

社会化

社会化是个体在社会的影响下，通过学习，掌握社会经验、规范，形成与社会一致且有自己特色的态度、情感、行为习惯和品格，并取得社会成员资格的成长过程

社会化的基本特性

- 社会强制性
- 个体能动性
- 终身持续性

社会化的种类

基本社会化

个体在童年期的社会化，主要指个体学习生活知识、语言，培养其他认识能力，掌握行为规范，建立感情联系，确立道德及价值判断的标准

预期社会化

个体在学校里进行的社会化，主要学习将要承担的社会角色，为进入社会做好各种准备

发展社会化

个体在成年期以后的社会化，是在个体实现了基本社会化问题的基础上进行的

再社会化

一般发生在个体的生活环境与所承担的社会角色急剧变化的时候，分为主动与强制

ex.罪犯的改造和教育

社会化外延

政治社会化

个体学会接受和采用现时的社会政治制度的规范，并采取相应的态度和行为

道德社会化

个体将社会道德规范逐渐内化，并形成自己的行为准则的过程

性别、角色社会化

个体在社会生活中，学会按照自己的性别、角色的规范行事的过程

角色冲突

角色间冲突

同一个体的两个或两个以上角色之间的矛盾所导致的冲突

角色内冲突

指人们对于同一个角色有不同的期待所引起的冲突

语言社会化

个体社会化是从掌握语言开始的，全部社会化是以语言社会化为前提的

社会化的条件及影响因素

- 遗传素质（种族，智力，性格，语言能力
- 社会生活（学校，家庭，同伴，媒体

社会化途径

- 家庭的社会教化
- 学校的社会教化
- 社会上的实践

社会知觉

概述

社会知觉过程

- 印象形成

- 归因

社会知觉范畴

- 他人
- 自我
- 人际
- 群体

对人知觉

- 知觉对象本身
- 知觉者的个性经验
- 知觉过程本身

气质类型

- 胆汁质
- 多血质
- 粘液质
- 抑郁质

非语言线索

通过非言语信息进行交流的过程，包括表情、声调、触碰、气味、肢体语言、环境、时间等

表情

- 脸部的6种基本情绪：高兴、惊讶、害怕、恐惧、伤心、厌恶
- 面部表情的文化普适性
- 微笑——行为驱动情绪，社交性微笑（情绪劳动

眼睛

- 瞳孔大小——瞳孔放大-愉快，缩小-不愉快（一般）
- 眼神接触位置
- 眼神注视频率、周期、间隔
- 视觉优势比例VDR——说话时注视/倾听时注视，高VDR代表高地位、专业能力、人际控制，女性VDR通常较低

声音

音量，速度，音高，音质，语气词

| 嗅觉

ex.排卵期的舞女比非排卵期多挣30%小费

| 接触

身体接触表达的信息——情感，关怀，性吸引，优越感，侵犯
触碰效应让距离迅速拉近

| artifactual communication

通过衣服、化妆、物体等有形物质传递信息

| 肢体语言

肢体语言判断情绪，肢体语言猜测性取向
地位高的人通常采用开放的、不对称的姿势

| 空间利用

四中空间距离

- 亲密区：7、8cm——30cm
- 个人区：30cm——1m
- 社会区：1.5m——2.5m
- 公众区：2.5m~

| 时间

线性时间与多角时间

- 线性时间：一个时间内只做一件事（美国商业
- 多角时间：一个时间内多线程做事

| *欺骗

撒谎的表征：微表情，声音，身体动作等

声音比表情更难控制

| 表情符号

不知道搞什么，感觉没什么好搞的

| 印象形成

形成的渠道

- 肢体语言——第一印象
- 人格特质——人格印象

| 顺序效应

| 首因效应

0.1秒内就能完成第一印象

| 近因效应

没啥好讲的

| SOLER-良好第一印象

sit时要面向对方

open保持自然、开放的姿势

lean侧耳倾听

eyes眼神接触

relax放松心态

| 模型

| 格式塔模型

特质分为中心特质——对印象形成起重要作用的特质，ex.热情、冷淡

边缘特质——对印象形成作用较小的特质

同时，特定的信息会随着不同背景发生意义变化

| 代数模型

评估每条信息的意义，进行代数计算形成最终印象

- 加法模型
- 平均模型
- 加权平均模型（应用最广）

稀释效应

无关信息可能削弱相关信息的重要性。

印象形成的社会知觉过程

消极偏差

也称为负性偏差：消极信息在形成印象的过程中作用更大

积极偏差

在形成印象时，倾向于对他人做出积极的、肯定的评价，总怀有宽大的倾向（也称为宽大效应）

刻板印象

人们对一类人、事的固定、概括、笼统的看法

刻板印象线索：性别、种族、性取向、职业等

可能的产生机制

错觉性相关illusory correlation——当我们期待两个通常独立的事物在特定场合下关联起来，我们的错觉会让我们相信它们就是相关的

利

有心理快捷方式的作用，节省了认知所需要的能量

弊

刻板印象形成的普遍性结论会让我们忽视个体差异，先入为主的造成对他人的错误评价

刻板印象威胁

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

(所以不要把自己忘刻板印象上套)

