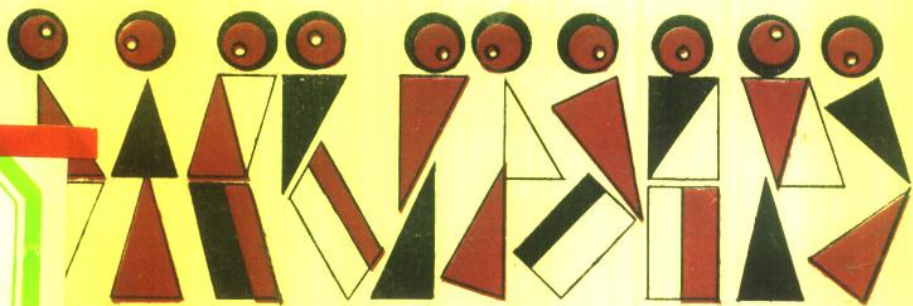


人际交往 心理学

主编：高玉祥
王仁欣
刘玉玲



中国社会科学出版社



国防大学 2 073 3557 9

人际交往心理学

主 编 高玉祥 王仁欣 刘玉玲



中国社会科学出版社

1990年·北京



国防大学 2 073 3557 9

责任编辑：边金魁
责任校对：何 工
封面设计：许 燕
版式设计：李 玉

人 际 交 往 心 理 学
ren ji jiao wang xin li xue

中国社会科学出版社 出版
发 行

新华书店经销

河北省迁安县印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 10.65印张 323千字

1990年10月第1版 1990年10月第1次印刷

印数1—6000册

ISBN 7-5004-0882-X/B·180 定价：5.30元

内 容 提 要

本书广泛吸收近年来国内外人际交往心理学的研究成果，用通俗的语言，系统地介绍了人际交往的动机与行为模式；人际认知的规律与识人术；人际形象形成的规律及印象整饰的技巧；人际吸引的规律与增强自己吸引力的方法；人际交往的谋略与艺术等有关人际交往心理学的理论与应用。书中内容翔实，材料丰富，为了解人际交往过程中的心理活动规律，提高人际交往艺术，增强自己的吸引力；处理好与领导、同事、亲友关系提供了科学知识。可做为大专院校教材，也适于工矿企业、机关学校、科研医疗等各行各业的管理人员、公关人员和广大职工、学生参阅。

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 人际交往心理学的研究对象	(1)
一、信息交往机制.....	(1)
二、人际交往是主体人的交往.....	(2)
三、人际交往的社会性.....	(3)
第二节 人际交往心理学的科学性质	(4)
一、人际交往心理学是一门交叉科学.....	(4)
二、人际交往心理学的科学知识来源.....	(5)
第三节 人际交往心理学的内容和分类	(7)
一、人际交往心理学的内容.....	(7)
二、人际交往方式的分类.....	(8)
第四节 人际交往心理学的研究任务和意义	(9)
一、人际交往心理学的研究任务.....	(9)
二、人际交往心理学的意义.....	(11)
第二章 交往动机	(14)
第一节 交往动机 概述	(14)
一、交往动机的定义.....	(14)
二、交往动机的功能及其发挥的取决条件.....	(15)
三、交往动机的产生.....	(16)
四、影响交往动机的心理因素.....	(17)
第二节 交往动机激发过程的心理分析	(18)
一、基本的动机激发循环模式.....	(18)
二、需要和动析.....	(18)
三、动机和目标.....	(21)
四、动机和行为.....	(23)

第三节 交往动机的基本类型	(24)
一、亲和动机	(25)
二、成就动机	(26)
三、赞许动机	(30)
第四节 交往动机的预测	(32)
一、从交往动机产生的内部动力因素中预测	(32)
二、从交往动机产生的目标引力因素中预测	(32)
三、从交往动机的实际表现中预测	(33)
第三章 人际认知	(34)
第一节 人际认知的概念与种类	(34)
一、什么是人际认知	(34)
二、人际认知的过程与模型	(34)
三、人际认知的种类与意义	(36)
第二节 人际认知的特性	(39)
一、人际认知的选择性	(39)
二、认知反应的偏差性	(40)
三、认知的防御性	(40)
四、认知的习惯性	(41)
五、认知的平衡性	(42)
六、认知的常套性	(42)
七、认知的理解性和概括性	(43)
第三节 认知他人的方法	(43)
一、诸葛亮的识人术	(43)
二、李克的识贤术	(45)
三、孙子的观人术	(45)
第四节 自我认知与呈现方式	(47)
一、自我认知的结构与作用	(47)
二、自我认知与评价的途径	(49)
三、自我呈现与管理	(52)
第四章 人际印象	(56)
第一节 人际印象的概述	(56)

