

科技部補助

大專學生參與專題研究計畫研究成果報告

* *****
* 計畫名稱：吸引異性的策略:自尊、自我提升、自我證實對吸引異性的影響 *
* *****

執行計畫學生： 陳俊良
學生計畫編號： NSC 102-2815-C-040-008-H
研究期間： 102年07月01日至103年02月28日止，計8個月
指導教授： 王慶福

處理方式： 本計畫涉及專利或其他智慧財產權，2年後可公開查詢

執行單位： 中山醫學大學心理學系（所）（臨床組）

中華民國 103年03月31日

行政院國家科學委員會補助
大專學生研究計畫研究成果報告

計畫名稱： 吸引異性的策略:自尊、自我提升、自我證實對吸引力的
影響

執行計畫學生： 陳俊良

學生計畫編號： NSC -2815-C-040-008-H

研究期間： 102年7月1日至 103年2月底止，計8個月

指導教授： 王慶福 副教授

處理方式 (請勾選)：立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權，一年二年
後可公開查詢

執行單位： 中山醫學大學心理系

中華民國

103年2月28日

摘要

社會心理學的研究顯示，人們會運用自我提升的策略，在人際交往初期給人一種有自信的感覺，因而產生了吸引人的魅力；但是另一方面也有研究指出人們會使用自我證實的策略，希望他人認識真實的自己，以維持穩定的自我概念並建立良好的關係。我們假設自我證實、自我提升，對內滿足自尊的需要，對外提升異性吸引力，因此我們想知道人們談戀愛在交往初期人際吸引的階段上，前述兩種人際策略(人際動機)對吸引異性的表現有無差異，目前台灣並沒有相關的研究。本研究採團體聯誼實驗，分梯次共招募 83 位尚無固定伴侶的大學生，第一階段透過受試者量表自評的結果，設計專屬於每個受試者的四個回饋選項，不同回饋選項的選擇偏好反映著不同的自我動機，利用受試者選擇的回饋，分析他們在異性交往中的自我提升與自我證實動機傾向。第二階段透過團體聯誼的實驗，採社會關係模式(social relation model, SRM) 的人際知覺評量，以及環狀設計(round robin design)的評量分析方法，探討人們採取自我提升與自我證實人際策略在吸引異性上的效應。第一階段前置研究發現，對不同回饋反應的選擇偏好大部分都是自我證實，絕少有選擇自我提升的回饋，可能與國外有文化上的差異，因此調整研究設計，以第二階段團體聯誼實驗中，社會關係模式的環狀設計結果來歸類自我提升與自我證實組。初步發現自我提升指數(Rss)的全距為 104.57(-43.97~60.6)，其中，人際動機為自我提升組(Rss 指標正值)共 39 人，約佔 82 位全體參與者的百分之四十七。進一步分析發現，人際動機與性別並無關聯，不同性別的吸引力差異亦不顯著。人際動機組間的前測自尊具有差異，自我提升組的自尊高於自我證實組。不同人際動機組團體聯誼後的異性吸引力則無差異。多元回歸分析則顯示，影響異性評己吸引力的主要預測變項為目標效應與自我提升指數。對自我提升組而言，自我提升指數可以預測聯誼異性評己之吸引力。整體而言，本研究以十四組 3~8 人異性聯誼團體的實驗，驗證也建立了人際知覺模式與環狀分析的可行性與實際統計模組，值得未來繼續研究與發展。

關鍵字：自我概念(self-concept)、自我提升(self-enhancement)、自我證實(self-verification)、自尊(self-esteem)

誌謝

從小學到大學，在我印象中的求學階段，大部分的老師給我的評語幾乎都是不努力、心不在焉、想法偏激、浪費天賦。諸如此類的負面評價使我曾經一度認為不管我做什麼，在老師眼中都是錯的。求學路上的挫折、坎坷使我產生了許多疑問與矛盾，也因此產生了對心理學的嚮往，最終萌生了以學術研究為志業的想法，這些憧憬直到升大二的暑假才得以更加具體，進入心理系遇到仁豪、慶福、明洲老師是我這輩子最幸運的事。

首先我想對這三位老師表達最誠摯尊崇與謝意，老師讓我了解自己與他人的不同，並釐清了許多埋藏已久的問題，因此得以改善自己的不足。在與這些老師的相處中，我得到了與過去截然不同的回饋，老師們認為我動機強烈、創造力很強，但思考太發散、注意力不佳、輕躁可能是造成我能力和表現不一致的原因。我的心情正如《躁鬱之心》一書中提到的：「儘管某些人會覺得這根本是精神失常的反應，他們卻仁慈地稱之為創造力，我第一次了解怪誕和原創思考間複雜相疊的交界，至今仍深感念他們所表現的學術包容，賦予我所寫的反應正面而非病態的色彩。」

此外，我想感謝：「學妹珮如、鈺琪、楊芸、佩甄、依婷、學弟培維、政鴻、俊驊、恆瑤、其霖、同學冠中。」因為他們在研究過程的努力貢獻與幫忙，我得以完成這項研究。

最後，特別感謝國科會的評審教授給我這個機會，讓我從這次的計畫中學到許多研究方法和經驗，並從中更加確信了自己學術研究的強烈動機。撰寫大專生計畫的這段時光是我經歷過最快樂的學習經驗。

目次

摘要.....	II
誌謝.....	III
目次.....	IV
表目錄.....	VI
圖目錄.....	VII
第一章 緒論.....	8
第一節 研究動機.....	8
第二節 研究問題.....	8
第三節 研究的重要性及獨創性.....	9
第四節 名詞釋義.....	10
第二章 文獻回顧與探討.....	12
第一節 自我動機的研究.....	12
第二節 自我證實、自我提升與人際吸引力.....	13
第三節 自我證實和自我提升對於約會關係的影響力.....	14
第四節 演化心理學上對自我提升、自我證實的支持.....	14
第五節 自尊的重要性與中介功能.....	14
第六節 自我提升和自我證實的正負面影響.....	15
第七節 自我提升與自我證實概念架構.....	15
第三章 前置研究.....	16
第一節 前置研究目的與研究方法.....	16
前置研究目的.....	16
研究對象.....	16
研究工具.....	16
研究設計.....	16
施測流程.....	17
第二節 前置研究結果.....	17
第四章 正式實驗.....	19
第一節 研究問題.....	19
第二節 研究對象.....	19

第一階段：報名人數 143 人，女生 84 人/男生 59 人。	19
第二階段：填寫人數 128 人，女生 73 人/男生 55 人。	19
第三階段：參加人數 83 人，女生 43 人/男生 40 人 (1 筆無效樣本)	19
第三節 資料蒐集程序	19
第四節 研究工具	19
正式問卷	19
自我證實與自我提升測量法	20
桌上遊戲—說書人	20
第五節 研究程序	21
第六節 統計分析	22
第五章 研究結果	24
第一節 自我提升與自我證實測量	24
第二節 人際動機與性別是否有關聯	26
第三節 不同人際動機間的吸引力差異情形	26
第四節 人際動機間的自尊差異情形	27
第五節 性別間的吸引力差異情形	27
第六節 重要變項之間的相關矩陣	28
第七節 自我證實與自我提升組預測吸引力之迴歸分析結果	29
第六章 結論與建議	30
第一節 結論	30
第二節 研究限制、建議與展望	30
解決受試者取樣上的困難	31
自我證實與自我提升的分類方式	31
探討自我證實與自我提升中的動機與策略	31
統計處理	32
自我提升係數分類方式的利與弊	32
第七章 參考資料	33
第八章 附錄	37

表目錄

表一 聯誼時程表.....	22
表二 理想伴侶特質 SRM 實例一（四男二女）.....	24
表三 理想伴侶特質 SRM 實例二（三男三女）.....	25
表四 不同組別之組數、人數，以及其 Rss 的全距、平均數、標準差分析.....	25
表五 人際動機與性別之卡方獨立性檢定.....	26
表六 使用獨立樣本 T 檢定不同人際動機的吸引力差異.....	26
表七 使用獨立樣本 T 檢定不同人際動機的自尊前測差異.....	27
表八 使用獨立樣本 T 檢定不同人際動機的自尊後測差異.....	27
表九 使用獨立樣本 T 檢定不同性別間的吸引力差異.....	28
表十 重要變項間的相關矩陣 (P-VALUE).....	28
表十一 目標效應、自我提升指數對吸引力之迴歸係數.....	29

圖目錄

圖一 本研究重心	錯誤! 尚未定義書籤。
圖二 自我提升與自我證實概念架構	15
圖三 最初設計實驗流程	17
圖四 正式實驗流程	21

第一章 緒論

第一節 研究動機

現代自由戀愛風氣下，談戀愛被視為人生必經的課題，也是大學生的必修學分。談戀愛是一種人際互動，可能需要良好的社交技巧。但困難的是，我們的教科書上並沒有教會我們該如何在戀愛的試卷上作答。觀古今多少先聖哲人、文人騷客，在感情的路上遭遇挫折而深受牽絆，再看現今社會上層出不窮的感情悲劇，背後可能有一個重要的原因，他們對於掌握吸引力的異性交往技巧可能相當不足。身邊這許多受感情所苦的人們，從此停滯不前，因此，如何有效提升異性吸引力的，是筆者非常想觀察與研究的。在過去的經驗中，自信心低，且在人際吸引上表現低落的我，想要接觸心儀的異性，卻又害怕被拒絕，感性慫恿我上前攀談，理性卻告訴我要避免被拒絕的尷尬。當排山倒海的複雜情緒湧進本就無助的腦子裡，認知資源的耗盡使得我表現出更憂鬱、焦慮與認知混亂，也因此顯得更無助，更可能被對方拒絕。這些被壓抑的情緒與渴望並不會隨著每次被拒絕終止，它間接影響到我生活上的心理狀態，造成極大的困擾。這種病態的惡性循環出現在日常上會中為數眾多的人們身上，會讓人長期處於自信心低落的心理狀態，甚至造成社會事件。因此如果我們能就探討自我動機影響異性吸引力上，更進一步釐清自信心與人際策略和異性吸引之間的關係，提供嚴謹量化的科學證據，或許可以在人們對感情困擾無助時，幫助他們心理調適及提升異性吸引力，停止不斷的挫敗感，提升情感生活的品質，降低社會事件的發生。

第二節 研究問題

社會心理學家發現，雖然並不是每個人都擁有著高度的自尊 (self-esteem)，但是人們會運用自我提升的策略，在人際交往給人一種有自信的感覺，因而產生了吸引人的魅力，這方面的社會心理學研究以自我提升 (self-enhancement) 理論為主。另一方面人們也會使用自我證實的策略，希望他人認識真實的自己，因而證實自我概念，穩固自尊，同時有較高的機會給人謙虛的印象，以建立良好的關係，這方面的社會心理學研究則以自我證實 (self-verification) 理論為主。兩大自我動機理論的陣營提出相當豐富的研究成果，Fu 與 Lv (2013) 回顧發現，整體而言，研究者認為這兩種動機對個體的影響是利弊參半的，適宜的自我提升和自我驗證能帶來情緒、人際、成就等方面的好處，但與某些消極的個人特質相結合則可能帶來較不利的影響。

談戀愛在交往初期—吸引的階段上，前述兩種自我動機以及對應的人際策略對吸引異性的表現有無差異，目前台灣並沒有相關的研究。本研究因此想要聚焦在異性初期交往上的問題，回顧歐美、亞洲量化和質性的研究，探討能幫助人們提高自信與異

性吸引力的人際策略。我們由核心問題，自我證實、自我提升、對吸引異性的影響下，再更進一步的提出一些次問題，以更精確的分析核心問題。為了探討這些問題，除了融合了台灣和美國、中國的量表工具與研究方法，評估自我提升與自我證實的動機取向，我們也設計異性聯誼的實驗情境，操作自我提升 (self-enhancement, SE)與自我證實 (self-verification, SV)兩種不同的人際策略，上述研究問題歸納如下：