投射效应

总认为他人也有与自己相似的特性

- 相同投射：从自我出发对他人做出判断
- 愿望投射：将自己的主观愿望强加于人
- 情感投射：以自我的爱憎指引人际交往

确认偏差

人们有按照已知事实对事情进行解释、概括、判断、决定、选择的倾向

晕轮效应

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

原因-内隐人格理论

认为人格特质并非独立存在，而是相互关联

ex.容貌中的内隐人格理论——美的和好的

与首因效应的区别

首因效应在初始印象形成之前，晕轮效应在初始印象形成之后

期望效应

罗森塔尔效应，皮格马利翁效应，指对他人的期望会影响他人的表现

刻板印象威胁

上面讲过

行为验证

一旦形成错误的社会信念，就可能引导他人做出某些行为反应以支持这些信念

自我实现预言

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

存在一定限制条件，例如持有错误期望的人往往占据主导地位、控制性地位，而被期望的对象愿意顺从于这种控制

三类人群中特别明显：

- 老师和学生
- 面试官和应聘者
- 治疗师和病人

归因

Heider朴素心理学

人的两种动机：有条理地了解环境及控制环境

维度

内部归因

将原因源指向个体的自身因素，例如情绪、心境、能力、努力等，也称为特质归因

外部归因

将原因源指向情境因素，例如外部环境、其他人、角色限制、该行为可能得到的奖赏或惩罚、运气、工作的特殊本质等，也称情境归因

共变原则

如果摸各特定的原因在多个情境中均与摸各特定的结果相联系，而该原因不存在时结果也不出现，人们就可以将特定的结果归因于该特定的原因

排除原则

如果内外因中的某一方面原因足以解释事情，则人们就会排除另一方面的归因

| kelly共变理论

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，人们同时使用行为、人、刺激物、背景三个维度的信息探究行为的原因

| 三维理论

一致性

- 不同主体对同一刺激物（其他人也这样吗）

一贯性

- 同一主体，不同背景（ta一直这样吗）

区别性

- 同一主体，不同刺激物（遇到别的他也这样吗）

一致性	一贯性	区别性	归因
高	高	高	刺激物
低	高	低	行为者
低	低	高	背景

| 原因图式

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

对于特定原因产生特定结果的作用，将会由于其他可能的原因而被削弱

- 过度理由效应：外部酬劳会损失内部动机
- 德西Deci效应：在进行一项愉快的活动(内在报酬)时，如果同时提供外部的物质奖励(外在报酬)，反而会减少这项活动对参与者的吸引力

扩大原则

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

ex.成功女性评价更高

weiner成就动机归因模型

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

维度	个人努力程度	个人能力高低	任务（事业）难度	机遇好坏
内/外因	内	内	外	外
稳定性	不稳定	稳定	稳定	不稳定
可控性	可控		不可控	不可控

再从内外因、稳定性、可控性三个维度对自己的成败进行归因：

	内因		外因	
	稳定	不稳定	稳定	不稳定
可控制	努力	暂时努力	偏见	偶然认为
不可控制	能力	情绪	任务难度	运气

归因偏差

基本归因错误

解释他人行为时，高估特质和态度的作用，低估情境的影响

两阶段模型

- 原理：锚定和调整
- 第一阶段：自动化做出人格特质、态度等方面的推论
- 第二阶段：进行验证和修正，但往往由于人认知资源的有限性，难以实现这一阶段从而导致基本归因错误