一、人际印象的定义	(56)
二、印象形成的要素	(57)
三、印象形成的过程	(58)
第二节 印象形成的方式和特点	(59)
一、印象形成的方式	(59)
二、印象形成的特点	(61)
第三节 印象偏差	(63)
一、首因效应	(63)
二、近因效应	(64)
三、光环效应	(65)
四、定势效应	(66)
五、投射效应	(66)
六、社会刻板印象	(67)
第四节 印象整饰	(68)
一、印象整饰的定义	(68)
二、影响印象整饰的因素	(69)
三、印象整饰在人际交往中的作用	(71)
第五章 人际吸引	(73)
第一节 人际吸引的含义及其形成过程	(73)
一、什么是人际吸引	(73)
二、人际吸引形成、发展的过程	(74)
第二节 人际吸引的理论	(74)
一、人际吸引的强化理论	(75)
二、社会交换理论	(75)
三、人际行为的八大模式	(76)
第三节 人际吸引的基本规律	(77)
一、接近吸引律	(77)
二、互惠吸引律	(78)
三、对等吸引律	(79)
四、诱发吸引律	(80)
五、互补吸引律	(81)

六、光环吸引律	(82)
七、异性吸引律	(83)
八、强迫吸引律	(84)
第六章 人际交往中的情感与调节	(85)
第一节 人际情感概述	(85)
一、什么是人际情感	(85)
二、人际情感的类型	(85)
三、人际情感在交往中的作用	(87)
第二节 人际交往的不良情感与调节	(88)
一、社交自卑感及其调节	(88)
二、社交嫉妒感及其调节	(90)
三、社交恐惧感及其调节	(92)
四、社交猜疑心及其调节	(93)
五、社交报复心及其调节	(94)
第三节 爱情与友谊	(95)
一、爱情	(95)
二、友谊	(98)
三、爱情与友谊的联系和区别	(101)
第七章 人际交往的态度	(103)
第一节 人际交往态度的概述	(103)
一、态度的定义	(103)
二、态度的结构	(103)
三、态度的功能	(104)
四、态度与行为的关系	(106)
第二节 态度的形成与改变	(107)
一、态度的形成和改变过程	(107)
二、影响态度形成的因素	(108)
三、态度改变的理论	(110)
四、态度改变的劝说技巧	(112)
第三节 偏见	(115)
一、偏见的定义及其特征	(115)

二、偏见的产生和持续原因	(116)
三、偏见的消除	(117)
第八章 人际交往的行为特点	(119)
第一节 语言交际	(119)
一、语言交际的种类和功能	(119)
二、语言交际能力的增强	(121)
第二节 非语言交际	(123)
一、非语言交际的种类	(124)
二、姿势语言的分类与作用	(124)
第三节 人际交往行为的调节和控制	(129)
一、柔性调节手段	(129)
二、刚性控制手段	(132)
第九章 人际行为归因	(135)
第一节 人际行为归因的概述	(135)
一、什么是行为归因	(135)
二、行为归因的类型	(136)
三、人际行为归因的过程	(137)
四、人际行为归因的意义	(139)
第二节 单线索归因原则	(139)
一、扩大原则	(139)
二、打折扣原则	(140)
三、非共同效果原则	(141)
四、利益关系原则	(141)
五、人身涉及原则	(142)
第三节 多线索归因原则	(142)
一、凯利的归因原则	(142)
二、多线索归因原则的应用	(145)
第四节 归因偏差	(146)
一、非动机性偏差	(146)
二、动机性偏差	(149)
第十章 人际影响	(151)

第一节 人际影响的概述	(151)
一、人际影响的定义	(151)
二、人际影响的手段	(152)
三、人际影响的结果与意义	(153)
第二节 人际影响中的同化反应	(156)
一、暗示	(156)
二、模仿	(159)
三、感染	(160)
第十一章 人际比较	(162)
第一节 人际比较的概述	(162)
一、人际比较的定义	(162)
二、人际比较过程	(164)
三、人际比较的因素分析	(165)
四、人际比较在人际交往中的作用	(166)
第二节 社会比较理论及其发展	(168)
一、社会比较过程理论	(169)
二、社会比较理论的发展	(172)
第三节 补偿心理	(175)
一、补偿心理的定义	(175)
二、补偿心理的发生机制	(176)
三、补偿心理的理论研究	(177)
四、补偿心理的表现形式	(178)
第十二章 人际社会化	(182)
第一节 人际社会化的概述	(182)
一、社会化的定义	(182)
二、社会化的条件	(183)
三、社会化的内容	(184)
四、人际社会化的意义	(185)
第二节 社会化的理论	(186)
一、社会学习理论	(186)
二、认知理论	(188)