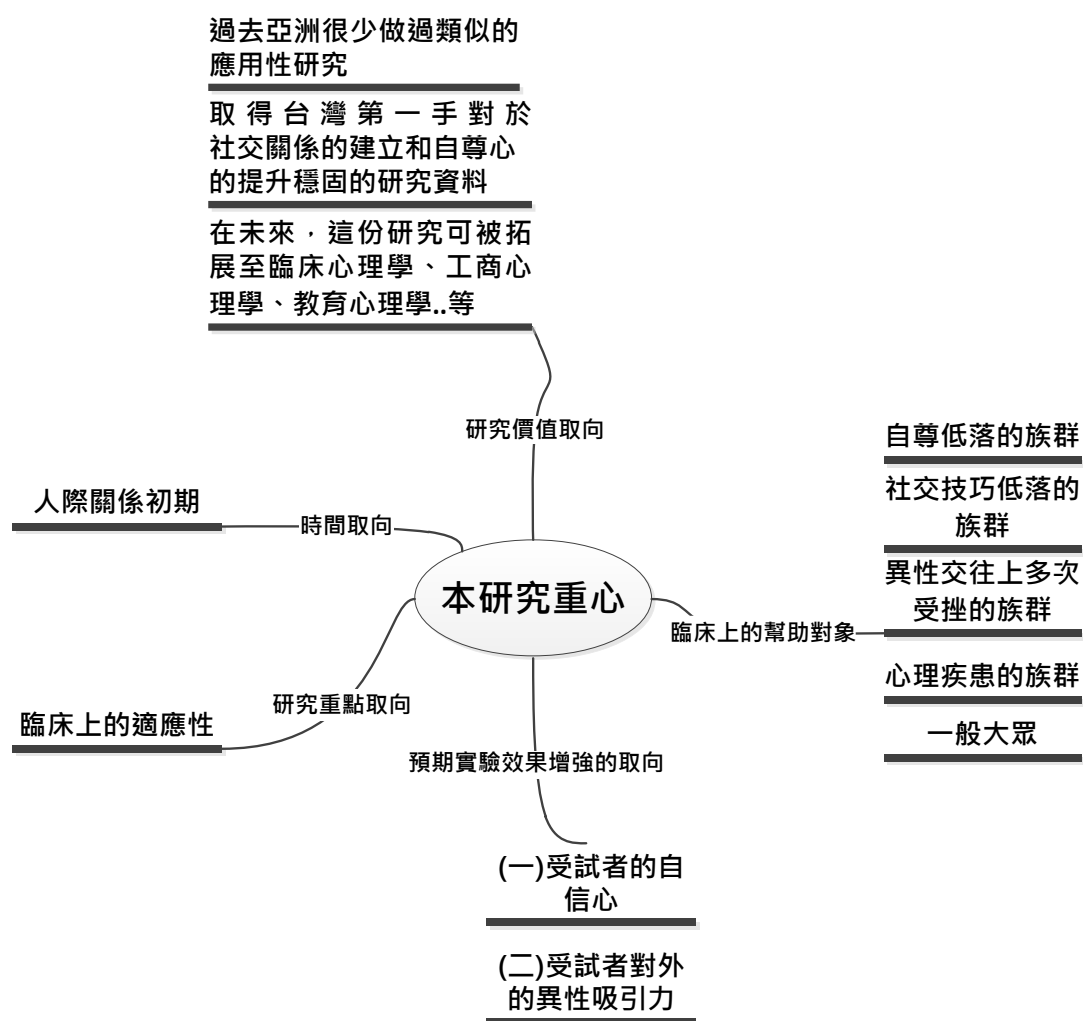
- (一) 研究樣本在異性交往情境中，選擇採取 SE、採取 SV、兼採 SE 與 SV 人際策略者，在自尊高低組中所佔的比例。目的是歸納受試者在偏好不同策略下，是否存在著自尊高低的差別。
- (二) 藉由 SE 與 SV 不同人際策略，是否有著幫助人們提高自尊與異性吸引力的效果。
- (三) 探討自尊和吸引力之間的關係，以及自尊對人際策略影響吸引力的中介效果。以驗證自尊、自我提升、自我證實之間的關係。
- (四) 探討 SE、SV 在使用上，從他人觀點得到的正、反評價，發展一套在使用 SE、SV 上的指導策略。
- (五) 從聯誼中觀察是否對於異性初期吸引力上，有我們研究中未探討到的重要變項，可在未來後續研究中納入或以統計方式剔除掉這些變項的影響力。

第三節 研究的重要性及獨創性

自我驗證和自我增強動機的理論已經應用在許多領域，它在社會心理學、心理治療、教育心理學、人際互動、等都有相當深入的探討 (Gu, 2004)。Liu, Sang, 和 Dou (2011)的回顧指出，雖然臨床上的外部效度要再做進一步驗證，但是臨床與諮商心理學家也發現發展適應性自我提升的確頗有療效。Bonanno, Rennie, 與 Dekel (2005)發現經歷過 911 事件的創傷症候群病患，自我提升者能更好的適應新的生活。他們推測是因為正向的錯覺、自我提升，讓它們快速回復自己的價值感和生活的掌控力。有趣的是，在很多相同情境下的應用，有的研究結論支持自我證實，有的卻支持自我提升。例如 Burke 與 Stets (1999)在實驗中發現，當伴侶對他們的看法和他們的自我觀相一致時，夫妻雙方表現出更多的積極情感和相互信任。而另一個研究結論則認為當夫妻表現出較多的正像錯覺時，他們之間會產生更高的幸福感。因此現今學界對於自我證實 (self-verification)動機和自我增強 (self-enhancement)動機在不同情境下的優劣比較仍方興未艾。茲將本研究的研究重心及其重要性圖示如圖一：

以往的研究對自我證實 (Self-verification)和自我增強 (Self-enhancement)已經有一定的理論基礎了，但是過去的研究很少將這兩種策略應用在異性間羅曼蒂克的吸引力上。因此有別於現今的研究注重在三個重心：(一)自我評價的動機、(二)跨文化的普遍性、(三)臨床上的適應性。**就研究重點而言**，我們關心的是第三點，也就是實際應用在初期吸引力的成效。**就時間上而言**，我們聚焦在人際關係的初期。就方法上而言，我們想利用實驗效果增強的有二：(一)受試者的自信心、(二)受試者對外的異性吸引力。**就臨床上的價值層面而言**，這幫助的是一般大眾，其中包含了

圖一 本研究重心



很多，已經在異性交往上多次受挫，甚至有可能引發心理疾病的族群。就研究價值而言，過去亞洲很少做過類似應用性的研究，它可以在未來提供學者一個建基在亞洲文化上，並且對於影響人際關係的建立影響的參考資料甚至是研究指標。這份研究的價值並非只是單純在於異性的吸引，而是社交關係的建立和自尊心的提升穩固，因此這可以被擴展至臨床上的心理治療、工商心理學上的運用、教育心理學上對於學生的幫助。此外，過去研究方法，使用的是虛構人物，本研究使用的是真實人際互動的方法，相較之下更具有外在效度。

第四節 名詞釋義

1. **自我概念 (self-concept)**: 自我概念是一個人對於自己的行為、能力或價值觀的感受、態度與評價。

2. **自尊 (self-esteem)**：自尊是一個人對其自身價值的評估，它是自我概念中評價的部分。自尊是全面性的評估，是綜合了你對自己數方面的評價之後的結果，如果你覺得自己很好，那就是有高的自尊，跟有「正向的自我概念」是同義詞。
3. **自我提升指數 (Rss)**：基於社會關係模型所得到的個體自我提升傾向之指標。
4. **自我提升 (self-enhancement, SE)**：一種人際動機(策略)，人們透過自我提升來提高自尊，使自己感覺良好。在本研究中的操作型定義上，指的是自我提升指數得分為正。
5. **自我證實 (self-verification, SV)**：一種人際動機(策略)，人們會設法去尋求與解釋那些可以證實他們既有自我概念的回饋，反之，也會避免或拒絕與自己自我概念不一致的回饋。在本研究中的操作型定義上，指的是自我提升指數得分為負。
6. **人際策略 (self- strategy)**：在這指的是，人們會有意識的在社交情境中選擇自我提升或自我證實的人際動機去符合最大適應性。
7. **自我動機**：為了滿足自我對於自我肯定，也就是自尊的需要 (Liu, 2006)。驅使自我產生行為的動力
8. **大學生**：本研究中所稱大學生是指就讀於中山醫學大學和中興大學之學生。

第二章 文獻回顧與探討

第一節 自我動機的研究

心理學家為了解釋每個人不同的內心世界，提出了自我 (self) 的概念。自我是整個人格的核心，它決定我們如何認知事物，駕馭著我們的認知思考，它提供了我們情緒感受，反映了我們對自身的認識及評價，它也控制著我們表現出的行為。自我控制著我們的行為，是為了滿足自我對於自我肯定，也就是自尊的需要 (Liu, 2006)。驅使自我產生行為的動力，我們又稱為自我動機。自我動機如此重要，因為假如沒有適當的透過某些行為調節自尊，個體在社會適應上會展現出不適應，並且可能引發出心理疾病。

自我動機引領著自我認識，維繫著自我體驗，左右著自我調節，對自我發展極為重要；另一方面，自我動機還通過各種形式改變著人的情感、認知、健康和行為 (Dauenheimer, Stahlberg, Spremann, & Sedikides, 2002; Asendorpf & Ostendorf, 1998)。在眾多的自我動機中，**自我提升 (self-enhancement)** 是頗具代表性的一種。自我提升在過去研究的界定上分成狹義和廣義兩種，其中狹義的自我提升是指與自我驗證 (self-verification) 這個自我動機相對而言的，而廣義的自我提升則是由 Sedikides 與 Strube (1997) 在整合不同自我動機提出的自我概念提升策略模型 (Self-Concept Enhancing Tactician, 簡稱 SCENT)。

在本研究中，我們沿用過去研究較常使用的狹義定義。自我提升的狹義定義，有四個取向，動機、生活上的展現、策略上的運用、影響因素。在**動機**取向上，人們為了提高個人價值感，和維持自尊的需要，因此，人們總想獲的正面的評價。在**生活上的展現**，Kitayama, Markus, Matsumoto, 與 Norasakkunkit (1997) 認為自我增強 (Self-enhancement) 的人會抱持著「他們和一般人是不同的，且優於一般人。」的想法，這種策略的使用往往會傾向過分誇大自己的能力、忽視自己的缺點..等，不切實際的現象。在**策略上的運用**，人們會透過一些策略去提高他們的自我評價，包括了自我表現、自我歸因、社會比較、改變觀念等。在**影響因素**上，自我提升受信息特徵、情緒體驗、自尊和自我概念、社會情境和文化等因素影響 (Liu, 2006)。自我增強 (Self-enhancement) 的錯覺，與多個心理健康的評量指標均呈正相關，它們在一定程度上能促進心理健康，如提高幸福感和生活滿意度、激發創意和關愛人的能力。且當個體持續獲得負面回饋或受到威脅時，這些錯覺提供了更多維持自尊的適應價值 (Taylor & Brown, 1988; Taylor, Lerner, Sherman, Sage, & McDowell, 2003)。Gaertner 等人 (2008) 以憂鬱、感知到的壓力、主觀幸福感、生活滿意度，做為個體內心適應的指標，以測量台灣受試者自我提升狀況和內心適應的關係，結果發現，那些心理健康的人，在自評自己的重要特質時出現了自我提升的現象。這一派學者指出，過分的誇大正向的自我評價、誇大對事件的控制力、不切實際的樂觀，往往都是正常人的概念，

