



RENJI
JIAOWANG
XINLIXUE

人际交往 心理学

肖崇好 著



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

WWW.NEUP.COM

东北师范大学出版社

人际交往心理学

● 肖崇好 著



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

WWW.NEUP.COM

东北师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

人际交往心理学 / 肖崇好著. -- 长春: 东北师范大学出版社, 2017.5

ISBN 978-7-5681-3228-2

I. ①人… II. ①肖… III. ①心理交往—社会心理学—通俗读物 IV. ①C912.11-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第137155号

☐ 策划编辑: 王春彦

☐ 责任编辑: 卢永康 赵鑫伟 ☐ 封面设计: 优盛文化

☐ 责任校对: 赵忠玲 ☐ 责任印制: 张允豪

东北师范大学出版社出版发行
长春市净月经济开发区金宝街118号(邮政编码: 130117)

销售热线: 0431-84568036

传真: 0431-84568036

网址: <http://www.nenup.com>

电子函件: sdcbs@mail.jl.cn

河北优盛文化传播有限公司装帧排版

北京一鑫印务有限责任公司

2017年9月第1版 2017年9月第1次印刷

幅画尺寸: 185mm×260mm 印张: 26.75 字数: 562千

定价: 89.00元

人际交往是日常生活中最平常，也是最富有智慧的人际活动。良好的人际交往让人收获友谊、爱情，不良的人际互动带来的是不尽的烦恼、痛苦。相对于西方社会来说，中国是一个人情社会，人际交往过程中的心理现象更为复杂。西方社会中，没有专门的人际交往心理学，相关内容包含在社会心理学中。相反，在中国人的交往过程中，人际关系、面子、人情、圈子等，则是经常出现的概念。

国内人际交往心理学的书籍可以分为两类，一类为通俗读物。它们的特点是语言平民化，但缺乏系统性和科学性。另一类是脱胎于社会心理学体系的书籍。这类书内容大多来自社会心理学中的有关章节，科学性很强，但没有全面反映人际交往过程中的所有心理现象。

在师从黄希庭教授攻读硕士学位开始，到攻读博士学位，做博士后研究，我就一直在搜集国内外相关的文献。在主持完成了广东省哲学社会科学教育学科规划课题“自我监控及其量表的研究”、教育部人文社会科学课题“印象管理中的自我监控”、博士后基金项目“吸毒青少年自我监控及其心理干预的研究”、国家哲学社会科学基金后期资助项目“自我监控”以及其他相关课题期间，我共出版专著一部，发表学术论文四十余篇，参译学术专著多部，参编教材多部。同时，也积累了相当的研究文献，经过精心梳理，一个有别于社会心理学的人际交往心理学架构基本形成。

该书中，我们认为人际交往心理学内容包括六个部分比较合理。第一部分为人际交往总括。第二部分为印象管理，介绍了印象管理研究动态、印象管理动机、印象构建、自我呈现行为和印象整饰。第三部分为社会认知，包括对人认知、印象形成、归因。第四部分为人际互动，包括人际交往的发展过程，人际沟通和劝说。第五部分为人际吸引，包括亲和、合作、友谊、爱情和人际信任。第六部分为人际排斥，包括孤独、嫉

妒、竞争、人际冲突、攻击行为和社交恐惧症。从整个内容体系来看，印象管理部分是全新的。在人际吸引中增加了合作，并增加了人际信任一章；在人际排斥里加入了孤独、嫉妒、人际冲突和社交恐惧症等章节。该书可供一般读者了解阅读，丰富他们的心理学知识；也可以供心理学专业学生阅读，拓展他们人际交往心理学方面的知识；也可供研究者使用，为他们进一步研究奠定基础。

由于本人的时间和精力有限，相信这一领域里还有很多有价值的研究结果，不一定被收入该书中。同时，在写作过程中，难免有错漏不当之处，希望读者批评指正。

我的妻子和儿子帮我做了大量的文献整理、校对、翻译工作，东北师范大学出版社赵鑫伟编辑为该书出版做了大量工作，在此一并致谢。

肖崇好

2017年4月12日

■ 第一章 人际交往心理概述 / 001

- 第一节 人际交往 / 001
- 第二节 人际关系 / 002
- 第三节 人际交往动机和功能 / 006
- 第四节 人际交往的结构和形态 / 013
- 第五节 人际交往心理学的内容与任务 / 014