三、强化理论	(190)
四、模仿理论	(190)
第三节 自我意识社会化	(191)
一、自我意识社会化理论	(191)
二、自我意识社会化的表现形式	(194)
第四节 人格社会化	(197)
一、人格及其特点	(197)
二、人格社会化的生理因素	(198)
三、人格社会化的心理因素	(198)
四、人格的解组与改组	(199)
第十三章 人际利他行为	(200)
第一节 人际利他行为的概述	(200)
一、利他行为的定义	(200)
二、利他行为的特性	(201)
三、利他行为的意义	(203)
第二节 利他行为的理论	(203)
一、生物学理论	(203)
二、公平理论	(204)
三、社会规范理论	(205)
第三节 利他行为的决策模式	(206)
一、一般情境的利他行为模式	(206)
二、特殊情境的利他行为模式	(207)
三、利他行为的经典性实验研究	(208)
四、利他行为的抑制——旁观者效应	(211)
第四节 利他行为的培养	(212)
一、培养意识	(212)
二、提供榜样	(213)
三、强化行为	(213)
第十四章 人际侵犯行为	(215)
第一节 人际侵犯行为概述	(215)
一、侵犯行为的定义	(215)

二、侵犯行为的社会性	(216)
三、侵犯行为的分类	(217)
四、侵犯行为对人际交往的影响	(218)
五、侵犯行为的消除和抑制	(219)
第二节 侵犯行为的理论	(221)
一、本能论	(221)
二、挫折——侵犯论	(222)
三、学习理论	(223)
四、侵犯行为概括模型	(225)
第十五章 人际交往的沟通模式	(228)
第一节 人际交往的沟通模式与过程	(228)
一、人际沟通的定义与特点	(228)
二、人际交往沟通的模式	(229)
三、人际沟通的过程	(230)
第二节 沟通网络和沟通障碍	(232)
一、沟通网络	(232)
二、非正式沟通网络	(234)
三、沟通障碍与补救	(236)
第三节 不同人的交往与沟通	(237)
一、代际交往与沟通	(238)
二、同龄人交往与沟通	(241)
三、异性间的交往与沟通	(242)
四、上下级交往与沟通	(242)
第十六章 人际交往的谋略与艺术	(247)
第一节 人际交往的谋略	(247)
一、交往谋略的定义	(247)
二、交往谋略的构成	(248)
三、交往谋略的种类	(249)
四、交往谋略的选择	(251)
第二节 人际交往的一般艺术	(253)
一、人际吸引增强术	(253)

二、交谈对话术	(255)
三、巧问妙答术	(257)
四、委婉拒绝术	(258)
五、巧妙回避术	(259)
六、幽默慰人术	(260)
七、魅力展示术	(261)
八、爱情表达术	(261)
第三节 与特殊人的交往艺术	(262)
一、与“狂妄”者的交往艺术	(262)
二、与性格孤僻者的交往艺术	(264)
三、与性情急躁者的交往艺术	(265)
四、与受挫者的交往艺术	(266)
五、与犯错误者的交往艺术	(268)
第十七章 人际关系的建立与发展	(270)
第一节 人际关系概述	(270)
一、人际关系定义	(270)
二、人际关系的类型	(271)
三、人际关系的因素及发展水平	(271)
四、人际关系的作用	(272)
第二节 人际反应的基本类型	(273)
一、人际反应特质的一般概念	(273)
二、人际交往的需求类型	(274)
三、人际交往的不同方式	(275)
第三节 人际关系的障碍	(276)
一、文化系统方面的障碍	(277)
二、社会系统方面的障碍	(278)
三、心理系统方面的障碍	(279)
第四节 人际关系的调节方法	(282)
一、T组法	(282)
二、角色扮演法	(283)
第五节 良好人际关系的建立	(284)

一、建立与发展良好人际关系的基本条件	(284)
二、建立良好的人际关系心理学方法	(285)
第十八章 人际心理卫生	(287)
第一节 人际心理卫生的概述	(287)
一、心理卫生学的发展	(287)
二、健康的标志	(288)
三、心理卫生和心理健康	(290)
四、讲究心理卫生与社会生活	(291)
第二节 人际交往与心理健康	(292)
一、人际交往的保健功能	(292)
二、人际冲突与心理疾病	(293)
三、人际心理卫生的调节方法	(294)
第三节 心理疗法	(298)
一、团体心理疗法	(298)
二、家庭心理疗法	(299)
三、环境心理疗法	(299)
四、疏导疗法	(300)
五、暗示疗法	(300)
六、愉快情绪疗法	(301)
七、行为疗法	(302)
八、音乐疗法	(302)
九、舞蹈疗法	(304)
十、活动疗法	(304)
第十九章 人际交往心理的测量	(306)
第一节 测量原则和基本程序	(306)
一、人际交往心理测量的基本原则	(306)
二、人际交往心理现象的研究程序	(307)
第二节 观察法	(309)
一、观察法的种类	(309)
二、观察法的评价	(310)
第三节 调查法	(310)

