**社会心理学复习提纲**

**第一章 绪论**

**一、社会心理学的定义**

社会心理学是试图理解与解释个体的思想、情感(内隐的心理)、行为(外显的)是如何受到他人实际的、想象的或隐含的存在所影响的一门科学(Allport, G. W., 1968)。

1. 社会心理学的内涵：

（1）思想和情感

符号互动论：米德是符号互动论的奠基人，撰写著作《心灵、自我与社会》 (1934年)

符号互动论三大核心原则：意义产生于个人间的社会互动；人们运用从互动中获得的意义指导自己的行为；人们应用这些互动来解释过程

（2）社会行为的意识和无意识

（3）情境的作用

**二、社会心理学的分析层次：**

1．分析层次：以暴力犯罪为例

社会层次：社会工业化(转型)、技术革新、阶层冲突(移民)、价值冲突(代际)、政府不利政策、经济困难(贫穷)等

人际层次：挫折-攻击假设(frustration-aggression hypothesis)

个体层次：人格、动机、儿童期经历

2. 社会学的核心概念

1. 文化：生活在特定时间和空间内的人们所共享的一套信念、规范、价值观、风俗、习惯、语言以及物质文化。
2. 价值观(value)：用于判断是非对错的依据

**三、社会文化视角**

1. 社会文化视角(Sociocultural perspective)考虑文化、国籍、宗教群体、族群等对社会行为的影响。

2. 文化的维度

1. 个人主义与集体主义(Individualism/collectivism)
2. 权力距离(Power distance)
3. 不确定性规避(Uncertainty avoidance)
4. 男性度与女性度(Masculine versus feminality)
5. 长期导向(Long-term Orientation Index)

**四、社会心理学发展的趋势**

1. 社会认知双重加工模型：内隐社会认知
2. 脑科学：社会神经科学
3. 人工智能：大数据、人工智能；文化基因组学(Culturomics)：由culture和genomics构成，通过研究人们使用词汇、组合词汇及词汇变迁揭示人类的行为和文化的变迁。

**第二章 社会动机**

**一、动机概述**

1. 动机与社会认知的交互

2. 社会行为是目标导向的：人们通过人际交往来达到某种目标或者满足某种内部动机

1. 建立社会纽带
2. 吸引 以及留住配偶
3. 获得 以及保持地位
4. 捍卫自己以及自己重视的人
5. 理解自己以及他人

3. 需要是有机体内部的一种不平衡状态，反映了某种客观要求和必要性，并成为个人行为动力的根源。

4. 动机是引起和维持个体活动，并使活动朝向一定目标的内部动力。

**二、进化社会心理学**

1. David Buss & Neal Malamuth(1986)：《性、权力和冲突》
2. 人类的许多倾向和偏好是自然选择的结果，被称为进化而来的心理机制(evolved psychological mechanisms)。
3. 自然选择(Natural selection)和适应(Adaptions)：恐惧使得祖先能够对潜在的威胁如毒虫、毒蛇和敌人等迅速做出反应；使得我们身体持续保持高度唤醒状态，形成战斗/逃跑反应模式

**三、动机内容理论**

1. 自我决定论

Self-determination Theory认为人有三种基本心理需要(Deci & Ryan, 2000)：

1. 能力(competence)： 控制环境的需要
2. 关联性(relatedness)： 与他人保持归属感的需要
3. 自主性(autonomy)： 自由地将经验与自我感整合到一起的需要

SDT 认为，基本心理需要的满足可导致内在动机的产生。

1. 无动机（amotivation)状态：个体不投入活动，或仅仅是走过场（Ryan & Deci，2000)。当能力和自主性的基本需要不能得到满足时会出现无动机状态。
2. 外部调节（external regulation)：为了获得或避免由他人所支配的奖赏或惩罚而做出该行为
3. 内投调节（introjected regulation)类似于外部调节，行为仍受到奖赏和惩罚的驱动，但是内投调节包括由个体所控制的偶然情况。
4. 认同调节（identified regulation)：行为出于活动本身的利益而考虑其价值，此时的行为仍然由外部因素驱动
5. 整合调节（integrated regulation)：个体不仅认为行为有用，而旦将其整合于自我感之中时就产生整合调节。
6. 内在动机：为了活动本身的内在满足感而去完成一项行为。