■ 第二章 印象管理 / 022

- 第一节 印象管理概述 / 022
- 第二节 印象管理研究的历程 / 027
- 第三节 印象管理过程 / 030

■ 第三章 印象管理动机 / 042

- 第一节 印象管理动机的触发机制 / 043
- 第二节 印象监督 / 048

■ 第四章 印象构建 / 056

- 第一节 期望印象的构建 / 056
- 第二节 特殊目标人看重的印象 / 065

■ 第五章 自我呈现 / 072

- 第一节 自我呈现概述 / 072
- 第二节 自我呈现策略 / 074
- 第三节 自我呈现原则 / 084
- 第四节 社会背景对自我呈现的影响 / 099

■ 第六章 印象整饰 / 119

第一节 当前印象对后续自我呈现的影响 / 119

第二节 保住和修复面子行为 / 124

第三节 自我呈现困境中的非言语反应 / 127

■ 第七章 对人认知 / 131

第一节 对人认知的途径 / 131

第二节 对人认知的内容 / 139

第三节 对人认知的自动性和控制性 / 146

第四节 印象形成 / 150

第五节 印象形成过程中的主要偏差 / 153

■ 第八章 归因 / 162

第一节 归因和归因理论 / 162

第二节 认识他人的捷径 / 174

第三节 归因过程中常见的错误和偏见 / 179

■ 第九章 人际交往的发展过程 / 191

第一节 人际资源交换 / 191

第二节 人际交往的发展 / 198

第三节 人际交往的原则 / 201

第四节 人际交往的决裂及其应对 / 207

■ 第十章 人际沟通 / 214

第一节 人际沟通概述 / 214

第二节 人际沟通障碍 / 222

第三节 言语沟通 / 229

第四节 非言语沟通 / 231

■ 第十一章 劝说 / 238

第一节 基于说理的劝说 / 238

第二节 基于策略的劝说 / 242

第三节 其他劝说策略 / 256

■ 第十二章 人际吸引 / 267

第一节 亲和 / 267

第二节 合作 / 271

第三节 友谊 / 277

第四节 爱情 / 297

■ 第十三章 人际信任 / 323

第一节 人际信任概述 / 323

第二节 人际信任的产生、维持和修复 / 328

第三节 人际信任的前提因素 / 334

第四节 人际信任的测量 / 339

■ 第十四章 人际排斥 / 345

第一节 孤独 / 345

第二节 嫉妒 / 349

第三节 竞争 / 354

第四节 人际冲突 / 361

第五节 攻击行为 / 371

■ 第十五章 社交恐惧症 / 385

第一节 社交恐惧症概述 / 385

第二节 社交恐惧症的诊断 / 390

第三节 社交恐惧症的治疗 / 397

第一章 人际交往心理概述

人际交往是人们最平常的日常活动，也是最考验一个人智慧的活动之一；它是人与人之间相互影响最重要的途径，也是最富艺术性的个性演绎。正是丰富多彩的人际交往活动使我们能够与他人建立友谊，与异性发展爱情，使我们的人生绚丽多姿，使我们的生活富有意义、充满幸福感。也正是通过它，一个人才能融入团体中、协调与他人的活动，这样才能形成一定的组织、社会结构，完成团体的任务，实现群体目标。同样，也正是人际交往使很多人体会到悲欢离合、感受到刻骨铭心的痛苦和伤心。

由于每个人都有自己的需要、诉求、兴趣、价值观，每个人找到与自己有相同兴趣爱好、共同奋斗目标、共同价值观的人，会觉得自己找到了知己，有“千杯少”的感觉，跟他们在一起自己会觉得轻松，舒适，温暖，被关心、尊重、呵护。这种人际交往会给自己带来主观幸福感，赢得友谊，甚至爱情。相反，跟他人交往时，处理不好各自的需要、诉求、兴趣、价值观，会觉得“话不投机”。这种人际交往只能让自己压抑、郁闷、痛苦，带来的是人际冲突，身心疲倦或相互伤害。总之，在现代社会中，人们的行为愈来愈受到人际相互作用的影响；也越来越重视人际交往的作用。

第一节 人际交往

一、什么是交往

随着社会的发展，社会成员的工作越来越专业化，社会分工越来越细致。在高度分工的社会里，个体要生存和发展，就必须跟其他社会成员、组织或群体交换劳动产品，获得自己生存和发展必需的物质资源、信息资源等。交往（Interaction）指人们运用语言或非语言符号交换意见、传达思想、表达感情和交换劳动产品的过程。

社会生活中，交往可以是资源的交换，如商品与金钱、商品与信息、信息与权力等。最常见的是信息与信息的交换。交往也可以发生在不同主体之间，如主我与客我的交往，个体与他人的交往，个体与群体的交往和群体与群体的交往。个体与群体，群体与群体的交往主要涉及

