

態度相似度與態度刺激呈現順序 對人際吸引的影響*

張 文 哲

本研究之旨在解答下列兩個問題：(一)態度相似程度對人際吸引有何影響；(二)相似與相異的態度刺激呈現的順序對人際吸引有何不同的影響。本實驗的受試取自師大女生，共 100 名。實驗設計係採 5×2 因子設計，其第一因子為態度相似度，分 .10, .30, .50, .70, .90 五個層次，百分比愈高表示相似度愈大；第二因子為態度刺激呈現順序，分「相似-不相似」與「不相似-相似」兩層次。每一受試接受一種實驗處理。實驗程序係採受試與同謀 (confederate) 互動的方式。本研究之主要發現為：(一)人際吸引是態度相似比率的直線函數。(二)態度刺激呈現的順序是「相似-不相似」或「不相似-相似」，其吸引量數並無顯著差異。惟相似度為 .50 時有首位效應 (primacy effect) 傾向；相似度為其餘情形時，有新近效應 (recency effect) 傾向。(三)態度相似度與態度刺激呈現順序兩變項間無交互作用。本研究未發現順序效應有三個可能的原因：(一)受試涉入程度不夠，引起的情緒反應不夠強烈；(二)所使用的態度題目不是祇關於同樣一個問題的；(三)相似不相似本身不是引起情感反應的重要因素，對與某些信念有關的特質的評價才是重要因素。最後一種解釋頗值得注意，因為若祇有這一個解釋合理，即可能表示 Fishbein & Ajzen 的「預期-價值理論」比 Byrne 的「增強理論」更能解釋相似性與人際吸引的關係。

所謂「態度」，可能大多數的心理學家都會同意：它是指「個體對某一對象所持有的具有一致性的正或負的 (favorable or unfavorable) 行為傾向。」但是在實際的研究上，「態度」一詞所指的，却往往有很大的差異。在本研究中，所謂「態度」是指「意見」(opinion)，亦即「對環境中某一事物的看法」。本研究的目的即在探討下列兩個問題：一是態度相似程度對吸引有何影響；二是相似與相異的態度刺激呈現的順序對吸引有何不同的影響。

關於第一個問題，至少從兩個理論可以預測態度相似性與吸引可能存在的關係。一是「社會比較理論」(social comparison theory)，一是「平衡理論」(balance theory)。Festinger (1954) 曾提出社會比較理論，認為人有一種「企圖正確地評量自己的意見和態度」的驅力，而當沒有客觀而非社會性的方法時，人們便將他的意見及能力與在這方面相似的人相比較。因此根據這個理論，人將傾向於喜歡意見和能力相似的人，因為這種人可以滿足他「正確地自我評價」的趨力。另外，Heider (1958) 與 Newcomb (1961) 曾從認知平衡的原理來解釋相似-吸引的關係。根據 Newcomb 的 ABX 吸引理論，A、B 各代表某一個體，X 代表某一事物。那麼 A 對 X 和 B 可以有正 (+) 或負 (-) 的情感反應 (affective response)，A 主觀上也會認為 B 對 X 有正或負的情感反應。如此，A-B-X 三者間之關係可以用 + 或 - 來表示。若這些符號的代數乘積為正，則其關係是對稱的、平衡的，若代數乘積為負，則為不對稱的、不平衡的。關係不平衡時，個體便設法改變某一情感關係，以恢復平衡。所

* 本研究之完成承林清山博士與盧欽銘博士惠予協助，並得林鑾英、陳小珍、陳秀芬、與林麗華等同學在實驗中允當主試之同謀，特此致謝。

以這個理論也預測個體傾向於喜歡態度相似的人，因為當 A-B-X 三者間的關係皆為正時，此關係就是平衡的。總之，社會比較理論與認知平衡理論都預測個體傾向於喜歡意見相似的人。進一步而言，若相似性可以量化，那麼相似程度愈大，吸引程度也愈大，這是很可能的。

有一些研究發現人際吸引是態度相似度的函數（如 Byrne, 1961; Byrne, 1969; Byrne & Griffitt, 1966; Kaplan & Olczak, 1970）。也有一些研究進一步指出此種關係是一種直線函數（Byrne & London, 1969; Byrne & Nelson, 1965）。這些研究所使用的程序大致如此：先測量一羣受試對於一些問題的意見和對於一些活動的興趣，幾個星期後拿一份填過的態度問卷給受試看。主試宣稱這份問卷是另外一位受試填答的結果，但實際上是主試根據真正受試的回答填答的（目的在操縱態度相似度）。主試要求受試根據該問卷的資料去判斷另一個人的人格特質。受試看完該問卷後填答「人際判斷量表」，此量表最後兩題即用來測量人際吸引。這個程序有兩個值得注意的地方：（一）在這些研究裏，所謂「態度」，實際上包含意見和興趣；（二）在這些研究裏，主試一開始即要求受試根據態度問卷的回答去判斷另一個人的人格特質。受試所面對的是問卷，他的工作即是下判斷。

