

大学生人际关系心理学

主 编 武成莉 王淑敏
副主编 张文娟 刘社琴



西安电子科技大学出版社
<http://www.xduph.com>

大学生人际关系心理学

主 编 武成莉 王淑敏

副主编 张文娟 刘社琴

西安电子科技大学出版社

内 容 简 介

本书共有三篇。第一篇包括印象管理、我是谁、成为最好的自己三章，第二篇包括爱与被爱、异性交往，第三篇包括人际沟通和宿舍人际关系。

本书的特点是通俗易懂，条理清晰，适合作为大学生心理课程的辅助教材，也可以作为自学参考书，还可以为高校教师提供教学素材。

图书在版编目(CIP)数据

大学生人际关系心理学/武成莉，王淑敏主编.

—西安：西安电子科技大学出版社，2016.2

ISBN 978-7-5606-3959-8

I. ① 大… II. ① 武… ② 王… III. ① 人际关系学—社会心理学—高等学校—教材
IV. ① C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 019703 号

策 划 高 樱

责任编辑 马武装 夏凌云

出版发行 西安电子科技大学出版社（西安市太白南路2号）

电 话 (029)88242885 88201467 邮 编 710071

网 址 www.xduph.com 电子邮箱 xdupfxb001@163.com

经 销 新华书店

印刷单位 陕西华沐印刷科技有限责任公司

版 次 2016年2月第1版 2016年2月第1次印刷

开 本 787毫米×1092毫米 1/16 印张 15

字 数 354千字

印 数 1~2000册

定 价 28.00元

ISBN 978-7-5606-3959-8 / C

XDUP 4251001-1

*** 如有印装问题可调换 ***

前 言

人际关系对于大学生的重要性毋庸置疑,很多大学生都想提高自己的人际交往能力,但对于成长中的大学生来讲,如何“成为一个人”也同样重要,这比懂得多少人际技巧、是否懂得“厚黑学”更重要。“成为一个人”,是指成为一个有血有肉、有情感、有爱和有责任的人,成为一个了解自我、接纳自我和不断完善自我的人,成为一个能体谅他人、关爱他人和包容他人的人,成为一个有益于他人、社会和人类的人……

本书是由人文素质选修课“人际关系心理学”的教学素材整理而成的,同时加入了编者对相关问题的理论思考和实践总结。此书是编者多年来教学、研究和心理健康教育实践经验的积累。

本书的目的并不局限在介绍具体的人际关系技巧,而是期望能帮助指导大学生“成为一个人”,成为一个知道什么是真正的爱、有爱、会表达爱、会感受爱的活生生的人,使其懂得体谅他人,做一个好的朋友、好的子女、好的爱人、好的父母。

本书共有三部分内容:成为最好的自己、爱与被爱、人际交往技巧。第一篇成为最好的自己包括:如何给别人良好的第一印象(第一章印象管理),了解自我(第二章我是谁),不断地提升自我和完善自我(第三章成为最好的自己)。第二篇爱与被爱包括:人和人之间的喜欢和爱是如何发生的,什么是真正的爱(第四章爱与被爱);如何正确处理和异性的友谊和恋爱关系(第五章异性交往)。第三篇人际交往技巧包括:人际交往和沟通的理论及具体技巧(第六章人际沟通),人际交往技巧在实践中的应用(第七章宿舍人际关系)。

本书由武成莉、王淑敏主编,参加编写的还有张文娟、刘社琴和龚慧。本书的第一章和第五章由王淑敏编写,第二章和第六章由张文娟编写,第三章和第四章由武成莉编写,第七章由刘社琴和龚慧编写。本书的参编人员为高校的心理学的副教授、博士或硕士研究生,有着深厚的科研积累和丰富的教学及实践经验。

感谢选修过“人际关系心理学”的学生,他们给了编者很多启发和思考,感谢那些虽然叫不上名字但在心理咨询室分享过他们生活经历的人,是他们的信任,让编者未曾经历却体验着他们丰富的人生经历,对一个个生命有了更多的了解,对成长中的大学生有了更多的认识。