行为者-观察者偏差

双标，作为行为者把自己行为归因于外在、情境因素，作为观察者把他人行为归因于内在因素

虚假一致性

夸大自我行为和观点，将自己的特质安在他人身上

原因

- 人们清楚自己的感受和信念，在推论他人时倾向于根据自己的信念进行推论

自我服务偏差

加工成对我有利的归因

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

习得性无助

在特定情境下，个体由于反复对其行动的结果失去控制所习得的一种无反应、麻木状态

错误归因疗法

让病人对唤起原因作出错误的鬼影，从而使病人得到治疗

自我

自我概述

自我概念

定义

- 人们对于自己所持有的主要信念的集合称为自我概念

自我图式

- 人们对特定领域内具有特定自我含义的观念和感受的认知结构

自我概念分类

- 生理自我，心理自我，社会自我
- 个体自我，关系自我，集体自我
- 现实自我，理想自我，应该自我

自我概念的特征

自我复杂性-个体对自我知觉的复杂程度-如何组织自我的内容

自我复杂性的压力缓冲模型认为：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

自我概念的属性

自我效能感

认为自己能够成功完成某一人物的信念，关注对自我能力的信念

自我控制源

关注对行为结果的控制

- 内控型
- 外控型

自我控制感

控制错觉

人们夸大自己产生预期结果的能力

灰犀牛效应

认为目前一切都好，却对真正的风险视而不见

稀缺心态

一种认为自己所“拥有的”少于“需要”的感觉。

回避选择

过度的自由造成生活满意度下降和抑郁增加

更多的选择会带来信息超载，也带来更多后悔的机会

自我觉知

在某些情境（镜子或摄影机前、谈论自己）人们会迫使自己向内看，让自己成为注意对象；由此将其行为与一些标准比较，感受到差距并产生降低差距的想法

自我觉知理论——

- 是人们对自己作为个体性实体的意识，即意识到其特质、感觉和行为的一种心理状态
- 自我觉知的行为反应是由低到高逐步发展的

个人和公众意识

- 个人自我意识：容易自我聚焦，注意内在感觉
 - 愿意向他人展示自我，降低孤独感
 - 容易注意生理状态，早发现自身问题，更加健康
- 公众自我意识：在意自己在他人眼中的形象与看法
 - 关心他人的评价
 - 关注外表，着装
 - 服从群体规范

自我控制

自我控制模型

- I will-有些事情是我们不想做的，但我们知道做下去才能提高生活品质
- I won't-有些坏毛病会损害健康幸福，并阻止成功
- I want-一些当前的诱惑会让我们做出违背长期目标，这时需要调动大脑中的I want 力量让自己认清局势，并做出正确的选择

自我控制资源模型

自我控制资源是有限的，可因使用而短暂枯竭

自我知识

来源

自我知识来源

- 文化
- 他人反馈
- 社会比较
- 社会认同
- 自我知觉
- 自传式记忆
- 内省

文化

自我构念 self construal

- 独立性自我-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-将自我看作灵活的，可变的，与社会情境关联的

他人反馈

镜我

- 我不是以为的我，我也不是你以为的我，我是我以为你以为的我

反射性评价

- 根据他人对自己的反应来知觉自己

自我三要素 (Cooley)

- 表现：想象我在他人心中的形象
- 辨认：想象他人对此形象的评价
- 主观解释：由此形象产生自我的感觉

社会比较

社会比较理论

- 当人们对其能力不确定时，会与相似的他人进行比较来评估自己（鄙视链

社交媒体加剧了社会比较，扩大了社会比较的范围

社会认同

自我概念来自于所属群体身份(家族，团体，种族)，以及属于此群体的价值与情感

认同的形态

- 双重认同-主流与团体认同
- 分离-团体认同
- 同化-主流认同
- 边缘化-无主流亦无团体认同

自我知觉

观察自己的行为来推断自己的品质、特点

自传体记忆

记忆塑造自我概念，同时自我概念也会雕塑个人的记忆

内省

主动思考哪些因素构成了我

自我差异性

自我差异理论

人们参照内在的理想和应该的标准来评价自己，由此产生特定情绪，并指引个人的行为，包含有3种图式：

- 现实自我
- 理想自我
- 应该自我

人们具有确保现实自我符合理想自我和应该自我的动机，如果存在差异会感到不适。

未来自我连续性

一个人将现在自我和未来自我联系在一起的紧密程度，反映了他/她在时间维度上自我连续性的强度

自我中心思维

聚光灯效应

高估别人对我们外表、行为的关注

透明度错觉

因为自己隐藏的情绪容易泄露并为人所知

巴纳姆效应

人们常常认为一种笼统的、一般性的人格描述十分准确地揭示了自己的特点,当人们用一些普通、含糊不清、广泛的形容词来描述一个人的时候,人们往往很容易就接受这些描述,并认为描述中所说的就是自己

ex.星座

错误一致性/虚假独特性

(虚假一致性也会导致归因偏差)

在观点方面，人们倾向于高估他人会像我们一样思考；

在能力方面，当人们干得不错时容易把自己的聪明才智看成是超乎寻常以满足自我

自尊

指个体对于自我价值的感受，包含归属感、掌控感

自尊理论

恐惧管理理论

自尊是对个人价值的评价和感受，是人们对自己的生命意义感和价值感的体会

自尊相当于焦虑缓冲器，主要作用是克服死亡带来的恐惧并缓解个体焦虑

理论基础

- 死亡突显性假说：每个人都怀着对死亡的恐惧心理
- 焦虑缓冲假说：为了缓解死亡恐惧人们创立了文化世界观，使人们感觉象征性地超越死亡，并给人提供一种感觉，即每个人是这个有意义的世界中有一价值的一员