為使問題更單純清楚，本研究的範圍將限於意見而不包括興趣。並且為使實驗過程更接近實驗室外的實際情境，本研究採用兩個受試（其一為同謀 [confederate]）互動的方式進行實驗。在這種方式之下，筆者預測人際吸引是態度相似度的直線函數。

本研究另外一個目的即是探討順序效應（order effect）的問題。若相似的態度刺激呈現的位置對吸引有影響，那麼此種影響是「首位效應」（primacy effect）抑或「新近效應」（recency effect）？這是有趣而重要的問題，不過，對這個問題直接加以探討的學者並不多。也許 Byrne & London（1966）的實驗是惟一的研究。他們曾利用前述典型的方法去進行實驗（不過這次是把「另一受試」對每一問題的回答預先錄在錄音帶上，然後讓受試一題一題的聽），結果發現態度刺激是「由相似而不相似」或是「由不相似而相似」，在吸引上並無顯著差異，雖然有首位效應的傾向（參見 Fishbein & Ajzen, 1975, P.260）。

根據 Aronson & Linder（1965）的「增高-降低理論」（gain-lose model），對某一個體而言，自尊增高比維持同水準的高自尊更具報酬價值；自尊降低比維持同水準的自尊更具懲罰性。所以，O 對 P 由不喜歡而喜歡，與 O 一直喜歡 P，兩者比較起來，在第一種情形時 P 會比較喜歡 O；反過來，O 對 P 由喜歡而不喜歡，與 O 對 P 一直不喜歡，兩者比較起來，在第一種情形時 P 會比較不喜歡 O。從順序效應的角度看，對一個體的喜歡或不喜歡有新近效應。根據「社會比較理論」，人有「正確地自我評價」的驅力。假定個體在與他人比較時，發現別人意見相似，便因而覺得他的思考合乎邏輯，覺得他能合理的解釋這個世界，則態度相似具有增強作用，亦即提高了自尊（cf. Byrne, 1961）。從「增高-降低理論」看來，態度由不相似而相似將比一直相似更具報酬價值；態度由相似而不相似將比一直不相似更具懲罰性。因此當態度相似比率相等時，在「相似-不相似」的順序下，吸引程度將較低；在「不相似-相似」的順序下，吸引程度將較高。

在印象形成的領域裏，有關順序效應的研究不少，但發現却很不一致。Jones & Goethals（1971）檢討有關研究後指出，決定首位效應或新近效應的出現的因素主要有三：（一）主試所操縱的若是比較穩定的特質，如智力或能力，會導致首位效應。如果是較為情境決定的特質，如友善或合作情形，則

會產生新近效應；(二)如果最後測量印象時，主試的問題有「這個人現在是怎樣？」的涵義，則會有新近效應；(三)呈現的刺激是屬「獨立性訊息」(independent information)抑或「取代性訊息」(replacement information)。若是取代性訊息，則會產生新近效應。除此三點之外，筆者認為實驗過程似乎與順序效應有關。例如Wilson & Insko(1968)在面對面的情境下使同謀最初表現合作而後來表現競爭(或相反順序)，最後發現了新近效應。而在 Jones, Rock, Shaver, Goethals, & Ward(1968)的研究中，受試被動的觀察另一受試的表現，此另一受試工作表現由好而壞或由壞而好，最後發現了首位效應。此二研究除了主試操縱的特質不同之外(一為合作性，一為工作表現)，實驗程序也不同。似乎在互動情境下會有新近效應。例如在教學情境中，一學生的成績由劣而優，另一學生由優而劣，前者易被教師評為較優。在態度相似度的實驗中，另一受試對一系列問題的看法是由相似而不相似或由不相似而相似。若「相似度」本身是決定吸引的因素，亦即，若受試是根據相似度去形成對另一個人的喜歡或厭惡的情感，則相似度的變化應視為取代性訊息。同時在本研究中兩個受試是在互動情境下表示他們對問題的看法。因此，從印象形成的實驗，筆者預測本實驗應該會產生新近效應。