限于编者水平,加之时间仓促,不妥之处在所难免,恳切希望广大读者提出宝贵的意见和建议。

编 者

2015 年 10 月于西安电子科技大学

目 录

第一篇 成为最好的自己

第一章 印象管理	2
第一节 印象形成	2
第二节 未曾开口先有礼	11
第三节 人格魅力提升	19
第二章 我是谁	29
第一节 需要	29
第二节 能力	34
第三节 气质	40
第四节 性格	48
第三章 成为最好的自己	60
第一节 你是独一无二的	60
第二节 接纳不完美的自己	72
第三节 成为最好的自己	87

第二篇 爱与被爱

第四章 爱与被爱	100
第一节 喜欢	100
第二节 爱	104
第三节 真爱——无条件的爱	131
第四节 爱的表达	134
第五节 被爱	140
第五章 异性交往	146
第一节 金星遇上火星——男女有别	146
第二节 异性交往与恋爱	152
第三节 恋爱沟通技巧	159
第四节 爱和性	169

第三篇 人际交往技巧

第六章 人际沟通	178
第一节 人际相处需适“度”	178
第二节 话出口前需斟酌	185
第三节 无声胜有声	195
第七章 宿舍人际关系	206
第一节 宿舍矛盾集中在哪儿	206
第二节 良好宿舍关系的作用	209
第三节 如何处理宿舍矛盾	212
第四节 如何获得良好的宿舍关系	216
参考文献	234

第一篇

成为最好的自己

要想有一个良好的人际关系，首先要做一个让别人喜欢的人。本篇我们分别从外在的个人形象、内在的心理品质和更深层次的自我等方面进行介绍，希望帮助大学生更好地认识自我，了解自我，接纳自我，不断地提高自我和完善自我，成为受欢迎的人。

第一章 印象管理

《三国演义》孙权见庞统之印象：“浓眉掀鼻，黑而短，形容古怪，心中不喜”，以至于孙权“誓不用之”。结果因以貌取人，这位广招人才的孙权竟把与诸葛亮比肩齐名的奇才庞统拒于门外，尽管鲁肃苦言相劝，也无济于事。

《红楼梦》宝玉初见黛玉之印象：“厮见毕归坐，细看形容，与众各别：两弯似蹙非蹙柳烟眉，一双似喜非喜含情目，态生两靥之愁，娇袭一身之病。泪光点点，娇喘微微。娴静时如娇花照水，行动处似弱柳扶风。心较比干多一窍，病如西子胜三分。”

同样是第一次见面，为何礼贤下土的孙权对庞统犯了“以貌取人”的偏见，错失人才，而宝玉对黛玉却形成了似曾相识、顿生怜爱的美好感觉，成就了一段凄美爱情呢？可见，第一印象形成对之后交往的影响之大。幸运的是，我们给他人的印象是可以通过对自己装束、语言、表情以及动作的控制来影响和改变的，这个过程叫印象管理。

第一节 印象形成

良好的第一印象是人们登堂入室的门票。

——卡耐基

一、我留给他人的第一印象

要想知道你给他人的第一印象如何，请做下面的测试，选择每题中最适合你的答案。

- 当你第一次见到某个人，你的表情是：
 - 热情诚恳、自然大方
 - 大大咧咧、漫不经心
 - 紧张局促、羞怯不安
- 你与他人谈话时的坐姿通常是：
 - 两膝靠拢
 - 两腿交叉
 - 跷起“二郎腿”
- 你选择的交谈话题是：
 - 两人都喜欢的
 - 对方感兴趣的
 - 自己热衷的
- 与人初次会面，经过一番交谈后，你能对他(她)的谈吐举止、知识能力等方面做出积极、准确的评价吗？
 - 不能
 - 很难说
 - 我想可以
- 你说话时姿态是否丰富？
 - 偶尔做些手势
 - 从不指手画脚
 - 常用姿势补充言语表达
- 若别人谈到了你兴味索然的话题，你将：
 - 打断别人，另起一题
 - 显得沉默、忍耐
 - 仍然认真听，从中寻找乐趣

7. 你是否在寒暄之后, 很快就能找到双方共同感兴趣的话题?