社会关系，资源的交换主要以法律、规章、制度、纪律等形式规定。个体与个体的交往是个体与群体交往、群体与群体交往的基础，它既有社会关系成分，也受人际关系的制约。

二、什么是人际交往

人际交往（Interpersonal Interaction）是指个体与个体之间按照一定的人际关系交换人际资源的过程。前已述及，人与人之间交换人际资源的过程涉及社会关系，也涉及人与人之间的感情。所以，探讨人际交往实际上可以从不同层面切入。

其一，从宏观来看，我们可以从社会学、经济学角度来研究人际交往。社会学认为社会制度及其规范决定着个体的行为。社会阶级、民族、收入或占统治地位的政治制度等因素，全都影响着我们的交往行为。例如，法律规定儿女必须赡养父母，但从社会学角度来看，如果子女只遵纪守法给父母“养老送终”，没有情感投入，那么，这种亲子关系也不是一种完善的人际关系。《论语·为政》中记载，子游问孔子什么是孝。孔子说：“今之孝者，是谓能养。至于犬马，皆能有养；不敬，何以别乎？”

从经济学角度来说，人际资源交换可以由社会管理部门来定价，也可以遵循市场价格形成机制定价。例如，教师上一节课多少钱？保姆一个月多少薪水？高速公路收费是每公里多少钱等。但人际资源交换除此之外，还受到人际关系的影响。中国是一个人情社会，面对不认识的人，我们会公事公办，一切按规章制度办。但跟熟人、朋友、至亲交往，我们会讲人情，会对他们特别“关照”。

其二，是从个人角度来研究人际交往过程，可以称之为心理学途径。主要探讨人际关系对人际资源交换的影响。要跟他人建立起情感性的人际关系，就要认识对方，同时要得到别人的信任，就要注意给对方留下良好的印象，让他人对自己有积极的态度，并在人际互动过程与他人沟通，积极地影响他们，使他人做出对自己或对双方都有利的行为。

第三，就是在交际活动本身的层面上来研究人际交往问题，而不是还原为社会或个人的解释。这种研究不设定人际交往是社会变量的产物（途径一），也不设定人际交往是个人变量的结果（途径二），而是从另一个角度来研究人际交往。它主张社会制度和人格都是在人际交往过程中创立的，这就是象征互动论的观点。这种理论认为：正是在日常交往过程中，社会系统才逐渐得以建立、巩固或改变。而且，我们与他人的交际也是形成我们自我观和自己恒久人格的主要来源。

第二节 人际关系

一、什么是人际关系

人际关系（Interpersonal Relationships）是一个复杂的心理现象。它涉及很多层的内容。如，人际关系主体，人际关系主体之间的社会关系，人际关系主体之间的心理关系，人际关系产生发展过程及人际关系可能导致的结果等。所以，对人际关系的内涵学术界还有不同的看法。



人际关系实际上包含两层含义。第一层是指交往双方的社会关系。如亲子关系这样的血缘关系，老乡这样的地缘关系，同事这样的业缘关系，朋友这样的趣缘关系，主雇这样的雇佣关系等。关系双方的行为规范由各自担当的角色决定。它主要是社会学的研究内容。第二层是指交往双方的人际资源交换原则。它涉及跟不同人交往时所遵循的不同人际资源交换原则。这一层面的人际关系主要是心理学的研究对象。

最早对中国人人际关系进行研究的人是社会学家费孝通（1986）。他根据早年在中国农村的调查研究，提出“差序格局”的概念，他认为中国人人际交往模式有“自我中心主义”的特色；以自己为中心，把与自己交往的他人按亲疏远近分为几个同心圆圈。与自己亲近的人，处在离中心点近的小圆圈内。跟自己关系疏远的人处在离中心点远的大圈内。“差序格局”是指我们以不同的交往法则来对待属于不同圈层里的人，跟中心越接近的人，我们对他们越好。

从本质上来说，人际交往是人际资源交换。如商店里主顾关系交换的商品和货币；恋人、夫妻或亲密朋友之间，为了获得或维护对方的爱情或友情，而开放私密信息或提供全面、周到的服务等。但人际资源交换的深度和广度是受人际关系影响的。对陌生人我们开放的信息要注意分寸；跟亲密朋友或配偶交往，信息沟通会少一些客套，多一些知心话。另外，跟陌生人打交道，中国人很少有很深的情感卷入，但跟至亲至爱的人在一起，会有很多情感的交流。

