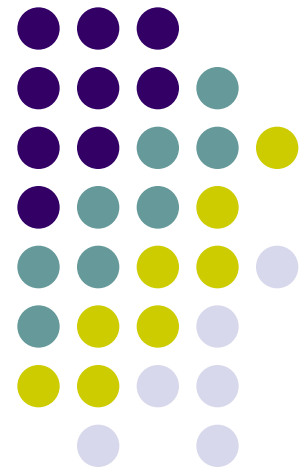


第九章 人际吸引



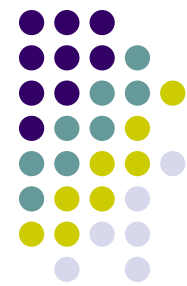


第一节 人际吸引概述



- 一、人际吸引的概念
- 二、人际吸引的社会心理基础





一、人际吸引的概念

✦ (一) 定义:

人际关系 (interpersonal attraction) 是指“个体之间在情感方面相互亲近的状态，是人与人之间的相互接纳和喜欢”。

亲和

较低层次

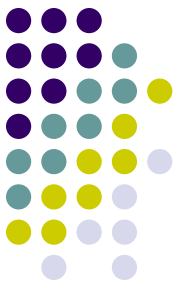
喜欢

中等程度

爱情

最强烈





亲和

- 定义：“个体害怕孤独，希望和他人一起建立协作、友好的联系的一种内心欲求。”
- 亲和 → 亲和动机 → 亲和行为
- 亲和起源于**依恋**。





● 亲和的作用

- ✓ 满足个体某些社会性需要
- ✓ 获得信息
- ✓ 减轻心理压力
- ✓ 避免窘境

图行天下 photophoto.cn





- 影响亲和的因素
- 情境因素：压力情境、悲惨情境
- ✓ 情绪因素：恐惧、焦虑
- ✓ 出生顺序：长子、长女





二、人际吸引的社会心理基础

- 自我价值确立的需要
- 安全感确立的需要
- 独处需要和交往需要



第二节 人际吸引的影响因素



- ✓ 提问：你最喜欢哪种人？
- A. 平庸之辈
- B. 能力出众完美无缺的人
- C. 优秀但有点小缺点的人





1、能力

- 阿伦森**犯错误效应**研究
 - 以访谈的形式准备了四段**录音**，塑造了四个不同的人物的形象

- 1、能力出众的人
- 2、能力出众但是犯了错误的人
- 3、能力平庸的人
- 4、能力平庸但犯错误的人

- 吸引力次序 $2 > 1 > 3 > 4$



人际吸引规则一



- 人们更喜欢有**能力**的人。
- 在此前提下，偶尔有些**小错误**，会增加你的吸引力。
- 犯错误效应受**性别**和**自尊**的影响。



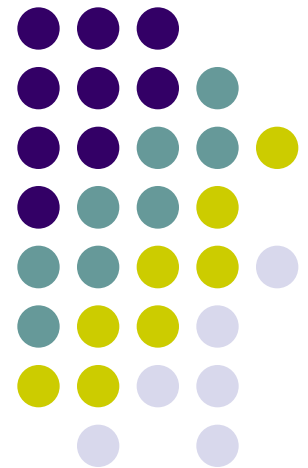


为什么？

- 阿伦森在他的实验中使用的是四段**录音**，而不是**视频**材料呢？



✓你更喜欢以下哪张照片？



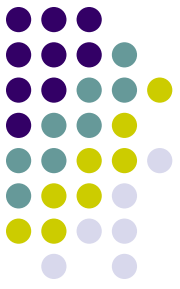
2、外表吸引力



- 沃尔斯特的实验，西格尔等人的实验“外貌对人的吸引力与交往的影响”
- 光环效应
- “美丽的辐射效应”



人际吸引规则二



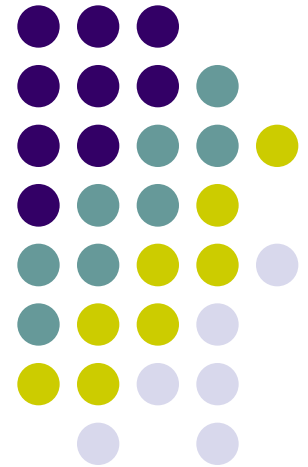
- 当其他条件相同时，
我们更喜欢漂亮的人。



✓你同意“物以类聚”吗？

究竟是因为你们**相似**-
还是因为你们**互补**-

你才喜欢他/她？





3、相似性 VS 互补性

- 相似性

- 人倾向于喜欢与自己相似的人

- ✓ “正确感”带来的自我酬赏
- ✓ 认知结构平衡的需要
- ✓ 期望—效价理论

- 互补性

- 互补的差异性也会带来吸引力
- ✓ 互补是一种特殊的相似
- ✓ 补偿作用：他人拥有的正是我渴望的



人际吸引规则三



- **恰当**的运用相似和互补可促发人际吸引。
 - 恰当的展现与他人相似的态度、价值观、兴趣、爱好可以增加自己的吸引力。
 - 相互满足对方需求的、和谐的互补可以促进人际关系的和谐。



