

<<社会心理学>>

图书基本信息

书名：<<社会心理学>>

13位ISBN编号：9787107113208

10位ISBN编号：7107113208

出版时间：2004

出版单位：人民教育出版社

作者：章志光

页数：627

字数：484000

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;

## 内容概要

本教材是供高校开设社会心理学课程或具有同等学历水平的社会工作者自学用书。

本书在编写过程中遵循以下几个原则：（一）思想性与科学性的统一。

采用与论述的材料均有研究或实验作为依据，既做到忠实于原著，并按照“实事求是”和“历史发展”的观点予以评析，同时注意到使它们对我国现代化建设及社会生活健全发展起到积极的作用。

（二）继承性与求新性的统一。

任何一门学科都不能从零开始，它必须把历来优秀的研究成果（哪怕现在看起来很初浅的探索）吸收进来，但又不能停步不前，应着重将最新的成就或有意义的争论引入书内，使学科充满生气与新颖性。

（三）理论性与应用性的统一。

理论是经验与科学研究（包括实验）的总结，它又是新的问题探索和实际应用的定向物。

而应用实践既是对理论的检验，又是促进理论发展的一种源泉。

没有理论的指导就不会有自觉而深刻的应用实践，没有应用实践就会使理论显得空洞而僵化。

本书着重于理论阐述与实验的佐证与介绍，但也分别在各章、特别在后四章介绍了社会心理在商业、教育、婚恋和司法等方面的应用。

（四）学术性与可读性的统一。

教材不能成为描绘性的通俗读物，它应当有一定的学术深度（包括抽象的论述、概念和专门术语、数据等），但又不能成为百思不解的“天书”。

本书有的章从生活事例入手，导入理念和实验佐证；有的部分为便于理解概念和原理，通过举例来说明问题。

而实验本身，尤其是设计巧妙的实验，既能很有力地阐明学理，又能生动地说明科学事实和提供研究方法的范例，所以本书着重于实验研究的介绍，特别对某些重点的或经典的实验刻意作较详细的介绍。

与此同时，在文字上力求通畅，尽量做到深入浅出。

## &lt;&lt;社会心理学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 社会心理学溯源、对象与方法 第一节 社会心理学的产生和发展 第二节 社会心理学研究什么 第三节 怎样研究社会心理第二章 社会心理学的派别及理论 第一节 行为主义学派的社会心理观及其新理论 第二节 认知学派的社会心理观及其新理论 第三节 精神分析学派的社会心理观及其新理论 第四节 符号相互作用学派及其新理论第三章 社会化与自我概念的发展 第一节 社会化的概念 第二节 社会化的心理机制 第三节 自我概念及其发展第四章 社会知觉与印象管理 第一节 社会知觉及印象形成 第二节 知觉他人与自我知觉 第三节 社会认知：认识他人的高级过程 第四节 印象管理：控制他人的社会知觉和认知第五章 归因与决策 第一节 归因及其理论 第二节 归因风格与归因训练 第三节 决策及其理论 第四节 决策风格与决策技术第六章 态度及其改变 第一节 态度及其形成 第二节 态度形成的理论 第三节 态度的改变 第四节 态度的测查第七章 人际沟通与吸引 第一节 沟通的意义与结构 第二节 沟通的类型 第三节 身体语言沟通 第四节 人际吸引的条件第八章 人际关系及其改善与测量 第一节 人际关系的建立与发展 第二节 人际关系的原则 第三节 人际关系的改善及技术 第四节 人际关系的测量第九章 侵犯 第一节 侵犯的实质 第二节 侵犯的影响因素 第三节 侵犯行为的控制 第四节 减少侵犯的方法与途径第十章 亲社会行为 第一节 亲社会行为的涵义 第二节 助人行为的研究与理论 第三节 亲社会行为与教育 第四节 价值观及价值教育第十一章 群体中的相互作用 第一节 群体及其形成 第二节 社会助长与社会惰化 .....第十二章 从众、服从、依从第十三章 领导者与下属群体第十四章 环境影响与心理适应第十五章 消费与广告心理第十六章 教育社会心理学第十七章 婚姻与家庭心理第十八章 犯罪与司法心理主要参考书目

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>