總之，本研究之目的在考驗如下兩個假設：(一)態度相似度愈高，吸引程度愈高。此關係並為直線函數；(二)態度由不相似而相似時，吸引程度較高；反之則較低。

方 法

一、受試 本研究之受試取自國立台灣師範大學之女生，共 108 名。其中 46 名為志願參加者，其餘為因心理學課程之要求而參加者。這些受試利用次第分派法隨機分派至各組。個別實驗後若發現受試懷疑實驗程序或同謀(confederate)操作有錯誤，該受試即予淘汰，而由下一位受試接受該實驗處理。實驗結束時，發現懷疑實驗程序的有 3 名，對同謀之反應不加注意的有 2 名，同謀操作錯誤的有 3 名，故實際被分析的資料係來自 100 名之受試。除了此 108 名受試外，尚有 5 名「非受試」。他們係以隨機方式取自不同班級。他們的實驗程序與正式受試相同，不同的是：他們可以更清楚的看到同謀；同謀在實驗時反應方式與受試相同，並且根據自己真正的意見去反應。所以此時燈光控制器(詳後)是不需要的。這些受試在整個實驗進行之初參加實驗。如此，將來其他真正的受試離開實驗室後若彼此討論，也比較不會懷疑實驗的程序。

二、設計 為 5×2 因子設計。第一因子為態度相似度，分 .10(3 題相似)，.30(9 題相似)，.50(15 題相似)，.70(21 題相似)，.90(27 題相似) 五層次。第二因子為呈現順序，分「相似-不相似」(S-D)與「不相似-相似」(D-S) 兩層次。每細格之受試為 10 名。

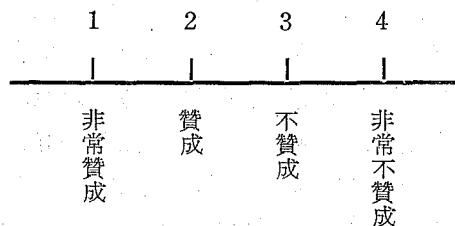
三、實驗情境、儀器和材料 本研究在實驗室內進行。同謀與受試並排而坐。在他們之間有可移動的遮板。受試桌上放置按鈕一套，同謀桌上除按鈕一套外，尚有燈光控制器。在同謀與受試之前約 1.5 公尺處有銀幕，銀幕之下有反應顯示裝置。幻燈機則置於受試後方。

關於本實驗所使用的儀器和材料，分項說明如次：

1. 幻燈機：為柯達公司出品的 Kodak Carousel 800 Slide Projector (86 OH)，該機有圓形片匣，也可以遙控。

2. 幻燈片：本實驗之態度問卷係利用幻燈片呈現於銀幕上。每一張幻燈片有一個題目。因為總共有32個題目，所以有32張幻燈片。在32題中有兩題為例題，供受試練習操作方式之用。此態度問卷之題目包括「宇宙之中有上帝的存在」，「大學生畢業之前應該再多淘汰些」，「情侶可以在校園裏擁吻」……等問題。每一敘述之下有一四點量表，由「非常贊成」，「贊成」，「不贊成」，到「非常不贊成」。形式如下。（有半數題目方向相反。）32個題目的內容見附錄一。

大學生畢業之前應該再多淘汰些。



3. 反應顯示裝置：兩位受試對每一問題的意見可以從這個裝置顯示出來。此裝置設在銀幕之下，共8個燈泡（5W，120V），分上下兩排。上排為紅色，用來表示其中一個受試之選擇，下排為黃色，用來表示另一受試（實為同謀）之選擇。此燈光裝置與同謀之「燈光控制器」（詳後）有線路相通，與真正受試之按鈕則不相連。

4. 選擇器：兩套，一置於受試之前，一置於同謀之前。每套選擇器均有四個按鈕。受試利用按鈕的方式表示他的意見。每個題目出現後同謀也按他前面的按鈕，這個按鈕在正式實驗時不與電源相接。所以它的目的祇在發出聲音，使受試相信他也是真正的受試。受試之前的按鈕則連接到同謀之前的燈光控制器。

5. 燈光控制器：此控制器放在同謀之前。有四個燈泡，此四個燈泡與受試前選擇器上的按鈕一一相通，所以受試一按下按鈕，控制器上相對的燈泡就亮起，由亮起的燈泡同謀就可以了解受試的選擇。在燈泡之前有兩排按鈕，同謀按下第一排的某一按鈕後，主試若打開電源，則顯示裝置上相對的紅色燈光就亮起，用以表示受試的選擇；按下第二排的某一燈光後，主試若打開電源，則顯示裝置上相對的黃色燈光就亮起，用以表示同謀的選擇。在實驗時，操作的過程是這樣的：受試按下按鈕後，控制器上有一個燈光會亮起，同謀便知道受試是選那一個答案，於是同時按兩個按鈕，一個通向紅燈，一個通向黃燈。主試見同謀按好後就打開電源，於是反應顯示裝置上亮了一個紅燈和一個黃燈。由紅燈受試發現自己剛剛按下的燈亮了；由黃燈，受試也發現另一受試（實為同謀）選擇那一個答案，於是了解了他的看法。

