

## 在真實諮詢中檢驗細緻加工可能性模型

胡博

堪薩斯大學

江光榮

華中師範大學

段昌明

堪薩斯大學

根據細緻加工可能性模型，決定態度改變路徑的條件有二：個人捲入事件的程度和個體加工相關信息的能力。本研究以當事人對諮詢會談中諮詢師所傳達信息的理解能力為相關信息加工能力的操作定義，在真實諮詢情境中檢驗了細緻加工可能性模型的效度。使用諮詢師評定表、語意區分態度量表、想法列表協議，以及自編當事人信息理解程度評定表，對 70 位當事人進行測量。測量變量包括：當事人對諮詢師可信性的知覺、當事人對諮詢師所提供信息的態度，以及當事人對信息的理解能力。根據細緻加工可能性模型的假設，以當事人對信息的理解能力為調節變量，調節諮詢師可信性對當事人態度的影響，理解能力愈高，可信性對態度的影響愈小。研究結果顯示：當事人信息理解能力的調節效應顯著。調節效應的具體形式為：當事人對信息的理解能力愈高，可信性對態度的影響

愈明顯。本文亦討論了研究中存在的共同方法偏差及其影響。

關鍵詞：細緻加工可能性模型；調節效應；諮詢師可信性；當事人信息理解能力

## 前言

心理諮詢（counseling）與治療的形式一般是通過兩個人或更多人的互動來完成。學者將這種互動稱為「社會交往」（social encounter）（Heppner & Claiborn, 1989; Strong, 1968; Strong, Welsh, Corcoran, & Hoyt, 1992）。這種直觀的理解啟發學者們嘗試用社會心理學的理论來解釋心理諮詢與治療的過程。

社會心理學關注個體的想法、行為和感受如何受社會情境所影響（時蓉華，1986；Strong et al., 1992）。因此，以社會心理學理論解釋心理諮詢與治療的過程，這種思路便稱為「社會影響理論」（social influence theory）。準確點說，社會影響理論並不是某種單一的理論，而是代表從社會心理學的視角來理解心理諮詢與治療過程的一種取向（Heppner & Claiborn, 1989）。社會影響理論對諮詢過程和治療機制都有所闡釋。它假設，心理諮詢與治療就是當事人受到諮詢情境所影響而發生改變的過程（Strong & Matross, 1973）。

細緻加工可能性模型（Elaboration Likelihood Model，下稱 ELM）是從社會影響的視角解釋諮詢過程的較新理論，最初由社會心理學家 Petty & Cacioppo（1981）提出。它描述了勸說改變態度的兩種路徑，以及影響路徑選擇的兩個因素。其中，勸說改變態度的兩種路徑是指核心路徑和邊緣路徑，而影響路徑選擇的因素則包括捲入事件的程度和個人的認知加工能力。ELM 最初由 McNeill & Stoltenberg（1989）引進心理諮詢與治療領域，用於解釋當中的社會影響過程。

筆者將於本節先概述 ELM 的要旨，隨後會綜述諮詢心理學中與 ELM 有關的一些研究發現，繼而歸納以往研究的不足，並介紹本研究的目的和假設。

## 細緻加工可能性模型

社會心理學中的 ELM 是描述「個體如何對評價情境 (evaluation situation) 進行反應」的理論 (Petty & Cacioppo, 1981, p. 847)。該模型基於兩個基本假設：(1) 人傾向於擁有「正確」(主觀上認為是正確的) 態度；(2) 人的認知資源有限。Petty & Cacioppo (1981) 總結前人關於勸說改變態度的研究，歸納出兩種路徑：核心路徑 (central route) 和邊緣路徑 (peripheral route)。所謂核心路徑，是指個體通過對情境中與態度相關的信息進行細緻的認知加工，然後根據加工結果作出反應。然而，由於認知資源有限，個體無法在任何情境下都選擇對相關信息作費神的認知加工。在此情況下，個體會通過「邊緣路徑」來獲得「正確」態度。所謂邊緣路徑，是指個體通過某些「捷徑」來加工信息，包括利用一些簡單線索 (比如信息提供者的專業性和吸引力，例如個體簡單地以「專家說的便是對的」來判斷)，或採用某些決策原則 (比如「誰例子多，我便同意誰」)。兩種路徑所達到的效果迥異：核心路徑引起的改變較持久，對行為更具預測力；邊緣路徑的效果則比較短暫，且無法有效預測行為。

