

社会心理学概论

主讲人：



目录

壹
• 社会心理学定义

贰
• 社会认知过程

叁
• 社会影响与行为

肆
• 态度与态度改变

伍
• 人际关系与社会
交往

陆
• 社会心理学应用



社会心理学定义



壹

学科基本概念

社会认知关注个体如何解释和理解社会世界，例如归因理论解释人们如何解释他人行为的原因。

”



社会认知

群体动力学研究群体内部的互动和结构，如领导力、群体决策和群体冲突等现象。

”



群体动力学

态度是人们对人、事、物的评价和情感倾向，而行为则是态度的外在表现，两者之间存在复杂关系。

”



态度与行为



研究范围界定

SOCIAL CIRCLES

INTIMACY & RELATIONSHIPS

01

个体与群体互动

社会心理学研究个体在群体中的行为，如群体动力学和群体决策过程。

02

社会认知过程

探讨人们如何解释社会信息，形成对他人和社会现象的认知和判断。

03

态度与行为的关系

研究个体态度如何影响其社会行为，以及行为如何反过来改变态度。

04

社会影响与服从

分析社会压力如何影响个体行为，包括从众、服从权威等现象。



与相关学科关系

社会心理学与心理学

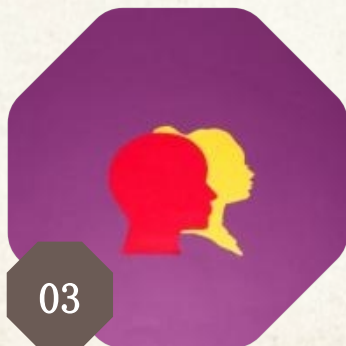
社会心理学探讨个体在社会影响下的心理和行为，与心理学紧密相关，但更侧重于社会互动。