社会计量理论

自尊是衡量个体人际关系的重要计量器，用于评估个体体验到的被他人接受或拒绝的程度

高自尊&低自尊

高自尊的人更有弹性、更多地体验快乐，但当自尊受到质疑时，高自尊个体的往往会采取报复手段。

低自尊的人容易出现焦虑、孤独、进食障碍及药物滥用和犯罪

自尊稳定性

如果一个人的自尊建立在金钱、赞美、地位之上，往往遭遇失败就会导致自尊的不稳定，这类自尊成为脆弱自尊，而不是真正的自尊

内隐自尊

无法通过内心的方式被意识到、被精确意识到的自我态度

按照社会认知过程的分类，内隐自尊是自动化过程作用的结果

外显自尊	内隐自尊	
高	高	安全型高自尊
高	低	防御型高自尊
低	高	受损型高自尊

测量方法

自我报告测量

- 姓名与生日数字偏好任务
- 姓名喜好测量

评价性启动任务

- 情感启动任务
- 反应窗情感启动任务
- 情感归因错误程序

内隐联结任务

自我词，他人词，积极词，消极词

理论

双重态度模型

核心假设：人们对于同一态度对象能够同时拥有两种不同的评价，一种外显一种内隐

因此，人们对自我的态度也能够同时表现为外显、内隐两种心理表征

认知-体验自我理论

该理论认为，人们是通过两种独立存在又相互作用的信息加工系统去理解和适应外界与自身的，一种是认知/理性系统，一种是体验系统。

联结-推理评价过程模型

当前主导模型

对于特定态度对象的评价是联想和推理两种信息加工过程作用的结果，而内隐自尊和外显自尊分别是联想、推理过程作用的结果

自尊的文化差异

自我与动机

自我评价

对自己形成正确的评估以预测和控制其未来

SWOT模型

- 优势strength
- 劣势weaknesses
- 机会opportunities
- 威胁threats

自我提升 enhancement

指人们提升自我以保护自尊或自我形象

自我服务偏差

Above-average effects

- 认为自己在所有方面都是属于中上水平

Lake Wobegon effect

- 人们相信自己优于其他人

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；无法认知和正视自身的不足及不足的极端程度

积极错觉的局限性

盲目乐观，过度乐观，徒劳无益的坚持

如何消除积极错觉

- 防御性悲观主义：
 - 设立不现实的低期望，即使自己以前曾在同样的任务中获得过成功；
 - 在执行任务之前考虑各种可能的结果，尤其关注在这些结果中自己的表现将会被如何评价

自我评价维持

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

ex.当一个人表现优于我们（两种机制维持自尊

- 反射效应：该行为与我们的自我定义无关，且该人与我们关系密切，则表现越好对我们的自我评价越有利（父母孩子
- 比较效应：该行为与我们的自我定义明显相关时会威胁到我们的自我评价，容易产生嫉妒、不舒服的感觉（别人家孩子

自我肯定

如果人们的自尊受到威胁，人们通过肯定自己的一些无关事项以缓冲自我价值威胁

自利归因（归因中的自我服务偏差

将成功归于自己的能力，将失败归于外部因素

自我证实verification

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

人们倾向于寻求/接近可以加强其自我概念、避免/拒绝与自我概念不一致的情境或反馈

自我呈现

印象管理

指人们期望向外在观众(别人)和内在观众(自己)展现一种受赞许的形象

情境同一型理论

在不同社会情境或人际背景中有一种合适的社会行为模式，人们需要按照这一行为期待来行事

社会心理过程

印象监控

- 留意他人对自己的印象

印象动机

- 渴望影响到他人对自己的印象

印象建构

- 选择恰当的印象进行管理

一些印象管理策略

印象管理策略	印象寻求动机	代表性行为	潜在危害
讨好 (ingratiation)	可爱	赞美、支持	不真实、欺骗
自我宣传(self-promotion) 门面修饰 (window-dressing)	高能力	吹嘘、炫耀	自以为是、欺骗
威胁 (intimidation)	强大、无情	威胁	被回骂、无效
榜样化 (exemplification)	良知、道德感	自我否认	伪善、假装神圣
哀求 (supplication)	无助	自我贬低	操纵性的、苛求的
谦虚 (modesty)	喜爱、尊重	低估自己的成就	缺乏自信
沙袋术 (sandbagging)	满足感	假装没有能力	欺骗