A. 是的, 对此我很敏锐

B. 我觉得这很难

C. 必须经过较长一段时间才能找到

8. 你和别人告别时, 下次相会的时间地点是:

A. 对方提出的

B. 谁也没有提这事

C. 我提议的

9. 你讲话的速度怎么样?

A. 频率相当高

B. 十分缓慢

C. 节律适中

10. 你同他(她)谈话时, 眼睛望着何处?

A. 直视对方眼睛

B. 看着其他的東西或人

C. 盯着自己的纽扣, 不停玩弄

11. 会面时你说话的音量总是:

A. 很低, 以致别人听得较困难

B. 柔和而低沉

C. 声音高亢热情

12. 通常第一次交谈, 你们分别占用的时间是:

A. 差不多

B. 他多我少

C. 我多于他

第一印象测试记分标准如表 1-1 所示。

表 1-1 第一印象测试记分标准

题号 选项	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
A	5	5	3	1	3	1	5	3	1	5	3	3
B	1	1	5	3	5	3	1	1	3	1	5	5
C	3	3	1	5	1	5	3	5	5	3	1	1

结果解释如下:

12~22 分: 第一印象差

也许你会感到吃惊, 因为很可能你只是依着自己的习惯行事而已。也许你本来是很愿意给别人留下一个美好的印象的, 可是你的不经心、缺乏体贴或言语无趣, 无形中让人做出了关于你的错误的勾勒。

23~46 分: 第一印象一般

你的表现中存在着某些令人愉快的成分, 但同时又偶有不够精彩之处, 这使得别人不会对你印象恶劣, 却也不会产生很强的吸引力。如果你希望提高自己的魅力, 首先必须从心理上重视, 努力在“交锋”的第一回合中显示出自己的最佳形象。

47~60 分: 第一印象好

你的适度、温和、合作给第一次见到你的人留下了深刻的印象。无论对方是你工作范围内的接触者或是你私人生活中的接触者, 他们无疑都有与你进一步接触的愿望。

二、印象的形成

(一) 印象形成的外部线索

印象形成是通过对他人的言谈举止、仪表神情以及行为习惯等方面的知觉而实现的。虽然这些线索未必反映了一个人的真实面目，但在许多情况下，人们可据此进行判断，并得出较为准确的评价。

1. 外表

一个人的外表通常是我们最先看到的信息并且是对其进行评价的重要线索。例如，从一个人的外貌和服饰，我们一眼就可看出他(她)是男还是女，进而就自动地想起对男女性别所形成的固定看法。又如，看到一个女人梳着小平头，头发被染成鲜艳的颜色，穿着皮短裙、长筒靴，那她就会给我们留下时髦、另类的印象；看到娃娃脸的成年男人我们会觉得比成熟面孔的成年男子更天真、诚实、仁慈、热情。

我们见到一个人，最初的印象总是从他的体貌、服饰上获得的，因为人们内在素质的美需要时间来检验。因此，从外表来看，体貌和服饰对他人的印象形成具有重要意义。

如果一个人的外表影响人们对他的印象，他的内在美就表现不出来，或不容易被发现。

2. 言语信息

言语作为自我表达和社会交流的工具在生活中发挥着重要作用，同时也给我们提供了评价他人的依据。《红楼梦》中，王熙凤“未见其人，先闻其声”，顿时就给人留下了泼辣豪爽的印象。言语的内容有时可以表现一个人的内心想法，“要知心腹事，但听口中言”，所以有时我们会根据一个人的说话内容来推测他的内在品质。但是，我们常遇到口是心非的情况，因此，人们又很谨慎地对待这种线索。除了内容外，人们说话时的语音、语调、语速也能充分表现一个人的性格和其他心理特征。

3. 非言语信息

一个人所说的话能被其有意识地加以控制，但非言语行为，如面部表情、目光接触、身体姿势、言语节奏等却很难被其有意识地加以控制，从而能更真实地揭露人们内心的想法、情绪、性格等。

