

<<社会心理学>>

图书基本信息

书名：<<社会心理学>>

13位ISBN编号：9787300075815

10位ISBN编号：7300075819

出版时间：2006-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：沙莲香

页数：418

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>

<<社会心理学>>

内容概要

本书主要结合中国人心理与行为的特点对社会心理学相关研究领域的主题进行论述，以形成能够反映中国社会和中国文化特点的社会心理学教材。同第一版相比，第二版重点修订了导论、社会认知、社会情感等章节，梳理分析了该领域的最新研究成果；同时，新增了经济心理学和宗教心理学的章节，以体现当今社会心理学研究领域的变化。

<<社会心理学>>

作者简介

沙莲香，中国人民大学社会学系教授，博士生导师，中国人民大学社会心理学研究所所长、中国人民大学女性研究中心主任。

主要研究方向：社会心理学、经济心理学、中国文化与中国人研究。

主要代表作有：《社会心理学》、《中国民族性》（一、二）、《中国人素质》、《中国人看中国人100年》、《中国人百年》等。

<<社会心理学>>

书籍目录

第一章 导论 社会心理学学科特点 第一节 社会心理与社会文明一、社会心理二、文明是社会心理的内核 第二节 社会心理学早期形态的学科意义一、早期群体心理研究提出的群体特征问题二、早期社会本能研究提出了群体内生的心理动力问题三、早期民族心理研究提出了民族精神凝聚作用的问题四、美国社会心理学对群体心理研究的改造五、社会心理学在中国的产生 第三节 社会心理学的发展一、两种研究传统二、理论倾向 第四节 社会心理学在亚洲一、日本人研究二、中国人研究三、文化、社会、心理 第二章 研究方法 第一节 社会心理学研究的特征一、社会心理学研究的性质二、社会心理学研究的一般步骤三、社会心理学研究的分类 第二节 定量研究的设计一、定量研究设计的一般特点二、实验研究三、调查研究 第三节 定性研究的设计一、定性研究的基本特点二、定性研究的基本过程三、参与观察法 第四节 研究样本的选取与测量工具的使用一、随机抽样二、非随机抽样三、测量工具的使用 第三章 人际关系 第一节 人际关系概述一、人际关系研究概况二、人际关系维度与中国社会中的人际关系类型三、人际关系的测量 第二节 人际关系的形成与发展一、人际吸引二、关系的发展三、密切关系 第三节 关系对应性与协调性一、人际冲突二、人际合作三、利他行为四、侵犯行为 第四章 社会认知 第一节 社会知觉一、社会知觉的含义二、自我知觉及自我概念的形成三、自尊及其测量四、自我认同 第二节 对人知觉——印象形成一、印象形成过程的要素和组织结构二、印象形成过程中信息加工整合的方式三、印象形成过程中信息加工整合的一些规律 第三节 对群体的知觉——刻板印象一、刻板印象的形成二、影响刻板印象唤起与使用的因素三、刻板印象辨析四、改变刻板印象的方法 第四节 社会认同及群体认同一、社会认同二、文化认同三、民族认同四、中国人的自我认同与文化自觉 第五节 对行为与事件原因的推断——归因一、何时归因二、归因理论三、归因偏差四、归因的个体差异 第五章 社会动机 第一节 社会动机研究意义一、动机研究二、动机性质三、动机分类 第二节 几种主要的动机理论一、麦独孤的本能论二、劳伦兹的习性论三、弗洛伊德的性欲力学说四、马斯洛的需要层次论五、麦奎尔的动机类型说 第三节 几种主要的社会动机一、成就动机二、亲和动机三、权力动机 第六章 社会感情 第一节 社会感情概述一、社会感情的概念二、社会感情的特点三、社会感情的理论研究 第二节 社会情绪一、情绪、社会情绪与社会的和谐二、集群情绪三、社会情绪的管理四、激情与社会激情 第三节 社会情感一、情感、社会情感与价值选择二、中国人的特殊情感三、现代中国人的幸福感 第七章 社会态度 第一节 社会态度及其形成一、社会态度二、态度构成三、态度功能四、态度形成 第二节 态度变化理论一、平衡理论二、和谐理论三、认知不协调理论四、霍夫兰的信息理论 第三节 态度的应用研究——工作态度一、工作态度及其种类二、工作态度与工作效率三、工作满意度四、组织承诺 第八章 群体心理 第一节 社会群体概述一、社会群体及群体特征二、群体心理效应三、群体分类四、群体内聚力 第二节 几种群体现象一、社会促进二、从众三、服从 第三节 集群行为一、集群行为二、集群行为的过程三、集群行为的理论四、去个性化 第四节 民族心理研究一、早期民族心理研究二、集体无意识理论三、弗洛姆的社会无意识理论四、中国民族心理研究 第九章 传播与社会心理 第一节 社会心理是传播活动的基础一、传播活动二、信息接收过程中的社会心理作用三、信息理解中的社会心理作用四、传播效果中的社会心理作用 第二节 舆论、谣言、民谣与社会心理一、舆论及其形成二、谣言三、民谣四、舆论、谣言、民谣的社会心理研究 第三节 时尚、流行与社会心理一、时尚、流行的特点二、时尚、流行的产生与传播基础三、时尚的心理机制 第十章 经济心理 第一节 经济心理研究和它的发展历程一、经济心理和经济心理学的学科关系二、经济心理学的产生三、经济心理学的发展四、当代经济心理学的前沿研究 第二节 经济心理研究的主题一、经济心理的背景——基本经济观念的研究二、决策问题——经济心理的认知研究三、信任——经济制度的心理基础研究四、创新——企业家精神的经济心理分析五、消费者心理学六、经济心理病理学 第三节 中国人的经济心理一、中国人经济心理的社会背景二、中国人的基本经济观念三、派生出的具体经济心理现象 第十一章 宗教心理 第一节 宗教的心理学意涵一、宗教内涵的语义分析二、宗教的心理学意涵 第二节 宗教经验一、皈依心理二、祈祷及其心理效应 第三节 宗教情感一、宗教情感的内涵与表

<<社会心理学>>

现形式二、宗教情感的发展规律及其特点 第四节 中国人的宗教心理一、中国人宗教心理的研究回顾二、中国人宗教心理实证研究成果 第十二章 人格培育 第一节 人格的界定一、什么是人格二、人格特性 第二节 人格差异一、人格的认知差异二、人格的生理差异三、人格的社会差异 第三节 人格的测评一、测验法二、投射法三、实验法 第四节 人格的培养一、生物遗传因素二、社会文化因素三、家庭环境因素四、早期童年经验五、学校教育因素六、自然物理因素七、自我调控因素 第十三章 心理健康 第一节 心理健康概述一、心理健康的标志二、影响心理健康的因素三、心理健康的维护 第二节 心理应激与社会支持一、心理应激二、应激源三、应激中介因素与社会支持四、有效应对心理应激 第三节 心理异常与心理治疗一、心理异常的概念二、常见的心理异常或障碍三、心理治疗的理论和方法后记

<<社会心理学>>

编辑推荐

《社会心理学》主要结合中国人心理与行为的特点对社会心理学相关研究领域的主题进行论述，以形成能够反映中国社会和中国文化特点的社会心理学教材。

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>