跟陌生人进行人际资源交换时，我们一般遵循等价交换原则。如去市场买菜或去商场买东西，这种交换是即时的、可以讨价还价的。这种交换是立即完成的，不能延时。如果要延时就要签订契约，以对延时交换方进行约束。这种交换以公平为原则，双方觉得公平，交换就可以进行。

跟至亲至爱的人进行人际资源交换时，我们遵循按需分配原则。不管对方有没有我们所需要的资源，只要对方有需要，我们会尽最大努力去满足对方的需要。这种付出是不计报酬的、不图回报的，也无须订立契约。

与一般熟人、同事、朋友、亲戚、同学交往时，遵循人性法则。这种人际关系要遵循等价交换原则，但是可以延迟交换且不用签署合约。“投桃”的人期待对方“报李”。这种交换跟等价交换不同的是，它是可以延迟交换的。日常生活中人们常说，得到别人的帮助，就是欠别人的人情，这种人情是要还的。

当然，日常生活中，人际资源交换所遵循的原则是比较复杂的。比如，跟陌生人打交道主要遵循等价交换原则，但价值较小时可能也有人情在里面。跟特别亲密的家人或朋友交往，遵循按需分配原则，但也有工具性成分，比如，在亲密的亲子关系中，也有“养儿防老，积谷防饥”之说。所以，人际关系决定了大的基调。

综上所述，人际关系实际上是人与人交往时所遵循的人际资源交换原则。它是标记交往双方人际资源交换质量的概念。它规定了在不同人际关系下的人际资源交换原则。如果交往双方互不相识、萍水相逢，那么这两人没有关系，也不会的心理层面产生人际关系；如果一个人给另一个人提供劳务服务，另一个人给他报酬。那么，他们就是主顾关系。如前所述，如果一个人给另一个人提供资源，比如金钱、物品、有价值的信息等，预期对方会在今后做出回报，但不要求对方立即给予回报。那么，他们就是朋友或熟人关系。如果提供对方急需资源但不寻求立即回报，那么，他们的关系就可能比较亲密了。

通过按需分配交换原则，人们可以获得稀有资源，可以在自己缺少对方所需资源时从对方那里获得自己所需资源，人们把这种人际关系叫优质的人际关系。自己有对方所需资源，但对方仍不愿意交换你所需资源，这就是人际关系不好。

一个人往往根据他人跟自己交换人际资源时所遵循的交换原则来判断自他关系的好坏。跟某人关系好，意味着自己当前没有对方所需资源，仍然可以从对方那里获得自己所需的人际资源；跟某人关系不好，意味着即使你有对方所需资源，对方也不一定会交换给你所需资源。

二、人际关系的分类

1. 根据人际资源交换原则来分

黄光国（1988）根据人际资源交换原则把人际关系分为工具性人际关系、情感性人际关系和混合性人际关系。他依据社会交换理论提出人际交往的“人情与面子”模式，来解释中国人的“权力游戏”。他的“权力游戏”是指交往双方支配对方以达到自己的目的的角力。他认为中国人在进行资源交换时，其基本历程首先是对关系的判断。他把人际关系分为三种：情感性、工具性和混合性。情感性关系是一种长久稳定的社会关系，主要是家庭成员、密友等原级团体成员。交往法则是以“需求”为主，交往目的是以满足双方之关爱、温情、安全感、归属感等情感方面的需要为主。与这些人交往，少有顾忌存在，能够表现出多的真诚行为；成员之间也很少玩“人情”或“面子”的权力游戏。工具性关系是一种不稳定的关系，主要是指店员与顾客、公交车司机与乘客、护士与门诊病人之间的关系。这种关系交往双方主要是想从对方那里获得自己想要的资源，关系的维持是获取各自所需的手段，没有什么感情可言。交往规则是公平法则。混合性关系是双方的交往最需要“人情”“面子”。在混合性关系中，交往双方彼此认识而且具有一定程度的情感关系，但其情感关系不像原级团体那样，浓厚到可以随意表现出真诚的行为。主要包括亲戚、师生、同学、同事、同乡等。这类关系的特色是包括在一个人的混合性关系中的人大多彼此熟悉，构成一个关系网。人际交往的特色是特殊化、个别化的，亦即针对特殊的人给予特殊待遇。交往法则是“人情法则”。人情法则是指：（1）需要时给予同情、体谅、帮助；（2）平时以馈赠礼物、相互问候、拜访以维持良好关系；（3）按均等法则分配资源；（4）受恩、受情须回报。他认为在熟悉这些人情法则之后，交往双方可相互运用及运筹这些法则来使对方做自己想要他们做的事。这就是“权力游戏”的开始。