而相較之下，反而是自尊低或是有點憂鬱的人在自我知覺上較持平，他們的自我知覺與他人的評價較一致。

「木秀於林，風必摧之；堆出於岸，流必湍之；行高於人，眾必非之。」中國文化有別於西方文化，中庸之道，告誡我們做人必自謙。因此，另一派學者認為在中國儒家教育下，我們較傾向表現出含蓄內斂、自我證實 (Self-verification)、自我貶低的傾向 (Zhang, 2006)。**自我證實 (Self-verification)**指的是人們有為使自己對自我概念的預測力和控制力最大化，他們會傾向於喜歡那些能反映自己自我概念真實性的朋友，得到和自己自我概念較一致的評價，不管是正面的回饋，或是負面的回饋。Swann(1987)指出，人們高度希望在他人眼中證實自己現有的自我概念。藉由去證實自我概念的正確性、減少模糊性，能讓自己的自尊更加穩固，從而得到幸福感與人際關係的穩定性。

兩種動機理論的爭論已有 40 多年的歷史 (Gu, 2004)，自我提升和自我證實，在不同的領域和運用上，也各自存在著利與弊的爭議。它們堪稱是近代社會心理學家最有興趣的問題之一。在過去心理學家一直認為，堅信、準確、真實的自我認識，才是獲得幸福和成功的必要前提，一位適應良好的個體應當對自我有著正確的認識，而那些頭腦中常存著錯覺、不能清醒認識自我的人往往容易受到心理疾病的困擾。然而這一傳統觀念卻受因一篇文章的誕生而受到挑戰 (Liu, Sang, & Dou, 2011)。在題為錯覺與幸福：有關心理健康的一種社會心理學觀點中，Talor 與 Brown (1988) 提出了一種與傳統認識背道而馳的爭議觀點，即人們常常會過分正面的評價自己、誇大自己對事件的掌控能力、對未來事件懷有不切實際的樂觀主義傾向。而這些錯覺能從諸多方面促進心理健康 (Liu, Sang, & Dou, 2011)。

第二節 自我證實、自我提升與人際吸引力

研究發現，有些人會傾向選擇 SV 的人所表現出的回饋，並認為在未來會較喜歡與使用 SV 的人互動。Swann, Pelham 與 Krull (1989) 讓三個同性別的陌生人彼此互動，然後給予每個受試者來自他人的回饋，這個回饋是實驗者虛構的。這些回饋有三種：SV 和 SF、只使用 SV、只使用 SE。人們較偏好同時使用 SV、SF 的人，而偏好單獨使用 SV 的人勝過單獨使用 SE 的人 (Swann, Wenzlaff, Krull & Pelham, 1992)。有較多的證據顯示人們較喜歡使用 SV 的人，即使他們給的回饋是負面的 (Katz & Beach, 2000)。在人際交往之初，人們誇大自己的優點，忽略自己的缺點，會給人一種完美無缺的吸引力，他們藉由「我比其他還厲害」的信念，營造出充滿自信的樣子。他們像是花叢中的一點綠，吸引旁人的注意 (Katz & Beach, 2000)。有些研究則主張，自我證實和自我提升都具有吸引力，它們的差別在於作用的機制上的不同，自我證實的回饋影響的是認知上的反應；反之，自我提升的回饋作用在情緒的反應 (Shrauger, 1975 ; Swann et al., 1987)。

第三節 自我證實和自我提升對於約會關係的影響力

自我證實對於約會品質的影響力還不明確。有些研究得到的結論是，自我證實對於約會的品質有顯著的影響 (Katz, Anderson, & Beach, 1997; Katz & Beach, 1997)，但是其他的研究顯示，在約會的品質上，只有自我提升具有影響力 (Katz & Beach, 2000)。Swann, De La Ronde 與 Hixon (1994) 主張 SV 對於情侶的影響力，只發生在安全、承諾的關係中，這個解釋可以被擴大到了解初期羅曼蒂克的吸引力。來自可能變成男女朋友的人們所給的 SV 回饋，只有在他們想要發展長期、持續、穩定的關係中，才會有價值。相反地，假如他們渴望短期的是關係，或是關係較可能只維持短期，SE 的影響力會大過 SV 的影響力。(Katz & Beach, 2000)。總結以上，De La Ronde 與 Swann (1998) 認為 SV 在初期關係中，影響的是較不可能變成男女朋友的陌生人。

第四節 演化心理學上對自我提升、自我證實的支持

相對於多數主流心理學家而言，演化心理學家用更大的視野看待自我提升，他們並非用個體的觀點，而是用整個族群的角度去看自我提升。就個體為了生存來看，人類面對到的是許多道德上的難題，他們必須在某些時刻選擇欺瞞、自私。而這些不道德的行為，會造成個體利益和公眾利益的衝突，甚至是在心理層面上也會產生衝突。為了解決這個困難，人們必須在道德取向上採取自我提升的策略，以維持他們的自尊，解決他們心理層面上遇到的衝突 (Chang & Lu, 2011)。由於自我提升強化了使用者的自尊，為他們建立了心理的盾牌，增加了他們的生存機率，自我提升的進化假說間接的被演化心理學家支持。除此之外，演化心理學家也認為自我提升可以提升自我效能，並增加能力的最大值。同時，人們通過自我驗證鞏固自我一致性和行為模式，使群體成員之間具有可預測性，促進勞動分工，此外穩定的自我觀將有助於提升群體成員的存活率 (Fu & Lv, 2013)。

第五節 自尊的重要性與中介功能

自尊，意思是自我評估或評鑑，指的是「我們對自己的正向或負向評價。」(Coopersmith, 1967)。自尊影響著我個人對自己的想法及感受，這個自我價值的感受並非一成不變的，而是一個足以回應成功、失敗、命運改變、社會互動和其他社會經驗而變化的心智狀態 (Heatherton & Polivy, 1991)。有學者指出，自尊在人類演化過程中形成，目的是用來觀察自我和他人的特徵 (Zhang, 2007)。這個自我評價機制具有多種適應性功能，包括指導配偶選擇、地位競爭、聯盟形成以及其他社會性活動等。在心理層面，自尊和動機似乎是雙向的，動機能藉由自我增強或自我證實提高自尊 (Dong, & Yu, 2005)，而自尊也能夠激發動機，有助於個體設立目標。它能在某種程度上反映個體的資源持有潛能 (resource-holding potential, RHP)，而擁有資源則意謂著個體更容易獲得異性的愛慕、享有較高的聲望、並被群體接納、這些都有利於產生正面情緒 (Liu, Sang, & Dou, 2011)。

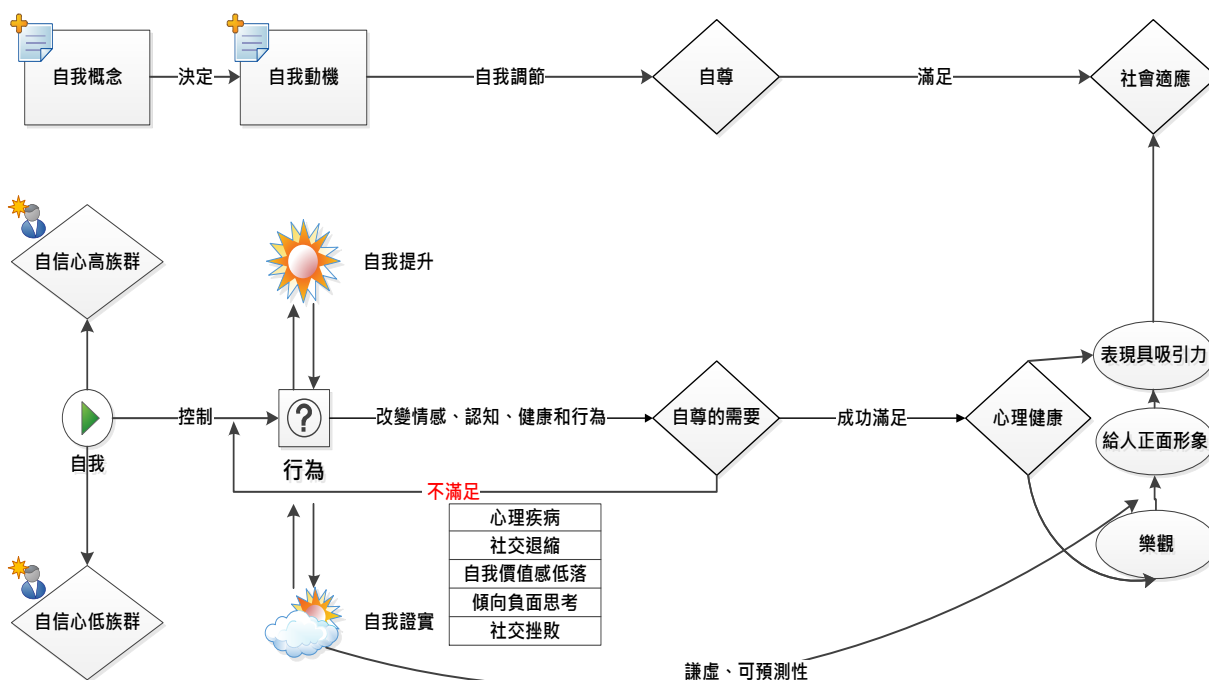
第六節 自我提升和自我證實的正負面影響

自我提升在人際關係建立初期，影響的是情感層面，而自我驗證影響的則是認知層面。就人際取向來看，高自尊的人，被視為具有高自我效能感、樂觀、正向、自信的人更容易被認為具吸引力，因此擁有這些特徵在人際關係之初更有優勢。自我驗證使得同伴間具有預測性，這是信任的關鍵組成成分 (Tyler, 2001)。然而過度的使用自我提升、追求自尊，對於人際關係上可能被認為是自大、自戀，並且降低自我調節、反省的能力。印象管理 (impression management) 的研究認為，自我提昇的策略不僅無法提高個人的能力聲望。事實上是剛好相反，它可能會破壞個體的人際關係 (Liu, Sang, & Dou, 2011)。例如，Colvin 等人 (1995) 的研究發現，使用自我提昇策略可能會使個體在人際交往中處於不利的地位，由此人們應該避免在社交場合做出誇大的舉動。過度的使用自我證實，持續的接受負面的回饋，則被認為是憂鬱症好發的高風險群。另外，有關自謙策略的研究從另一個角度為自我提昇及人際適應的關係提出說明。研究者發現，在中國文化中，那些成功之後表現謙虛的人，比那些做自我歸因的人，更容易受到人們的愛戴 (Liu, 2006; Liu, Sang, & Zhang, 2010)。

第七節 自我提升與自我證實概念架構

筆者以圖二整合前述的文獻探討，呈現本研究的概念架構，以探討因著自我概念而來的自我提升與自我證實這兩種自我動機，透過自尊的中介，影響個體的心理及社會適應。

圖二 自我提升與自我證實概念架構



第三章 前置研究

第一節 前置研究目的與研究方法

前置研究目的

前置研究旨在系統性的執行過部份實驗流程，找出實驗設計時未考慮到的問題，確保實驗設計符合研究需要。本計畫的前置研究依據圖三所示最初設計，檢驗步驟一（見附錄一）、步驟二（見附錄二）、步驟三（見附錄三）、步驟四（見附錄四）的可行性。

研究對象

20 名中山醫學大學學生

研究工具

本研究徵得原編製者之同意，編修使用下述兩種量表工具：

(一). 吸引異性特質評量表(李美枝, 1983)，由 20 個吸引異性的重要特質所組成，參與者將評估這些特質能描述自己的程度，以及這些特質的重要性。原量表共 45 題，針對對男女兩性分別有重要性評估之因素分析資料，本研究採取原量表因素負荷量最高的 20 個特質作為評量項目。