2. 三元动机论

亲和动机（affiliation motive）是个人在社会生活中与他人亲近、交流、往来以获得他人的关心、理解、合作的动机。

权力的主体－共享模型(Rucker等人，2012)：高权力促进了主体性(Agency)倾向；低权力促进了共享性（Communion）倾向

成就动机（achievement motive）是个人在从事某种重要的活动时力求获得成功的内在动力。

**四、动机过程论**

1. 趋近/回避动机：趋近动机促进个体的成长，回避动机保障个体的生存，两种动机相结合促使个体成功地适应环境（Elliot，2008)。

2. Carol Dweck(1986)的目标分类

成绩目标（performance goals）：以追求高成绩证明自身能力为目的的成就目标取向；关注与他人的比较，以获得对自己能力的有利评价，并避免不利评价

掌握目标（mastery goals）：以学习、掌握为目的的成就目标取向；关注对任务的掌握和理解，关注能力的发展

固定能力观(fixed intelligence theory)或实体观(entity theory)：能力是个体内部的一种不能改变的实体，容易导致成绩目标取向；

动态能力观(malleable intelligence theory)或增长观(incremental theory)：能力是可以通过努力来提高的，倾向于采取学习目标取向。

3. 调节定向理论Regulatory Focus Theory

促进定向(promotion focus)与提高（advancement成长、发展和培养）需要相关；预防定向(prevention focus)与安全(security保护、免受伤害等)需要相关

调节性匹配（regulatory fit）：不同调节定向的个体使用各自偏好的行为策略时则达到调节性匹配，使得个体对其当前的行为产生正确感和重要性体验，从而增强行为动机、提高任务绩效和情绪体验强度。

**第三章 社会认知**

**一、图式（Schema）**

1. 图式是对特定对象的有组织的、结构化的认知结构（Bartlett，1932；Markus，1977）。

2. 图式包括：

1. 个人图式（Person schemas）： 对特定个体的认知结构；
2. 自我结构（Self-schema）： 对自己的认知结构；
3. 角色图式（Role schema）： 对特定角色（教授）的认知结构；
4. 团体图式（Stereotype）： 对特定群体的认知结构；
5. 脚本（Script）：对事件或事件顺序的图式（以情境为特性的一系列事件）

3. 图式的功能

1. 组织信息
2. 填充信息
3. 引导加工

**二、自动化加工**

1. 源无意识

1. 阈下觉察(subliminal perception)：阈下广告(Subliminal advertisement)
2. 内隐学习：

评价性条件反射程序：态度对象（条件刺激）与积极或消极刺激（无条件刺激）配对呈现，多次重复后态度对象获得了无条件刺激的效价

2. 内容无意识：内隐联想测验

3. 影响无意识

1. 具身认知（Embodied cognition）：大脑通过身体的性质、感觉和方位等来认知世界。

**三、启发式（Heuristics）：减少社会认知过程中的努力**

1. 直觉/启发式（Heuristics）加工：人们加工可能性的信息与贝叶斯公式很少有关甚至无关，人们往往不顾事件的基础比率而采用启发式策略，依据直觉和经验对事件进行判断，而不是系统地、有步骤地解决问题

2. 什么时候使用直觉/启发式（Macrae et al,1993)：时间紧急、信息超载、话题不重要、没有其它知识和信息、情境中的某些因素唤起已有启发式，使其在认识上具有实用性

3. 代表性启发式(Representativeness Heuristic)：人们倾向于根据样本是否代表（或类似）总体来判断其出现的概率。

1. 合成谬误
2. 篮球中的热手问题(Hot hand fallacy or positive recency effect)：人们不相信一个随机结果会重复发生多次
3. 赌徒谬误( The Gamber’s Fallacy or negative recency)：人们以为随机序列中一个事件发生的机率与之前发生的事件有关，即其发生的机率随着之前没有发生该事件的次数而上升的错误信念。

4. 可得性启发式（Availability Heuristic）：人们依据某类事物能否容易被回想（回忆起事件的难易程度、能够回忆起的事件数量）以判断其发生的概率或频率，容易知觉或回想的事件则被判定为经常出现。

