

即時財經 活躍股票 活躍股票 中國股市 美國股市 國際股市 匯價查詢 財經分析 地產新聞

首頁 > 財經

請選擇

香港中文大學商學院研究探討「欲擒故縱」戀愛策略能否提升個人魅力



2018年05月15日 09:34

讚好



香港·中國 - Media OutReach - 2017年5月15日 - 盤古初開以來，「欲擒故縱」(Playing hard to get) 一直被認為是最令人難以捉摸的戀愛策略之一。相傳蘇格拉底曾建議名妓西奧多刻意冷淡裙下之臣，藉此提升自己的吸引力，待追求者心癢難耐時才遂其所願。時至今日，仍然不時會看到報刊專欄或網上的戀愛專家向被追求一方進言，採取「欲擒故縱」的策略，以便在戀愛關係中佔據有利位置。

然而，過往的研究都未能充分證明這種「欲擒故縱」策略是否真的有效，而有機會在現實生活中付諸實行的人，也會發現這種所謂策略往往產生莫衷一是的結果。

那麼，「欲擒故縱」背後的心理學理論是怎樣的？有甚麼因素令這種策略成功或失敗呢？

香港中文大學(中大)商學院市場學系副教授戴先熾聯同其博士學生董萍(現任美國西北大學凱洛管理學院市場學助理教授)及史丹福大學博士研究生賈軾(現任香港大學經濟工商管理學院市場行銷系助理教授)合作進行研究，希望尋找箇中答案。

在題為《在甚麼情況下，『欲擒故縱』能夠提升對異性的吸引力？》(When does playing hard to get increase romantic attraction?)的研究中，旨在拆解現有眾多同類研究結果存在的分歧，並希望印證這個自古流傳的民間理論是否真確。

研究詳情

這次研究指出，以往有很多研究淡化「欲擒故縱」的效用，而它們往往都是建基於一條人際關係的金科玉律：我們喜愛那些喜愛自己的人。另一方面，有些研究則否定了上述原則，理由是「欲擒故縱」所引發的不確定性其實會令人追求心儀對象時更賣力，並帶來更大程度的推動力。為何這些研究結果會出現這麼大的歧異？會不會這兩種說法都是正確的？

戴教授表示：「這次研究考慮到以往的研究在很大程度上忽略的兩個因素，分別是『想得到』(wanting)和『喜愛』(liking)之間的差別，以及『付出』在其中的影響。」

他補充：「總括來說，我們的大腦對『想得到』和『喜愛』作出反應時，是從不同的途徑獲得回報的，並且對決策產生獨立而迥異的效果；而『付出』在某方面等如激情，有助推動我們達到特定的目標。」

新浪香港
169.712 讚好次數

讚好專頁 與我們聯絡

16位朋友對此讚好

即時新聞

- 10:34 快訊：港股恒指跌近1% 煤炭股、石油股集體下跌
- 10:33 美國銀行業一季度利潤飆升28% 創歷史新高
- 10:30 CZN產出電池級硫酸鈷 助力中國罕王佈局新能源金屬
- 10:27 先健科技聯合彙橋資本完成“獨角獸”思為諾戰略投資
- 10:24 亞美能源(02686-HK)升7.24% 正商討要約收購

今日熱爆新聞

- 小米與法國四大電訊商合作
- 新盤將推 代理參觀人踴躍

這次研究基於兩個由香港中文大學學生參與的實驗，它們分別是心理模擬和實際的速配約會研究。

實驗詳情及結果

第一個實驗以情景為基礎，其中刻意對比了「故作矜持」(hard to get)和「易於親近」(easy to get)的態度，以及心理方面的付出。101位單身男性參加者填寫一份問卷。他們閱讀了一篇文章，內容描述與潛在約會對象(「角色」)共進午餐的經驗；文章有兩個版本，分別把這位「角色」的態度描述為熱情(「易於親近」)或冷漠(「故作矜持」)。