保护性印象管理

自我妨碍

指个体通过设置障碍，阻挠自己成功以维持自我形象

- 行动式自我妨碍：故意摆烂
- 自陈式自我妨碍：为可能的失败寻找的一系列不可控的借口

道歉

积极地保护性印象管理策略

表明立场

间接的保护性印象管理策略

自我监控

个体根据外界情境调整自己行为的能力

- 主动控制表现行为的能力
- 吸引社会对个人的注意倾向
- 呈现出他人期待个人展现的样子

自我表露

风险：过多和过少的自我表露会造成社会适应的困难

文化差异：个体主义文化社会中自我表露多于集体主义社会

态度

概述

由认知、情感、行为倾向组成：

- 认知：个体对特定对象的心理印象
- 情感：个体对特定对象的评价
- 行为倾向：个体预先具有的心理状态或心理定势，是在一定的社会情境中个体对态度目标将要采取行动的心里准备状态

态度特性

- 社会性
- 对象性
- 协调性
- 稳定性

态度与价值观

不同价值观会让人对同一问题产生不同态度，但价值观并非对所有态度都有决定性影响

- 象征性态度：受长期价值观影响而形成
- 工具性态度：只考虑自身

态度功能

工具功能

功利性功能/调节功能：有用——喜欢，没用——不喜欢，实现效用最大化

自我防卫功能

让人免于承认自我、外部世界的不愉快的真相

价值表达功能

表达自我核心价值——自我肯定

知识功能

帮人们理解、构建有意义的世界

态度与行为

为什么有时候态度不能预测行为？

- 态度有可能有冲突
- 在自动化层面错误地连接了态度和行为——内隐态度趋向于预测内隐行为，外向态度趋向于预测外显行为
- 在细化时错误连接了态度和行为——笼统态度对应笼统行为，特殊态度对应特殊行为
- 态度本身的易得性有所差别——越强烈的态度易得性越高，越趋向于预测行为

态度的测量

物理方法

- EEG
- ECG

- fMRI
- eye tracker 眼动

非言语方法

- 面部表情
- 姿势

反应时间测量方法

- 内隐联结测试IAT

态度的形成

形成条件：

- 个人活动的主观结果
- 在满足个人的社会性需要的基础上产生的

形成途径

基于认知

预期-价值模型：

- 态度是由关于态度客体属性的各种可能预期（预期），及对态度客体属性的评价（价值）所构成的

基于情绪

- 纯粹重复接触效应：重复接触带来积极效应（人际吸引里同样有效）
- 经典条件反射：将态度对象与产生的情绪刺激相匹配
- 操作性条件反射：强化刺激

基于行为

自我知觉理论

- 人们对于一个对象态度不定时，会通过观察自己的行为 and 情境来推断出自己的态度

具身认知理论

- 面部表情、头部运动、身体姿势等对态度也会产生影响

形成阶段

- 顺从：工具性，想要获得积极反应
- 认同：为了建立、维持与他人、群体的关系，但相信其所采取的态度与行为；不受他人在场与否影响，单受当下个体所扮演的角色影响
- 内化：相信并接受他人的观点，并将之纳入自己的态度体系，使之成为自己态度体系的有机组成部分

人际关系与态度形成

- 家庭关系
- 同伴关系

态度改变

- 改变态度强度
- 改变态度方向

耶鲁态度改变法（影响态度改变的因素

沟通者

沟通者的可靠性

沟通者的专业性

- 是否专业

沟通者的可信度

- 是否有自己的立场，是否公正，是否有自己的意图（不要让人察觉你的说服意图

对沟通者的喜爱程度

沟通者与我们的相似性、外表吸引力、形象魅力

ex.明星代言

沟通过程

情感诉求（情绪

唤起听众的情绪（恐惧、同情

单方面信息&双方面信息

双方面的信息让人的态度更牢固

持赞成态度——单方面信息更能强化

持反对态度——双方面信息能够动摇态度

信息呈现的顺序

首因效应||近因效应取决于材料呈现的时间间隔

与原态度的差距

与原态度差距大——改变态度的程度可能越高

此外还有

- 信息的可理解性
- 是否要给出结论
- 信息传递的方式
- 信息传递的风格
- 重复——可得性层叠/效用层叠
 - 应对疲劳效应：变化式重复

沟通对象

沟通对象的个性、智力理解力、自尊程度等

沟通情境

分心

不利于信息接受，有利于态度改变（无心辩驳

预先警告

提前告知可能会改变态度

一般不利于态度改变——提供反驳的时间和机会，担当态度强度弱的时候反而有助于态度改变

预防接种

预先给一点反对信息，增强抗性

- 支持性防御——可以通过增加新的支持性论据来巩固自己的观点，增强抗拒说服的能力
- 态度免疫
 - 可能原因：如果事先知道有人要说服，预防接种可以让听众构思出反对说服的论证