6. 遮板：在本實驗中兩位受試並排而坐，中間以遮板相隔，以避免其他混淆變項產生影響。此遮板可以拉動

四、相似度與順序的操縱 態度相似度是本實驗的獨變項之一，所以相似度的操縱十分重要。在進行實驗時，同謀從燈光控制器知道了受試的反應，所以他可以根據預定的計劃做出相似或不相似的反應。本實驗所採用的態度量表分「非常贊成」，「贊成」，「不贊成」，與「非常不贊成」四等級。若同謀與受試的反應完全相同，就視為相似；若同謀的反應是在受試的另一端，則不管是那一個，

都視為不相似。例如，受試選「非常贊成」時，同謀選「不贊成」或「非常不贊成」都視為不相似；受試選「不贊成」時，同謀選「非常贊成」或「贊成」都視為不相似。因此，在不相似時同謀有兩個選擇，此時他以隨機的方式決定選那一個。

本實驗另外一個獨變項為相似態度與不相似態度的「順序」。當相似度為.10時，若為S-D順序，則前3題相似，後27題不相似；若D-S順序，則前27題不相似，後3題相似。餘類推。

在本實驗中，每一位受試接受處理時，30個態度問題呈現的順序是依完全隨機的原則決定，以消除累進誤差的影響。

五、人際吸引的測量 本實驗利用「人際判斷量表」來測量人際吸引的程度。此人際判斷量表係依Byrne (1971)之「人際判斷量表」(IJS)修訂而成。此量表包括8個七點量表，前四個是有關智力、對時事的了解、道德、與適應的題目，後四個是有關喜歡、願意一起做實驗的題目。受試在後二題的反應合併為一個量數，用以表示他對同謀喜歡的程度。此吸引分數可以由4至28分。以隨機取得的大學生140名為樣本，發現後二題的相關係數為.51 ($P < .01$)。

六、程序 本實驗之大致程序如下：每次實驗時均有兩位受試，其中一位實際上是主試的同謀。同謀與受試在實驗室內坐好之後，主試就說明實驗「目的」及做法。進行實驗時，先在銀幕上出現題目，同謀與受試閉眼即分別按鈕。然後同謀根據受試的反應決定他自己應有的反應，然後在燈光控制器上同時按兩個按鈕，主試於是打開電源，反應顯示裝置的紅燈與黃燈同時亮起，約五秒鐘後熄滅。然後主試呈現第二個題目，如此依次進行。全部題目做完後令受試填答人際判斷量表。兩人填完後（實際上同謀並未填答），請受試先行離去。在實驗室外，主試與受試做簡短的晤談，並說明離去後應注意的事項。

本實驗更詳細的過程如次：每次實驗時，同謀先進入實驗室，然後主試引導受試進入實驗室坐好，此時受試可以稍微看到遮板另一邊的同謀。主試旋即說出如下的指導語：「好，現在我們同時有兩位女同學一起做實驗，一個坐這邊，一個坐這邊。你們以前沒見過面，將來也不會再見面。所以做完實驗之後要像走進來的時候一樣，一個先走，一個後走。哦，這個洞好像大了一點。」此時主試看了一下遮板的小縫，然後拉緊遮板，此後受試便看不清楚同謀的行為和反應了。拉緊遮板之後，主試便利用遙控的方式在銀幕上呈現態度問卷的第一個例題。主試接著說：「現在我們所要做的實際上是一種態度調查，就是要了解你對於一些問題的看法。假定對於這樣的一個題目（主試指向銀幕），你（主試對著受試）非常贊成的話，就按第一個鍵。你（面對同謀）非常不贊成的話，就按第四個鍵。當兩位同學按好之後，我就打開開關，這時第一個紅燈和第四個黃燈就同時亮起來。因為是兩位同學都按好後燈才同時亮，所以利用這種方式你的意見就不會受到另外一位同學的影響。利用這個方式你也可以了解別人對同一個問題的看法；你可以了解另一位同學的看法是不是跟你一樣。在日常生活裏面，了解別人的看法常常是很重要的。好，現在練習按看看。」同謀與受試按好之後，主試打開電源，紅燈和黃燈同時亮起。主試說：「好，右邊的同學非常贊成（或其他情形），左邊的同學不贊成（或其他情形），所以兩位的看法是不一樣的（或其他情形）。」再做完一個例題後，主試說：「好，以下的題目都是同樣的做法，做的時候你可以順便看看別人的回答是不是跟你一樣。」