沒有在心理上付出(no-commitment)的參加者，被引導認為這位約會對象是隨機分配的；而在心理上願意付出(commitment condition)的參加者則被引導認為這位約會對象是自己心儀的異性。然後所有參加者都會被要求以1(最低)到9(最高)的分數，在情感(affective)以及受激發程度(motivational dimensions)這兩方面對這位潛在約會的對象給予評分。情感即是「你對這位對象的印象有多正面或負面？」，而受激發程度則指「受激發與這位『角色』發展感情關係的程度。」問卷亦詢問了第二個問題(你願意花多少錢來買禮物送給她?)來評估其受激發的程度。

在這個約會情景的心理模擬實驗中，無論參加者在心理上付出與否，「易於親近」策略在情感方面所獲評分均高於「故作矜持」。換言之，無論是否願意在心理上付出的參加者，均傾向於喜歡「易於親近」的對象，而對「故作矜持」的對象較不受落。

然而，受激發的結果卻截然不同。一如所料，若參加者不願意付出，他們受激發去追求「故作矜持」對象的程度低於「易於親近」的對象。願意付出的參加者則剛好相反，「故作矜持」較「易於親近」的對象更能夠激發他們展開追求。

戴教授表示：「第一個實驗的結果確認，心理上是否願意付出，是構成情感和激發這兩方面評分不同的原因。隨後進行的第二個實驗，通過現實生活情況進一步印證了這個觀點。」

在第二個實驗中，我們進行了一次速配約會，並挑選了一位女性本科生作為內定的約會對象。在速配約會的幾天之前，我們把約會對象的資料發給六十一位男性大學生。在願意於心理上付出的組別中，參加者會通過電郵獲得四位約會對象的資料，然後從中挑選一位前來約會；事實上其中三位對象是虛假的，並且較欠缺吸引力，藉此促使參加者選擇我們內定的對象。為進一步加強參加者的付出程度，他們不僅巨細無遺地描述挑選這位對象的原因，並要求參加者在約會前，先透過電郵向這位對象作自我介紹。

不願意付出的參加者則會被告知他們獲分配了一位約會對象，然後收到這位內定約會對象的資料。所有參加者均要在約會前填妥一份問卷以闡述其心理付出程度和期望。這位內定對象經過訓練，在約會時會表現出熱情或冷漠的態度。經過一段五分鐘的單對單面談後，參加者需要填妥一份約會後的問卷。這份問卷經過精心設計，用於反映他們就這次體驗中的感情和心理付出評分。

問卷詢問了「你對於速配約會對象的感覺有多好或不好？」這類問題，用以評估其情感的評分；而「你希望再約會這位對象嗎？」或「你受到多大激發，要在第二次約會令對方留下良好印象？」這類問題則可判斷其受激發的程度。

此外，無論男性參加者的心理付出評價為何，在情感評分方面，「易於親近」都比「故作矜持」的女生更易獲得男性參加者垂青，給予較高的評分。然而，對於願意對約會對象付出的男性參加者，「故作矜持」則比「易於親近」的效果更好，可產生更大的推動作用；若男性參加者無意向約會對象付出，則會得出相反結果，「易於親近」比「故作矜持」更有利。

「欲擒故縱」在甚麼情況下更有效？

兩個實驗取得一致性的結果，證明對於早已在心理上願意向對象付出的參加者，面對女方採取「欲擒故縱」的策略，能夠進一步激發他們更積極進取，務求取得心儀對象的歡心。然而，若男性參加者並未在心理上願意向對象付出，「故作矜持」的激發能力便較「易於親近」弱。此外，無論參加者在心理上是否願意付出，「易於親近」的女生總會獲得較高的情感評分。