表情常反映人们的态度、情绪和动机，我们可以借助对面部肌肉的分析来确定一定的表情，然后就可以判断某人的情绪，进而通过一段时间的观察推测其个性特征。例如，一个人如果嘴角朝下，两颊拉长，皱眉呈八字形，那他(她)多是不愉快；如果他(她)经常这副表情，那我们就可以推测他(她)可能是一个抑郁、悲观的人。目光接触可以表示对对方感兴趣；而目光不接触，说明此人害羞或害怕；但长时间的目光接触可能是愤怒、敌意的信号。同样地，一个人的身体姿势也能够传递丰富的信息。当一个人在与我们交谈时，如果面对着我们，身体向我们倾斜，而且不断地向我们点头，那我们就会认为他(她)赞同、喜欢我们，我们就会对他(她)产生一个好的印象，从而也会喜欢他(她)。

我们对他人的知觉，不仅取决于对方所说的话，也取决于他(她)怎么说，如说话的速

度、节奏等。当一个人说话的速度很快时，我们常常会推断此人心直口快；而一个说话轻声慢语的女孩，常会给人留下温柔、恬静、有涵养、小鸟依人的印象。

4. 行为

虽然外表与非言语信息是对他人形成印象时所利用的主要信息来源，但最有用的信息还是他表现于外的行为。心理学家琼斯与戴维斯认为，人们常假设他人的内在品质与他们的外在行为是相对应的。

诸葛亮曾提出七种知人之道：

- 问之以是非而观其志——询问他辨别是非的能力，以观察他的志向；
- 穷之以辞辩而观其变——提出难题诘难他，以观察他能否随机应变；
- 咨之以计谋而观其识——询问他的计谋，以观察他的见识如何；
- 告之以祸难而观其勇——告诉他祸难将至，以观察他克服困难的勇气；
- 醉之以酒而观其性——故意灌醉他，以观察他的品性；
- 临之以利而观其廉——给以金钱之利，以观察他是否廉洁；
- 期之以事而观其信——托付他办事，以观察他的信用。

总之，人们会利用所能获得的各种线索对他人形成印象。但线索(如人的长相、穿戴、身体姿势等)本身并无意义，它们是根据我们已有的经验来解释的。最终，我们会把各种渠道得来的信息综合起来，形成对这个人的整体印象。

(二) 印象的整合

为了对他人形成一个整体性的认识，人们需要把所获得的各种零散信息加以整合。

1. 第一印象

第一印象是印象形成的重要依据。良好的第一印象是进一步交往的基础，恶劣的第一印象很可能会使交往终结。

5秒钟！那是你给他人留下良好第一印象的所有时间。

不管我们是否意识到，刚看到一个人，在5秒钟之内我们就对他形成了第一印象。比如，迎面走近一个人，我们一眼就能看出这个人是漂亮的还是相貌平平的，他是容易接近的还是拒人千里之外的。

现在我们来做一个小测试：

请用一点时间对具有以下特点的人迅速做出判断：善妒、固执、挑剔、冲动、刻苦、聪明。

扪心自问：你愿意他做你的同学或朋友吗？为什么？

现在，你再用一点时间判断另外一个人：聪明、刻苦、冲动、挑剔、固执、善妒。

扪心自问：你愿意这个人做你的同学或朋友吗？为什么？

你对这两个人的判断结果一样吗？大多数人可能给出的答案是不一样的。其实，我们在测试中描述的是同一个人。问题在于，这两种描述以不同的顺序提供了相同的信息，这就让我们产生了两种不同的印象。我们对他人的印象受首先呈现的信息影响更大，并据此对他人做出判断，这种倾向称为首因效应。

琼斯的研究也证实了首因效应。在这项研究中，被试观察的是一个正在参加包含 30 个问题测验的人。在一种情形下，这个人一开始表现非常好，正确回答了许多问题，但测验的后半部分他的表现下降了。而另一种情形下发生的事情则完全相反，那个人刚开始时回答得很糟糕，但在测验的后半部分却表现得极为出色。实际上两个人的成绩是一样的，每个人都回答对了 30 个问题中的 15 个。然而观察这些测验过程的被试却认为，开始阶段回答问题出色的人比起步阶段落后的那个人更聪明，在后半部分测验中的表现也更好一些。