個體對路徑的選擇取決於兩個因素 (Petty & Cacioppo, 1981)：一是個人捲入事件 (issue involvement) 的程度，亦即有關的態度事件 (attitudinal issue) 對個人的重要性；另一是個體加工相關信息的能力 (ability to process issue-relevant information)。假如個體面對的事件與自身的相關程度高，而個體又具有加工相關信息的能力，個體便會以核心路徑來進行反應。在不能同時兼具上述兩個條件的情況下，個體會選擇以邊緣路徑對情境中的信息進行加工。

## ELM 在諮詢心理學中的研究

ELM 的假設在社會心理學中已經得到一些研究的支持 (例如，Cacioppo, Petty, Kao, & Rodriguez, 1986; Petty & Cacioppo, 1984, 1990; Petty, Cacioppo, & Goldman, 1981)。Stoltenberg & McNeill (1984) 最早在模擬諮詢情境中對 ELM 的假設進行檢驗。他們考察在給被試 (participants) 提供高質量信息的情境下，捲入程度和信息來源的可信

程度對被試態度改變的影響。該研究中，根據被試在職業決斷性量表（Career Decisiveness Scale）上的得分，將被試的捲入程度分為高和低兩個水平。另外，研究者預先控制了會談錄音中諮詢師（counselor）介紹內容的可信性。實驗的具體情境為：要求被試聽一個模擬諮詢會談的錄音。在錄音中，當事人因與父母在自己的職業目標選擇上不一致而困擾。諮詢師為當事人提供了解決問題的建議。結果顯示，高捲入的被試，在高可信性的情況下對錄音中建議的支持程度顯著高於在中等可信性情況下的支持程度。對於低捲入的被試，中等可信性的諮詢師對他們態度的影響更大。另外，相比低捲入的被試，高捲入的被試受高可信性信息的影響更多。ELM 的假設在他們的研究中得不到有效的驗證。McNeill & Stoltenberg（1988）在另一項研究中沿用了上述設計，不同的是，增加了信息質量這一自變量。高質量的信息指諮詢師在與當事人互動中的言語行為是同感的、富於理解的；低質量的信息則是缺乏同感和理解的。該研究結果顯示，被試的態度只受信息質量影響，信息來源的可信性和被試的捲入程度對被試的態度沒有影響。

Heesacker（1986）亦設計過類似研究，所考察的因變量是被試對參加某個社交訓練和職業諮詢小組的態度。與 Stoltenberg & McNeill（1984）的設計不同的是，在 Heesacker 的研究中，自變量「捲入事件程度」分為高、中、低三個水平。研究結果顯示，被試的態度、認知和行動意願都受到高質量信息的影響。高捲入被試的態度比低捲入被試更積極，但捲入程度與另外兩個變量（信息質量與信息來源的可信性）無交互作用。在高信息質量的情況下，被試的態度受低可信性來源的影響更大。Heesacker 的研究同樣沒有給 ELM 提供有效的支持。

另有一些研究者嘗試設計基於 ELM 的干預（intervention）策略，使被試通過核心路徑來改變態度。這些研究通常是對影響路徑選擇的因素（如捲入事件程度和信息加工能力）進行控制。在這類研究中，參加研究的被試均受某類問題困擾，因此研究默認他們捲入事件的程度高。另一方面，在信息加工能力上，研究者通過對干預程序和干預中所提供的信息進行控制，確保被試完全具備對信息加工的能力。此外，這類研究還會以傳統的干預策略為對照，以檢驗基於 ELM 的干預策略

的效果。Gilbert, Heesacker, & Gannon (1991) 設計了一個基於 ELM 核心路徑的干預程序，用於改變大學男生對性侵犯的態度。研究發現，參加者的態度發生了持久改變，並且在預測其行為方面效果很好。Ernst & Heesacker (1993) 設計了基於 ELM 核心路徑的結構化果斷訓練 (assertion training) 工作坊，並以參加普通果斷訓練的被試為對照組。結果表明，基於 ELM 訓練組的被試在對果斷的態度、選擇果斷行為的意願，以及在生活中的果斷表現都顯著優於對照組的被試。

## 小 結

儘管一些研究證明了基於 ELM 核心路徑而設計的干預策略在影響被試態度上具有顯著效用，但 ELM 的基本假設在一些模擬的諮詢情境中尚未獲得有效支持。關於 ELM 中的假設未能在 (模擬) 諮詢情境中得到驗證的原因，筆者認為，有如下可能。