(二). 自尊量表，修訂自 Rosenberg 的 10 題自尊量表，於第一階段施測，該量表有良好的建構效度，內部一致性係數 α 為 .92(邱宗怡, 2004)。

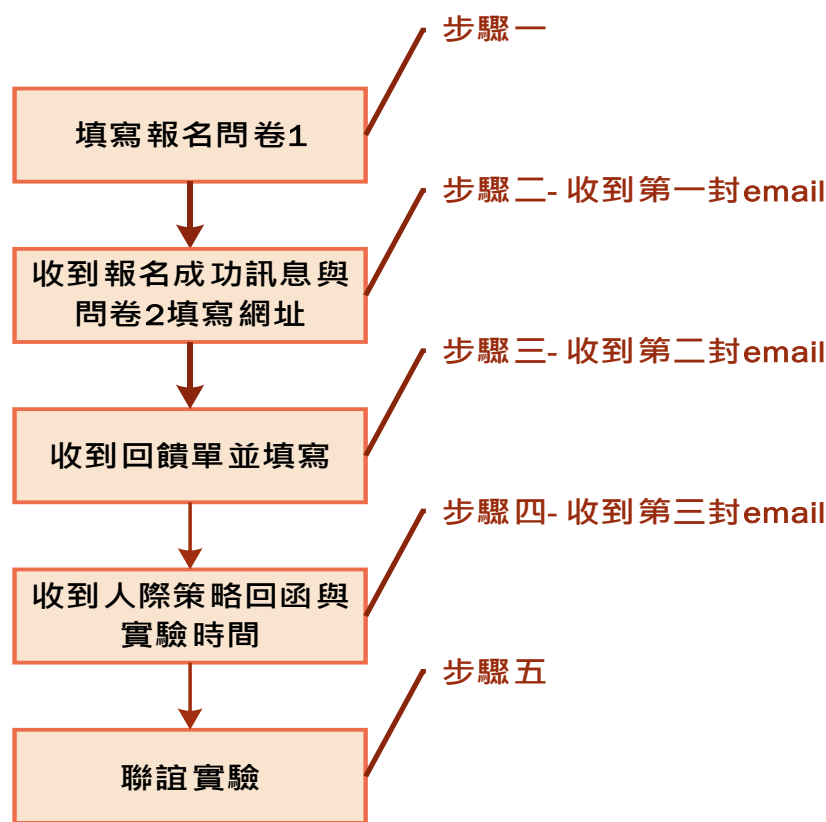
研究設計

本研究採用 Kwang 和 Swann (2010)研究中提到的方法，利用受試者的偏好來進行 SE、SV、SE+SV 的分組。依據受試者在步驟二填寫改編自理想伴侶特質評估表(李美枝, 1983)的問卷，評估這些特質能描述自己的程度，以及這些特質的重要性。研究者針對參與者對這些特質的評量，剔除參與者認為不重要的特質之後，選用當事人認為最能描述自己與最不能描述自己的理想伴侶特質，為每位參與者分別製作四份回饋反應文。(1)兼有自我提升與自我證實的回應(SE+SV)。(例如：回應內容針對當事人評估最能描述自己的理想伴侶特質，並加以肯定)；(2)僅有自我提升的回應(SE only)。(例如：回應內容針對當事人評估最不能描述自己的理想伴侶特質，卻對參與者加以肯定)；(3)僅有自我證實的回應(SV only)。(例如：回應內容針對當事人評估最不能描述自己的理想伴侶特質，並同意之)。在步驟三請參與者就這三種回應中選擇一位最願意與之聯誼的對象，並依其選擇將其分為不同的自我動機組。隨後於步驟四給予受試者人際策略回函，目的為加強受試者在使用不同人際動機下產生的實驗效果。

施測流程

前置研究招募受試者經網路填寫報名問卷（見附錄一）完成報名數日後，將由電子郵件收到第一封含實驗訊息的信件（見附錄二）並填寫步驟二問卷（見附錄三），填寫完問卷後的數日即收到第二封電子郵件（見附錄四）並填寫回饋單（見附錄五），最終受試者將收到第三封電子郵件（見附錄六）其中包含了人際回饋函（見附錄七）與實驗時間。

圖三 最初設計實驗流程



第二節 前置研究結果

依據研究結果顯示，受試者於步驟一、步驟二均能順利進行，但在步驟三的前 20 名參與者中，除了三名受試者選擇兼有 SE、SV 的回饋，其餘皆選擇 SV 的回饋，也就是在我們的實驗樣本中，若以人際回饋選擇的方法，幾乎找不到以自我提升(SE)為主

要人際動機的受試者，這個意外發現與 Katz 和 Beach(2000)以及 Kwang 和 Swann (2010)的研究結果不符，或許是華人社會與西方社會的差異，尚須另行探討。此時卻已造成本研究人際動機分派組別上的困難，這是我們始料未及的，在與指導教授討論後，我們決定修改正式實驗的程序，不以 Katz 和 Beach(2000)根據人際回饋選擇的方法來區分 SE 與 SV 兩種人際動機。而改採 Kenny 和 La Voie (1984)人際知覺理論的 SRM(social relation model)，直接以受試者在正式實驗團體聯誼中，組員對理想伴侶特質的自我評定與相互評定的填答結果，依環狀設計 (round robin design) 測量法的分析公式(Warner, Kenny & Stoto, 1979)，得到每位參與者的人際知覺與自我提升的各項指標，並與其他自尊、吸引力的評量一起納入統計分析，以進行整體實驗研究問題之探討。

第四章 正式實驗

第一節 研究問題

正式實驗的目的在透過製造聯誼情境的方式，探究人際動機與吸引力之間的關係。此研究具體問題為：(a) 探討 SE、SV 組人數在不同性別上所佔比例。(b) 闡明 SE 與吸引力間的相關。(c) 探討 SE、SV 組是否存在著自尊高低的差別。(d) 探討自尊與吸引力間的關係，以及自尊與人際動機間的關係。(e) 從聯誼實驗得到的結果分析，是否有其它顯著影響吸引力的重要變項。

第二節 研究對象

本研究以中山醫學大學和中興大學的學生為研究對象，採用網路文宣、張貼實體文宣、課堂上宣傳、學生輔導中心等多種方式招募受試者。兩所大學皆涵蓋一至三類組學生，因此具有代表性。

第一階段： 報名人數 143 人，女生 84 人/男生 59 人。

第二階段： 填寫人數 128 人，女生 73 人/男生 55 人。

第三階段： 參加人數 83 人，女生 43 人/男生 40 人 (1 筆無效樣本)

第三節 資料蒐集程序

本研究的實驗程序為期四個月，包括招募文宣、編製問卷、蒐集問卷、寄收電子郵件、聯誼實驗準備和執行，皆是由指導教授和本人親自執行，以確保實驗程序的嚴謹性。

第四節 研究工具

正式問卷

整體問卷包含編修自吸引異性特質評量表(李美枝, 1983)、吸引力量表(McCroskey & McCain, 1974)的「特質重要性問卷」與「組員吸引力與特質評估問卷」，以及自尊量表(Rosenberg, 1963)，作為收集資料的主要工具。

自我證實與自我提升測量法

中國學者張陽陽(2006)運用 Kenny 提出的社會關係模型 (Social relationship model, SRM) (Kenny & La Voie, 1984), 將人際知覺中的成分分解為三個: 知覺者、知覺目標、知覺者與知覺目標間的特殊關係。將正式問卷得到的數據結果利用特殊公式運算, 會得到知覺者效應分數 (Ps), 即受試者對其它組員的評分; 目標效應分數 (Ts), 即其它組員對該受試者的評分; 常數 Cs, 即所有受試者的自我評分平均數; 自我知覺的最終評分 (Xss), 即知覺者與知覺對象為同一人時, 自己對自己的評分; 該受試者的自我評分與他人對該受試者平均評分的相關係數記做自我提升指數 (Rss), 以 Rss 做為自我提升程度的指標。其四個指數構成的公式: $Rss = Xss - Ps - Ts - Cs$ 。依 Kenny 和 La Voie (1984) 的研究說明, Rss 是一個連續變項, 範圍包含負值到正值, 若 Rss 為正值, 即顯示個體具有自我提升傾向, 負值則可能為自我貶抑的傾向。因此在本研究中, 若 Rss 為正值, 則歸類為自我提升組, 若 Rss 為負值, 則將其歸於自我證實組。

桌上遊戲—說書人

為了營造現實生活中的聯誼情境, 我們選用說書人這款桌遊當作聯誼互動破冰的工具, 並達成以下幾個目標: (1) 降低受試者緊張感。 (2) 利用桌遊轉移受試者對於實驗目的注意力。 (3) 增加受試者間的互動。 (4) 利用桌遊來增加受試者使用人際動機透露自己資訊的機會。並讓聯誼成員有機會觀察到每位成員的表現。說書人的遊戲流程主要分成六個階段, 依序進行, 且每回合都只會有一位說書人, 以下為詳細聯誼遊戲說明。

1. 說書出題

當前回合行動的玩家(說書人)挑選手中的 1 張牌面朝下放在自己面前, 並對這張牌進行描述。這個描述可以是一個字、一個詞、一句話、一首詩、一首歌。

2. 進行混淆

其他玩家各自從手中挑選 1 張牌, 並面朝下放於說書人的面前。玩家挑選的牌盡量呼應說書人的「描述」, 因為你出的牌是來欺騙其他玩家的。當所有玩家都出牌後, 說書人將這些牌拿起並且洗均勻, 然後再面朝上放於桌上。

3. 進行投票

說書人說明每張牌卡的編號(例如從左到右分別為 1-5 號)後, 開始進行投票。其他玩家必須猜測說書人所出的牌是哪一張, 並且將對應號碼的投票標記面朝下置於面前。等所有其他玩家都已確定好自己選定的答案後, 一同將投票標記的號碼公開。

4. 公布解答

說書人公布正確解答，也就是他所出的是哪一張牌，並解釋理由。

5. 計算分數

依照不同的情況，會產生不同的結果。

6. 回合結束

將場上的卡片移出遊戲，所有玩家(包含說書人)抽 1 張牌，使手牌保持 6 張。接著由說書人左手邊的玩家成為新的說書人，開始新的回合。

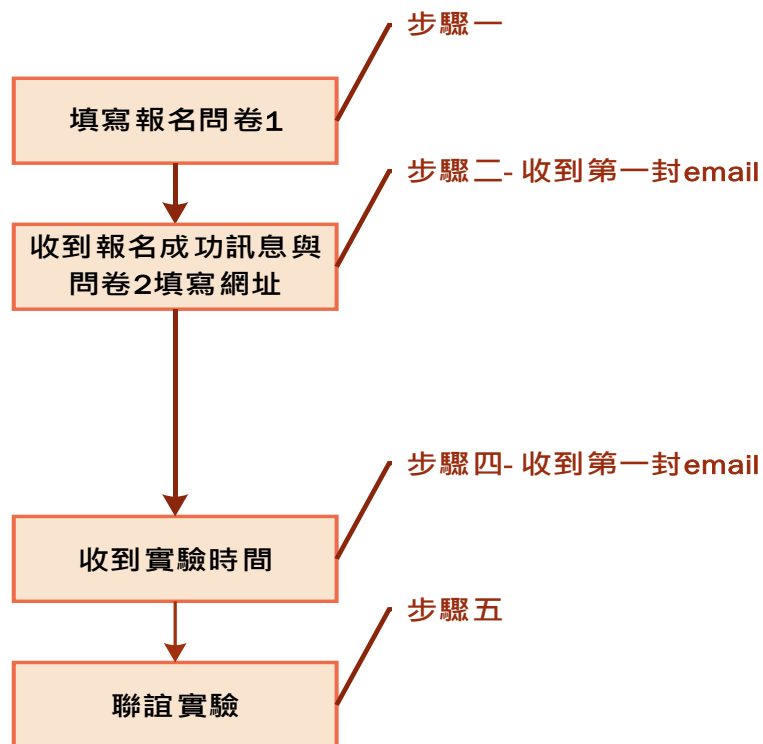
第五節 研究程序

如圖四所示，本研究主要分成四個步驟進行，步驟一、步驟二、步驟四與前置研究雷同，藉由網路與通識課程(非本學期)之教學數位學習平台的電子信箱招募受試者，與前置研究不同之處在於，正式實驗程序少了步驟三。步驟五則為聯誼實驗。

