



小一解说

54 文章 30万 总阅读

查看TA的文章>

香港中文大学商学院研究探讨「欲擒故纵」恋爱策略能否提升个人魅力

2018-05-15 14:42

香港，中国 – Media OutReach - 2017年5月15日 – 盘古初开以来，「欲擒故纵」(Playing hard to get) 一直被认为是最令人难以捉摸的恋爱策略之一。相传苏格拉底曾建议名妓西奥多刻意冷淡裙下之臣，藉此提升自己的吸引力，待追求者心痒难耐时才遂其愿。时至今日，仍然不时会看到报刊专栏或网上的恋爱专家向被追求一方进言，采取「欲擒故纵」的策略，以便在恋爱关系中占据有利位置。



分享到

然而，过往的研究都未能充分证明这种「欲擒故纵」策略是否真的有效，而有机会在现实生活中付诸实行的人，也会发现这种所谓策略往往产生莫衷一是的结果。

那么，「欲擒故纵」背后的心理学理论是怎样的？有甚么因素令这种策略成功或失败呢？

香港中文大学（中大）商学院市场学系副教授戴先焯联同其博士研究生董萍（现任美国西北大学凯洛管理学院市场学助理教授）及史丹福大学博士研究生贾轼（现任香港大学经济工商管理学院市场营销系助理教授）合作进行研究，希望寻找个中答案。

在题为《在甚么情况下，『欲擒故纵』能够提升对异性的吸引力？》(When does playing hard to get increase romantic attraction?) 的研究中，旨在拆解现有众多同类研究结果存在的分歧，并希望印证这个自古流传的民间理论是否真确。

研究详情

这次研究指出，以往有很多研究淡化「欲擒故纵」的效用，而它们往往都是建基于一条人际关系的金科玉律：我们喜爱那些喜爱自己的人。另一方面，有些研究则否定了上述原则，理由是「欲擒故纵」所引发的不确定性其实会令人追求心仪对象时更卖力，并带来更大程度的推动力。为何这些研究结果会出现这么大的歧异？会不会这两种说法都是正确的？

戴教授表示：「这次研究考虑到以往的研究在很大程度上忽略的两个因素，分别是『想得到』(wanting)和『喜爱』(liking)之间的差别，以及『付出』在其中的影响。」

他补充：「总的来说，我们的大脑对『想得到』和『喜爱』作出反应时，是从不同的途径获得回报的，并且对决策产生独立而迥异的效果；而『付出』在某方面等如激情，有助推动我们达到特定的目标。」

这次研究基于两个由香港中文大学学生参与的实验，它们分别是心理模拟和实际的速配约会研究。

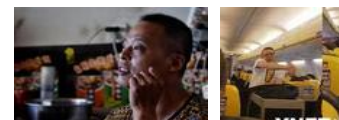
实验详情及结果

第一个实验以情景为基础，其中刻意对比了「故作矜持」(hard to get)和「易于亲近」(easy to get)的态度，以及心理方面的付出。101位单身男性参加者填写一份问卷。他们

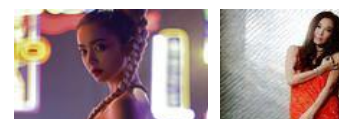
大家都在搜：特斯拉在华降价



热门图集



3岁女孩翻窗坠楼 男子冲刺40米徒手接住



尴尬！她穿皮裙秀性感，却被认成Angelababy



女博士扬言：盘中从涨幅榜选股，才简单的方法，值得收藏...

24小时热文

- 1 女子躺河边被“水鬼”拉住 男子施救，却被女子吓得...
- 2 女员工与客户发生关系，万订单，老板说了一句话...

本，分别把这位「用色」的态度描述为热情（「易于亲近」）或冷漠（「故作矜持」）。

没有在心理上付出（no-commitment）的参加者，被引导认为这位约会对象是随机分配的；而在心理上愿意付出（commitment condition）的参加者则被引导认为这位约会对象是自己心仪的异性。然后所有参加者都会被要求以1（最低）到9（最高）的分数，在情感（affective）以及受激发程度（motivational dimensions）这两方面对这位潜在约会的对象给予评分。情感即是「你对这位对象的印象有多正面或负面？」，而受激发程度则指「受激发与这位『角色』发展感情关系的程度。」问卷亦询问了第二个问题（你愿意花多少钱来买礼物送给她？）来评估其受激发的程度。

在这个约会情景的心理模拟实验中，无论参加者在心理上付出与否，「易于亲近」策略在情感方面所获评分均高于「故作矜持」。换言之，无论是否愿意在心理上付出的参加者，均倾向于喜欢「易于亲近」的对象，而对「故作矜持」的对象较不受落。

然而，受激发的结果却截然不同。一如所料，若参加者不愿意付出，他们受激发去追求「故作矜持」对象的程度低于「易于亲近」的对象。愿意付出的参加者则刚好相反，「故作矜持」较「易于亲近」的对象更能够激发他们展开追求。