Fiske（1991，1992）假定所有文化背景中的人都依据四种关系结构去从事社会行为、理解别人的社会行为并调节与他人的交往。这四种基本的关系结构分为共享（Communal sharing）、权威等级（Authority ranking）、等量匹配（Equality matching）和市场定价（Market pricing）。在共享关系中，每个人试图与别人建立长期的亲密关系，彼此友好相待并相互帮助。在权威等级关系中的人只关心自己在群体中的位置，因为这会决定他们能够得到什么样的资源、能够得到多少资源以及他们行动的自由度。在这种关系中，人与人之间是不平等的，人们要么控制别人，要么被别人控制。处在等量匹配关系中的人首要的考虑是他们与别人关系是否对等或平衡。他们会计算与他人交换的每一个项目以保持与交往伙伴之间平衡的交换。在市场定价关系中，人们很关心与他人的交换比率。通常他们会在内心制定一个量尺，根据自己和他人在交往中的投入产出来比较双方的收益和支出。



2. 根据人际资源交换原则的来源来分

胡先缙(1949)根据人际资源交换原则是社会要求的或是发自内心的,把中国人的人际关系分为两种:既定的(Assumed)及真正的(Real)。她认为既定的情感是在中国社会既定的人际关系,亦即人伦中已经指引下来一定会有及一定要有的情感,也称人情——人之常情。也就是说,那是义务性的,合乎“礼”的情感。而真正的情感是发自内心的感情,对它的表达是一种自然的表露,是自愿的,是表里合一的。她指出,与他人交往可以是出于既定人情的交换,也可以是出于真正感情的交流,当然大部分时候两者都有。

3. 根据人际资源交换原则形成过程来分

杨中芳(2000)曾把人际关系看作包含两个成分:既有成分和交往成分。前者指两人过去交往经验所累积的或正在进行的为社会上大家均认可的交往联系。后者指两人通过具体一来一往之实践经验,所累积的现状。她认为情感来源有两个,一个是由既有成分中直接涉及的各种关系、联系所隐含的、大家共知也共同期待双方共同遵循的义务性情感;另一个是双方经由交往之直接经验所共同产生的自发性感情。后来她又发展成为三个成分:既有成分,工具成分和情感成分。

综上所述,人际交往是人际关系建立和发展的前提;人际关系是人际交往的结果,同时,人际关系对人际交往又有反作用。

三、人际关系和社会关系

(一) 什么是社会关系

社会关系是人们在共同的物质和精神活动过程中所结成的相互关系的总称,即人与人之间的一切关系。

从关系的双方来讲,社会关系包括个人之间的关系、个人与群体之间的关系、个人与国家之间的关系;一般还包括群体与群体之间的关系、群体与国家之间的关系。

从关系的领域来看,社会关系的涉及面众多,主要的关系有经济关系、政治关系、法律关系。

(二) 人际关系与社会关系的区别

1. 人际关系隶属于社会关系

人际关系是一种心理关系,而社会关系是人们在共同的物质和精神活动过程中所结成的相互关系的总称,即人与人之间的一切关系。人际关系和社会关系是两个不同层次的概念,不能混为一谈。人际关系作为角色间的一种社会关系和其他任何一种社会关系一样,不但受生产关系的制约,还要受其他社会关系的影响。因而,应该把人际关系置于社会关系中加以考查。

同时也应看到,人际关系是社会关系真正的实在现象。如果截取社会关系体系的一个单独平面,在这个经济、政治、法律、道德、宗教和其他各种社会关系的“截面”里所表露出来的就是人际关系。因为其他各种具体的社会关系又总是通过各种具体的人际关系表现出来。人际关系不是游离在其他社会关系之外,而是产生于各种社会关系之中。人际关系和客观社会关系是同时产生的。人际关系一开始就受到社会关系的制约影响,社会关系存在于人际关系之中。