表一為聯誼時程表，聯誼實驗時間共計兩小時十分鐘。一開始經由主持人依據男女比例分派組別後，朗讀實驗須知，並提醒受試者待會需盡量提問組員問題，以便填寫實驗後問卷需填寫的同組組員特質，待受試者填寫完同意書(見附錄八)，請受試者依次自我介紹三分鐘。

自我介紹完隨即開始講解說書人玩法，並開始遊戲進行。每當遊戲中有人到達特定分數時會開始進行處罰，處罰方式是由達到特定分數的贏家挑選兩位異性各提出三個問題，這些問題可以是自由發問得來，或是抽取筆者事先準備好的問題。如果當有人一直贏，主持人會在遊戲中伺機問他問題，以確保每個人都能透露出自己的資訊。總結以上，組員有三種透露自己訊息與他人社交互動的方式，(1)經由說故事的時候透露自己的資訊與價值觀。(2)藉由處罰或主持人提問的方式。(3)在實驗中互相互動聊天。在聯誼結束後，請受試者填寫一份有關異性組員吸引力與特質評估的問卷(見附錄九)

圖四 正式實驗流程



表一 聯誼時程表

0:00-0:10	分配組別、互相認識
0:10-0:15	主持人說明與填寫同意書
0:15-0:25	自我介紹
0:25-1:00	桌上遊戲
1:00-1:10	休息
1:10-1:40	桌上遊戲
1:40-2:10	事後說明與填寫問卷

第六節 統計分析

本研究使用六種統計方式：

- (1)使用環狀分析法來求得目標效應、知覺者效應、自我提升指數，進一步的區分自我提升組與自我證實組。
- (2)使用卡方獨立性檢定來分析不同性別是否偏好不同人際動機
- (3)使用獨立樣本 t 檢定來探討不同人際動機的吸引力差異、不同人際動機的自尊差異、不同性別間的吸引力差異。
- (4) 使用相關矩陣來探討重要變項間的相關
- (5) 使用多元迴歸探討預測變項對效標變項的預測效果

第五章 研究結果

第一節 自我提升與自我證實測量

本研究經過前置研究之後，改採 Kenny 和 La Voie (1984) 人際知覺理論的環狀分析模型 (SRM, social relation model)，直接以受試者在正式實驗團體聯誼中，組員對理想伴侶特質的自我評定與相互評定的填答結果，依環狀設計 (round robin design) 測量法的分析公式 (Warner, Kenny & Stoto, 1979)，得到每位參與者的人際知覺與自我提升的各項指標。本研究總共進行了十四組團體聯誼實驗，因篇幅所限，僅呈現 SRM 分析的兩組實例如表二、表三，以 excel 套裝軟體的統計函數運用，可解出每位參與者的 SE 指標 (Rss)，並篩檢出 Rss 為正值的自我提升組之參與者，反之，負值為自我證實組參與者。

表二 理想伴侶特質 SRM 實例一 (四男二女)

	M95	M94	F51	M30	M93	F02	知覺者效應	SE 指標 (Rss)
M95	107	79	76	83	86	88	-20.02	11.88
M94	125	117	127	127	124	130	20.90	-2.63
F51	113	95	89	126	126	100	4.77	-16.88
M30	124	111	116	95	106	111	9.23	-19.63
M93	116	108	109	110	103	114	5.73	-1.63
F02	124	86	79	78	63	110	-18.73	25.13
目標效應	11.65	-4.77	-2.40	1.90	-4.60	0.10		

表三 理想伴侶特質 SRM 實例二 (三男三女)

	M09	M72	M47	F03	F50	F96	知覺者效應	SE 指標 (Rss)
M09	35	76	75	76	76	77	-19.42	-27.65
M72	75	112	104	141	111	113	10.74	5.35
M47	100	88	128	105	102	112	7.70	29.60
F03	76	90	70	96	83	89	-9.72	3.10
F50	84	100	97	103	116	98	4.78	10.10
F96	73	93	78	103	107	94	-0.63	-7.40
目標效應	-14.76	-092	-6.13	5.78	4.28	5.20		

由於各個聯誼實驗團體的人數不一，從 3 人一組到 8 人一組都有，透過 SPSS 統計程序亦可逐步精準解出每位參與者在互動過程評估所得之知覺者效應、目標效應、自我評價總平均、自我提升 SE(Rss) 等指標，表三整理研究者透過 SPSS 統計程序所得到的全體參與者以及不同聯誼人數組的組數、人數、自我提升組(Rss 指標正值)人數，以及其自我提升 Rss 指標的全距、最大值與最小值、平均數、標準誤等之分布如下表：

表四 不同組別之組數、人數，以及其 Rss 的全距、平均數、標準差分析

聯誼人數組	3 人組	4 人組	5 人組	6 人組	7 人組	8 人組	
統計量							全體
組數	1	1	2	7	1	2	14
人數	3	4	10	42	7	16	82
Rss 正/負值	0/3	1/3	6/4	20/22	4/3	8/8	39/43
Rss 全距	14	32	71.16	93.5	92	58.5	104.17
Rss 平均數	-25.33	-12.57	5.84	0.51	0.68	-0.5	-0.59
Rss 標準誤	4.16	7.34	7.62	2.99	10.87	4.17	2.24

以全體參與者而言，Rss 指標的全距為 104.57 (-43.97 ~ 60.6)，其中，SE 自我提升組(Rss 指標為正值者)共 39 人，約佔 82 位全體參與者的百分之四十七。

綜上所述，本研究以 3~8 人異性聯誼團體的實驗，驗證也建立了人際知覺模式與環狀分析的可行性與實際統計模組，包括 3~8 人六種 excel 模組，以及 SPSS 整體分析模組，可以作為後續研究發展的一個重要研究設計與統計分析方法。

第二節 人際動機與性別是否有關聯

人際動機與性別無關聯， $\chi^2(1, N=82) = .205, p > .05$ 。卡方獨立性檢定未達顯著，意指不論男性或女性在自我提升與非自我提升組的比例均相同。這代表本研究使用環狀分析得來的自我提升指數做為自我提升的分類方法，在性別間並無差異。

表五 人際動機與性別之卡方獨立性檢定

表五 人際動機與性別之卡方獨立性檢定

人際動機	性別		Pearson 卡方	自由度	顯著性(雙尾)
	男	女			
	人數(百分比)				
SE 組	18(45%)	22(55%)	.205	1	.655
SV 組	21(50%)	21(50%)			

第三節 不同人際動機間的吸引力差異情形

自我提升組($M = 27.31, SD = 5.99$)與自我證實組($M = 27.76, SD = 7.43$)的吸引力差異未達顯著 $t(80) = -0.304, p > .05, d = 0.068$ 。

表六 使用獨立樣本 T 檢定不同人際動機的吸引力差異

	T	自由度	顯著性(雙尾)	平均差異	標準誤差異
人際動機	-0.304	80	.762	-0.45431	1.49415

由 Levene 檢定得知，未違反變異數同質性假設

第四節 人際動機間的自尊差異情形

自我提升組($M = 31.55$, $SD = 4.68$)的自尊前測分數顯著高於自我證實組($M = 27.95$, $SD = 5.27$), $t(80) = 3.264$, $p < .05$, $d = 0.7299$ 。此一結果與前章文獻回顧討論過的實證研究結果相似，顯示自我提升組相較於自我證實組，具有較高的自尊。

表七 使用獨立樣本 T 檢定不同人際動機的自尊前測差異

	T	自由度	顯著性(雙尾)	平均差異	標準誤差異
人際動機	3.264	80	.002*	3.59762	1.10238

由 Levene 檢定得知，未違反變異數同質性假設

此外，自我提升組($M = 30.98$, $SD = 6.59$)與自我證實組($M = 28.90$, $SD = 5.38$)的自尊後測分數差異未達顯著 $t(80) = 1.562$, $p > .05$, $d = 0.349$ 。與前幾節所述相同，因為統計結果所得的效果量屬中型效果量，自我提升與自我證實組的自尊後測差異不顯著，可能是肇因於人數取樣不夠多所致。亦可能在聯誼過程之後，自尊各自有所變動，使得原先自我提升組自尊前測較高的情形產生了改變。

表八 使用獨立樣本 T 檢定不同人際動機的自尊後測差異

	T	自由度	顯著性(雙尾)	平均差異	標準誤差異
人際動機	1.562	80	.122	2.07024	1.32571

由 Levene 檢定得知，未違反變異數同質性假設

綜上所述，人際動機組間的前測自尊具有差異，自我提升組高於自我證實組。不同人際動機間的吸引力則並無差異，是否可能因僅進行一次的團體聯誼，穩定的效果還不易呈現，有待未來進一步探討。

第五節 性別間的吸引力差異情形

男性組($M = 27.03$, $SD = 7.50$)與女性組($M = 28.00$, $SD = 5.99$)的吸引力分數差異未達顯著， $t(80) = -0.650$, $p > .05$, $d = -0.1453$ 。此結果顯示，男性與女性在吸引力上並無差異。人際動機與性別並無關聯。不同性別間的吸引力差異亦不顯著。性別的重要性與影響力，可能不如性別特質的影響，此有待未來的後續探討。

表九 使用獨立樣本 T 檢定不同性別間的吸引力差異

	T	自由度	顯著性(雙尾)	平均差異	標準誤差異
性別	-0.650	80	.517	-.97054	1.49241

由 Levene 檢定得知，未違反變異數同質性假設

第六節 重要變項之間的相關矩陣

表十 重要變項間的相關矩陣 (p-value)

全體	1	2	3	4	5	6	7
1.平均異性評己吸引力	1						
2.自我提升指數 Rss	.008	1					
3.目標效應	.469**	-.544**	1				
4.知覺者效應	-.057	-.420**	.226*	1			
5.聯誼前自尊自評總分	.173	.379**	.181	.080	1		
6.聯誼後自尊自評總分	.198	.130	.262*	-.002	.696**	1	
7.前測自評 16 特質總分	.206	.608*	.023	.270*	.629**	.336**	1
SE 組	1	2	3	4	5	6	7
1.平均異性評己吸引力	1						
2.自我提升指數 Rss	-.016	1					
3.目標效應	.461**	-.594**	1				
4.知覺者效應	-.235	-.195	.011	1			
5.聯誼前自尊自評總分	.253	.205	.316*	.050	1		
6.聯誼後自尊自評總分	.248	-.144	.318*	-.151	.596**	1	
7.前測自評 16 特質總分	.143	.365*	.113	.584**	.445**	-.019	1
SV 組	1	2	3	4	5	6	7
1.平均異性評己吸引力	1						
2.自我提升指數 Rss	.078	1					
3.目標效應	.544**	-.304	1				
4.知覺者效應	.069	-.463**	.319*	1			
5.聯誼前自尊自評總分	.158	.174	.371*	.354*	1		
6.聯誼後自尊自評總分	.178	.186	.386*	.319*	.802**	1	
7.前測自評 16 特質總分	.358*	.325*	.450**	.516**	.653**	.635**	1

