了“偏见与歧视的概念和成因；性别歧视和种族歧视；减少偏见和歧视的方法”等与中国社会现实关联越来越紧密的课题，在“归因与归因理论”部分增加了“动机的归因理论”。

内容概要

《普通高等教育十一五国家级规划教材·社会心理学(第2版)》在第1版完整体系的基础上，重新表述了作为《普通高等教育十一五国家级规划教材·社会心理学(第2版)》基本理论基础的自我价值定向理论，并强化了该理论在各论深层解释体系上的贯穿。
第2版内容保持了原书18章社会心理学主干的本体知识，全书分为五个部分：社会心理学概论(包括社会心理学及其发展，社会心理学理论和社会心理学研究方法三章)、社会心理发展(包括社会化，态度及其测量两章)、认知社会心理学(包括社会知觉，刻板印象与归因，自我概念和价值取向四章)、社会互动(包括沟通，人际吸引，人际关系，助人行为，侵犯行为五章)及社会影响(包括从众、依从和服从，劝导与态度改变，群体中的相互作用，合作、竞争与冲突四章)。
《普通高等教育十一五国家级规划教材·社会心理学(第2版)》适合用作心理学、社会学、经济学、管理学、教育学等专业的本科生或研究生教科书，也是社会心理学理论和实践研究领域有高度引用价值的专业参考书。

作者简介

金盛华，1957年生，江苏盐城人，1978年考入北京师范大学心理系，先后获学士、硕士、博士学位。
曾留学美国、法国，受聘美国布法罗纽约州立大学心理系任教授。
现任北京师范大学心理学院教授、博士生导师、人力资源开发与管理研究所所长，并任中国心理学会常务理事及社会及社会心理学专业委员会主任、中国社会心理学会副理事长、北京市社科联常委。
为中国心理学会第一批认定的心理学家。
著有《社会心理学》、《当代社会心理学导论》等著作16种，并在国际SSCI收录期刊及国内《心理学报》、《社会学研究》等期刊发表论文140篇，全国学术演讲听众人数达数十万人。