当我们形成对他人的第一印象之后，第一印象会将我们的注意力引向了某种新的信息，并让我们戴着有色眼镜过滤着新信息，即看到我们所想看到的。通常我们并没有意识到自己很容易忽略那些表明自己第一印象不对的证据。例如，你对一个人的第一印象很好，你所能看到和注意到的事实就是：“他确实如我想象的那么好”，而无意识地忽略掉和你印象不一致的事实。

2. 显著特征

不同特征在印象形成中所起的作用是不同的，显著特征在印象形成中起着重要作用。心理学家阿希的经典研究证实了这一点。

阿希把大学生分为两组，每人拿到一张描写一个人特征的表格，上面有七个形容词。

A 组是：聪明、灵巧、勤奋、热情、果断、实际、谨慎

B 组是：聪明、灵巧、勤奋、冷淡、果断、实际、谨慎

A、B 两组表格唯一的不同就是 A 组中有一个形容词是“热情”，另一组把“热情”换成了“冷淡”，其余六个形容词都一样。阿希让两组大学生对具有表格中所述特征的人做一简单的描述，并在另一张特征表上挑选出能够最好地描述这个人的形容词。

研究发现：单独一个突出特征的替换，“热情”替换成“冷淡”对印象形成有很大影响。与把对象描述为“冷淡”的一组相比，在描述为“热情”的一组中，人们通常把那个人判断为慷慨大方、快活、幽默、好脾气、善交际、愉快的。按照相同的研究步骤与方法，将“热情”与“冷淡”这对显著特征用“文雅”与“粗鲁”这对非显著特征替换时，只对印象形成产生了非常微小的影响。

显著特征与非显著特征是相对的，无论什么时候遇到某个人，我们都会根据自己认为最重要的特征形成对他人的印象。所以，我们对他人的印象具有很大的主观性。

3. 个人好恶评价

人们倾向于把所有的信息综合起来形成对他人一致的认知评价。好恶评价是第一印象形成的主要依据。一旦个体把某人放在喜欢或不喜欢的范围内，对这个人的其他印象就会归入相应范围。在一次会面时，一时的好坏印象可以扩大到所有情形中，而且还会涉及一些无关的特征。好恶评价中，对“热情”与“冷淡”的评价是形成对他人印象的关键因素。如果这个人可爱，我们就认为他善良、聪明、慷慨；如果他不好，我们就认为他笨拙、狡猾、丑陋。

4. 否定性信息

在对一个人形成印象时，发现这个人勤奋或懒惰、聪明或愚蠢、无私或自我中心，这对你具有同等的积极影响或消极影响吗？研究表明，消极信息比积极信息能吸引我们更多

的注意力，而且消极信息被人记忆得更深刻，甚至某些时候会不自觉地回忆出来。在其他方面都相等的情况下，一种消极否定的信息比积极肯定的信息对印象形成的影响更大。这被有些学者称为“黑票”作用：不管一个人是否具备其他品质，只要具备一种极端的消极否定品质，就会使人产生一种极端消极的坏印象，从而把对方好的品质也掩盖掉了。例如，当听到某位杰出的企业家是骗子时，不管还听到此人有什么其他品质，个体对他的评价都会变得很坏，从根本上加以否定。研究还发现，与建立在积极品质基础上的评价相比，人们更相信建立在消极品质基础上的评价。

牢记：坏的印象比好的印象更难以改变，尤其是第一印象。

5. 背景信息

人们所观察到的心理品质或行为的意义并非一成不变，而是在一定程度上随情境、场所以及我们的已有经验而不同。甚至像交往物理背景这样明显无关的信息，也会影响我们解释人们行为的方式。在一项研究中，研究者拍摄了正在进行各种各样亲密交谈的几对年轻伴侣的照片，然后，运用摄像程序技术将这些人物形象叠印到各种物理背景(如剧院、繁华的街上等)图像上。结果表明，随着物理背景的变化，人们对同一谈话活动中的同一批人却做出了完全不同的判断。与冷淡、不亲密的环境相比，这些青年伴侣在热情、亲密场所中传达出来的关于自己的信息，受到更多关注。

