

<<魅力何来>>

图书基本信息

书名：<<魅力何来>>

13位ISBN编号：9787115281623

10位ISBN编号：7115281629

出版时间：2012-7

出版时间：人民邮电出版社

作者：戴维·迈尔斯

页数：201

字数：170000

译者：寇彧

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<魅力何来>>

前言

## <<魅力何来>>

### 内容概要

我们每时每刻都在不知不觉中被他人吸引，同时也在吸引着他人。作为“社会性动物”，我们有着强烈的与他人建立亲密关系的归属需要，而人际吸引正是亲密关系得以建立的前提。那么，这种看不见、摸不着的魅力来自于何处呢？也许，我们每个人都有自己的一套理论，但心理学中对此已经有了完整而科学的阐述。

《魅力何来：人际吸引的秘密》改编自美国著名心理学家戴维·迈尔斯的超级畅销书《社会心理学》，这本在国外大学的心理学学生中几乎人手一册的书，集合了当今与我们的生活最为贴近的社会心理学中最优秀的成果。我们节选了其中关于吸引力和亲密关系的一部分，配以大量插图，并且修改了原书中过于学术性的语句，以通俗易懂的语言揭示了吸引力产生的四个要素，即接近性、外表、相似性和被喜欢的感觉，介绍了我们应当如何发展、维持和促进与朋友、亲人和爱人的亲密关系。

我们每时每刻都在不知不觉中被他人吸引，同时也在吸引着他人。作为“社会性动物”，我们有着强烈的与他人建立亲密关系的归属需要，而人际吸引正是亲密关系得以建立的前提。那么，这种看不见、摸不着的魅力来自于何处呢？也许，我们每个人都有自己的一套理论，但心理学中对此已经有了完整而科学的阐述。

《魅力何来：人际吸引的秘密》改编自美国著名心理学家戴维·迈尔斯的超级畅销书《社会心理学》，这本在国外大学的心理学学生中几乎人手一册的书，集合了当今与我们的生活最为贴近的社会心理学中最优秀的成果。我们节选了其中关于吸引力和亲密关系的一部分，配以大量插图，并且修改了原书中过于学术性的语句，以通俗易懂的语言揭示了吸引力产生的四个要素，即接近性、外表、相似性和被喜欢的感觉，介绍了我们应当如何发展、维持和促进与朋友、亲人和爱人的亲密关系。

## <<魅力何来>>

### 作者简介

戴维·迈尔斯

当今版税收入最高的心理学家，在美国Hope College担任了30余年心理学教授。

作为一名杰出的研究者，他因对群体极化的研究获得了美国心理学会颁发的高尔顿·奥尔波特奖。迈尔斯曾在30多种科学期刊上发表过论文，包括世界顶级学术刊物《科学》。

他所撰写的《心理学》是当今最畅销的心理学导论性教材，1000多万学生在用它来学习心理学。

译者简介：寇彧

北京师范大学心理学院教授，博士生导师。

中国社会心理学会常务理事、中国心理学会社会心理学专业委员会委员、北京市社会心理学会副理事长。

## <<魅力何来>>

### 书籍目录

- 前言
- 1 什么造就了友谊和吸引  
什么因素孕育着喜欢和爱情呢？  
让我们来讨论那些有助于最初的人际吸引的因素：接近性、外表吸引力、相似性和被喜欢的感觉。
- 2  
什么是爱情  
什么是爱情？  
激情之爱能否持久？  
如果不能，那么什么可以取代它？
- 3 如何促进亲密关系  
什么因素会影响人们亲密关系的起伏？  
让我们来讨论以下几个因素：依恋类型、公平和自我表露。
- 4 亲密关系是如何结束的  
不是所有的爱情都能天长地久。  
那么，哪些因素可以预测婚姻的解体？  
伴侣通常如何分手或复合？
- 5 亲密关系如何促进健康与幸福感  
支持性的亲密关系--感到被亲密的朋友和家人所喜欢、肯定以及鼓励--能预测健康和幸福。
- 附录：心理学术语释义  
作者后记：经营爱情  
编者后记