<<社会心理学>>

书籍目录

第一部分 社会心理学概论第一章 社会心理学及其发展第一节 社会心理学的界定一、关于社会心理学理解的分歧二、定义社会心理学的依据和背景三、社会心理分类系统四、本书的社会心理学定义第二节 社会心理学与相关学科的联系和区别一、社会心理学分析的独特性二、社会心理学与人格心理学三、社会心理学与社会学第三节 社会心理学研究范畴一、社会心理发展二、认知社会心理学三、社会互动四、社会影响第四节 社会心理学的发展一、史前思想积累阶段二、产生阶段三、迅速发展阶段第五节 社会心理学现状与趋势一、西方社会心理学现状与趋势二、中国社会心理学现状与趋势第二章 社会心理学理论第一节 强化导向的社会心理学理论一、强化理论溯源二、强化理论的核心概念三、社会学习理论四、社会交换理论第二节 认知导向的社会心理学理论一、认知理论的主要概念和特点二、认知失调理论三、图式理论四、认同理论五、社会同一性理论六、自我类化理论第三节 角色理论一、角色理论的概念及其来源二、角色理论的主要概念三、角色理论的主要观点第四节 自我价值定向理论一、自我价值定向理论的背景二、自我价值定向理论的原理：四个基本命题三、自我价值定向理论的主要概念四、自我价值定向理论的系统支持第三章 社会心理学研究方法第一节 社会心理学研究的方法学路径一、现象揭示研究二、关系解释研究三、因果联系证实研究第二节 社会心理学的主要研究方法一、观察法二、档案法三、调查法四、现场研究与现场实验五、实验室实验六、准实验研究第三节 社会心理学实验研究的变量与操作一、变量二、操作三、研究的控制与误差第四节 社会心理学研究的原则一、客观性原则二、分析与综合原则三、交互作用分析原则四、宏观与微观相统一的原则五、伦理性原则第二部分 社会心理发展第四章 社会化第一节 社会化的概念及其实质一、社会化的概念二、语言社会化的特殊地位三、社会化与个性化第二节 社会化的心理机制一、社会角色引导二、社会比较机制三、社会学习机制四、亚社会认同第三节 社会化的影响源一、文化二、家庭的特殊作用三、同辈群体四、学校五、媒体第四节 社会化的结果一、语言与认知能力二、道德观念与行为制约机制三、性别角色的获得第五节 成人社会化一、成人社会化的必要性与内容二、成人社会化的文化反哺机制三、角色获得四、角色改变五、再社会化第五章 态度及其测量第一节 态度的实质一、什么是态度二、态度的特点三、态度的维度四、态度与有关概念的联系与区别第二节 态度的形成一、学习经验与态度的形成二、态度的功能与态度的选择三、影响态度形成的因素第三节 态度与行为的关系一、态度同行为的分离与一致二、态度与行为关系的理论解释第四节 态度的测量一、瑟斯通量表二、李凯特量表三、语义差异量表四、投射测验五、内隐态度测验六、态度的实证测定第三部分 认知社会心理学第六章 社会知觉第一节 社会知觉的概念一、社会知觉的定义二、社会知觉的分类三、社会知觉与有关概念的联系与区别第二节 印象形成过程一、印象及其定向作用二、印象形成中的信息选择倾向三、总体印象形成模式四、对他人情绪与个性的知觉第三节 社会知觉偏差一、首因效应与近因效应二、晕轮效应三、预言自动实现效应四、认知启发与社会知觉误差五、影响社会知觉偏差的其他因素第四节 印象管理与自我表现一、印象管理的概念二、情境同一性与自我表现三、自我表现策略四、印象管理的识别第五节 内隐社会认知一、内隐社会认知的概念二、内隐社会认知的研究方法三、内隐社会认知的相关研究第七章 刻板印象与归因第一节 刻板印象及其形成一、刻板印象的概念二、刻板印象的具体表现三、刻板印象的形成、作用与改变第二节 偏见与歧视一、偏见与歧视的概念和成因二、性别歧视和种族歧视三、减少偏见和歧视的方法第三节 归因与归因理论一、归因的概念二、归因理论第四节 归因偏差一、基本归因偏差二、活动者-观察者效应三、自我服务偏差第八章 自我概念第一节 自我与自我概念溯源一、自我概念的相关理论二、自我概念的结构三、自我概念的功能第二节 自我概念的形成与自我认知一、自我概念的发生机制二、自我概念的发展三、自我知觉理论四、自我确认五、自我认识过程中的自我服务偏差第三节 自尊一、自尊的结构与影响因素二、自我差距与自我提高三、自尊的测量四、自我效能第四节 文化与自我一、文化差异视角下的自我概念二、文化自我的动态观三、来自认知神经科学的证据第九章 价值取向第一节 价值取向概念及一般问题一、价值取向的界定二、价值观理论及测量三、价值取向与主要关联心理变量的关系四、价值取向的本土化研究五、价值取向的最新研究进展第二节 中国民众价值取向状况一、中国民众整体价值取向结构特点二、大学生价值取向状况第三节 中国企业家价值取向一、企业家的基础价值取向状况二、企业家经营价值取向及其与基础价值取向的关系三、企业家关于岗位和生活目标的价值取向四、企业家关于企业家自身角色的价值取向第四部

分 社会互动第十章 沟通第一节 沟通的概念一、沟通的定义二、沟通的意义第二节 沟通的条件及过程一、沟通的条件二、沟通的过程第三节 沟通的类型及其发展一、语词沟通和非语词沟通二、口语沟通与书面沟通三、有意沟通与无意沟通四、正式沟通与非正式沟通五、个人内沟通与人际沟通六、群体沟通与大众沟通七、新兴沟通类型第四节 非语词符号的沟通一、非语词研究的缘起二、知觉层面的非语词沟通三、符号层面的非语词沟通四、动态交互中的非语词沟通五、副语言沟通第五节 沟通的障碍及改善方法一、沟通的障碍二、沟通的自我评价与沟通改善计划三、提高沟通的准确性四、激发积极沟通的定向技术五、身体语言沟通的改善第十一章 人际吸引第一节 人际吸引的社会心理基础一、自我价值寻求的需要二、安全感确立的需要三、独处需要与交往需要四、人际吸引需要的形成途径第二节 人际吸引规则一、熟悉效应与邻近效应二、人际吸引与个人特征三、相似规则四、互补规则五、人际吸引规则的协同第三节 爱情一、爱情三角理论与爱情类型二、爱情与喜欢三、罗密欧与朱丽叶效应四、爱情与性第十二章 人际关系第一节 人际关系概述一、人际关系的概念二、人际关系的意义第二节 人际关系的发展过程一、人际关系的状态和深度二、人际关系发展阶段三、人际关系的破裂四、改善人际关系的训练第三节 人际关系的原则一、真诚原则二、交互原则三、功利原则四、自我价值保护原则五、情境控制原则第四节 人际关系的测量一、社会测量法二、参照测量法三、人际关系测验第十三章 助人行为第一节 助人行为及其原因一、助人行为的概念二、助人的原因第二节 责任分散与社会作用力理论一、紧急助人与责任分散二、社会作用力理论第三节 助人的决策过程及影响因素一、助人的决策过程二、助人行为的影响因素第四节 助人行为的培养一、明确责任与增加互动二、示范作用三、助人情感倾向的培养四、助人技能的学习五、价值取向的教育第十四章 侵犯行为第一节 侵犯行为的概念及其原因……第五部分 社会影响第十五章 从众、依从和服从第十六章 劝导与态度改变第十七章 群体中的相互作用第十八章 合作、竞争与冲突