* 在顯著水準為.05 時 (雙尾)，相關顯著。

**在顯著水準為.01 時 (雙尾)，相關顯著。

第七節 自我證實與自我提升組預測吸引力之迴歸分析結果

分別對 SE 組和 SV 組，進行了以 1. 平均異性評己吸引力 2. 自我提升指數 Rss 3. 目標效應 4. 知覺者效應 5. 聯誼前自尊自評總分 6. 聯誼後自尊自評總分 7. 前測自評 16 特質總分為預測變項，平均異性評己吸引力分數為效標變項進行逐步迴歸分析。

在 SE 組上，其結果顯示逐步處理後的多元迴歸是顯著的， $F(2,37) = 8.52, p < .005, R^2 = .315$ 。針對預測變項的分析，目標效應 [$\beta = .698, t(38) = 4.126, p < .05$] 及自我提升指數 [$\beta = .398, t(38) = 2.355, p < .05$] 是顯著的，其結果顯示目標效應、自我提升指數可以預測 SE 組的平均異性評己吸引力分數。

在 SV 組上，其結果顯示逐步處理後的多元迴歸是顯著的， $F(1,40) = 16.781, p < .005, R^2 = .296$ 。針對預測變項的分析，目標效應 [$\beta = .544, t(40) = 4.0596, p < .05$] 及是顯著的，其結果顯示目標效應可以預測 SV 組的平均異性評己吸引力分數。

表十一 目標效應、自我提升指數對吸引力之迴歸係數

模式	B 之估計值	Beta 分配	顯著性
SE 組			
常數	26.094		.00***
目標效應	.423	.698	.00***
自我提升指數	.172	.398	.024*
SV 組			
常數	26.345		.00***
目標效應	.547	.544	.00***

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

整體來說，影響異性評己吸引力的主要預測變項，在 SE 組為目標效應與自我提升指數，在 SV 組為目標效應。對自我提升組而言，自我提升指數可以預測聯誼異性評己之吸引力。對於人際動機與人際策略的理論，亦可進一步思考未來可行的探討與應用。

第六章 結論與建議

第一節 結論

總結而言，本研究屬於自我證實、自我提升之初步研究。研究執行上，我們主要發現到文化差異因素可能會導致亞洲文化下的人們傾向選擇表現謙虛的回饋，這個意外的發現，會嚴重影響自我證實與自我提升的分類。因此我們修改了原先的設計，使用環狀分析的方式所得之自我提升指數來進行自我證實與自我提升的分類。

根據本研究之結果，綜合歸納出本研究之結論，茲分述如下。

1. 本研究以 3-8 人異性聯誼團體的實驗，驗證也建立了人際知覺模式與環狀分析的可行性與實際統計模組，包括 3~8 人六種 excel 模組，以及 SPSS 整體分析模組，可以作為後續研究發展的一個重要研究設計與統計分析方法。
2. SPSS 整體分析模組統計顯示，Rss 指標的全距為 104.57(-43.97~60.6)，其中，SE 自我提升組(Rss 指標正值)共 39 人，約佔 82 位全體參與者的百分之四十七。
3. 人際動機與性別並無關聯。不同性別間的吸引力差異亦不顯著。性別的重要性與影響力，可能不如性別特質的影響，此有待未來的後續探討。
4. 人際動機組間的前測自尊具有差異，自我提升組高於自我證實組。不同人際動機間的吸引力則並無差異，是否可能因僅進行一次的團體聯誼，穩定的效果還不易呈現，有待未來進一步探討。
5. 影響異性評己吸引力的主要預測變項，在 SE 組為目標效應與自我提升指數，在 SV 組為目標效應。對自我提升組而言，自我提升指數可以預測聯誼異性評己之吸引力。對於人際動機與人際策略的理論，亦可進一步思考可行的探討與應用。

第二節 研究限制、建議與展望

雖然研究自我證實與自我提升運用的領域很廣且非常重要，但真正能同時有效區分，甚至操弄這兩者的研究非常少，這是因為要同時區分這兩者，在實務上是困難重重，第二個限制在於受試者的取樣困難。第三個限制在於評量的編製需要再更嚴謹的檢驗信、效度的問題。第四個限制在於環狀分析的統計數據拿來做回歸與相關會不會產生一些問題，過去文獻未曾清楚記載。基於以上因素可能導致實驗結果的失真，我們盡可能的小心詮釋現階段所得的實驗結果。

儘管我們很快的承認這個研究是探索性的，在取樣與統計形式上有些問題，但我們也非常清楚這個實驗關注議題的價值洞見，可以產生許多後續的特色議題，同時，這些研究的限制也可能會繼續困惑未來的研究者。本研究的價值在於更具體的釐清問題所在，並開創一些過去未曾使用的研究工具與設計。

未來針對自我證實與自我提升的研究顯然是必要的，但這些實驗設計的執行已是一個令人振奮的起步，我們意欲在未來一系列的實驗研究中繼續探求這個研究主軸，以建立更完善的理論基礎和研究方法。

解決受試者取樣上的困難

筆者在最初研究設計時，未考慮到實際執行上會面臨到如此多的阻礙，首先，研究程序太過冗長使的每個階段都有受試者流失，也讓資料輸入上更為複雜，此外，因為每位受試者的有空的時間都不同，有些時段人很多，有些時段人很少，有些時段男女比例失衡，也造成實驗分組上遭遇困難，而使問題最棘手的是每組的人數、男女比例不同，這可能會反應出不符合預期的統計結果。在未來的研究中，筆者會盡量減化實驗程序，找尋更簡便可行的替代方案。針對招募受試者方面，我們也會增加合作學校與樣本人數。

自我證實與自我提升的分類方式

本研究在自我證實與自我提升分類上遭遇困難，最初設計是採用 Kwang 和 Swann (2010) 研究中提到的方法，利用受試者對回饋的偏好來進行 SE、SV、SE+SV 的分組。然而這種方法在前置研究中意外發現，大部分的受試者選擇 SV、極少數選擇 SE+SV、但完全沒有受試者選擇 SE 的回饋。這可能是肇因於亞洲文化崇尚謙虛的文化差異因素。因此我們最後選用環狀分析得到的自我提升指數做為區分 SE、SV 的依據。

因為過去的研究大多只單獨探討自我證實或自我提升，而相對少數研究雖然同時探討並區別自我證實與自我提升，但在區別方式上差異甚大。筆者認為自我提升與自我證實應該就以下三種分類方式的不同，做出更具體的概念性定義和操作性定義。(1) 利用受試者本身為出發，依據受試者偏好的回饋傾向來分類。(2) 利用填寫自我證實、自我提升量表分類。(3) 依據環狀分析得到的自我提升指數來分類。

此外，近來的研究指出，有些人可能同時會採取多種人際策略，因此後續的研究應該具體探究將人際策略（動機）具體二分的方式是否恰當。

探討自我證實與自我提升中的動機與策略

在自我證實和自我提升的定義中，隱含著動機與策略兩種意義。動機指的是個體內在尋求那些能讓自己自我提升或自我證實回饋的渴望，而策略指的是從他人為出發點，評估個體思維與現實能力間的落差傾向，而這種傾向是可以是人為刻意操弄營造的。自我提升和自我證實的動機與策略可以是矛盾的，例如，有時人們尋求自我證實的回饋，但在他人眼中卻是表現出自我提升的傾向。關於動機與策略的區辨值得後續研究探討。在策略方面也可發展一套使用 SE、SV 的指導策略，並探討人際策略和特質得分間的相關。

統計處理

統計處理上我們使用了較為特別的環狀分析法，這種方法可以讓我們得到自我提升分數、目標效應分數、知覺者效應分數，然而這種方法國內使用的並不多見，深入了解這種統計方法得出的統計量是否在推論統計有其限制，需要花費相當多時間，這使得筆者未能在執行計畫期間，嚴謹的閱讀更多環狀分析法的相關文獻，這個問題必須在未來謹慎以對。

自我提升係數分類方式的利與弊

以自我提升係數做為分類方式是基於社會關係取向(SRM)的基本假設，其優點是方便且包含自我與他人兩種評價，缺點則是概念界定上的模糊。依 Kenny 和 La Voie (1984)的研究說明，Rss 是一個連續變項，範圍包含負值到正值，若 Rss 為正值，即顯示個體具有自我提升傾向，負值則可能為自我貶抑的傾向。因此在本研究中，若 Rss 為正值，則歸類為自我提升組，若 Rss 為負值，則將其歸於自我證實組。此種歸類方式是否最佳方案，值得未來進一步探討。若樣本數夠大，或可以考慮依理論的向度，將研究樣本分為自我提升組、自我證實組、自我貶抑組，三個不同程度的人際動機的組別，或許更能精準的探討人際動機與人際策略對人際吸引力的影響效果。

第七章 參考資料

李美枝 (1983)。兩性之間的喜歡、愛情與婚前性行為容許度，*中華心理學刊*，25: 121-135。

邱宗怡 (2004)。伴侶行為肯定對心理安適的影響：個人與關係層次自我確定性的中介歷程。國立台灣大學心理學研究所碩士論文。

Asendorpf, J. B., & Ostendorf, F. (1998). Is self-enhancement healthy? Conceptual, psychometric, and empirical analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(4), 955.

Bonanno, G. A., Rennie, C., & Dekel, S. (2005). Self-enhancement among high-exposure survivors of the September 11th terrorist attack: Resilience or social maladjustment? *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 984-998

Burke, P. J., & Stets, J. E. (1999). Trust and commitment through self-verification. *Social Psychology Quarterly*, 347-366.

Chang, L., & Lu, H. (2011). Self-deceive to countermine detection. *Behavioral and Brain Sciences*, 34, 24-25.

Colvin, C. R., Block, J., & Funder, D. C. (1995). Overly positive self-evaluations and personality: negative implications for mental health. *Journal of Personality and Social Psychology; Journal of Personality and Social Psychology*, 68(6), 1152.

Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman.

Dauenheimer, D. G., Stahlberg, D., Spremann, S., & Sedikides, C. (2002). Self-enhancement, self-verification, or self-assessment? The intricate role of trait modifiability in the self-evaluation process. *Revue Internationale De Psychologie Sociale*.

De La Ronde, C., & Swann Jr, W. B. (1998). Partner verification: restoring shattered images of our intimates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(2), 374

Dong, Y., & Yu, G. L. (2005). The development and prospect of self-enhancement researches. *Advances in Psychological Science*, 13, 178-185. [董妍, 俞国良. (2005). 自我提升的研究现状与展望. *心理科学进展*, 13, 178-185.]

Fu, C., & Lv, H. (2013). Self-Enhance or self-verification: the conditions of motivation and effect. *Advances in Psychology*, 3, 9-15. [付彩虹, 吕厚超. (2013). 自我提升还是自我验证：产生条件及影响. *心理学进展*, 3, 9-15.]