以後銀幕上一題一題的出現題目，受試也依次做反應，同謀根據預定的順序去按鍵，按完鍵後並

記錄自己與受試的反應，以便事後主試可以檢驗操作的程序有無錯誤。所有題目做完之後，發給同謀與受試各一份人際判斷量表。填答完畢之後，主試請受試先行離去。在實驗室外主試詢問受試對本實驗的感想，若發現對實驗程序有懷疑，或祇顧自己的反應而對另一受試的反應根本不關心的，其資料就加以淘汰。之後並請受試絕對不可與其他同學討論實驗的過程，而祇能說是有關態度的實驗。說明完了之後，受試即可離去。

結 果

根據本實驗的結果，吸引量數的平均數和標準差如表一。從表一看來，無論是S-D或D-S，吸引有隨態度相似度之增加而增加的趨向，至於順序效應，除相似度為.50時有首位效應的傾向外，其餘均為新近效應的傾向。變異數分析的結果（如表二）顯示：態度相似度對人際吸引有顯著的影響（ $F=4.89$, $df=4/90$, $P<.01$ ），態度刺激呈現順序是S-D抑D-S，其吸引量數則沒有顯著差異（ $F=1.17$, $df=1/90$, $P>.05$ ），相似度×順序的交互作用也未達顯著水準（ $F=0.49$, $df=4/90$, $P>.05$ ）。所以從結果看來，本實驗的第二假設並未得到支持。

表一 吸引量數的平均數與標準差

態度相似度	S—D		D—S		總 和	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
.10	8.10	2.84	9.20	2.04	8.65	2.54
.30	9.90	1.70	10.80	1.94	10.35	1.88
.50	10.80	1.78	10.40	1.20	10.60	1.53
.70	10.50	1.91	10.90	0.94	10.70	1.52
.90	11.10	1.18	11.20	2.14	11.15	1.73
總 和	10.08	2.23	10.50	1.86		

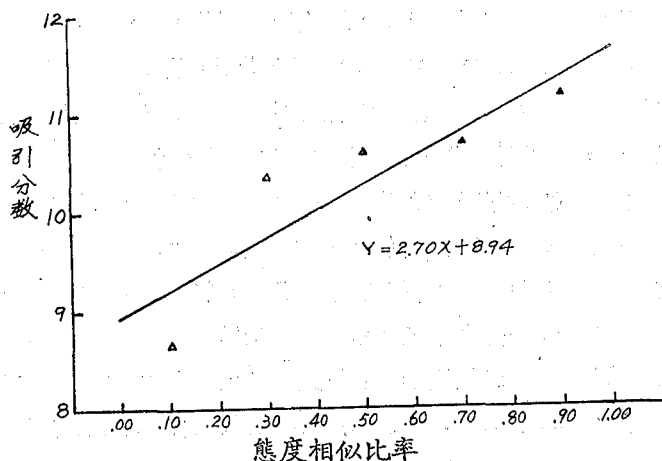
表二 變異數分析摘要表

變 異 來 源	SS	df	MS	F
相 似 度 (A)	73.94	4	18.49	4.89**
順 序 (B)	4.41	1	4.41	1.17
相 似 度 × 順 序	7.34	4	1.84	0.49
誤 差	339.90	90	3.78	
總 和	425.59	99		

** $P<.01$

將A因子之資料利用最小平方法可以得到一直線方程式 $Y=2.70X+8.94$ 。從圖一看來，實際資料與迴歸直線甚為接近。迴歸分析的結果顯示：實際分數（Y）與預測分數（ \hat{Y} ）間有關係存在（ $F=11.23$, $df=1/3$, $P<.05$ ）。

如果將A因子進一步做趨向分析，發現直線趨向達到顯著水準($F = 15.14$, $df = 1/90$, $P < .001$)，二次趨向則未達顯著水準($F = 2.65$, $df = 1/90$, $P > .05$)。直線成份可以說明A主要效果的77%。由此可知本研究之第一個假設得到支持。



圖一 吸引分數是態度相似比率的函數

討 論

一、態度相似度對人際吸引的影響

有許多研究發現人際吸引是態度(意見與興趣)相似比率的函數，也有研究進一步指出此種關係是一種直線函數。本研究把範圍縮小，祇探討意見相似比率的問題，並且採用互動的實驗情境，發現人際吸引是意見相似比率的直線函數。