5. 锚定与调整（Anchoring and adjustment）：个体的判断是以一个初始值，或者说是“锚”为依据，然后进行并不充分的上下调整。

**四、受控加工：高努力水平思维**

1. 反事实思维（counterfactual thinking）：在某种情况下想象与事实不同的另一种可能性，表现为虚拟蕴涵命题：要是······就好了。

1. 反事实思维的类型：依据心理模拟内容的性质，可将反事实思维分为三种类型：

加法式（additive）：在前提中添加事实上未发生的事件或未采取的行动，而对事实进行否定的反事实思维：要是当时好好复习，这次考试就通过了

减法式（subtractive）：从真实事件中删除某些因素然后再重新进行建构：如果没有带这么多东西的话，我们现在就可以跑得快点了。

替代式（substitutional）：假设如果是替代性的前提，则可能有另外的结果：如果平时好好学习而不是打游戏的话，奖学金就是我的啦。

上行反事实思维（upward counterfactual）是对于已发生的事件想象如果满足某种条件就有可能出现更好的结果：如果赛前到赛场进行过适应性训练，今天就不会输。

下行反事实思维（downward counterfactual）指可替代的结果比真实结果更糟糕：幸好赛前到赛场进行了适应性训练，否则今天这场球会输。

1. 反事实思维的作用

反事实思维的积极作用：反事实思维可以使得我们更好地为未来做准备；反事实思维使得我们在承受消极后果后感到好受些；反事实思维能降低痛苦和失望

反事实思维的消极作用：有时候，下行反事实思维可能让我们目光短浅；反刍思维；后悔

反刍思维（ruminative thinking）指当遭遇诸如考试失败、丧失亲人等消极生活事件后，个体的思维停留在该事件的影响之中，反复思考事件的原因、后果及其给自己带来的感受等，如不断回想“为什么这种事发生在我身上”。

后悔：将事件的真实结果和可能发生的一个比真实结果更好的假设结果相比较，并伴随痛苦情绪的过程。上行反事实思维和加法反事实思维容易引发后悔

2. 思维抑制 (thought suppression)： a psychological process whereby an individual’s deliberate attempts to suppress or avoid certain thoughts render those thoughts more persistent.

压抑的回弹效应（Rebound effect）：我们试图压抑的内容会以更激烈的形式再次回到我们身上。

**五、决策与判断**

1. 损失回避

1. 框架效应（Framing Effect） ：同一问题的两种逻辑相似的说法引导决策者选择不同选项

风险框架：如亚洲疾病问题

特性框架：

目的框架：用死亡率来说服病人更为有效

1. 损失厌恶（loss aversion）指人们在面临获得时往往是小心翼翼，不愿冒风险；而在面对损失时会很不甘心，容易冒险。
2. 得失不对称（Gain-Loss Asymmetry）：人们对损失和获得的敏感程度不同，损失的痛苦要远远大于获得的快乐。

2. 沉没成本：损失回避可能会引发沉没成本(sunk cost)效应

3. 心理账户（mental accounting, Richard Thaler） ：钱并不具备完全的替代性：人们会为不同来路的钱建立不同账户。

**六、奇幻思维：神奇的思维方式**

奇幻思维（Magical Thinking） —thinking based on irrational assumptions

The law of contagion: two objects pass properties to one another by touch.

The law of similarity: thinking that things that resemble each other share basic properties.

**第四章 社会知觉**

**第一节 社会知觉概述**

1. Social perception refers to the study of forming impressions, opinions, or inferences about other individuals or groups。

2. 社会知觉过程：印象形成（impression formation）和归因（attribution）

3. 社会知觉范畴

他人： person perception

自我：self perception

人际：自己与他人、他人与他人

群体：群体实体性(group entitativity)

4. 大数据时代的社会知觉研究

第二节 非语言线索

1. 面部表情

脸部表达六种基本情绪：高兴、惊讶、害怕、恐惧、伤心、厌恶。

面部表情反馈假设（Facial feedback hypothesis）：人为地表现某种面部表情导致相应情绪体验的产生或增强（Strack, Martin & Stepper, 1988)