因此，人物相关线索对印象形成的影响作用取决于信息传递的背景。

三、跳出印象形成的“陷阱”

(一) 近因效应

近因，即最后的印象。近因效应指的是最后的印象对人们认知产生的影响。最后留下的印象往往是最深刻的印象。鲁钦斯(A.Luchins)的实验证明了这种效应的存在。

鲁钦斯编写了两段文字，内容是一个叫吉姆的学生的生活片段。一段把他描写成热情而外向的人，另一段把他描写成冷漠而内向的人。

两段文字如下：

“吉姆走出家门去买文具，他和两个朋友一起走在充满阳光的马路上，他们一边走一边晒太阳，吉姆走进一家文具店，店里挤满了人。他一面等待着店员招呼他，一面和一个熟人聊天。他买好文具在向外走时遇到了熟人，就停下来和朋友打招呼。吉姆告别了朋友后向学校走去，在路上他又遇到了一个前天晚上刚认识的女孩子，他们说了几句话后就分手了。”

“放学后，吉姆独自离开教室出了校门。他走在回家的马路上，路上阳光非常耀眼。吉姆走在马路阴凉的一边，他看见路上迎面而来的是前天晚上遇到过的漂亮女孩。吉姆穿过马路进了一家饮食店，店里挤满了学生，他注意到那儿有几张熟悉的面孔。吉姆安静地等待着，直到柜台上服务员招呼他之后才买了饮料。他坐在一张靠着墙边的椅子上喝饮料，喝完之后就回家了。”

鲁钦斯在进行实验时，一方面提醒被试者不要受第一印象的误导，要对吉姆做全面评

价；另一方面将两份阅读材料隔开呈现给被试者，念完一段后花 5 分钟时间让被试者做无关工作，如做数学题、听故事，然后再呈现另一段给被试者。最后要求各组被试者回答“吉姆是怎样的一个人”。研究发现，大部分被试者根据间隔活动后看到的材料来评价吉姆，即产生了近因效应。

首因效应与近因效应不是对立的，而是一个问题的两个方面。在对陌生人的认知中，首因效应比较明显；而对熟识人的认知中，近因效应比较明显。这就告诉我们，在与他人进行交往时，既要注意平时给对方留下的印象，也要注意给对方留下的第一印象和最后印象。

(二) 光环效应

所谓“情人眼里出西施”、“爱屋及乌”、“厌恶和尚，恨及袈裟”，说的就是光环效应。在光环效应状态下，一个人的优点(或缺点)一旦变为光环被扩大，其他缺点(或优点)也就隐退到光环的背后被别人视而不见了。如某人存在某些不良的品质，那么就会被认为他所有的一切都是坏的，这一现象又被称为“坏光环效应”，也被形象地叫做“扫帚星效应”。在人际交往中，你有过这种情形吗？



【心理测试】

怎样对待佳佳？

以下是关于一个小孩的故事情节简述。读完这个故事后，请回答后面的问题。

“佳佳是一个长相甜美的 3 岁小女孩。她有着一头美丽的卷发，一双乌黑的大眼睛，长长的睫毛，像个可爱的公主。有一天，她在和邻居 4 岁小男孩玩耍时，用一块石头打伤了他的胳膊。那个小男孩伤得很厉害，被送往了医院。”

假设你目睹了这起意外事故。你认为在这个事件中：

佳佳是故意伤害那个小男孩的吗？ 1(是)—2—3—4—5(否)

她应该受到惩罚吗？ 1(是)—2—3—4—5(否)

她会再闯这样的祸吗？ 1(是)—2—3—4—5(否)

她可能是个聪明的孩子吗？ 1(是)—2—3—4—5(否)

你会允许自己的孩子和她一块玩耍吗？ 1(是)—2—3—4—5(否)

