

<<社会心理学>>

图书基本信息

书名：<<社会心理学>>

13位ISBN编号：9787300001951

10位ISBN编号：7300001955

出版时间：1987-11

出版时间：中国人民大学出版社

作者：沙莲香

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>

## &lt;&lt;社会心理学&gt;&gt;

## 书籍目录

## 目录

## 第一章 社会心理学的理论基础

## 第一节 社会心理学的根本问题

## 一 对社会心理学历史的一点反思

## 二 马克思的“人论模式”

## 第二节 现代科学技术对人的问题的新挑战

## 一 遗传工程技术的挑战

## 二 电子计算机的挑战

## 三 媒体的挑战

## 第二章 社会心理学的研究对象

## 第一节 社会心理学究竟研究什么

## 一 国外关于社会心理学研究对象的四种观点

## 二 对国外社会心理学研究对象几种观点的简评

## 三 社会心理学应有的研究对象

## 第二节 社会心理

## 一 什么是社会心理

## 二 社会心理的基本特点

## 三 社会心理的社会职能

## 第三节 社会环境

## 一 什么是社会环境

## 二 考夫卡和勒温的环境理论

## 三 人类生产活动与社会环境分类

## 四 感性世界和拷贝世界

## 第四节 文化传统和民族性格

## 一 文化定义

## 二 文化的构成

## 三 人格、社会性格和民族性格

## 四 民族性格对社会心理的影响作用

## 第三章 社会知觉

## 第一节 社会知觉及其基本特点

## 一 社会知觉的涵义

## 二 社会知觉的基本特点

## 三 社会知觉研究的兴起

## 第二节 社会知觉研究的主要内容

## 一 关于社会知觉反应显现性的实验研究

## 二 关于社会知觉反应倾向性的实验研究

## 第三节 我国社会心理学应该研究的社会知觉现象

## 第四章 社会印象

## 第一节 社会印象和它的基本特点

## 一 什么是社会印象

## 二 社会印象的基本特点

## 三 历史上社会印象研究与对人认知研究

## 第二节 印象形成的主要社会因素

## 一 第一印象首与因效应

## 二 刻板印象与光环效应

## <<社会心理学>>

三 加重印象与近因效应和价值效应

四 全体像与认知特点

第三节 印象形成的模式

一 加权模式

二 平均模式

三 加重平均模式

第五章 社会判断

第一节 社会判断及其特点

一 什么是社会判断

二 社会判断的特点

第二节 归因理论

一 归因和归因理论

二 海德的恒常原则说

三 琼斯和戴维斯的对应推论理论

四 凯利的三维归因理论

第三节 归因理论的理论意义和不足

一 归因理论证明社会心理过程的可测性和可述性

二 归因理论揭示了心理过程的平衡性和开放性

三 归因理论不可克服的理论缺陷

第六章 对人认知

第一节 对人关系和对人认知

一 对人关系和对人认知

二 对人认知方式

三 体态认知

四 表情认知

五 目光认知

第二节 自他关系认知和自我认知

一 自他关系认知

二 自他关系认知机制

三 自我认知

第三节 对人认知理论

一 对人认知结构

二 古典认知理论

三 认知理论的发展前景

第七章 社会感情

第一节 社会感情研究的重要意义

一 感情和社会感情

二 社会感情在社会生活中的作用

第二节 社会感情研究的几种主要方法

一 社会感情研究的生理心理学方法

二 社会感情研究的认知科学方法

第三节 社会感情的社会心理学考察

一 社会感情的形成和发展

二 社会感情的存在形态

第八章 社会动机

第一节 社会需要和社会动机

一 社会需要

## <<社会心理学>>

二 社会动机

三 社会本能

第二节 社会动机系统

一 马斯洛的需要层次理论

二 马斯洛的需要层次理论简评

三 社会动机系统

第三节 亲和动机、成就动机、欲求不满

一 亲和动机

二 成就动机

三 欲求不满

第九章 社会态度

第一节 社会态度及其构成

一 社会态度涵义

二 卢森堡和霍夫兰态度三要素说之优劣

三 社会态度构成

第二节 态度机能和态度形成

一 态度机能

二 偏见

三 态度形成

第三节 态度变化理论

一 认知理论与态度变化研究

二 信息理论与态度变化研究

三 心理反抗理论与态度变化研究

第十章 群体心理研究

第一节 早期群体，心理理论

一 “民族心”说

二 “群体心”理论

第二节 美国早期社会心理学的群体，心理研究

一 社会相互作用论的出现

二 美国早期社会心理学对“群体心”的否定

第三节 群体心理和群体分类

一 群体心理涵义

二 群体心理研究和群体分类

第十一章 集团心理

第一节 集团内人际互动

一 人际互动雏形

二 集团内人际信息传递

第二节 从众现象

一 集团规范

二 从众现象

三 偏离行为

第三节 集团效果

一 集团内聚力

二 集团效果

三 集团领导

第十二章 集合心理

第一节 流言和危机状态

<<社会心理学>>

一 危机状态和流言的出现

二 流言的传播过程

第二节 舆论和大众传播

一 舆论

二 大众传播

第三节 风俗和时尚

一 风俗和它的社会职能

二 时尚和它的反传统性

三 时尚中的从众和个性表现

四 时尚的传播过程

五 里斯曼《孤独的群像》与现代人像

〔附〕钱学森给沙莲香的信

参考文献

后记

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>