2. 眼睛、3. 声音、4. 嗅觉、5. 接触、6. Artifactual communication

7. 肢体语言 Body Language:肢体语言指借助身体和头部的运动、姿势、手势来传递信息。

8. 空间利用；9. 时间运用：人们如何组织时间、如何对时间作出反应、时间传递了什么信息；10 环境

（二）欺骗

1. Prosocial lies:真实性和情感是话语的两个维度

2. 微表情（Microexpression）：瞬间闪现的表情，自动化且难于控制。

**第二节 印象形成**

**一、**印象形成（impression formation）：观察者将自我展示者的各种信息综合起来，以形成一个完整（integrative）而一致(consistency)的判断的过程（Hamilton & Sherman, 1996）

1. 顺序效应：首因效应和近因效应

2. Asch将热情、冷淡这类对印象形成起重要作用的特征称为中心特质（Central traits），而把文雅、粗鲁称为边缘特质。

3. 消极信息：负性偏差（negativity bias）：负面信息在形成他人印象的过程中的作用更大（图形－背景原则）

二、印象形成的社会认知过程

1. 刻板印象(Stereotype)：人们对一类人或事的固定、概括而笼统的看法。

刻板印象威胁（stereotype threat）：指一个人在某种环境里担忧或焦虑自己的行为，将会验证那些对于自己所属社会群体的负面刻板印象，这种焦虑将会消极地影响一个人的表现。

2. 晕轮效应（halo effect）：当对一个人的某种特征形成好或坏的印象后，倾向于据此特征推论其他的特征。 /区别于首因效应

3. 投射效应：在认知和形成他人印象时，以为他人具有与己相似的特性的现象，将自己的感情、特性投射到他人身上并强加于他人。

4. 期望效应

自我实现预言（self-fulfilling prophecy）：最初持有的错误期望引发某些行为，从而使得期望变成现实。

**第三节 归因**

一、归因（attribution）指人们解释行为原因的过程。

二、归因理论

1. 海德的朴素心理学：归因理论源于Heider 的人际关系心理学，认为人的两种动机：有条理地了解环境 及 控制环境

2. 成败归因

Weiner (1974) 的成败归因理论：人们将成败作四种归因，即努力与否、能力高低、任务（事业）难易和机遇好坏。

3. Kelley的共变模式

Kelley(1967)的共变模式(covariation model)认为，人常常会寻求某个原因与结果之间在许多不同状况下的联系。

一致性(consensus)：该情境中的其他人也有同样的行为吗？ (较少使用)

区别性(distinctiveness)：此人只有对这个刺激对象才有这样的行为吗？

一贯性(consistency)：在不同时间和不同情境下，对于同一刺激是否会产生相同反应？

4. 原因图式（Causal schema）：人们并非如Kelley所述从对象独特性、行为者共同性、场合一致性三类信息推测他人的行为原因，有时候会采取思考的捷径（Short cuts)。

折扣原则（discount principle）：特定的原因产生特定的结果的作用，将会由于其他可能的原因而削弱。

扩大原则(augmenting principle)：对于某一特定结果，同时出现一个似乎合理的抑制性的原因和一个似乎合理的促进性原因，那么与仅出现该促进性原因作为一个似乎合理的原因时相比，对该促进性原因的判断将会增加（Kelley, 1972）

三、归因偏差

1. 基本归因错误（fundamental attribution error, FAE）：当解释他人行为时人们会高估特质和态度的作用，低估情境的影响（Ross, 1977）

2. 相应推断理论(correspondent inference theory)：用来解释人如何形成特质推论的归因理论。

3. 公平世界信念（A just world belief）：善有善报，恶有恶报/ 我们持有一种基本信念，觉得每个人应该为自己的行为负责：在分析行为的原因时我们会追溯个人自身的原因

3. 行动者—观察者差异（actor-observer difference）：在解释自己的行为时人们倾向于将他人行为归于内部原因，将自己行为归于外部原因。

4. 动机性归因偏差 self-serving bias）/争功诿过 (credit for success, blame for failure)：观察和评论自己的行为时倾向将成功归于内在因素，而将失败归于外在因素；观察并评论别人的行为时将他人成功归于外在因素，将他人失败归于内在因素。

**第五章 自我**

**第一节 自我的概念**

一、自我觉知

Self：我们对于自己所持有的主要信念的集合，即自己是什么样的人。

自我中心思维(egocentric thought)：我们对自我的感觉处于意识的核心

1. 错误一致性效应(false consensus effect)：在观点方面，人们倾向于高估他人会像我们一样思考

2. 虚假独特性效应(false uniqueness effect)：在能力方面，当人们干得不错时容易产生此效应，即把自己的聪明才智看成是超乎寻常以满足自我。

三、自我控制的资源模型和自我衰竭(ego depletion)：Muraven & Baumeister(2000)认为，自我控制资源是有限的，可因使用而短暂枯竭