先接着学习下面的内容，然后再回过头来审视自己的回答。

心理学家戴恩、伯施艾德和沃尔斯特(Dion, Berscheid 和 Walster, 1972)曾做过实验来证实光环效应的存在。他们让被试者评价一些人物照片。照片上的人或漂亮、或不漂亮、或长相一般。要求参加人员评判与相貌无关的其他若干特点(如人格、社会地位、未来发展等)。结果发现，参与研究的男性和女性都认为，外貌具有吸引力的人比外貌不具有吸引力的人更可能善良、有趣、坚强、镇静、外向、好相处、有教养、有令人兴奋的约会对象、敏感、性格好。同样判断，外貌好看的人与外貌一般的人相比，其未来更尊贵，婚姻上更有能力，婚姻更幸福，生活更充实，社交和职业上更成功。

光环效应的一个有趣实例是，外貌往往对推测内在个性品质起基础作用，即美的即是好的。

现在查看一下你在前面对待佳佳的判断中，你是不是仅仅因为她被描述为一个非常漂亮的小女孩，而对她比较宽容呢？

(三) 刻板印象

我们总是倾向于按一定的标准将人分类，把人们归属到某一群体之中，把该群体的特性转移到这个人身上。生活在同一地域或文化背景中的人们常表现出许多相似性，人们便将这种相似的特性加以归纳，概括到认识中并被固定下来，这样就形成了刻板印象。刻板印象会发生在各个不同的种族、民族、性别、职业、年龄、地域、毕业的学校等方面，如北方人豪爽、南方人精明、商人奸诈、知识分子文质彬彬，女人温柔、男性独立等。

刻板印象使得我们在获得少量信息时就能对他人作出迅速判断，并凭借知道他人所属何种群体，形成对他的印象，从而预测他的行为。但是，刻板印象常常导致偏见，如知识分子并非都是文质彬彬，女性也并非个个都是柔心弱骨。

(四) 宽厚偏见

在缺乏明确消极性信息的情况下，我们总是期望别人具有好的而不是坏的品质。也就是说，我们在评价他人时总有一种特别宽大的倾向。对他人做出积极评价会使双方都感到愉快，因此，人们倾向对他人宽容。

四、印象的“魔力”

(一) 印象的“惯性”

对他人的印象一旦形成，往往很难改变，并且对接下来的判断和行为产生重要的影响。

团体活动：

成员：4~6个从未谋面的学生。

活动要求：

连续4周重复见面，每周1次，每次30分钟，组织者可随意组织一些共同活动。

分享与体验：

1. 每次见面之后，写下你对每位同学的印象。

第一次见面

A 同学给你的印象：_____

B 同学给你的印象：_____

C 同学给你的印象：_____

D 同学给你的印象：_____

.....

第二次见面

A 同学给你的印象：_____

B 同学给你的印象：_____

C 同学给你的印象：_____

D 同学给你的印象：_____

.....

第三次见面

A 同学给你的印象: _____

B 同学给你的印象: _____

C 同学给你的印象: _____

D 同学给你的印象: _____

.....

第四次见面

A 同学给你的印象: _____

B 同学给你的印象: _____

C 同学给你的印象: _____

D 同学给你的印象: _____

.....

2. 认真回顾第一题的每次会面记录, 你对每一个同学的印象有没有发生变化? 没有变化的印象是什么? 变化的印象是什么?

3. 对比一下, 对同学没有变化的印象与对他的第一印象在多大程度上是一致的?

我们对他人的印象一旦形成, 就很难改变。即使经过长时间的交往和接触, 或者明知印象是错误的, 也很难让我们已经形成的印象有根本的改变, 更何况我们的印象还引导我们的行为去篡改事实, 使之与印象一致。

假设我们在看《正大综艺》节目, 两个嘉宾在抢答 10 个问题。其中一个嘉宾前 5 个问题都抢到了且回答正确, 然后开始穿插广告。这时, 您会认为哪个嘉宾更聪明些? 对广告后 5 个题目的回答谁会得分高些? 可能大多数人都会认为是前 5 题都答对的第一位嘉宾。可是当广告后看到的却是第二位嘉宾后 5 道题全抢到且都答对, 两人一比一平。这时, 人们就可能把第一位嘉宾的失利解释为谦让, 或者是后面的题太简单, 或者是他太得意, 但可能仍认为他非常聪明。