精加工可能性模型

中心路径

- 信息与听众关联度高，听众有兴趣，能理解
- 听众对信息精细加工、理性思考
- 说服效果取决于论据质量、逻辑
- 态度的改变很持久

边缘路径

- 信息与听众关联度低，听众理解力、动机、兴趣不够
- 听众关注边缘线索
- 说服效果取决于边缘线索
- 态度的改变是暂时的

态度改变理论

平衡理论

和谐理论

认知失调理论

意识到自我的不一致（态度与行为不符合）而不愉快

公式：

认知失调程度 = 失调的认知数x重要性 / (协调的认知数x重要性)

减少认知失调的方式

- 改变态度（我不想减肥了）
- 增加新的协调的认知（吃甜食很快乐）
- 改变认知的重要性（减肥也不是这么重要）
- 减少感知到的选择（被迫这么做）
- 改变行为（我不吃了）

相关理论

理论不足现象（insufficient justification

也称为less is more，指小的刺激更能够有效地促进人们对一个活动产生兴趣

外部合理化：为失调的个体行为提供外部的理由或解释

内部合理化：通过改变自己的态度or行为减少认知失调

其实就是，外部合理化不够的时候，用内部合理化来凑，有点像归因里面折扣原则的反面

举个例子——老板给的钱不多，但我也需要这份工作，那我只好说服自己喜欢这份工作

努力合理化（effort justification

为付出的努力进行辩护（即使努力对象没那么好）不然会觉得白干了，导致认知失调

决策后失调

指做出决定之后觉得可能大意了，决策越重要，失调越严重，因此会努力提高对自己的选择的评价，降低对其他选择的评价

而决策的不可改变性（做了就是做了）会增加认知失调的程度，同时也增加减少认知失调的动机（坚信自己做对了）

- 滚雪球技术——决策的不可改变性

诱导伪善

伪善——说的和做的不一样，一种认知失调

诱导当事人公开支持他赞同的行为，这样为了避免认知失调（为了消除伪善），他就会为了维护自己的承诺而做出更正确、合理的行为

富兰克林效应

喜欢你帮助过的人

- 说服自己被帮助的人是值得帮助的

而讨厌你伤害过的人

- 说服自己被伤害的人是罪有应得的

拓展

意义维持模型——当事实和个体基于既有的信念形成的预期出现冲突时，个体会感到意义违背，这使得个体采取一些自我调节方法来缓解意义违背，从而实现意义维持

人际关系

概述

功能

- 减轻寂寞
- 增加自我了解（社会比较
- 满足需求（社会交换
- 寻求刺激

人际信任类型

- 安全性
- 恐惧型
- 多虑型
- 超脱型

六度分离理论

生活这个世界上的每个人平均只需要通过6个中间人就能与全世界任何一个人建立联系

人际关系类型

人际关系距离

弱关系

弱关系中的信息传播由于经过较长的社会距离使得信息流动起来

强关系

强关系的组成者的相似度高，他们之间信息的重复性也高，通过强关系传播的信息更可能限制在较小范围内

差序格局

在中国文化中，人与人的关系不仅存在着量的变化，还有质的变化

人际关系4类型

- 共有共享
- 权威等级
- 市场定价：利己原则
- 平等匹配：公平原则

关系向度理论

社会交往大体可以时间维度和空间维度进行分类

网络交流&面对面交流

网络交流的问题

- 非言语线索的缺乏
- 信息的理想化
- 欺骗

人际吸引

人际吸引的基础

回报/奖赏

我们被那些其出现对我们是一种回报/奖赏的人所吸引 (Clore & Byrne, 1974)，包括直接回报和间接回报

- 直接回报：能够给我们提供愉悦
- 间接回报：往往与人们的外貌和个性存在间接关联且不易察觉

增强情感理论

当人们处于愉快的情绪时，伴随此情境出现的人也会让我们较为喜欢

人际吸引的因素

接近性

时空距离愈接近的人，愈可能成为朋友、亲密伴侣或夫妻，近水楼台先得月

熟悉性

- 纯粹接触效应：熟悉性导致吸引
- 阈下纯粹接触效应：自己也没发现
- 曝光效应：对重复出现的中性、积极刺激的评价会变得更积极（阈下刺激情况下更明显）

为何熟悉性导致吸引？

- 了解——行为可预测——避免不愉快

熟悉性的弊端