- Gaertner, L., Sedikides, C., & Chang, K. (2008). On Pancultural Self-Enhancement: Well-Adjusted Taiwanese Self-Enhance on Personally Valued Traits. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 39, 4, 463-477.
- Gu, M. (2004). A brief introduction of Swann's self-verification theory and research. *Advances in Psychological Science*, 12(2), 423-428. [辜美惜. (2004). Swann 自我驗證理論及實證研究簡介[J]. *心理科學進展*, 12(3):423-428.]
- Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social psychology*, 60(6), 895.
- Katz, J., & Beach, S. R. (1997). Self-verification and depressive symptoms in marriage and courtship: A multiple pathway model. *Journal of Marriage and the Family*, 903-914.
- Katz, J., Arias, I., & Beach, S. R. (2000). Psychological abuse, self-esteem, and women's dating relationship outcomes: A comparison of the self-verification and self-enhancement perspectives. *Psychology of women quarterly*, 24(4), 349-357.
- Katz, Jennifer, and Steven RH Beach. (2000). Looking for love? Self-verification and self-enhancement effects on initial romantic attraction. *Personality and Social Psychology Bulletin* 26.12: 1526-1539.
- Kenny, D. A., & La Voie, L. (1984). The social relations model. *Advances in experimental social psychology*, 18, 142-182.
- Kitayama, S., Markus, H. R., Matsumoto, H., & Norasakkunkit, V. (1997). Individual and collective processes in the construction of the self: self-enhancement in the United States and self-criticism in Japan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 6, 1245-67.
- Kwan, V. S., John, O. P., Kenny, D. A., Bond, M. H., & Robins, R. W. (2004). Reconceptualizing individual differences in self-enhancement bias: an interpersonal approach. *Psychological Review; Psychological Review*, 111(1), 94.
- Kwang T., Swann Jr. W.B. (2010) . Do people embrace praise even when they feel unworthy? a review of critical tests of self-enhancement versus self-verification .*Personality and Social Psychology Review*, 14 (3) , pp. 263-280.
- Liu, X. C. (2006). *Characteristics of self-enhancement in college students and its relationship to interpersonal relationship*. Unpublished Master Thesis, Shandong Normal University. [刘尚岑. (2006). *大学生自我提升的特点及其与人际交往的关系*. 硕士学位论文, 山东师范大学.]
- Liu, X. C. (2009). *Development of self-enhancement in adolescence and its relationship to adjustment*. Unpublished Doctorial Dissertation, East China Normal University. [刘尚岑. (2009). *青少年自我提升的发展及其与适应的关系*. 博士学位论文, 华东师范大学.]

- Liu, X. C., Sang, B., & Dou, D. H. (2011). Pros and cons of self-enhancement: Theory, empirical research, and application. *Advances in Psychological Science*, 19, 883–895. [刘岗岑, 桑标, 窦东徽. (2011). 自我提升的利与弊: 理论、实证及应用. *心理科学进展*, 19, 883–895.]
- Liu, X. C., Sang, B., & Zhang, W. X. (2010). Characteristics of college students' self-enhancement and its relationship to self-esteem. *Psychological Science*, 33, 294–298. [刘岗岑, 桑标, 张文新. (2010). 大学生自我提升的特点及其与自尊的关系. *心理科学*, 33, 294–298.]
- Liu, X. C., Sang, B., & Dou D.H. (2011). Explicit and implicit self-enhancement as functions of interpersonal contexts. *Acta Psychologica Sinica*, Vol. 43, No.11, 1293–1307.
- Sedikides, C., & Strube, M. J. (1997). Self evaluation: To thine own self be good, to thine own self be sure, to thine own self be true, to thine own self be better. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1997, 29, 209-269.
- Shrauger, J. S. (1975). Responses to evaluation as a function of initial self-perceptions. *Psychological Bulletin*, 82(4), 581.
- Swann Jr, W. B., De La Ronde, C., & Hixon, J. G. (1994). Authenticity and positivity strivings in marriage and courtship. *Journal of personality and social psychology*, 66(5), 857.
- Swann, W. B. J., Wenzlaff, R. M., Krull, D. S., & Pelham, B. W. (1992). Allure of negative feedback: self-verification strivings among depressed persons. *Journal of Abnormal Psychology*, 101, 2, 293-306.
- Swann, W. B., Griffin, J. J., Predmore, S. C., & Gaines, B. (1987). The cognitive–affective crossfire: When self-consistency confronts self-enhancement. *Journal of personality and social psychology*, 52(5), 881.
- Swann, W. B., Jr., Pelham, B. W., & Krull, D. S. (1989). Agreeable fancy or disagreeable truth? How people reconcile their self-enhancement and self-verification needs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 782-791.
- Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: a social psychological perspective on mental health. *Psychological bulletin*, 103(2), 193.
- Taylor, S. E., Lerner, J. S., Sherman, D. K., Sage, R. M., & McDowell, N. K. (2003). Are self-enhancing cognitions associated with healthy or unhealthy biological profiles?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 4, 605-15.
- Teng, F. F., Wang, D. F., & Zhou, L. (2008). Pattern of explicit self-enhancement of Chinese undergraduate. *Chinese Journal of Clinical Psychology*, 16, 52~53.
- Tyler, T. R., & Blader, S. L. (2001). Identity and cooperative behavior in groups. *Group Processes &*

Intergroup Relations, 4(3), 207-226.

Wang, Y. (2005). About the controversy on the universality of self-enhancement bias, *Advances in Psychological Science*, 13 (6) : 822~827.

Warner, R. M., Kenny, D. A., & Stoto, M. (1979). A new round robin analysis of variance for social interaction data. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(10), 1742.

Zhang, L. (2007). *Jin hua xin li xue*. Guangzhou: Guangdong gao deng jiao yu chu ban she.[张雷. (2007). *进化心理学*. 广州: 广东高等教育出版社.]

Zhang, Y. Y. (2006). *The relation orientation and the effect of relation orientation on self-enhancement of undergraduates*. Unpublished Master Thesis, Central China Normal University. [张阳阳. (2006). *大学生关系取向及其对自我提升的影响研究*. 硕士学位论文, 华中师范大学.]

Zuo, B., & Zhang, Y. Y. (2006). On the cultural diversities of self-enhancement bias. *Psychological Science*, 29,239-242. [佐斌, 张阳阳. (2006). 自我增强偏向的文化差异. *心理科学*, 29, 239-242.]

第八章 附錄

附錄一

網路報名問卷

社會心理學實驗：人際策略對吸引力影響 報名

社會心理學實驗：人際策略對吸引力影響 報名

*必填

姓名 *

這是必填問題

年齡 *

就讀學校 *

性別 *

- 男性
 女性

科系 *

年級 *

Email *

您可參加的實驗場次 (可複選，報名成功後會再告知您被分派到哪個場次) *

- 11/16 (六) 早上10:00-13:00
- 11/16 (六) 下午14:00-17:00
- 11/17 (日) 早上10:00-13:00
- 11/17 (日) 下午14:00-17:00
- 11/23 (六) 早上10:00-13:00
- 11/23 (六) 下午14:00-17:00
- 11/24 (日) 早上10:00-13:00
- 11/24 (日) 下午14:00-17:00
- 11/30(六)早上10:00-13:00
- 11/30(六)下午14:00-17:00
- 12 /01 (日) 早上10:00-13:00
- 12 /01 (日) 下午14:00-17:00
- 12/07(六) 下午14:00-17:00
- 12/08 (日) 早上10:00-13:00
- 12/08 (日) 下午10:00-13:00
- 12/14(六)早上10:00-13:00
- 12/14 (六) 下午14:00-17:00
- 12/15(日)早上10:00-13:00
- 12/15 (日) 下午14:00-17:00

手機 *

第一封實驗通知信件

國科會大專生計畫-聯誼實驗招募訊息

親愛的受試者您好：

感謝您成功報名參與我們的心理學實驗，這些問卷的填答結果都會運用到心理學研究中，您的填答資料皆會依研究倫理法，將任何可辨識您的身分與個人隱私資料視為機密處理且不會公開，且不會向與本研究不相干的人員透露。下為您簡短的說明本次實驗前需要做的幾個步驟：

1. 收到報名成功訊息與問卷網址，並填寫問卷
2. 收到回饋單並填寫
3. 收到人際策略回函、聯誼時間
4. 聯誼實驗

以下為問卷網址：

<http://www.mysurvey.tw/s/X2Smz3NP?customId=>

聯絡方式：st52332002@yahoo.com.tw / 0978700060 / 陳俊良

步驟二 特質重要性問卷

引言

感謝您參與本研究。此同意書主要是提供您本研究之相關資訊，以便您決定是否參加本研究。計畫主持人或其指定之研究人員會為您說明研究內容並回答您的疑問。您可以提出任何和此研究有關的問題，在您的問題尚未獲得滿意的答覆之前，請不要簽署此同意書。當您填答問卷時有任何一項題目讓您感到不舒服，您可以選擇拒絕回答；如果您願意參與本研究，此文件視為您的同意紀錄。不過在您同意後，您也可以隨時退出本研究不需任何理由。

您可自由決定是否參加本計畫；研究過程中也可不需任何理由隨時撤銷同意、退出計畫，且不會引起任何不愉快或有任何附加的懲罰，或影響到您任何其他方面的權益（例如：工作／醫療照護／學校成績）。

個人基本資料

此「個人基本資料」請您針對自己的狀況來填寫或勾選

1. 您的身份 *

大學生 碩士生 博士生 其他

2. 您的年齡（足歲） *

接受研究受試者如果年齡為20歲以下，視為限制行為能力人，應得其本人與法定代理人同意。
本題具有三個選項 18、19、其它。
如果您的年齡為20以上，請勾選其它，並填寫您的真實年齡。

18 19 其他

4. 校別（請填校名） *

中山醫學大學 中興大學

5. 系別 *

請填就讀科系

6. 年級 *

一年級 二年級 三年級 四年級 五年級 六年級 七年級

7. 生理性別 *

男性 女性

8. 我的戀愛傾向 *

異性戀 同性戀 雙性戀

9. 我目前有無固定伴侶？ *

有 無

第一階段

10. 哪些人格特質對於異性交往是重要的？ *

在不考慮是否具有這些人格特質的情況下，您認為在您的性別上，哪些人格特質對於吸引異性上是重要的。

以下形容詞在異性交往時的重要性，每題請圈選一個最適當的數字，代表重要的程度，圈選的數字越大，代表你認為該特質在異性吸引與交往中越是重要：

	非常 不重 要 1	有點 重要 2	重要 3	很重 要 4	非常 重要 5
(1) 溫柔體貼的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(2) 身體健康的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3) 親切誠懇的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4) 樂觀的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(5) 成熟的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(6) 富同情心的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(7) 外表吸引人的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(8) 有進取心的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(9) 有主見的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(10) 整潔的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(11) 自信心強的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(12) 獨立的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(13) 心細的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(14) 聰明的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(12) 獨立的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(13) 心細的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(14) 聰明的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(15) 幽默風趣的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(16) 可信賴的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. 對自己的看法 *

以下陳列了許多過去文獻記載對於異性吸引力重要的人格特質，請針對以下的形容詞來判斷，符合您自身擁有的程度。

以下的形容詞是不是適合描述您，每題請圈選一個最適當的數字，代表適合您的程度，圈選的數字越大，代表該形容詞越適合描述您：

- 完全不能描述 1
- 幾乎不能描述 2
- 大致不能描述 3
- 有點可以描述 4
- 部份可以描述 5
- 大致可以描述 6
- 相當可以描述 7
- 非常可以描述 8
- 完全可以描述 9

完全 不能 描述	幾乎 不能 描述	大致 不能 描述	有點 可以 描述	部份 可以 描述	大致 可以 描述	相當 可以 描述	非常 可以 描述	完全 可以 描述
1	2	3	4	5	6	7	8	9

(1) 溫柔體貼的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(2) 身體健康的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3) 親切誠懇的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4) 樂觀的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(5) 成熟的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(6) 富同情心的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(7) 外表吸引人的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(8) 有進取心的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(9) 有主見的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(10) 整潔的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(11) 自信心強的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(12) 獨立的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(13) 心細的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(14) 聰明的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(15) 幽默風趣的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(16) 可信賴的 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. 羅斯伯自尊量表 *

說明：這份問卷共有10題，每一題都附有如下之選項：

- 非常不同意 1
- 不同意 2
- 同意 3
- 非常同意 4

請您讀完每一句問題後，試著由找出最符合自己狀況的描述。

	非常 不同 意 1	不同 意 2	同意 3	非常 同意 4
(1) 整體來說，我滿意自己 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(2) 有時我會覺得自己一點好處都沒有 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3) 我覺得自己有不少優點 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4) 我能夠做到與大部份人的表現一樣好 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(5) 我認為自己沒有什麼可以值得自豪 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(6) 有時我十分覺得自己一無是處 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(7) 我覺得自己是個有價值的人，最低限度我與其他人有一樣的價值 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(8) 我希望我能夠多一些尊重自己 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(9) 從各方面看來，我是較傾向覺得自己是一個失敗者 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(10) 我用正面的態度看自己 *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

問卷已經結束了，謝謝您!

