

人際吸引



超凡魅力 (charisma)



Charisma的特性

- n. (名詞 noun)

非凡的領導力

(基督教)神授的能力

魅力

- charisma領袖魅力

"中文定義"有個性"指的是"眾人之中的突出者"



人際吸引的情境因素

一、接近性〈近水樓台先得月〉

1. 雙方距離較為接近，彼此互動所需付出的成本較少，而獲得的酬賞卻相對較多的緣故。
2. 接近可以增加我們獲得對方相關訊息的機會。
3. 因為接近的人，較容易產生熟悉的感覺，而熟悉可能會增加彼此的吸引力。



人際吸引的情境因素

二、熟悉性〈曝光效應〉

1. 一個人的重複出現，會增加我們辨識出此人的可能性，因此，可以減少我們不確定、不安的感覺，有助於對此人產生正向〈或至少減少負向〉的感覺。



2. 當我們對一個人熟悉時，他們也變得較可以預測。

3. 當我們對一個人愈熟悉時，愈可能發現或假設對方與我們相似，因而增加對此人的好感。



曝光效應之限制

- 正向或中性的刺激人物，不斷重複出現，的確能夠增加人們對他們的喜歡程度，但是，負向刺激的重複出現，卻無助於改善人們對他們的負向態度。



- 當兩個人之間的興趣、需求、個性相牴觸時，空間的距離愈大，見面的機會愈少，彼此的爭執或衝突反而可能減少。
- 刺激人物重複出現太多次之後，也可能引起人們厭惡或過度飽和的感覺，而達到了曝光—吸引效果的極限。



愉悅的人格特質

- 真誠、誠實、善解人意、忠誠、真實等五項特質，是人們最喜歡的；而虛偽、殘忍、卑劣、欺騙、說謊，則是最不受人喜歡的特質。



- 真誠是它們共有的因素。真誠的、誠實的、忠誠的、真實的、值得信賴的、可靠的——這些都是與真誠有關的特質，事實上也都與人際間的信任有關。因此，只要真誠的人，才能獲得他人的信任，而以真誠和信任為基礎的友誼，才能使人坦承相見，相交交心。



- 溫暖與能力，也是人們所喜歡的特質。因為從他人溫暖的特質當中，我們可以感受到情感的存在；他人的能力，可以獲得我們的尊敬，而「情感」與「尊敬」正是形成人際之間「喜歡」的其他兩個重要因素。



- 除了抱持正向態度，會使人顯得溫暖之外，一些非語言的行為，例如微笑、專心地注視對方，也可以傳達溫暖的感覺。許多研究也都證實了微笑會使人更具魅力，因此，經常笑臉迎人，以專注的眼神看著對方，都會讓人感到溫暖，也較容易受到他人的歡迎，而建立良好的的人際關係。



能力

- 一般而言，人們比較喜歡聰明、有能力、能幹的人，而較不欣賞平凡、庸碌的人，或許因為有能力的人，較能幫助我們，提供較多的酬賞。



- 不過，能力很強或接近完美的人，可能會讓人覺得不舒服，而降低其被喜歡的程度，但如果這些人顯露出一些瑕疵或遭遇挫敗時，會比完美無缺時，更受人歡迎。



外表吸引力

- 外表美麗的人的確較受到他人的歡迎，而且，在社會互動中，也獲得較好的待遇。比方說，老師對於較漂亮的學生，有較高的成功預期；和那些長相平凡的人比較起來，美麗的人也被認為會有較高的社會地位、擁有較好的工作、上較好的大學、賺較多的錢、犯了錯也較容易被原諒；甚至在法庭上，外表具吸引力的被告，也受到比較仁慈的判決。



為什麼外表如此重要？

- 第一個原因可能是外表吸引力是社會讚許〈social desirability〉的一種特質，看到美麗的人，會引發我們產生正向的情緒。
- 第二個原因人們通常具有「美即是好」的刻板印象。



- 第三個原因美麗具有「散逸效果」
〈radiation effect of beauty〉。也就是說，人們可能認為，讓別人看到自己和一位非常具吸引力的人在一起，可以增進自己的公眾形象。



美麗的人就有美好的人際關係？

- 長期關係的維繫，更有賴於個人的特質，以及兩人之間的態度相似或需求互補等因素，因此，外表吸引力的作用，隨交往時間增長而減弱。



- 另一方面，因為人有感覺適應〈sensory adaptation〉的現象；入芝蘭之室，久而不聞其香，同樣地，與美人相處，久也不見其美，所以，外表的影響力，也逐漸變小。



相似性

- 早期對於相似性的研究，比較偏重於態度方面，近來則逐漸擴展到種族背景、宗教、政治、社會階級、教育程度、年齡、性別等各層面。舉例來說，中學生所結交的的朋友，多半是同性別、同種族的人，而他們的年級、成績，或課外活動的興趣，也大多相似。

- 而在伴侶的選擇上，人們也會採用「適配原則」。

相似—吸引的原因

1. 可能是與我們相似的人，通常也較會支持我們的觀點，使我們對自己的看法，更具信心，引發個人正向的情緒。
2. 根據平衡理論〈balance theory〉的說法，我們所喜歡的人，都與我們態度相似，而與我們態度相似的人，也較能引起我們的喜愛。



3. 相似—吸引效果的原因，則與期待—價值理論〈expectancy-value theory〉有關。人們選擇伴侶時，不僅會考慮對方所提供的酬賞〈例如外表的吸引力〉，同時，也會考慮這段關係成功的可能性〈例如對方接受自己的需求〉。



互補性

- 相異吸引、需求互補主要是因為：

〈1〉 可以滿足彼此的需求：一個希望被呵護、照顧的人，遇到一個喜歡照顧、保護他人的人，兩人的需求都能獲得滿足

〈2〉 相異的人，可能正好是自己所仰慕而達不到的類型。



刺激—價值—角色理論

- 人際關係初期

在人際互動的初期，我們所擁有的有關對方的訊息，是相當有限的，也就是處於刺激階段。在這個階段，他人的外表長相，可能是我們唯一能夠得到的訊息，因此，對於人際吸引具有重大的影響力，而其他相關的刺激性訊息〈stimulus information〉——例如財富、地位、名聲、聰明才智等，也會增加其吸引力。

- 當人際關係逐漸發展與深入之後，雙方的價值、信念，或是態度，就變得較為重要了，也就是彼此的相似性，更能影響相互的吸引。在這個階段，價值、信念或態度的相似，可以增加彼此的喜歡，相對地，如果發現對方在這些方面的差異，也可以降低原先的喜歡



- 如果雙方關係持續發展下去，則可能進入角色階段。在這個階段，雙方對對方的角色期待，將會影響到彼此的關係。如果彼此的角色期待能夠相容或是相符，雙方的關係就能維持下去；反之，如果角色期待不能相容，那麼，人際關係就可能瀕臨破裂的危險。

