

刻板印象内容模型：理论假设及研究

佐斌,张阳阳,赵菊,王娟

华中师范大学心理学院, 武汉430079

收稿日期 2005-3-24 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 介绍了刻板印象内容模型(SCM)的来源、理论假设和在美国与欧洲(个人主义文化)、东亚(集体主义文化)样本中的实证研究。SCM假设:(1)用热情和能力区分不同群体的刻板印象;(2)对外群体的刻板印象是混合的;(3)高社会地位群体被刻板为具有高能力,竞争性群体被刻板为缺乏热情;(4)刻板印象中存在参照群体偏好和外群体贬抑。在比较和评价SCM与其他理论的基础上,提出了刻板印象内容研究进一步细化和扩展的方向

关键词 [刻板印象](#) [刻板印象内容模型](#) [热情](#) [能力](#) [文化差异](#)

分类号 [B849:C91](#)

DOI:

对应的英文版文章: [060122](#)

通讯作者:

佐斌 zuobin@mail.ccnu.edu.cn

作者个人主页: 佐斌;张阳阳;赵菊;王娟

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [PDF\(118KB\)](#)
- ▶ [\[HTML全文\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“刻板印象”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章

- [佐斌](#)
- [张阳阳](#)
- [赵菊](#)
- [王娟](#)