- 刺激重复过度出现，可能引起厌烦或过度饱和，达到纯粹接触效应的极限

外表吸引力

看脸

局限

- 短期

- 效果范围有限，不会因为长得好看就觉得你很聪明
- 容易导致感觉适应，看腻

作用公式

- 值得一冲的程度=外表吸引力*被接受可能性

个性与能力

通常会喜欢与聪明、有能力的人在一起，但与能力很强、接近完美的人在一起可能会不舒服（有小瑕疵比完美更受人欢迎）

品质

不重要：金钱、长相、相似的性格、共同的爱好

重要：情绪稳定、心地善良，忠诚，成长型心态，能够激发你最好的一面，懂得合理争吵，共同做困难的决定

相似性

态度愈相似的人彼此愈喜欢对方

理论依据

- 遇见那些相似的人往往令人心安，也更具有奖赏价值（镜像原理：他好我也好）
- 知觉到的相似性和婚姻满意度之间的关系比真正的相似性更高（幻想中的关系和形象：自我实现预言）

假想独特性

- 我们喜欢那些观点与我们不同、却又喜欢我们的人（笑死）

互补性

两种形式

- 需求互补
- 角色互补

人际关系发展阶段

刺激——价值——角色理论

早期：信息有限，依靠性别、外表、年龄等产生的刺激

中期：价值、信念或态度的相似可以增加彼此的喜欢

晚期：双方对彼此的角色期待将影响彼此关系

人际关系现象

得失效应

人们最喜欢那些对人们的喜欢程度不断增加的人，最不喜欢那些对人们的喜欢程度不断减的人。

致命吸引

指曾经被认为最令人着迷和极具吸引力的特质，在分手后却成为最致命的缺陷和瑕疵

亲密关系

爱情三角理论

- 亲密
- 激情
- 承诺

社会交易理论

假设：我们寻求成本最小、回报最大的人际关系

人际关系价值 = 收获 - 付出

比较基准

比较水平：我们认为在与他人交往中应该得到的结果的价值

亲密关系满意度 = 价值 - 比较水平

比较水平高，满意度低

替代选择基准

获得其它更佳关系的概率是高是低

亲密关系依赖性 = 价值 - 替代选择基准

较小利益原则：关系中较小依赖的一方拥有更大的权力

投资

有形：金钱、资源

无形：教育、社会认可度

亲密关系的影响因素

依恋类型

亲密型依恋

信任，友好，坦诚，分享

回避型依恋

对伴侣信任感低，往往难以灵活、开放地表达情绪和有效地探索和加工情绪信息，容易对亲密关系造成不利影响

焦虑-矛盾型依恋

想要获得亲密关系，但担心得不到回应。通常形容自己在爱情和工作中都得不到重视

自尊

一般高自尊个体会积极评价自己的伴侣，具有较高的关系满意度

调节依赖模型

人们会将自身评价投射到伴侣身上

拒绝敏感性

个体对社会拒绝的焦虑型预期、容易知觉和过度反应

归因方式

归因偏差会导致亲密关系的冲突

- 基本归因错误
- 行为者-观察者偏差
- 自我服务偏差
- 虚假一致性（觉得别人想的和你一样）

情绪表达

开放、直观、频繁地表达情绪

社会行为

攻击性

攻击是以伤害某个想逃避此种伤害的个体为目的的任何形式的行为——

- 攻击是人的行为
- 攻击存在攻击意向
- 受害者有回避动机

替代攻击：不直接向挫折来源攻击，为时将敌意转向安全的目标

攻击类型

言语攻击&动作攻击

工具性攻击&敌对性攻击

反社会侵犯行为&亲社会侵犯行为&被认可的侵犯行为

文化与暴力

荣誉文化：不认可攻击和工具性暴力，但是允许在受到侮辱和冒犯后进行报复

荣誉谋杀：即家族的荣誉，其效用是为男性成员建立社会地位，其表征则是女性成员的贞洁。

一般攻击模型

个人因素

- 基因
- 激素（睾酮/多巴胺/5-HT
- 大脑结构（前额叶小/激活水平低

黑暗三人格理论

- 马基雅维利主义：不惜挑战社会常规与利用非法手段来实现自己目的
- 精神病态：情绪冲动、自控力差、攻击性强
- 自恋：以自我为中心

社会情境

环境

- 高温
- 拥挤

刺激

- 凶器
 - 枪支不仅提供攻击线索，还会拉大攻击者与受害者之间的心理距离
- 酒精
 - 损害了高级认知功能，如对刺激的感知和记忆，使得个体难以评估他人的意图，也难以评估自己的行为
 - 酒精影响行为期望：推脱责任
- 性
 - 性唤起与攻击性紧密相关