研究結果含意

研究結果有多方面的意義。



雷蛇京東合作 拓內地電競市場

- 4 5月23日港股通早班車:多家上市公司將受益大灣區建設
- 5 愉城呎價1.52萬創新高
- 6 奧瑪仕國際：王府大飯店控製權從沒有轉交給周焯華
- 7 雷軍：金山軟件第二季經營業績將續受壓
- 8 瑞銀：油價破百或使全球GDP減少1000億美元
- 9 從中美貿易休戰看到希望 歐盟28國商討與美貿易爭端
- 10 小米、鐵塔、滴滴等重磅股力爭年底前上市 共集3千億

戴教授指出：「從實際的角度來看，這次研究提供了一些實用的啟示，讓我們判斷在特定情況下應否採取『欲擒故縱』的策略。有了科學的支持，我們在判斷這種策略的成效時便可以作出更明智的決定，不必再倚賴擲毫或者胡亂猜測。」

這次研究結果不僅可應用於戀愛方面，也可以協助我們明白「想得到」和「喜愛」之間的相互作用，以及「付出」的角色。

「在作出選擇時，很值得我們去深入了解情感和激發系統之間的角力；若有足夠的激發力量，我們不難發現人們或會選擇在情感上較不討好的做法。」

戴教授表示：「這次研究讓我們更深入了解激發動機於目標追求中的本質，特別是在面對失敗或負面評價的時候。若提高挑戰性（即是『欲擒故縱』），可以使人更渴望得到這些誘人的回報。」

參考資料：

Xianchi Dai, Ping Dong, and Jayson S. Jia (2014) When Does Playing Hard to Get Increase Romantic Attraction? *Journal of Experimental Psychology: General* 2014, Vol. 143, No. 2, 521–526.

本文原文首先刊載於中大商學院屬下的「中國經商智慧」網站：<https://goo.gl/CzS4cK>。

關於香港中文大學商學院：

香港中文大學（中大）商學院由六個教學單位組成，包括會計學院、酒店及旅遊管理學院、決策科學與企業經濟學系、財務學系、管理學系及市場學系。成立於1963年的中大商學院，是區內首間提供工商管理碩士課程（MBA）和行政人員工商管理碩士（EMBA）課程的商學院。現時中大商學院合共提供8個本科課程及13個研究院課程，包括工商管理碩士、行政人員工商管理碩士、碩士、理學碩士、哲學碩士及博士課程。

中大商學院的MBA課程在2018年《金融時報》（Financial Times）百強排行榜名列全球第43位，而EMBA課程亦在2017年排名全球第32位。中大的商界校友人數逾34,000人，為香港之冠，其中不少校友已晉身政府和商界的重要決策層。商學院現有逾4,400名本科和研究生，現任院長為陳家樂教授。

詳情查詢，請瀏覽中大商學院網頁<http://www.bschool.cuhk.edu.hk>或Facebook：<http://www.facebook.com/cuhkbschool>及LinkedIn：<https://www.linkedin.com/school/3923680/>。

中國經商智慧（CBK）：

中國經商智慧是中大商學院設立的網站，旨在提供來自中大商學院之中國市場相關研究資訊。透過深入淺出的專題文章、寫實的公司案例、討論及知識庫中的研究論文等，CBK可作為連繫中國和國際商業世界的知識橋樑，並提供有關在中國經商的獨到見解和實務知識。請登入

<http://www.bschool.cuhk.edu.hk/faculty/cbk/index.aspx>瀏覽CBK網站上的免費內容，或可透過Facebook（<http://www.facebook.com/CBKCUHK>）、Twitter（https://twitter.com/CBK_CUHK）及LinkedIn（<https://www.linkedin.com/groups/5063393>）追蹤CBK的最新動向。

關鍵字 | Facebook Twitter 美國 香港

關注我們Facebook專頁

讚好

相關新聞



貝穆德斯UFC Fight Night 133回歸對陣里克-格倫



西部數據推出具備強大NVMe性能新款遊戲固態硬盤
提升用戶遊戲體驗 ...



蘋果A12開始量產 新iPhone X或售價過萬