2. 人际关系是社会关系的产物

第一,任何一种人际关系总是在一定的社会关系中产生的。例如,夫妻关系,就是婚姻关系的产物;犯人和法官的关系,是法律关系的产物。

第二，人际关系的根本性质是由该社会形态的社会生产关系的性质所决定的。

第三，人际关系的变化是由社会关系的变化所决定的。

第四，个人人际关系的复杂性也是由社会关系的复杂性决定的。

总而言之，人际关系与社会关系是有区别的。人际关系是伦理定位，行为是关系导向，行为特征是亲疏有别。社会关系强调理性，行为遵循法律条文和规章制度，行为应该是一致的。

（三）人际关系与社会关系的联系

1. 人际关系和社会关系都关涉人际资源或社会资源的分配

前已述及，人际关系实际上关乎人际资源的分配，特别是中国人，我们根据对方跟自己关系的亲疏远近，来决定跟对方交换什么样的人际资源，遵循什么样的人际资源交换原则。例如，中国人跟陌生人之间“各人自扫门前雪莫管他人瓦上霜”，而为朋友或家人，可以奉献自己的所有。社会关系，如雇佣关系，师生关系等，从根本上说也涉及人际资源的分配，只是他们更多地通过法律、法规、行规或行为准则等方式约束人际资源的交换原则和内容。

2. 人际关系是社会关系表征方式

人际关系和客观社会关系是同时产生的，人际关系一开始就受到社会关系的制约影响，社会关系存在于人际关系之中。当然，社会关系同人际关系是两个级别的概念，具有不同的理论概括力。社会关系强调现实关系的整体方面，非个性方面，而人际关系则更多地从个体、个性方面来表现现实方面。人际关系是在社会关系的基础上形成的，但并不是一回事。社会关系是社会学研究的对象，它一方面研究人与物的关系；另一方面，社会关系还包括意识形态的关系，主要有法律的关系、道德的关系等。而人际关系则是人与人直接的心理关系，它受社会关系所制约，是社会关系的反映，却具有某种相对的独立性。

第三节 人际交往动机和功能

人作为一种社会性动物，他的一个基本特点就是具有社会性。这种社会性的特点的主要表现形式之一就是人际交往。所以，从出生时候的生物人发展到社会人的过程中，人际交往在人的性别角色社会化、道德社会化、政治社会化、法律社会化和心理素质社会化过程中，起着重要的作用；对人们的生活质量有重要影响；也是人的心理健康与否的重要标志。

一、人际交往动机

人类的交际活动也产生于人的需要。美国人体主义心理学家马斯洛（Maslow）在他的需要层次理论中，把人对社交、归属和爱的需要归为五大需要之一。一个人如果被剥夺了交往需要，那么，他的生活是不幸的，他的事业是难成的，他的心理发展是有缺陷的。McAdams(1980)把促使人们进行社会接触的积极的社会动机分为两种：亲和需要（the need for affiliation），建立和维持许多酬劳性人际关系的愿望。亲密需要（the need for intimacy），建立和维持温暖、密切沟通性关系的愿望。

亲和需要激发积极的、控制性的社会行为，它重视社会交往的广度和数量。与亲和需要弱



的人相比,亲和需要强的人更多地与他人沟通,认为社会生活更有乐趣,并对他人做出更加积极的反应(McClelland, 1985)。亲和需要表现为希望与他人建立和维持在权力与影响方面的良好关系,其行为特点是运用权力和权威影响、支配、控制和领导他人等。所谓“多个朋友多条路,少个朋友少座桥”是这种交往动机真实的写照。亲和动机触发的人际交往行为最终的目的是利己的,与他人的交往只是手段。当然,这种需要激发的交往行为也是人际交往的重要内容。毕竟,在分工高度发达的现代社会里,每个公民都不可能过隐士生活,要生存就必须与其他社会成员交换劳动,就要跟其他人打交道,建立各种各样的人际关系。但是,亲和需要没有情感卷入,更多的是“公事公办”。所以,从长远来看,亲和需要不是个体社会心理适应良好的预测指标。

亲密需要唤起比较被动的、不太多的控制行为;它强调的是社会关系的深度和质量。它驱使人们与他人建立并维持情感方面的温暖关系,其行为特征是喜欢、友爱、亲密、同情、关心、照顾等。这种需要的结果便是人际关系中的亲情、友谊、爱情。与亲密需要相对低的人相比,亲密需要高的人,对他们的需要更坚信和自信,并体验到许多良好的感受。动物学家哈罗(Harlow & Harlow, 1962)曾经做过一个关于恒河猴的研究。研究者把小猴与猴妈妈分开,在实验室做了两个假猴妈妈。一个是用金属制成,一个是用绒布制成。金属猴妈妈身上有奶瓶,小猴子趴在它身上可以喝到奶。绒布做成的猴妈妈身上没有奶瓶,趴在它身上没有奶喝,但是它身上的绒布能让小猴子产生温暖、舒适的感觉。结果,在165天的实验过程中,小猴子待在金属妈妈和绒布妈妈身上的时间有明显差异。小猴在绒布妈妈身上的时间平均每天达16小时以上,它总是愿意待在绒布妈妈身旁,与其拥抱、亲昵,或在它的怀里睡觉。小猴每天在金属妈妈身旁待的时间只有1.5个小时左右,且包括它吃奶的时间在内。可见动物之间的依附行为或交往行为取决于有机体寻求温暖、舒适的本能需要,温暖和舒适能为有机体提供安全感。