這種相似-吸引的效應是否存在於不同文化裏面是一個有趣的問題。因為也許有的文化內的人們在教導兒童時特別著重容忍不同的意見，使這種相似-吸引的關係不復存在。有的研究(Byrne, Gouaux, Griffitt, Lamberth, Marakawa, Prasad, Prasad, & Hamirez, 1971)利用 Byrne (1971)所編製的態度問卷(內容包括意見與興趣兩方面的題目)，發現日本、印度與墨西哥的受試也有同樣的相似-吸引效應。本研究發現人際吸引是意見相似比率的直線函數，若採用Byrne的態度問卷為材料，很可能也會有相同的發現。

Byrne & Nelson (1965)曾根據八個研究的資料得到一個由相似度預測吸引程度的迴歸方程式 $Y = 5.44X + 6.62$ 。本研究所得的方程式則為 $Y = 2.70X + 8.94$ 。兩者不甚接近。但是，此種差異究竟是問卷內容不同所造成，或是文化不同所造成，或不過是機遇所造成，因為缺乏Byrne & Nelson的原始資料及其他進一步的資料，所以此時無法確定其原因。雖然如此，直線方程式的獲得使得我們能夠更精確地說明相似比率與吸引量數間的關係；祇要了解了相似比率便可以較為精確地預測吸引量數。當然在實際情境中，對於一個陌生人，我們除了態度之外，可能也同時了解他的人格特質、外表、與種族等變項。此時，這種直線函數的關係是否仍然存在，若是存在，諸變項相對的影響力又是如何

，這些問題有待進一步的研究。

態度相似度對人際吸引有影響，這現象可以有不同的解釋。除了前述的社會比較理論與認知平衡理論外，尚有兩種解釋。Byrne & Clore (1970) 曾利用古典制約的原理來解釋態度相似對吸引的影響。他們認為：具有增強性的刺激（包括痛苦、食物等原級增強物，與讚美、贊成等次級增強物）會引起內蘊的情感反應（implicit affective response），此時若要求該個體對自己的情感或對有關刺激做一評價，他可以用「愉快-不愉快」，「喜歡-不喜歡」之類的話來描述。若增強刺激出現時，其他刺激（包括人）也同時出現，則經過制約歷程這個刺激也終於與增強刺激一樣會引起內蘊的情感反應。利用古典制約的術語來說，原來的增強刺激是UCS，其他的刺激（如人）是CS，內蘊的情感反應則為UCR或CR。在他們看來，相似的态度本身就是一種增強刺激（即UCS）。透過古典制約的歷程，個體喜歡了態度相似的他人。相似態度本身即具增強作用，其基本假定是：個體發現別人意見相似時，會覺得自己的思考合乎邏輯，覺得他能合理地解釋這個世界。

另外，Fishbein & Ajzen (1975) 則從「預期-價值理論」（expectancy-value model）來分析相似-吸引的關係。他們認為：在 Byrne 等人的研究中，受試從態度問卷的答案中了解一個人的一些事實（例如意見和興趣），而且他對這些項目也有正的情感，所以這些受試就喜歡了這個人。根據這種理論，相似本身並不直接引起吸引。具體言之，個體對一個陌生人有某些信念（beliefs），認為他具有某些特質（attributes），他對這些特質也有某評價（evaluation）。這些信念和對有關特質的評價決定了他對陌生人的喜歡程度。

二、順序效應問題

本研究預測態度相似性對人際吸引有順序效應，不過，此假設並未獲得支持；無論相似的态度在前或在後，人際吸引分數並沒有顯著差異。從表一看來，除相似度為.50 時之外，各組均有新近效應的跡象，但是未達統計上的顯著水準。有趣的是，Byrne & London (1969) 研究順序效應時祇用 .50 這一層次，結果發現有首位效應的傾向，但未達顯著水準，這一點和本研究的發現相同。

本研究沒有發現順序效應並不是因為受試在實驗中根本不注意另一受試（同謀）的反應所致。因為每次實驗後主試與受試均有晤談，這些受試的資料已經被淘汰了。也許態度相似與相異處理的時間間隔是重要因素；間隔若太短便不可能產生新近效應。不過從印象形成的實際的研究結果看來，時距延長並非產生新近效應的必要條件。例如在前述 Wilson & Insko (1968) 的實驗中，合作與競爭兩階段的間隔分「立即」（即無間隔）與「間隔一星期」兩層次，最後雖然發現時距變項對受試的行為（採合作或競爭策略）有顯著影響（ $P < .05$ ）（即：若為合作-競爭順序，則間隔一星期的受試比無間隔的受試更傾向於採取競爭策略），不過，該研究也同時發現：無論是何種間隔方式，在對同謀所形成的印象上均有新近效應。下列三個解釋或許可以說明沒有產生順序效應的原因：（一）可能受試在實驗中涉入程度不够，引起的情緒反應不够強烈，以致沒有順序效應。在本實驗中，受試無論發現對方意見相似或不相似，對他而言都沒有切身的關係，所以受試雖然知道對方的反應，可能也不很關心。過去發現了順序效應的研究，其實驗情境大多是能够引起較為強烈的情緒反應的。例如在前述 Wilson & Insko (1968) 的實驗中，同謀的行為表現由合作而競爭，或由競爭而合作。而在 Aronson & Linder

