

《社会心理学》

图书基本信息

书名：《社会心理学》

13位ISBN编号：9787040183344

10位ISBN编号：704018334X

出版时间：2008-2-1

出版社：高等教育

作者：周晓虹

页数：328

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《社会心理学》

内容概要

《普通高等学校社会学专业主干课系列教材:社会心理学》运用辩证唯物论作为方法论基础,主要讲解社会心理学的概念、历史、理论、方法以及相关知识体系,目的是使学生掌握社会心理学的基础知识,学会运用社会心理学的理论去分析、研究和解释社会现象,学会调节自我以及人际关系。

《社会心理学》

书籍目录

第一章 社会心理学与现代社会第一节 研究对象与逻辑框架第二节 影响社会行为的若干因素第三节 学科性质与研究取向第四节 社会心理学的历史与现状第二章 社会心理学的研究方法第一节 社会心理学研究方法概述第二节 社会心理学研究的一般方法第三节 社会心理学研究方法的拓展第三章 社会化第一节 社会化的含义第二节 社会化的因素第三节 社会化的内容第四节 生命历程与社会化第四章 社会动机第一节 社会动机：人类特有的一种内部动力第二节 侵犯动机第三节 利他与亲和第四节 成就动机第五章 社会认知第一节 社会认知的基本过程第二节 人际认知第三节 行为归因第六章 社会态度第一节 态度及其构成第二节 态度与行为第三节 态度测量第四节 偏见与歧视第五节 态度的形成与改变第七章 人际沟通与人际关系第一节 人际沟通第二节 人际关系第三节 亲密关系第八章 群体与互动第一节 互动、角色与社会第二节 对称性社会互动第三节 非对称性社会互动第四节 互动与群体第五节 群体凝聚力与群体动力学第九章 群际关系第一节 群际关系概述第二节 群际冲突和偏见：相对剥夺模型第三节 群际关系：现实群体利益冲突模型第四节 群际关系：社会认同论模型第五节 群际和谐：相关策略第十章 集群行为与社会运动第一节 集群行为：一种特殊的群体行为第二节 集群行为的解释第三节 社会运动第十一章 传播与社会心理第一节 流行与时尚第二节 舆论第三节 传言与恐慌第四节 互联网与社会心理第十二章 社群心理第一节 关注社群第二节 阶级心理第三节 社区意识第四节 民族性格第五节 跨文化社会心理第十三章 社会心理学的中国研究第一节 社会行为研究的本土取向第二节 人情、面子与关系第三节 中国人的社会行为取向第四节 社会变迁与社会心理的嬗变第十四章 应用社会心理学第一节 心理健康图景第二节 环境与城市第三节 法律与犯罪第四节 管理的世界人名索引后记

章节摘录

版权页：插图：2.近因效应在人际认知过程中，新近感知到的信息对认知过程同样具有影响作用，能够改变已有的印象并促使新的印象的形成，这种影响作用即称作近因效应。例如，一直表现良好的学生因为某次迟到被老师认为是不遵守纪律的学生。表面上看来，首因效应与近因效应是矛盾的，实则不然，只不过两者发生的事件有所差异，在某些情况下，首因效应起更大的作用。比如，在与陌生人交往时，首因效应的作用更明显些。在另一些情况下，首因效应减弱，近因效应增强，特别是对某一个人的初始印象模糊，而近期又有有关的某种显著性特征给你留下深刻印象时。也有研究指出，如果在测试中对被试进行预先警告，提请被试注意“第一印象”的危险时，也会削弱第一印象的作用。所以，要辩证地看待首因效应和近因效应的关系，否认其中任一方面的作用，都会陷入人际认知的误区。3.标签效应在认知所感知的信息中，其中某些信息会比其他信息对认知过程具有更大的影响作用，能够左右和改变认知形成的整体印象，这类信息称作中心特征，其所具有的影响作用即是“标签效应”。也就是说，在人际认知过程中，某些信息与其他信息相比对形成一个人的印象更为重要、更为中心。

《社会心理学》

精彩短评

- 1、南大社会学的指定教材 至今仍记得 刻板印象 晕轮效应等等！
- 2、书不错，适合心理学考研究生使用
- 3、思路不错，但还应该精炼，作为教科书有的地方文字让人不解
- 4、书不错，是正版，但快递速度太慢了。。。不过，总体不错了。
- 5、内容断裂，不成系统，头重脚轻，有剪刀浆糊的嫌疑。
- 6、心理学基础课程之一
- 7、还是觉得周晓虹编的古典社会学最棒！
- 8、入门课本
- 9、超额完成任务的专业课课本
- 10、哈 我是看着主编借的

《社会心理学》

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:www.tushu000.com