**第二节 自我知识**

一、自我知识的来源

1. 自我构念(self construal)

独立性自我(independent self):将自我看成是有界限的、单一的、与社会情境分离的

互赖性自我(interdependent self)：将自我看作灵活的、可变的、与社会情境关联的

2. 社会认同(social identity):自我概念来自所属群体身份(种族、家族、群体)，以及属于此群体的价值与情感

3. 社会比较理论(Social comparison theory)：当人们对自己的能力不确定时，会与相似的他人进行比较以评估自己(Festinger, 1954)。

4. 反射性评价(reflected appraisal)：根据他人对自己的反应来知觉自己

5. 自我知觉理论(self perception theory)：当内在线索微弱时，人们会通过观察自己的行为与当前的情境来推论自己的想法和感受

6. 自传式记忆(autobiographic memories)：记忆塑造自我概念

7. 内省(introspection)：思考究竟是什么构成了我是谁

二、自我概念

1. 自我复杂性(self-complexity)是个体对自己知觉的复杂程度

Linvile(1985)提出自我复杂性的压力缓冲模型：自我复杂性高的人可以将注意力从自我的某一个面向转移到另外一个面向，以缓冲压力

2. 自尊(self-esteem)指个体对自我价值的感受，在多大程度上相信自己是有能力的、重要的、成功的和有价值的

3. 自尊的恐惧管理理论(Terror management theory, TMT)：每个人都有对死亡的恐惧心理，为了缓解对死亡的恐惧人们创立了文化世界观。文化世界观可以使人们感觉象征性的超越死亡，并给人提供一种感觉，即每个人是这个有意义的世界中有价值的一员(Greenberg, Solomon & Pyszczynski, 1984)。

4. 内隐自尊：自动化过程作用的结果，反映个体对自我的即时性、自动化的情感反应

5. 自我差异理论(self-discrepancy theory)：人们参照内在的理想和应该的标准来评价自己，从而产生特定情绪并以此作为个人行为的指引(self guides, Higgins, 1985)

6. 自我的属性

自我控制源(Locus of control, Rotter, 1975) ：内控者和外控者

自我效能感(self-efficacy)：认为自己能够成功完成某一任务的信念

**第三节 自我与动机**

一、自我评价动机：对自己形成正确的评估以预测和控制其未来

二、自我提升动机：人们维持、提升以保护自尊或自我形象

1. 有偏差的积极自我评价

Above-average effects ：认为自己在所有方面都是属于中上水平

Dunning & Kruger效应：能力不强的人(incompetent individuals)倾向于高估其能力；无法认知他人真正的能力；无法认知且正视自身的不足及不足的极端程度：：越强越谦虚，越差越牛

2. 控制错觉(illusion of control)：人们夸大自己产生预期结果的能力。

3. 计划谬误(planning fallacy)：a specific form of optimistic bias wherein people underestimate the time that it will take to complete an upcoming task even though they are fully aware that similar tasks have taken longer in the past.

4. 自我评价维持模型(self-evaluation maintenance model, Tesser, 1988):人们的自我概念可能会因为他人的行为而受到威胁；威胁的程度取决于对方与我们的亲密程度，以及该行为与我们自我定义的相关程度。

自我评价的维持机制：反射效应(the reflection effect)和比较效应(the comparison effect)

5. 自我肯定：Steele(1988)的自我肯定理论(self-affirmation theory)

6. 自我服务归因(self-serving attribution)：将成功归于自己的能力，将失败归于外部因素

三、自我证实动机(self-verification theory, Swann, 1990)：人们有着证实自我概念的需求，无论自我概念是正面还是负面的。

四、三种动机：哪一种更为重要？

Sedikides(1993)要求被试完成一项自我反省任务。在该任务中，他们可以选择题目问自己，以了解自己是什么类型的人。被试最强烈的动机是用自我积极方面的问题来问自己，而不是用关注自我消极方面的问题来问自己(自我提升)；最不可能问自己那些自己已经了解很多、自我核心方面的问题(自我证实)，或是了解不多、自我边缘方面的问题(自我评价)