首先，諮詢心理中的 ELM 檢驗完全複製社會心理研究範式的做法並不妥當。具體而言，諮詢情境中檢驗 ELM 效度的研究，無論在實驗情境的設置、對變量的操作定義，以及變量的控制方法上，都完全沿用了社會心理學研究的思路和方法。實際上，所謂的「諮詢情境」，僅僅是在實驗材料中有所體現而已。亦即是說，研究者在心理諮詢領域中尋找適合社會心理學已有研究範式的問題為研究材料。這種「相互適應」的結果是：一方面，研究內容與一般社會心理學研究不同；另一方面，這類研究與真實諮詢的關係 (即研究的外在效度) 又極易受到質疑。因此，已有在諮詢情境中對 ELM 的驗證研究還不能算真正的諮詢心理學研究。「在心理諮詢情境中考察 ELM 假設的有效性」尚未真正開始。

其次，研究者在將 ELM 引進諮詢心理學的過程中，並沒有根據心理諮詢的特點，對原理論中的核心概念進行必要的辨析和重新解讀。筆者認為，在諮詢情境中，ELM 中所涉及的一些重要概念都與孕育它們的「社會心理學」情境差別很大。這種差別主要體現在三方面：捲入程度的特定性、信息加工能力的主導性，以及信息傳達方式的不同。在社會心理學研究中，更加重視捲入的作用，對信息加工能力

的考察很有限。這種研究範式符合社會心理學中所研究與態度相關的事件的特點。但在真實的心理諮詢情境中，情況卻大有不同。一般的經驗告訴我們，自願求助的當事人通常捲入事件的程度很高，以心理諮詢來說，對低捲入程度情境的考察意義有限。而諮詢師在會談中是否需要考慮當事人的信息加工能力則是個很值得探索的問題。換言之，我們可以提出這樣的疑問：在會談中，諮詢師所傳達給當事人的信息能否為當事人所理解對諮詢會談會有甚麼影響？關於信息傳達方式上的不同主要表現為：在社會心理學研究中，信息傳達者通常都明確表達一個觀點，並對這個觀點進行論證，以達到說服對方的目的；而在心理諮詢與治療中，諮詢師通常對「明確表達自己觀點」這種做法極為謹慎，大多是與當事人一起（陪同當事人）就某一主題進行探索和討論，相關的信息在這過程中完成傳遞。換言之，心理諮詢中的「說服」通常是更微妙的潛移默化過程，有時甚至在「不動聲色」的過程中完成。

## 研究目的與研究假設

本研究的目的是在真實心理諮詢情境中檢驗 ELM 的假設。在心理諮詢情境中，當事人對相關態度事件的捲入程度通常都高。因此，按照 ELM 的假設，選擇哪條路徑要看當事人是否具備對信息的加工能力。簡單來說，在諮詢情境中，路徑的選擇只由當事人的信息加工能力決定。

雖然現有文獻尚未對當事人信息加工能力有較為明確的操作定義，但仍不乏研究者在如何控制和測量這一變量方面作出建設性的考慮。例如，在 Gilbert et al. (1991) 的研究中，研究者通過以「複雜性」(complexity) 適宜於普通成年人的說服信息來確保被試完全具備加工相關信息的能力。另有研究者（如 Ernst & Heesacker, 1993）在研究中設計了兩個量表，考察被試在加工信息過程中「是否分心」和「時間是否充足」兩方面，以此評量被試的信息加工能力。筆者歸納上述做法為對信息加工能力進行操作定義的兩種思路：「結果取向」和「過程取向」。在本研究中，當事人的信息加工能力將分別以這兩種取向來界

定。據「結果取向」，在諮詢情境中，信息加工能力是指當事人對諮詢師提供的信息的理解程度；按「過程取向」，筆者沿用 Ernst & Heesacker (1993) 的思路，把信息加工能力視為當事人在會談時加工信息過程的專注程度和流暢程度。