01

社会心理学与人类学

社会心理学与人类学都关注文化对行为的影响，但人类学更侧重于文化差异和人类行为的广泛研究。



03



02

社会心理学与社会学

社会心理学与社会学共享研究社会结构与行为的视角，但社会心理学更注重个体心理过程。



社会认知过程



貳

认知偏差现象

确认偏误

人们倾向于寻找、解释和记忆信息以确认自己的预期，忽视与之相反的证据。

可得性启发式

个体根据最容易想起的信息做出判断，如“飞机事故”后人们高估飞行风险。

锚定效应

在做决策时，人们会过度依赖（或“锚定”于）第一次获得的信息，如价格谈判中的起始报价。

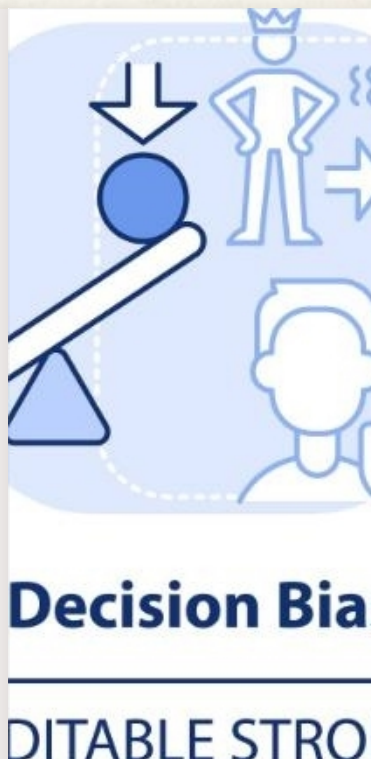


归因理论



内部归因与外部归因

内部归因强调个体特质，如能力或性格；外部归因则指向环境因素，如运气或他人影响。



基本归因错误

人们倾向于高估个人特质对行为的影响，而忽视情境因素，这称为基本归因错误。



自我服务偏差

个体倾向于将成功归因于内部因素，而将失败归因于外部因素，这种现象称为自我服务偏差。



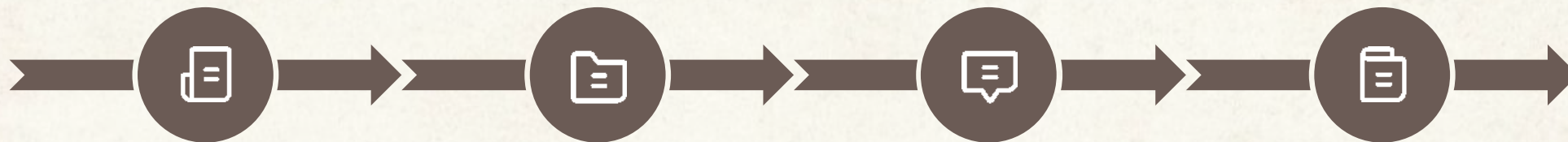
自我概念与自尊

自我概念是个体对自己的认识和评价，它通过社会互动和自我反思逐渐形成。

自我概念的形成

个体通过与他人比较来评估自己的能力和社会地位，这影响着自我概念的稳定性和自尊水平。

自我概念与社会比较



自尊的来源

自尊是个体对自己价值的评价，通常来源于家庭、学校和社会的反馈及个人成就。

自尊与心理健康

高自尊通常与积极的心理状态相关，而低自尊可能与焦虑、抑郁等心理问题有关联。



社会影响与行为



叁

从众与服从



从众行为的心理机制

从众行为是社会影响的结果，人们倾向于模仿多数人的行为，以获得社会认同和减少不确定性。



服从权威的实验研究

米尔格拉姆的服从实验揭示了在权威命令下，普通人可能会违背自己的道德标准执行命令。



从众与社会规范

社会规范是群体行为的准则，个体为了适应社会环境，往往会不自觉地遵循这些规范，从而表现出从众行为。



服从与道德冲突

在特定情境下，服从可能导致个体与内在道德信念发生冲突，如斯坦利·米尔格拉姆的实验所示。



社会影响力

从众行为

从众行为是指个体在群体压力下改变自己的行为或观点，以适应群体规范，如时尚潮流。

权威影响

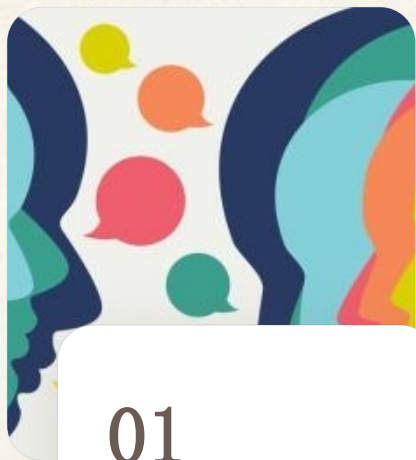
权威影响体现在人们倾向于遵从权威人士的指示，例如医生的健康建议或老师的教育指导。