4、熟悉性



- 也称熟悉效应、**曝光效应**，即熟悉引起喜欢。某个人只要经常出现在你面前，就能增加你对他/她的喜欢程度。

■ 曝光效应的局限性：

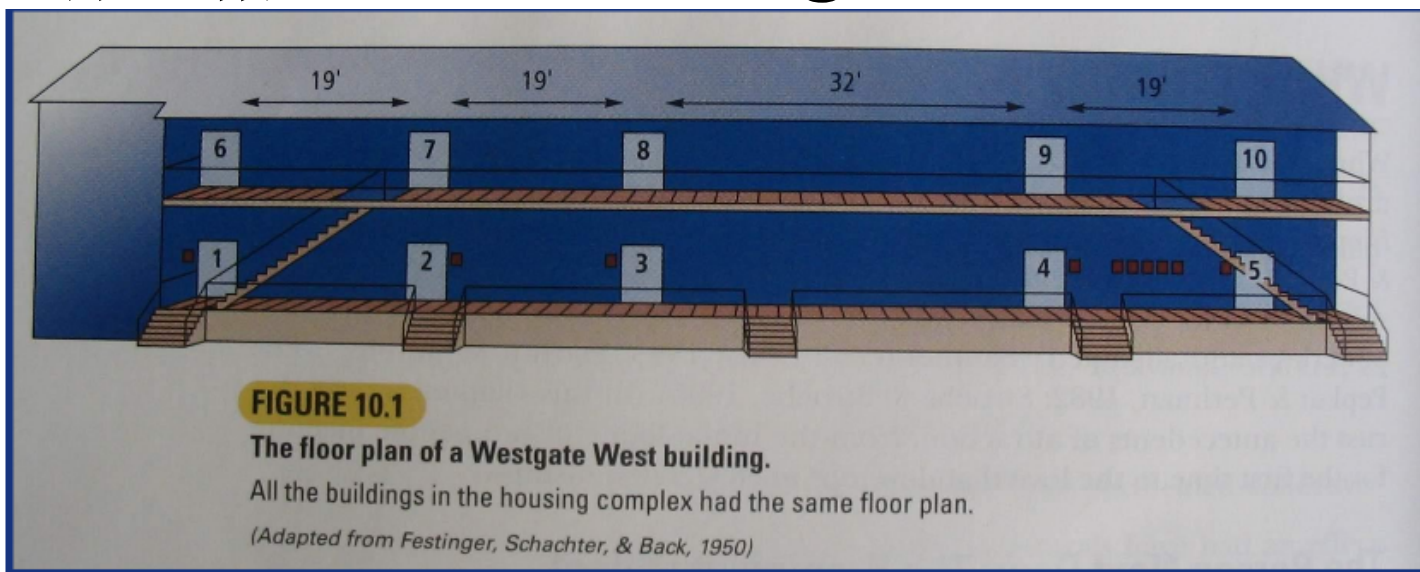
- 1、反复出现的人是**负面人物**。
- 2、在**兴趣**、**需要**或**人格**方面有强烈的冲突的人。
- 3、注意曝光的**频率**不要过多。





麻省理工学院住宿生的友谊选择

- 费斯汀格 (L. F. Festinger)



在西門西，41%的人和隔壁鄰居成了親密朋友，22%的人和隔壁兩三家的人成爲朋友；祇有10%的人和隔壁另一端的人成爲朋友。



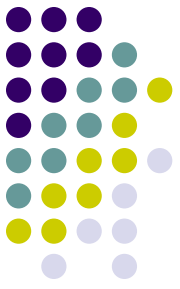
5、邻近性



- 地理位置的接近会增加亲密性。
- 接近性增加了熟悉的程度
- 邻近的作用还在于积极性偏见
- 从社会交换理论出发，人们能从居住接近的人身上以相对较少的代价获得社会性报酬。“邻近是有用的”



人际吸引规则四



- **熟悉性和邻近性**告诉我们:
- 经常（**在合理频率内**）看到的某人，就能增强我们对他的喜欢。



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/956114054115010233>