戴教授表示：「第一个实验的结果确认，心理上是否愿意付出，是构成情感和激发这两方面评分不同的原因。随后进行的第二个实验，通过现实生活情况进一步印证了这个观点。」

在第二个实验中，我们进行了一次速配约会，并挑选了一位女性本科生作为内定的约会对象。在速配约会的几天之前，我们把约会对象的数据发给六十一位男性大学生。在愿意于心理上付出的组别中，参加者会通过电邮获得四位约会对象的数据，然后从中挑选一位前来约会；事实上其中三位对象是虚假的，并且较欠缺吸引力，藉此促使参加者选择我们内定的对象。为进一步加强参加者的付出程度，他们不仅巨细无遗地描述挑选这位对象的原因，并要求参加者在约会前，先透过电邮向这位对象作自我介绍。

不愿意付出的参加者则会被告知他们获分配了一位约会对象，然后收到这位内定约会对象的数据。所有参加者均要在约会前填写一份问卷以阐述其心理付出程度和期望。这位内定对象经过训练，在约会时会表现出热情或冷漠的态度。经过一段五分钟的单对单面谈后，参加者需要填写一份约会后的问卷。这份问卷经过精心设计，用于反映他们就这次体验中的感情和心理付出评分。

问卷询问了「你对于速配约会对象的感觉有多好或不好？」这类问题，用以评估其情感的评分；而「你希望再约会这位对象吗？」或「你受到多大激发，要在第二次约会令对方留下良好印象？」这类问题则可判断其受激发的程度。

此外，无论男性参加者的心理付出评价为何，在情感评分方面，「易于亲近」都比「故作矜持」的女生更易获得男性参加者垂青，给予较高的评分。然而，对于愿意对约会对象付出的男性参加者，「故作矜持」则比「易于亲近」的效果更好，可产生更大的推动作用；若男性参加者无意向约会对象付出，则会得出相反结果，「易于亲近」比「故作矜持」更有利。

「欲擒故纵」在甚么情况下更有效？

两个实验取得一致性的结果，证明对于早已在心理上愿意向对象付出的参加者，面对女方采取「欲擒故纵」的策略，能够进一步激发他们更积极进取，务求取得心仪对象的欢心。然而，若男性参加者并未在心理上愿意向对象付出，「故作矜持」的激发能力便较「易于亲

3 历史, 1015262000: 2018/05/23 11



一男子突发奇想“与蛇共浴” 小心打开热水, 男子瞬间



包头市11家洗涤企业因污 中举报



搜狐号推荐

北青网 北青网是以中国内地传媒企业香港上——北青传媒为背景, 由北京青年...

澎湃新闻 澎湃新闻是由上海报业集团推出, 定政与思想”, 是国内第一个直接切...

公司深读 跟踪公司热点, 深度解读资本布局

中国新闻网 中新网编辑团队精心编辑、打造。包图、焦点关注、大千世界等全球精...

新华社 新华通讯社, 简称新华社, 是中国的社, 法定新闻监管机构, 同时也是...



天津一美女教授看破股市: 8年坚 做“换手率买”, 看完你就明白。

联系我们

感评分。

研究结果含意

研究结果有多方面的意义。

戴教授指出：「从实际的角度来看，这次研究提供了一些实用的启示，让我们判断在特定情况下应否采取『欲擒故纵』的策略。有了科学的支持，我们在判断这种策略的成效时便可以作出更明智的决定，不必再倚赖掷毫或者胡乱猜测。」

这次研究结果不仅可应用于恋爱方面，也可以协助我们明白「想得到」和「喜爱」之间的相互作用，以及「付出」的角色。

「在作出选择时，很值得我们去深入了解情感和激发系统之间的角力；若有足够的激发力量，我们不难发现人们或会选择在情感上较不讨好的做法。」

戴教授表示：「这次研究让我们更深入了解激发动机于目标追求中的本质，特别是在面对失败或负面评价的时候。若提高挑战性（即是『欲擒故纵』），可以使人更渴望得到这些诱人的回报。」

参考数据：

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.

本文原文首先刊载于中大商学院属下的「中国经商智慧」网站：<https://goo.gl/CzS4cK>。

关于香港中文大学商学院：

香港中文大学（中大）商学院由六个教学单位组成，包括会计学院、酒店及旅游管理学院、决策科学与企业经济学系、金融学系、管理学系及市场学系。成立于1963年的中大商学院，是区内首间提供工商管理硕士课程（MBA）和行政人员工商管理硕士（EMBA）课程的商学院。现时中大商学院合共提供8个本科课程及13个研究院课程，包括工商管理硕士、行政人员工商管理硕士、硕士、理学硕士、哲学硕士及博士课程。

中大商学院的MBA课程在2018年《金融时报》（Financial Times）百强排行榜名列全球第43位，而EMBA课程亦在2017年排名全球第32位。中大的商界校友人数逾34,000人，为香港之冠，其中不少校友已晋身政府和商界的重要决策层。商学院现有逾4,400名本科和研究生，现任院长为陈家乐教授。

中国经商智慧（CBK）：

中国经商智慧是中大的网站，旨在提供来自中大商学院之中国市场相关研究信息。透过深入浅出的专题文章、写实的公司案例、讨论及知识库中的研究论文等，CBK可作为连系中国和国际商业世界的知识桥梁，并提供有关在中国经商的独到见解和实务知识。

[返回搜狐](#)，[查看更多](#)

声明：该文观点仅代表作者本人，搜狐号系信息发布平台，搜狐仅提供信息存储空间服务。