章节摘录

插图：四、本书的社会心理学定义社会心理学的对象范围，是由它在科学体系中所占的位置客观决定的。
在整个研究人类心理与行为的科学体系中，不同学科具有明显不同的分工，分析层次也有明显差异。
生理学着眼于从生理状态解释人的经验与行为；普通心理学的兴趣集中于人的心理活动过程与心理状态（从广义角度讲，个性特征也属于心理状态）；社会心理学则试图从人与人之间的相互作用（包括社会影响）来解释人的社会心理与行为；而社会学、人类学侧重于从群体角度，从人的社会与文化属性解释人的社会行为。
从社会心理学的产生、发展、目前的状况及其在科学体系中的职能来看，以美国为代表的社会心理学研究更聚焦于社会背景中的个人，即一定社会背景条件下个人的社会心理与行为。
虽然许多社会心理学著作都讨论群体过程等问题，但作为一个学科，其焦点依然是以个人为基点，考察人与人之间的相互作用与群体的社会影响，考察大社会背景与物理环境对人的影响作用。
欧洲社会心理学在经过近年的发展之后，拓展了美国社会心理学的研究领域，形成了既关心人际过程、群体过程，又重视个体内过程和群体间过程的社会心理学体系。
中国学者在建立理论的努力中，则开始重视文化独特性对人的社会心理的重要影响作用。
根据上述社会心理分类系统，在社会心理学的研究范围上，美国的社会心理学研究者更重视第一、第二及第三类社会心理现象的研究，以心理学为训练背景的社会心理学研究者就更是如此。
而欧洲学者在此基础上开始倾向于较多地重视第四、第五甚至第六类社会心理问题的研究。
综观社会心理学产生的原因、发展、目前的状况及其在科学体系中的职能，我们可以看到，作为心理学的一个分支，社会心理学所研究的是社会背景中的个人，研究个人的社会心理与行为，并以个人为基点，考察人与人之间的相互作用与社会影响，考察大社会背景与物理环境对人的影响作用。
因此，归根到底，社会心理学研究的是社会的人，而不是社会本身。
这是社会心理学区别于其他行为科学领域并得以独立存在的根本点。
因此，社会心理学的研究范围，首先是第一类、第二类及第三类社会心理现象。
尽管它也较多地涉及第四类，有时也涉及第五类乃至第六类的社会心理问题，但它研究问题的着眼点是个人，关心的是个人特征问题，而不是群体的属性。
社会本身的特征问题，是社会学、人类学及其他行为科学领域的研究中心。
而个人社会心理现象，则成了这些学科的外围领域。
根据上述所有背景思考，我们将社会心理学界定为：“社会心理学是研究社会相互作用背景中人的社会行为及其心理根据的科学。
”

编辑推荐

《社会心理学(第2版)》：系统认识当代中国社会心理问题的最佳途径，是读一本中国人自己写的优秀社会心理学著作。
读一本行家力作，胜过读批混淆概念，误导视听的混世之作。
《社会心理学(第2版)》是日前国内体系最为完整，并在深层解释体系上由作者原创的自我价值定向理论贯穿始终的社会心理学著作，内容广泛，涵盖18社会心理学本体知识的讨论。
全书分为五个部分：社会心理学概论（包括社会心理学及其发展，社会心理学理论和社会心理学研究方法三章）、社会心理发展（包括社会化，态度及其测量两章）、认知社会心理学（包括社会知觉，刻板印象与归因，自我概念和价值取向四章）、社会互动（包括沟通，人际吸引，人际关系，助人行为，侵犯行为五章）及社会影响（包括从众、依从和服从，劝导与态度改变，群体中的相互作用，合作、竞争与冲突四章）。
《社会心理学(第2版)》适合用作心理学、社会学，经济学、管理学、教育学等专业的本科生或研究生教科书，也是社会心理学理论和实践研究领域有高度引用价值的专业参考书。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com