这个例子说明, 最初形成的印象会影响我们对新信息的选择以及对后来不一致信息的解释, 从而使最初形成的印象努力保持不变。我们可能会更多地寻求能够印证我们印象的信息, 而不是那些证明我们判断错误的信息。假设你对一个人的最初印象是优秀的, 接下来所有的事情就是去寻求证据证明: 他就是如我所想的那么优秀。假如你对一个人的印象是糟糕的, 那么接下来你所做的事情就是寻求各种支持证明: 他就是那么糟糕。而这个人需要做的是去改变你的印象: 我不是你认为的那么糟糕。这个过程往往进行得很艰难, 因为我们很难去面对我们自己是错误的这样的信息。我们不仅会固守那些仓促做出的不正确的判断, 而且会认为我们对别人的看法常常是对的, 但实际并非如此。

(二) 我就是你印象里的那个人

我们对他人形成一定的印象之后, 就会对他人产生相应的期望, 而此期望又引导我们采取相应的行为以证实此期望, 这一现象就叫“自我实现的预言”。

美国著名心理学家罗森塔尔(R.Rosenthal)与雅各布森(L.Jacobson)的一项经典研究验证了“自我实现的预言”: 他们和助手来到一所小学, 声称要进行一个“未来发展趋势测验”, 并煞有介事地以赞赏的口吻, 将一份“最有发展前途者”的名单交给了校长和相关教师,

叮嘱他们务必要保密，以免影响实验的正确性。其实他们撒了一个“权威性谎言”，因为名单上的学生根本就是随机挑选出来的。8个月后，奇迹出现了，凡是上了名单的学生，各个成绩都有了较大的进步，且各方面都很优秀。

在这个实验里，研究者的话使教师对被选出的学生形成了积极印象，而这些印象又促使教师对这些学生给予更多的关注和辅导，学生也因教师的“特殊关注”而优秀。

好的印象一旦形成，你就会期望看到：他就是这么好的一个人。你期望什么，你就会得到什么。相反，糟糕的印象形成，你对他的期望就是：你就是这么糟糕。结果这个人在你面前就真的这么糟糕。因此，对一个人的印象是什么，你就会对他有什么样的期望；而你對他期望什么，他就会变成什么样子。

第二节 未曾开口先有礼

一个人的服饰、表情和谈吐举止的得体，是一种内心和外表的和谐美，是交友的最大魅力。

日本的著名企业家松下幸之助从前不修边幅，企业也不注重形象，因此企业发展缓慢。一天理发时，理发师不客气地批评他不注重仪表，说：“你是公司的代表，却这样不注重衣冠，别人会怎么想，连人都这样邋遢，他的公司会好吗？”从此，松下幸之助一改过去的习惯，开始注意自己在公众面前的仪表仪态，生意也随之兴旺起来。现在，松下电器的各类产品享誉天下，与松下幸之助长期率先垂范，要求员工懂得礼貌、讲礼节分不开。

我们永远没有第二次机会给别人留下美好的第一印象。社会心理学家研究发现，仪表仪态在印象形成中起着决定性作用(93%)。在公众场合，人们总是趋近衣着整洁、仪表大方的人，或衣着略优于自己的人。因此，我们需要对自己的仪表仪态进行整饰，给自己一个“闪亮登场”。

一、顾盼生辉：仪表美

如果你穿错了衣服，没有人告诉你。

如果你不懂得搭配，没有人告诉你。

如果你的头发不整，没有人告诉你。

如果你的鼻毛出来了，没有人告诉你。

但是，人人都会看在眼里，记在心里，这些小细节正在诋毁你。

——(演员)英格丽·褒曼

(一) 仪容整饰

仪容，通常是指人的外观、外貌。其中的重点，则是指人的容貌。在人际交往中，每个人的仪容都会引起交往对象的特别关注，并将影响到对方对自己的整体评价。

为了塑造自我良好形象，有必要整饰仪容。在仪容整饰方面要注意五点：