信息性社会影响

信息性社会影响发生在个体在不确定情境下，依赖他人的行为或意见作为正确行动的线索，如消费者评价对购买决策的影响。



群体动力学



01

群体思维

群体思维描述了群体决策过程中，成员为了达成一致而压制异议，可能导致非理性决策。



02

社会惰化

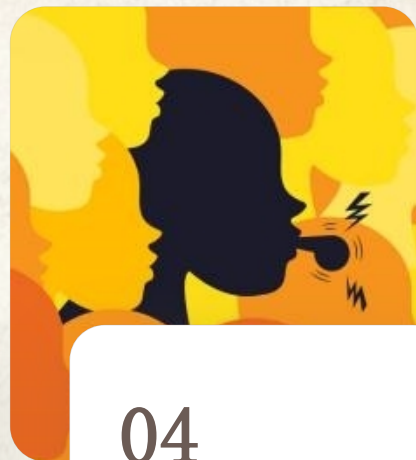
社会惰化现象指出，在群体中个体倾向于减少自己的努力，因为责任被分散到整个群体。



03

领导力影响

领导者的行为和态度对群体动力学有显著影响，能够激励或抑制群体成员的参与和贡献。



04

群体极化

群体极化是指群体讨论后，成员的初始倾向会变得更加极端，这影响了群体的决策和行为。



态度与态度改变



肆

态度结构与功能

01

态度的认知成分

态度的认知成分涉及个体对某个对象的知识 and 信念，例如对环保重要性的认识。

02

态度的情感成分

情感成分反映了个体对态度对象的情绪反应，如对某种艺术形式的喜爱或厌恶。

03

态度的行为成分

行为成分指的是个体对态度对象的倾向性行为或行动准备，例如支持或反对某项政策。

04

态度的功能

态度可以满足个体的需要，如自我防御、价值表达或社会适应等。



态度形成与改变

01

社会学习理论

通过观察他人的行为及其后果，个体学习并形成态度，如模仿榜样或避免负面行为。



02

认知失调理论

当个体的行为与内在信念不一致时，会产生心理不适，进而改变态度以减少失调感。



03

信息性社会影响

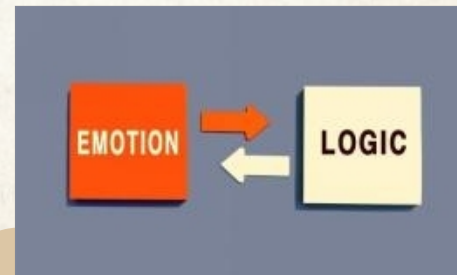
个体在面对复杂或不确定情境时，会参考他人的意见或行为来形成或改变自己的态度。



04

态度的持久性与可变性

态度的改变可能受到个体性格、信念的坚定程度以及外部信息的影响，表现出不同程度的持久性。



消极态度的克服

01

认知重构

通过认知行为疗法，个体学会识别和挑战消极思维模式，用更积极的角度重新解释情境。

02

社会支持的作用

社会支持可以提供情感和信息帮助，帮助个体克服消极态度，增强面对挑战的信心。

03

自我效能感的提升

通过小成功体验和积极反馈，个体可以增强自我效能感，从而更有效地克服消极态度。



人际关系与社 会交往



伍

人际吸引因素

相似性原则

人们倾向于与自己有相似背景、兴趣或观点的人建立联系，如共同爱好促进友谊。



外貌吸引力

外表吸引力在人际交往中起着重要作用，人们往往对有吸引力的外貌给予更多关注。



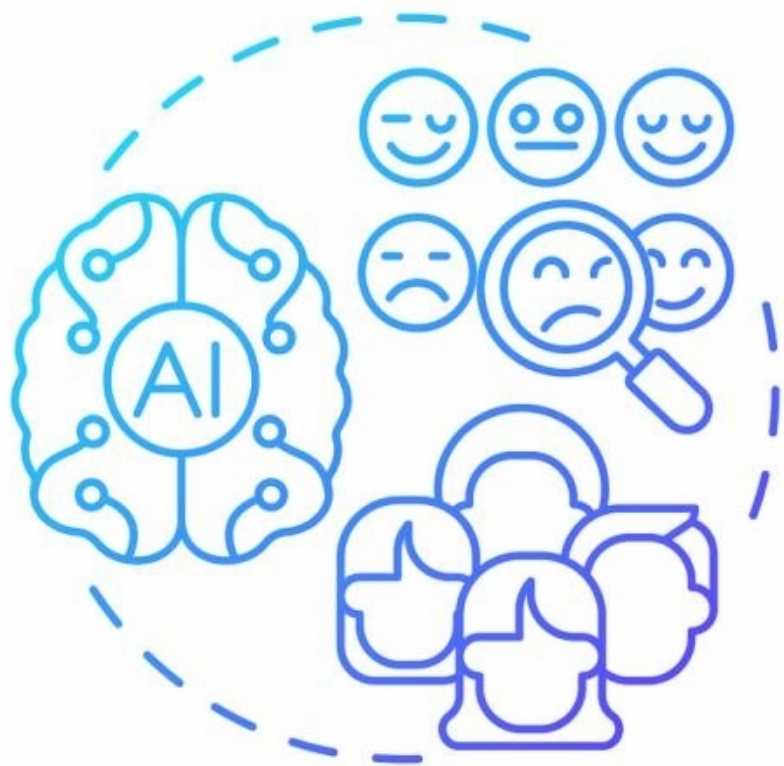
互补性原则

互补性指的是人们在某些特质上相互补充，例如外向的人可能被内向的人吸引。

互惠原则

人际交往中，互惠原则表明人们更愿意与那些给予自己帮助或支持的人建立联系。





SOCIAL SENTIMENT ANALYSIS

社交网络分析

社交网络的结构特征

社交网络分析揭示了个体在社交结构中的位置，如中心性分析显示谁是社交圈的核心人物。