一、访谈法	(311)
二、问卷法	(311)
第四节 实 验 法	(312)
一、实验法的种类	(312)
二、实验法的评价	(313)
第五节 测 量 法	(313)
一、自陈量表	(314)
二、评定量表	(315)
三、社会测量法	(317)
四、参照测量法	(323)
编后	(325)

第一章 绪 论

第一节 人际交往心理学的研究对象

任何一门科学都要以本领域内的事实为研究对象。人际交往心理学以研究人际交往为对象，从心理学的角度探讨它的发生、发展、构成及表现的规律。

人们醒着的时候几乎在一直进行交往，早起路遇行人向他问一声早安，与老友交谈，大家共同制定科研规划，教师向学生授课，向公众发表演讲，总结工作经验，与久别家人重新团聚回忆离别之苦，等等，都是信息交流过程。有人认为，人类与其它动物的区别，在于人类有复杂的交往能力。据估计，人们除了八小时的睡眠以外，其余的16小时中约有70%（10—11小时）的时间都在彼此交流知识经验、见解、信念、个人的需要与愿望、态度，最大限度达到思想交流，互通情报的目的。总之，人们在活动过程中接触到的人与人之间的心理关系，都是人际交往心理学所研究的对象。

一、信息交流机制

信息交流是人际交往的主要特点，揭露信息交流的机制，对了解人际交往的规律是非常必要的。

近几十年来，西方已经建立了关于人际交往过程的各种模型，其中戴维德、伯劳提出的模型比较简洁，现以此为例分析信息交流机制。如图。

从这个模型看，人际交往过程可分成来源、信息、通道和接受者四个部分。

来源：来源通常是指产生和传出信息的他或她将应该传递的内容符号化，之后把它发送出去。如授课的教师，回答教师提问的学生，在法庭上提问的法官，进行辩护的律师，发出命令的指战员，发布新闻的报刊编辑等。在交往中的双方都是信息的来源（同时也是信息的接受者）。

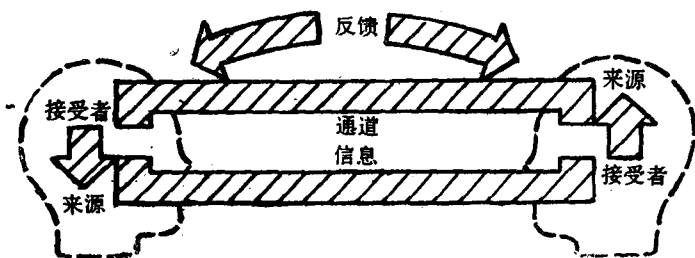


图 1—1 人际交往模型

每个信息传递者都有自己独特的个性、文化程度、知识技能、对事物的态度，这些心态都影响着交往的效果。

信号：信号是由交往的内容（思想和感情）与表示这些内容的符号所组成。通常是用语言作为符号来传递意义，也以身段姿势、面部表情、声调语气为辅助手段传递思想和感情。

通道：通道是用来传递信息的方式。凡是携带并传播信息的一切物体都是信息传播的通道。如传播有声语言的空气振荡波；电视、电话、广播、电影等光学器材；传播书面语言的书报和信函；也可以通过视觉（如眼神）和触摸觉（如拥抱）等各种感觉器官来传递信息。接受信息的各种感觉器官是否灵敏，电讯通道是否有干扰，书刊的文字是否准确、通顺，传递的距离等都影响交往的效果。

接受者：信息接受者是信息传递的目的地。他或她要接受信息、解释信号，对接受到的信息内容做出反应。在双方交往中，每一个参加者既是信号的来源，又是信号的接受者。信号的接受者和信号的来源一样，都是个人经历和动机、人格特点的影响。

反馈联系：在交往过程中信息的反馈联系，使信息的接受者变成信息的发送者，把信息的反应发送回去，而使信号的来源变成了信息的接受者。这样，交往的双方反复发生着位置互换过程。反馈联系的交往，可使交往双方都获得准确的信息，提高交往的效率。

二、人际交往是主体人之间的交往

人际交往并不是由某种传递系统发送信息和另一种系统接受信息的