亲密需要虽然不直接指向生理,但它的确是在交换满足生理需要资源的基础上发展起来的,而且,互动双方在交往过程中,都聚焦在情感上。以情感为核心的人际交往,虽然不是任何时候都会带来物质利益,但它比工具性的人际交往更有保障。因为工具性的人际交往,你占有丰富资源时,才能有效地跟他人进行交换。千金散尽时,也只有“树倒猢猻散”了。而感性的人际交往,由于双方感情的存在,尽管你现在没有资源可以交换,如果你急需,你仍然可以从跟你有良好人际关系的对方那里获得你需要的资源。当然,从另外的角度来说,当对方有需要时,你也要无条件地提供他所需要的资源。所以,从长远来看,亲密需要才是个体社会心理适应良好的预测指标。

满足情感需要的交往,是以友爱为基础的交往。持这种交往目的的人,希望在友爱基础上与别人建立并维持良好的关系。从长远来说,亲密需要与亲和需要相比,前者是个体社会心理适应较好的预测指标。来看一个跟踪研究的结果,该研究考察了30岁男大学生的社会动机和17年后他们的适应状况之间的关系(McAdams & Vaillant, 1982)。作为年轻的成人,这些男大学生亲和需要的强度,不能预测他们中年的适应状况,这里的适应状况包括工作愉快和婚姻满意度。但年轻时,亲密需要确实可以预测他们的将来。亲密需要高的人比亲密需要低的人有更好的适应状况,这意味着:随着时间的流逝,基于关系质量的吸引与基于社会酬劳数量的吸引相比,前者产生较大的好处。



二、人际交往的功能

1. 人际交往是获取人际资源的重要途径

社会交换理论把人际交往过程看作是人际资源的交换过程。马斯洛需要层次理论认为，人有生理、安全、归属与爱、尊重、自我实现五层需要。社会交换理论将这五种需要视为社会交换的资源，并将其纳入到以市场交换为形式的社会交换体系中去。研究发现，在人们面对面的交往中可用以进行交换的资源有六类：它们是爱（Love）、地位（Status）、信息（Information）、钱（Money）、物品（Goods）和服务（Services）。爱是关心、温暖或舒服的情感表达。地位是传送高或低的声望、关心或评估的评估性判断的表达；信息包括建议、观点、命令、启发（Enlightenment），但排除那些可以归类到爱或地位中去的行为。钱是任何硬币（Coin）、纸币（Currency）、有价证券或有交换价值的纪念品（Token）；物品是有形的产品、客体或材料；服务是施加在某人身体或所属物上，对另一个人来说构成劳动的活动。以前心理学家曾涉及人际资源，但只是其中一类或少部分。如弗洛伊德强调爱在人类动机中的作用；阿德勒把人际关系看作是为获得地位而进行的奋斗。在人际交往过程中，往往传递一种或多种人际资源。

第一，人际交往是人社会化的重要途径

所谓社会化，指的是在特定的社会与文化环境中，个体形成适应于该社会与文化的人格，掌握该社会所公认的行为方式的过程。个体通过向社会、他人学习，取得社会成员资格，由自然人变成社会人。一个人从自然人变成社会人，必须学习人类社会长期积累的知识、技能和行为规范。

个体之所以要社会化，首先，是社会存在和发展的需要。社会是由结成一定关系的人群组成的有机整体，只有个体成为社会化的人，社会才能作为有机整体而存在。社会每前进一步都是通过作为构成这一有机整体的每个个体的活动来实践的，个体社会化程度越高，社会有机体才越充满活力。因此，作为既是社会延续的自然继替者，又是新社会生活的开拓者的个体，只有自身的社会化程度提高了，才能更有效地推动社会的进步。其次，是自我完善的重要内容。个体在发展中，不仅能通过交往活动来掌握社会及历史发展经验，而且也能借助交往活动来确立自我，完善自我和发展自我。正如马克思所说：“一个人的发展取决于和他直接或间接进行交往的其他一切人的思想。”因此，正是在人际交往的互动运动中，个体才实现着物质和精神方面的彼此创造。人际交往实现着“人们彼此之间的加工”，它也是彼此作为社会主体的形成过程。