社交网络中的群体动力学

研究群体内部的互动模式，如小团体形成、意见领袖的影响力以及群体决策过程。

社交网络与信息传播

探讨信息如何在网络中传播，包括谣言、创新或趋势，以及关键节点在传播中的作用。

社交网络分析的应用实例

例如，通过分析社交媒体数据，研究者可以预测流行病的传播路径或选举结果。



沟通与冲突解决



积极倾听技巧

在解决冲突时，积极倾听对方观点，理解对方需求，有助于缓和紧张情绪，促进问题解决。



非暴力沟通

非暴力沟通强调表达真实感受和需求，避免指责和评判，有助于建立和谐的人际关系。



冲突调解策略

通过第三方调解或共同制定规则，可以有效解决人际间的冲突，恢复关系的平衡。



自我情绪管理

在冲突中保持冷静，合理管理自己的情绪，是有效沟通和冲突解决的关键。



社会心理学应用



陆



教育领域应用

学习动机激发

社会心理学通过研究群体动力学，帮助教师设计激励措施，提高学生的学习积极性。

课堂管理策略

应用社会心理学原理，教师可以更有效地管理课堂，如通过建立积极的师生关系来减少课堂冲突。

同伴影响与合作学习

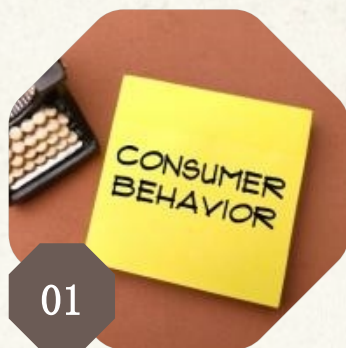
研究显示同伴间的相互作用对学习有显著影响，合作学习策略可促进学生间的正面互动和知识共享。



市场营销策略

消费者行为分析

通过社会心理学了解消费者决策过程，企业能够设计更符合消费者心理的营销活动。



01

广告中的社会影响

广告中运用从众效应和权威效应，通过名人代言或用户推荐，提升产品的吸引力。



03



02

品牌忠诚度构建

利用社会认同理论，通过社群营销和口碑传播，增强消费者对品牌的忠诚度。



社会问题干预



01

减少偏见与歧视

通过教育和公共宣传，社会心理学家帮助人们认识并减少对不同群体的偏见和歧视。



02

促进健康行为

利用社会心理学原理，设计干预措施鼓励人们采取更健康的生活方式，如戒烟、健康饮食等。



03

改善人际关系

社会心理学家通过研究人际关系动态，提供策略帮助改善家庭、工作场所和社区中的人际关系。

社会心理学概论 (1)



内容摘要



01

内容摘要

- 社会心理学是研究个体在社会互动中的心理过程和行为科学。它关注人们如何受到他人的影响，以及人们如何影响他人。社会心理学的研究领域广泛，包括社会认知、社会影响、社会行为、社会态度等方面。本文将对社会心理学的一些基本概念和理论进行概述。



社会认知



02

社会认知

- 社会认知是指个体如何理解、解释和记忆社会环境中的信息。社会认知的研究包括以下几个方面：
 - 1. 社会认知的过程：包括注意、记忆、思维和语言等方面。
 - 2. 社会认知的对象：包括自我、他人、群体和社会事件等。
 - 3. 社会认知的偏差：如自我服务偏差、归因偏差、刻板印象等。



社会影响



03

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/478060103116007013>