<<魅力何来>>

章节摘录

## &lt;&lt;魅力何来&gt;&gt;

## 后记

当当网的李国庆先生，每次碰到我，闲谈中总会捎上那么一句：“我就搞不懂，你那两本厚厚的心理学教科书，时不时总能冲到我网上社科类畅销榜的前两名。

”他说的一本是《心理学与生活》，另一本就是戴维·迈尔斯的《社会心理学》。

这两本书持续畅销，而且越卖越好，的确令我们始料不及。

前不久，我们公司的一位副总对市场部的同仁们说：“……是挺畅销的，但是，这就是它们的命运吗？

我们为这些书做过像样的营销吗？

”没错，我们几乎把所有的精力都放在了前期的做书上，等书出来，已经累得没有力气做“像样的”营销了。

感谢这个伟大的技术时代，互联网让“蚂蚁也有了扩音器”，《社会心理学》在当当网、卓越网和豆瓣网上近一万条的读者评论，可能是这些好书最给力的宣传。

激情四射的读者，为这本书写下那么多溢美之词，着实让我们飘飘然，生命中平添了不少活着的价值感。

当下，我们知道，更应该关注那些给了四星以下评论的“不满意的”读者和准读者（评论了但没买书或买了未读）。

这些评论虽然不多，但细细看下来，发人深省。

猛然想起几年前周立伟先生（他可是中国图书发行界备受尊敬的大人物）说过的一段话，大概意思是，名著人人都想读，可是，有人读不懂，有人读不起，有人读不完（忙啊，没时间）。

作为一个专心出好书名著的出版人，如果你能让这另外的三种人也读你的书，那该是一种怎样的境界呀！

是的，我们是该为那些不满意的读者做些什么了。

本书就是其中的一个反应。

书再好，但它毕竟是一部严谨的教科书，我们剔除了那些在一般读者看来过于学术的内容和元素，撷取几个人人都关心的有意思的主题，以更加亲近读者的方式呈现，努力实现快乐“悦读”。

虽然我们已经在公司内外、合作伙伴以及朋友之间反复多次做测试和反馈，样稿修订一遍又一遍，可能还是没有达到一部分读者的需求，我们恳切地想听到你的意见和建议。

上网评论吧，我们洗耳恭听。

在此先谢谢诸位了！

作为一个出版人，一生能出版几本好书是莫大的荣幸。

我们长怀着一颗感恩的心，记着那些为此书的出版做出过贡献的人们。

首先，感谢我的师兄——清华大学心理系主任、伯克利大学终身教授、著名华人心理学家彭凯平先生，是他，第一次让我知道迈尔斯的这本书是怎样的一部伟大著作；感谢我的老同学——北京大学心理系教授王垒先生，在他多年主持教育部心理学教指委工作期间，坚持不懈地致力于教材建设，迈尔斯的这部《社会心理学》正是他力主作为教指委的推荐教材；感谢北京大学心理系教授侯玉波先生，多亏他在全中国范围内，组织了一支超豪华的翻译团队，保证了译稿的高质量；尤其要感谢本书内容的译者——北京师范大学寇或教授，她治学严谨，对待翻译一丝不苟，字斟句酌，倾注了大量的心血。感谢《社会心理学》的第一责任编辑陈浩莺女士当年的认真和执著，她是我见过的不多的几位有灵气、有品位的年轻出版人。

另外，这里还要特别感谢我不久前结识的著名华人心理学家、美国库克大学中国区校长黄天中前辈，他的《生涯规划》课程感动着每一个有幸听过他课学子，无论是大学生还是中小學生。

与黄老的几次交谈让我受益良多——从教育，到学术、到出版、到人生，本书的出版与他的启发有关。

当然，还要感谢这本书的作者，戴维·迈尔斯教授，他可能是当今版税收入最多的心理学家，他时不时就给美国心理协会（APS）捐助100万美金。

幸运的是，他的两部超级畅销教科书（除了这部《社会心理学》，另一部就是《迈尔斯心理学》），

## <<魅力何来>>

在中国大陆都由我们新曲线公司运作出版。

麦格劳-希尔公司负责中国版权的同仁激动地告诉我，“我要亲自把出版的新书寄送给迈尔斯，他若是看到这本书的中译本这样出版，一定会十分兴奋！”

”是的，戴维·迈尔斯是一位时刻都把读者装在心里的好作者，难怪就连某种意义上是竞争对手的《心理学与生活》的作者、美国前心理学会主席菲利普·津巴多也毫不吝啬地赞道：“能将严谨、复杂的心理科学知识，阐释得如此准确、生动，恐怕当今无人能出其右。”

”最后，感谢麦格劳-希尔公司上上下下、国内国外同仁们的愉快合作和大力支持，我们心中有一个共同目标：同心同德，群策群力，为读者出版真正爱读、开卷有益的精品。

我们在路上，亲爱的读者，有你的参与和鼓励，我们会不断努力，追求卓越！

刘力 北京新曲线出版咨询有限公司 2012年4月



<<魅力何来>>

媒体关注与评论

<<魅力何来>>

编辑推荐

<<魅力何来>>

名人推荐

<<魅力何来>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>