人要实现社会化，需要经过“社会教化”和“个体内化”两个方面。但社会化途径研究表明（刘豪兴，朱少华，1993）：如果个体不接触社会，社会不同个体发生联系，个人是不可能实现社会化的。因此，要构成社会化的现实过程，除了社会和个人两方面外，还必须有个人与社会交互作用这一基本环节。个人、社会、个人与社会的互动这三个方面，构成社会化过程的全貌。

个人与社会的互动是指个人与个人之间、个人与群体之间、群体与群体之间由于直接或间接的接触，相互影响而发生交互作用的方式和过程。它包括个人与群体两种形式。其实，作为群体这种主体形式的实际承担者，仍然是个人。因此，个人是社会互动的基本主体。人与人之间的相互交往和相互作用，构成社会互动的基本内涵。



人的本质在其现实性上是一切社会关系的总和，社会互动使社会关系获得现实意义。同样，也使人的社会性获得现实意义。一个婴儿来到人世，他往往会面临着多种规定其本质的社会关系，承担或将要承担多种社会角色。是父母的儿子或女儿；祖辈的孙子或孙女；哥哥或姐姐的弟弟或妹妹；某个家族的少爷或小姐等。然而，这些规定该婴儿社会性的社会关系，只有在其与上述家庭乃至社会成员的互动过程中才成为现实。否则，将不具有现实意义。

社会互动之所以是人的社会化的必由之路，还在于通过互动，个人可以传递和接受到一定的社会文化。一般来说，相互作用并非人类所独有的生命形式，许多高等动物群中，也存在明显的互动现象。但动物的互动只是一种本能的反应，而人类的相互作用具有广泛的社会意义。社会互动不仅由一定的文化作为要素而构成，同时，社会互动还传递着一定的文化。文化是社会化的重要因素，对前人的生活经验是通过文化传承了解的；个人生活的民族群体的行为价值准则是以文化的形式传递的；个人只有在一定的文化基础上才能顺利地与他人及群体建立社会联系。文化为人的发展提供了社会化的模式。从一定意义上说，人的社会化过程就是文化学习与内化的过程。一切社会成员都是由一定的文化塑造而成的。

社会观点采择能力是社会认知的重要内容，是一个人能区分自己与他人观点，对他人观点做出推断，并做出反应的能力。儿童社会观点采择能力的发展涉及两个基本条件：一是认识上的去自我中心，即能够认识到对于同一问题，不同的人可能有不同的看法或观点；二是在此基础上，对他人观点的推断能力。研究发现（张文新，林崇德，1999）：儿童的社会观点采择能力与儿童的同伴互动经验有密切联系，儿童同伴之间的社会互动对儿童社会观点采择能力的发展有积极的影响，在同伴关系中处于孤立地位、同伴社会互动经验过分缺乏的儿童，其社会观点采择能力的发展显著地落后于高同伴互动经验组的儿童。

第二，人际交往是建立人际情感的前提

社会关系规定了在人际交往中双方的角色，相互交往的行为规范。社会关系中义务、责任比较多，情感卷入比较少。人际情感在人际交往中会有更多的人文关怀，它给交往双方带来亲切感、归属感。人际情感的深度卷入也会给双方带来安全感、受尊重感。人际交往的参与者会体验到在他人需要帮助时伸出援手带来的自我价值感或成就感，也会体验到在自己遇到坎坷、身陷困境时，由于他人的帮助而感受到朋友或亲人是我们坚强的后盾，给我们信心，增强我们面对困难的决心和资源。总之，亲密关系给我们带来主观幸福感，让我们感受到人生的美好。心理学研究发现，主观幸福感较强的人有良好的核心人际关系，至少跟几个人保持非常亲密的人际关系；而主观幸福感较低的人，虽然也有跟他人的交往，但核心人际圈的缺乏是他们最显著的特征。试想如果人与人之间缺乏互动，缺乏深入的信息交流，人与人之间就不会互相了解，人际交往的参与者就不会跟对方建立起亲密的人际关系，结果，有的只是公事公办的例行公事，缺少的是人情味。

2. 人际交往是个体自我认识的重要途径

人不断地认识自己，把主体从客体中区分出来，认识到自己是社会生活的主体，了解自己的生理状况、心理特征、自己与他人的关系，以及自己的社会角色和在集体中的位置，这就是自我意识不断发展成熟的过程，它在人的个性形成中有着重要的地位。人的兴趣、能力、性格、情感、意志和行为无不受自我意识的制约和影响。