

対人関係理論抜粋

対人魅力

- ①単純接触効果（ザイアンス効果）
人や事物について繰り返し接触すると好意が増える傾向
（知覚的流暢性の誤帰属という見解もある）
- ②近接性・熟知性
近しいほど、よく知っているほど好意が増える傾向
- ③類似性魅力仮説
人や態度等について類似しているほど好意が増える傾向
- ④相補性
自分にない部分を補ってくれそうな人に魅力を感じる傾向
- ⑤返報性（互惠性）
相手に好意を持つとその相手も好意を示す傾向

対人関係の進展『SVR理論』（バーナード・マインスタイン）

- 初期** 刺激（Stimulus）
外見・性格・行動・近接性・熟知性
・社会的評価の望ましさ等
- 中期** 価値観（Value）
考え方・態度・趣味などが似ている等
- 後期** 役割（Role）
役割分担・相補性・返報性等

説得のモデル『精緻化見込みモデル』

（リチャード・ペティ、ジョン・カシオッポ）

説得の受け手が送り手から発せられたメッセージをどの程度の労力を割いて検討するか
中心ルート→内容を注意深くじっくり検討する
周辺ルート→内容と無関係な表面的な特徴に注目する受け手に

- ①労力を割いて検討する動機付けがある
- ②メッセージの処理能力がある

この2つを満たす場合に中心ルートになる

ロバート・チャルディーニの説得の技法

- ①返報性
- ②コミットメントと一貫性
- ③社会的証明
- ④好意
- ⑤権威
- ⑥希少性

確証バイアス

自分の態度等を支持する情報を重視・高評価し、自分の態度と矛盾する情報は軽視・低評価する傾向

心理的リアクタンス（心理的反発）

人は自分の態度を自由に決定したいという動機を持っており、これが脅かされた場合には心理的反発が生じることがある