(1965)的實驗裏，每一受試均有七次機會在「無意中」聽到助理對她由褒而貶，或由貶而褒。合作、競爭與褒貶都是比較能夠引起情緒反應的，兩研究最後也都發現了新近效應。(二)可能「有關問題是否為同一問題」是很重要的因素。也許對某一問題意見相似或相異所引起的內蘊情感反應僅止於該問題。若情感反應止於該問題，則相似-不相似便不會是取代性訊息。非取代性問題便不易產生新近效應(Cf. Jones & Goethals, 1971)。本研究的態度問卷由一連串的不同題目所組成，若上述理由正確，本研究便不會發現順序效應。前面提到 Byrne & London (1966)的研究沒有發現順序效應，可能也是由於相同的原因。有關印象形成的研究常發現有首位效應或新近效應，細考其實驗細節，可知有關問題均可視為是屬於同一問題的。例如在 Aronson & Linder (1965)的實驗裏，助理對受試由貶而褒或由褒而貶。褒貶可視為對同一問題或對象的不同反應。又如前述 Wilson & Insko (1968)與 Jones, et al. (1968) 兩研究，前者操縱同謀合作-競爭的順序，後者操縱另一受試工作表現好-壞的順序，最後均發現順序效應。在兩研究中，同謀的反應可視為對同一問題的不同反應。根據這個理由，若在將來的研究中祇採用一個問題，受試與同謀對這個問題的意見由相似而相異或由相異而相似，在人際吸引的量數上將可能會有不同。或者，將本實驗的程序稍加改變，每次態度題目呈現後均由受試先反應而同謀後反應，則受試在知覺上覺得同謀逐漸同意或不同意「他」的看法，而不是覺得同謀「對問題」的看法逐漸跟他相似或相異。此時態度的相似或相異便可視為對同一問題或同一對象的不同反應。如此，可能也會發現順序效應。(三)可能「相似」「不相似」本身不是決定吸引的因素；受試所關心的不是相似-不相似或不相似-相似變化的「順序」，而是從相似或不相似去形成有關該受試的「信念」(cf. Fishbein & Ajzen, 1975)。若相似不相似本身不是重要因素，所形成的印象或信念才是重要因素，則吾人應考慮的是受試對與這些信念有關的特質的評價，以及這些評價所造成的情感的順序。如此，根據印象形成實驗的發現，若為+-順序(先出現正價題目，後出現負價題目)則吸引程度較低；若為-+順序，則吸引程度較高。在本實驗中，事先並未考慮受試對這些訊息的評價問題，實驗時各題目出現的順序也採完全隨機方式，因此若以上的推論正確，便不會出現順序效應。

相似-吸引的關係在理論上有很多不同的解釋。近年來爭論最多的似乎是 Byrne的「增強理論」與 Fishbein & Ajzen的「預期-價值理論」何者更能解釋這個關係。本研究發現吸引量數是態度相似比率的直線函數，關於這個發現，兩個理論都可以解釋。本研究的另一發現是，利用這種材料和程序是沒有順序效應的。此現象有三種不同的解釋。最後一種解釋很值得注意，因為它與這個爭論有關。若在將來的研究裏，根據受試對一些訊息的評價排成+-或-+順序，而最後發現吸引分數有差異，可能即表示 Fishbein & Ajzen 的看法更能解釋相似-吸引的現象。所以，對這個問題進一步加以探討，在理論上是很有價值的。