約 2-3 天後我們會寄送回饋文到您的信箱

第二封實驗通知信件

國科會大專生計畫-聯誼實驗招募訊息

親愛的受試者您好：

附錄檔案是一份關於聯誼對象回饋的選擇，請依據您的個人喜好，選擇一個您最想與他(她)參與聯誼實驗的對象。在填答完問卷後，請將您的選擇寄到以下信箱：st52332002@yahoo.com.tw 隨後您將會收到一封關於聯誼使用人際策略的文章，即完成聯誼實驗前的程序。

聯絡方式：st52332002@yahoo.com.tw / 0978700060 / 陳俊良

步驟三 回饋單

國科會大專生計畫-聯誼實驗招募訊息

親愛的受試者您好：

在此研究中，我們根據您的填答結果，製作了以下分別來自三位受試者給予您的回饋，請您就下列的三份回饋中，挑選一位最想與他(她)一起參加團體聯誼活動的異性。請仔細讀完下面三個回饋之後，再做出您的選擇。

(A)、這位異性覺得您是樂觀的、自信心強的，也是親切誠懇、外表吸引人、有進取心和聰明的，認為這樣的男生對她來說很有吸引力。

(B)、這位異性覺得您並非樂觀的、也並非自信心強的，但卻是成熟、獨立的，也是溫柔體貼、有主見、可信賴的，認為這樣的男生對她來說很有吸引力。

(C)、這位異性覺得您是樂觀的、自信心強的，也是親切誠懇、外表吸引人、有進取心和聰明的；也是成熟、獨立的、溫柔體貼、有主見、可信賴的，認為這樣的男生對她來說很有吸引力。

上述三位異性之中，我最想和 ____ 一起參加團體聯誼活動。

聯絡方式：st52332002@yahoo.com.tw / 0978700060 / 陳俊良

第三封實驗通知信件

國科會大專生計畫-聯誼實驗招募訊息

親愛的受試者您好：

經過我們的分派，您被分配到 11/16（六）早上 10:00-13:00 的時段，地點在中山醫學大學正心樓 10 樓。如果您需要更改其它時間，請來信告知你想要更換的時段

實驗內容 包含了自我介紹、桌遊、互相認識、填問卷，因此請您先準備一份 1.5 分鐘的自我介紹，並詳細看過附錄文件的說明，在聯誼時盡量使用這些表現策略。

再次提醒您，20 歲以下的受試者屬於限制行為能力人，需要有法定代理人同意，並取得法定代理人簽章。此外，根據國科會的經費核銷法規，受試者若需領取車馬費必須在聯誼當天攜帶身分證正反面影本，以做為核銷依據，如果您不需領取車馬費則不需要攜帶身分證影本。

已閱讀過此 郵件，請回信給我，以便分配組別，謝謝

聯絡方式：st52332002@yahoo.com.tw / 0978700060 / 陳俊良

人際策略指導語

國科會大專生計畫-聯誼實驗招募訊息

SE 指導語

親愛受試者您好：

首先，感謝您熱心參與本次的研究。本研究的目的主要在探討人際策略對於異性交往初期的影響。在過去的研究中發現第一印象在異性交往初期佔有很大的地位，而第一印象可以藉由幾個策略提高。因此，我們依據不同受試者填答的問卷結果，制定出一套屬於他們在聯誼中使用的人際策略。

藉由您前次填答的回饋單，我們認為您較適合採用 A 型策略。為了讓人際策略更有效的幫助到您，請您務必在聯誼實驗時使用以下提到的幾個方法：

外顯行為	盡量誇大自己的優點，避談自己的缺點
自尊	在聯誼中請忽視任何萌發的負面想法，盡可能的維持高自尊
內在信念	認為自己是整組裡最厲害的，並盡量在聯誼中維持正面、積極、開心的想法。
讓別人對你的印象	認為你很厲害。
策略方針	<ol style="list-style-type: none">1. 自我介紹時吹捧自己至少一個優點，避談缺點2. 至少找二個異性詢問對方的興趣3. 對每名異性至少提出一個問題或都有所交談
避免	沉默寡言

社會、行為、人文科學領域「知情同意書」問卷專用

引言

感謝您參與本研究。此同意書主要是提供您本研究之相關資訊，以便您決定是否參加本研究。計畫主持人或其指定之研究人員會為您說明研究內容並回答您的疑問。您可以提出任何和此研究有關的問題，在您的問題尚未獲得滿意的答覆之前，請不要簽署此同意書。**當您填答問卷時有任何一項題目讓您感到不舒服，您可以選擇拒絕回答**；如果您願意參與本研究，此文件視為您的同意紀錄。不過在您同意後，您也可以隨時退出本研究不需任何理由。

您可自由決定是否參加本計畫；研究過程中也可不需任何理由隨時撤銷同意、退出計畫，且不會引起任何不愉快或有任何附加的懲罰，或影響到您任何其他方面的權益（例如：工作／醫療照護／學校成績）。

一. 研究計畫簡介

研究機構名稱：中山醫學大學心理系
計畫主持人：王慶福 職稱：副教授
委託合作單位/廠商：國科會
電話：0921356456 職責：執行

計畫與知情同意程序

協同主持人：陳俊良 職稱：學生 電話：0978700060

二十四小時緊急聯絡人：王慶福 電話：0921356456

- (1) 計畫名稱：吸引異性的策略：自尊、自我提升、自我證實對吸引異性的影響
- (2) 研究目的：探討人們採取的人際策略在異性吸引上的效果是否有差異，以及自尊的中介效果
- (3) 研究參與者之招募條件：中山醫學大學與中興大學之在校學生

二. 機密性

本計畫依法把任何可辨識您的身分之紀錄與您的個人隱私資料視為機密來處理，不會公開，也不會向與本研究不相關的人員透露。本計畫的研究人員

、研究倫理委員會的成員以及委託單位皆有法定的權利檢閱您的研究紀錄並確定研究者所進行的研究是否恰當和是否已充分保障您作為研究參與者的權利，但在正常的情況下只有本計畫的研究人員可檢閱可識別您身分的資料，如非必要，研究人員將不會將這些資料向其他單位呈報，而且上述所有人員皆承諾絕不違反您的身分之機密性。

如果發表或出版研究結果，您的身分仍將保密。您的回應將加以編號，而連結您的姓名與此編號文件之編碼將分別儲存並保密。所有研究紀錄將妥善儲存並保密。在研究過程中，若有新資訊將可能影響您是否繼續參與本計畫，計畫主持人將特別通知。

三. 研究對象權利：

- (1) 參與研究期間您不需額外負擔任何費用。
- (2) 為感謝您參與本研究問卷調查，填答後我們將贈送您一份價值 50 元的禮物，以表達感謝。
- (3) 如果你(妳)在研究過程中對研究計畫產生疑問，或對身為研究對象之權利有意見或懷疑因參與研究而受害時，可與本院之人體試驗委員會秘書處聯絡請求諮詢，其電話號碼為：04-24739595 ext.21737；傳真號碼為：04-35073516；e-mail：irb@csh.org.tw。
- (4) 為進行研究計畫，如果你(妳)現在或於研究期間有任何問題或狀況，請不必客氣，可與主持人王慶福聯絡。(聯繫電話：0921356456)。
- (5) 本同意書一式兩份，研究者已將同意書副本交給你(妳)，並已完整說明本研究之性質與目的。王慶福計畫主持人已回答您有關與研究相關的問題。

四. 執行紀錄：

請不要著急，花一些時間考慮上述資訊，如有任何地方不清楚，請不要猶豫進一步詢問陳俊良 (計畫共同主持人)。

- (1) 計畫主持人、協同主持人或代理主持人已詳細解釋有關本研究計畫中上述研究方法的性質與目的，及可能產生的危險與利益。

計畫主持人/協同主持人/代理主持人簽章：

日期：西元□□□□年□□月□□日

- (2) 研究對象已詳細瞭解上述研究方法及其所可能產生的危險與利益，有關本研究計畫的疑問，業經計畫主持人詳細予以解釋。本人同意接受為研究計畫的自願研究對象。

研究對象簽章：

日期：西元□□□□年□□月□□日

- (1) 接受研究受試者為**限制行為能力人**，應得其本人與法定代理人同意；接受研究受試者為**無行為能力人**，應得其法定代理人同意。法定代理人若簽署本文件即視為已詳細瞭解如下人體試驗管理辦法第五條（參如下）。並於簽署時，已自行確認是符合簽署次序，若不符合簽署次序而簽署者，所致同意書失效，應負相關法律責任。**[若您已經排除這類受試者，本項次可以自行刪除。]**

法定代理人簽章：

關係：

聯絡電話：□□□□□□□□

通訊地址：

日期：西元□□□□年□□月□□日

組員吸引力與特質評估問卷

一、對聯誼組員的看法 依這次聯誼的初步感受，您覺得以下的形容詞是不是適合描述其他聯誼組員，每個空格請填選一個最適當的數字，代表適合的程度，填入的數字越大，代表該形容詞越適合描述：

1 完全不能描述					
2 幾乎不能描述					
3 大致不能描述					
4 有點可以描述					
5 部份可以描述					
6 大致可以描述					
7 相當可以描述					
8 非常可以描述					
9 完全可以描述					
請填入數字 例如.a 特質	9	3	4	1	6
1.溫柔體貼的					
2.身體健康的					
3.親切誠懇的					
4.樂觀的					
5.成熟的					
6.富同情心的					
7.外表吸引人的					
8.有進取心的					
9.有主見的					
10.整潔的					
11.自信心強的					
12.獨立的					
13.心細的					
14.聰明的					
15.幽默風趣的					

16.可信賴的					
---------	--	--	--	--	--

二、對異性聯誼組員的感覺 經過這次聯誼的初步認識，以下的題目每題請從 1 至 9 填選一個最適當的選項數字，代表你對這位異性組員的初步感受，數字越大表示程度越強：

	組員	組員	組員
	1. _____	2. _____	3. _____
1.你被她/他吸引的程度			
2.你想跟她/他再見面的程度			
3.你想跟她/他多談談你自己的程度			
4.你想再多認識了解她/他的程度			
5.你喜歡她/他這個人的程度			

三、自我評量 填表注意事項：這個量表是用來了解您是怎樣看待自己的。請仔細閱讀下面的句子，在最符合您情況的數字上劃“ ”（1-非常符合；2-符合；3-不符合；4-非常不符合）。請注意，這裡要回答的是您實際上認為您自己怎樣，而不是回答您認為您應該怎樣。答案無正確與錯誤或好與壞之分，請按照您的真實情況來描述您自己。您的回答絕對不會向外洩漏，因此您完全不必要有這方面的顧慮。請您注意要保證每個問題都做了回答，且只選一個答案。謝謝您的合作！

	非 常 符 合	符 合	不 符 合	非 常 不 符 合
1. 整體來說，我滿意自己。	1	2	3	4
2. 有時我會覺得自己一點好處都沒有。	1	2	3	4
3. 我覺得自己有不少優點。	1	2	3	4

- | | | | | |
|----------------------------------|---|---|---|---|
| 4. 我能夠做到與大部份人的表現一樣好。 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5. 我認為自己沒有什麼可以值得自豪。 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6. 有時我十分覺得自己一無是處。 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7. 我覺得自己是個有價值的人，最低限度我與其他人有一樣的價值。 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 8. 我希望我能夠多一些尊重自己。 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 9. 從各方面看來，我是較傾向覺得自己是一個失敗者。 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 10. 我用正面的態度看自己。 | 1 | 2 | 3 | 4 |

謝謝您的填答!!