挫折-攻击假说

挫折会导致某种形式的攻击行为——挫折产生的是愤怒，是攻击的情绪准备状态

高水平的生理唤起

社会认知过程

预期——ex.酒精与攻击性的预期影响了攻击行为

敌意归因偏见——个体曲解了社会暗示并推断他人具有攻击性

控制点——外部控制源

道德推脱

- 通过对应受谴责行为的认知重建，在一定程度上提高其道德可接受性
 - 与更有害行为进行比较
 - 委婉说法（战争中杀害平民——“附带伤害”
 - 道德辩护
- 掩盖或扭曲有害行为的影响
 - 责任转移
 - 责任分散
 - 忽视/扭曲结果

- 对行为作用对象的重新定义，降低对其的认同而摆脱道德责备
 - 非人化受害者
 - 责备归因-受害者归因

综合攻击模型

- 输入阶段
 - 个体因素
 - 情境因素
- 路径阶段
 - 考虑当前内部状态：情绪、认知、唤起等
- 结果阶段
 - 依据当前情境、限制因素做出判断

攻击的预防和干预

- 药物，脑刺激，手术
- 惩罚——通过监禁严惩暴力犯罪并不能长期有效地干预犯罪行为
- VR体验
- 宣泄——只是短期的，有些可能还会提高攻击性
- 宽恕——用同情代替报复（对恶人不行）
- 认知干预
 - 不相容反应策略：引起与期望改变的行为相对立的情绪/反应，来降低愤怒、减少攻击行为
 - 归因训练：不要归因于他人敌意

亲社会行为

亲社会行为(prosocial behavior): 有利于他人的行为，这种行为不一定给帮助者带来直接利益，甚至可能带来风险

- 利他行为：不带个人私利地关注他人幸福的行为
- 助人行为：期待回报的亲社会行为
- 分享行为
- 合作行为
-

理论原因

进化心理学

任何层次上的利他，可以看做另外一个层次上的自利

亲缘选择理论

基因相似性——帮助基因相似的人（帮助相似的基因生存）

群体选择

利他行为的产生是群体选择的结果：种群和社群是进化的单位；群体选择使那些对个体不利（降低适合度）但对社群或物种整体（增加适合度）有利的特性在进化中得以保存

非亲缘利他行为

- 互惠合作式
- 互相回报式
- 行为操纵式：杜鹃巢寄生

进化心理学不足

无法解释关于情境的问题

无法解释帮助陌生人

无法在实验室中被验证

社会规范理论

互惠规范-有恩要报

要求我们对过去帮助自己的人回报以帮助

社会责任规范-有难要帮

路见不平，拔刀相助

社会公平规范

公正和资源公平分配

社会学习与社会交换

社会交换理论

人的行为由对代价最小化和收益最大化的需求所驱动

- 外部回报：获得称赞或友谊、提高企业形象
- 内部回报：自我价值感、减轻内疚感、维护自我形象

社会学习理论

通过模仿学习，习得亲社会行为

- 模仿
- 强化

决策过程

- 注意到发生紧急事件
- 确定事件是突发的吗（对象是否真的需要帮助）
 - 众人致误(Pluralistic ignorance)：一群陌生人犹豫和不采取行动的现象，当人们无法完全确定正在发生的事件时，会不予行动以等待更多信息
 - 当他人到场和求助需要模糊时，他人的忽视会导致个体帮助行为的可能性降低
- 提供帮助需要哪些责任
- 决定如何帮助
- 提供帮助

旁观者效应：旁观者越多，获助的可能性越低

助人者

情绪

情绪增加助人行为

- 积极情绪促使了个体的积极思考和行为。
- 负面状态解除说(negative-state relief model)：助人行为可以缓解消极情绪

情绪降低助人行为

- 消极情绪让人将注意力集中于自己
- 助人会破坏积极情绪(如尴尬或危险)

共情

可识别受害者效应

相对于大量受害者，我们更愿意帮助单个受害者

共情与同情

- 共情是一种情感反映，在性质上与感知到的正遭受痛苦的人的情感状态类似
- 同情是一种认知反应，是对他人痛苦的强化意识，伴随着一种想要消除这种痛苦的欲望；相对较轻的唤起会产生同情，而非共情

时间压力

时间宽裕更助人

责任压力

责任分散——旁观者效应

人格特征

- 利他主义人格与移情
 - 行善者排斥现象：比起行善者，人们更喜欢利他者
- 公正世界信念：相信善恶有报
- 内控者：不相信命运
- 赞同的需要
- 自我监控

受助者

- 相似性：帮助相似的人
- 依赖性：帮助依赖性强的人
- 吸引力
- 个人责任：愿意帮助责任不在个人的人（不活该的人）

为什么拒绝帮助

- 对自尊的威胁
- 社会交换理论：迟早要还的
- 抗拒理论：自由受到威胁