參考文獻

- Aronson, E., & Linder, D. Gain and loss of esteem as determinants of interpersonal attractiveness. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1965, 1, 156-171.
- Byrne, D. Interpersonal attraction and attitude similarity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1961, 62, 713-715.
- Byrne, D. Attitudes and attraction. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 4. N. Y.: Academic Press, 1969.
- Byrne, D. *The attraction paradigm*. N. Y.: Academic Press, 1971.
- Byrne, D., & Clore, G. L. A reinforcement model of evaluative responses. *Personality: An International Journal*, 1970, 1, 103-128.
- Byrne, D., Gouaux, C., Griffitt, W., Lamberth, J., Murakawa, N., Prasad, M. B., Prasad, A., & Ramirez, M., III. The ubiquitous relationship: Attitude similarity and attraction. A cross-cultural study. *Human Relations*, 1971, 24, 201-207.
- Byrne, D., & Griffitt, W. Similarity versus liking: A clarification. *Psychonomic Science*, 1966, 6, 295-96.
- Byrne, D., & London, O. Primacy-recency and the sequential presentation of attitudinal stimuli. *Psychonomic Science*, 1966, 6, 193-194.
- Byrne, D., & Nelson, D. Attraction as a linear function of proportion of positive reinforcements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 1, 659-663.
- Festinger, L. A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 1954, 7, 117-140.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1975.
- Heider, F. *The psychology of interpersonal relations*. N.Y.: Wiley, 1958.
- Jones, E. E., & Goethals, G. R. *Order effects in impression formation: Attribution context and the nature of the entity*. N. Y.: General Learning Press, 1971.
- Jones, E. E., Rock, L., Shaver, K., Goethals, G., & Ward, L. Pattern of performance and ability attribution: An unexpected primacy effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 10, 317-340.
- Kaplan, M. F., & Olczak, P. V. Attitude similarity and direct reinforcement as determinants of attraction. *Journal of Experimental Research in Personality*, 1970, 4, 186-189.
- Newcomb, T. M. *The acquaintance process*. N. Y.: Holt, Rinehart, & Winston, 1961.
- Wilson, W., & Insko, C. Recency effects in face-to-face interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 9, 21-23.
- Winer, B. J. *Statistical principles in experimental design*. N. Y.: McGraw-Hill, 1971.

INTERPERSONAL ATTRACTION AS A FUNCTION OF OPINION SIMILARITY AND OPINION PRESENTATION SEQUENCE

WEN-JER CHANG

This study was conducted to test the following two hypotheses: (a) Interpersonal attraction was a linear function of opinion similarity, and (b) a recency effect would exist in a sequential presentation of similar and dissimilar opinion stimuli. In a 5×2 factorial design, 5 levels of opinion similarity (.10, .30, .50, .70, and .90,) and 2 opinion sequences (similarity-dissimilarity and dissimilarity-similarity) were employed. Each of the 100 subjects participating in this study interacted with a confederate in one of the ten experimental conditions. Significant effect on attraction responses was found only for the opinion similarity variable with no interaction between opinion variable and presentation sequence variable noted. Three explanations were suggested for the absence of order effect: (1) The opinion items or the experimental context had not made the subjects feel that their opinions on the items were especially important; (2) agreements and disagreements between the subject and the confederate were not on the same issue; and (3) subject's evaluations of inferred attributes lead to the formation of favorable/unfavorable affective responses, whereas similarity per se was not the real important determinant of those responses. The implication of these findings to similarity-attraction theories was also discussed.



附錄一 態度調查問卷之題目

1. 我們可以同時跟兩個以上的異性談戀愛。
2. 一般說來，愛好熱門音樂的人比愛好古典音樂的人來得簡單。
3. 宇宙之中有上帝的存在。
4. 情侶可以在校園裏擁吻。
5. 一般而言，大學教授都很關心學生的需求。
6. 吸煙是一種愚昧的行為。
7. 無論做什麼事情都應該三思而行。
8. 宴會時頻頻互相敬酒是很好的風俗。
9. 跟異性朋友有婚前性行為是沒有關係的。
10. 金錢是人生重要的目標之一。
11. 大學生畢業之前應該再多淘汰些。
12. 開班會時，如果團體意見跟我們不同，也應該無條件服從。
13. 每一個人都應該有宗教信仰。
14. 高中學生可以談戀愛。
15. 公寓住家裏面可以養小狗。
16. 對於兒童，應該嚴格管教。
17. 從小學起就應該教英文。
18. 一個人若要成功就必須接受大學教育。
19. 夫妻如果生活不和諧就可以離婚。
20. 在大學裏每個班級應該多舉辦舞會。
21. 一個家庭應該由太太來管帳。
22. 婦女專心追求事業的發展也是很好的。
23. 一般而言，男人比女人更能適應困厄的環境。
24. 都市應該限制機車的數量。
25. 國中女教師產後應該准予留職停薪一至兩年。
26. 與理論科學相較，中國目前應該偏重應用科學。
27. 一見鍾情是不可靠的；它祇代表一時的衝動。
28. 高中應該男女合校。
29. 一般而言，現在的大學女生平時上學太過於注意穿著。
30. 一般而言，女孩子穿牛仔褲很好看。
31. 男人留長髮是他個人的自由，他人不應該干涉。
32. 大學生可以翹課。