如前所述，雖然 ELM 描述了勸說改變態度的兩種路徑，但其核心是關於個體如何對評價情境作出反應的假設。亦即是說，它假設了個體會在甚麼條件下選擇甚麼路徑對相關信息進行加工。因此，筆者認為「勸說」和「態度改變」只是 ELM 產生的語境，並非其核心假設中的核心要素。筆者在此說明並強調這一理解，意在進一步探討如何在諮詢情境中對 ELM 中的「態度」或「態度改變」進行操作定義。在現實的心理諮詢情境下考察「態度改變」是極其複雜而困難的：一方面，諮詢的效果必然包含了態度的改變；另一方面，若只着眼於某一態度的改變，顯然是將諮詢過程「過於簡化」了。因此可以說，諮詢過程之中必然存在態度的改變，但要在實踐中「捕捉」和考察它並非易事。在本研究中，筆者嘗試考察當事人對諮詢師提供的信息的態度。顯然，這與描述 ELM 時常提及的「態度改變」有所出入，但基於前文所述，筆者認為這一出入並不影響對 ELM 核心假設的檢驗。從理論上說，ELM 的核心是個體的信息加工能力、個體對事件的捲入程度等因素如何影響其選擇加工信息的途徑，並影響其態度（使發生改變）。簡言之，該理論的核心是各影響因素之間的關係，以及各自如何發揮作用。從技術上說，以態度（而非態度改變）為結果變量，並不妨礙檢驗 ELM 所描述的核心概念（路徑選擇和影響選擇的因素）之間的關係。

本研究要考察的問題是：當事人對諮詢師所提供信息的理解能力會否影響諮詢師的可信性，以及它與當事人對會談信息的態度之間的關係。根據 ELM 的假設，在理解能力低時，可信性對態度的作用應該比理解能力高時更顯著，因為在理解能力高時，態度的改變是由核心路徑而非邊緣路徑所影響。本研究的假設是：（1）當事人信息理解能力的調節效應顯著；（2）當事人對信息的理解能力較低時，諮詢師的可信性對當事人態度的影響較大；在理解水平較高時，可信性對態度的影響較小。

## 研究方法

### 研究對象

本研究採用方便取樣法，以諮詢會談為研究單元。被試為 70 位來訪者，求助於武漢兩所高校心理諮詢中心。其中，男性 11 人，女性 59 人，平均年齡為 22.57 歲 ( $SD = 4.30$ )。選擇被試時主要考慮以下三方面：(1) 參加本研究的當事人均為自願求助，並不包括委託諮詢和由他人強迫諮詢的當事人，目的是保證當事人有高捲入程度。(2) 不包括需要危機干預的當事人。(3) 對每位當事人，只選擇一次會談施測（為保證數據質量，對小部分當事人曾進行 2-3 次施測，但只會選擇其中一次會談作數據分析）。數據的來源具體為，21 份數據來自第二次會談，19 份來自第三次會談，12 份來自第四次會談，13 份來自第五次會談，5 份來自第七次會談，另有 5 份數據分別來自第八、第九、第十、第十四和第十六次會談。在採集過程中，由於實測人員擔心數據質量，對四位當事人重複採集了數據，其中對三位進行了連續兩次數據採集（兩位是在第二次和第三次會談，一位是在第四次和第五次會談），對另一位進行了三次數據採集（分別是在第二、第三和第四次會談）。但在整理數據的過程中，研究者認為對上述四位當事人初次採集的數據有效，決定使用每一位首次採集的數據，不對後續採集的會談數據進行分析。

### 研究工具

#### 想法列表協議

想法列表 (Thoughts-listing) 是一種開放式的 (open-ended) 認知測量技術，由 Cacioppo & Petty (1981) 設計，通過言語內容測量認知結構和認知過程。在社會心理學中，這項技術廣泛用於測量態度 (Haugtvedt & Petty, 1992)。在諮詢心理學中，這技術亦用於研究各種臨床問題背後的認知結構和認知過程 (Cacioppo, von Hippel, & Ernst, 1997)。本研究把想法列表技術用於對當事人信息加工能力(結果取向)的測量(亦稱作信息加工能力的客觀測量)和對態度的「認知過程」測量(亦稱為態度的客觀測量)。具體做法是：在會談結束後，立即要求



當事人在《諮詢會談評定手冊》中的指定地方寫下自己在會談時腦海中出現的想法。三名受過訓練的評分者對當事人所列想法進行評定。

在測量當事人的理解程度時，三位受過訓練的心理學研究生（全部為男性）依照「當事人信息理解能力」評定手冊，對當事人每項想法按五級評分（詳見附錄一）。評分愈高，代表當事人對信息的理解程度愈高，亦即對信息的理解能力愈高。計算所有想法得分的平均值，便是當事人在該次會談中信息理解能力的指標。

本研究所編制的評定手冊實際上是一個順序量表（ordinal scale）。根據 Finn 的建議（見 Tinsley & Weiss, 1975），順序量表的評分者間信度採用下面公式計算： $r = 1.0 - (\text{可觀察變異} / \text{幾率變異})$ 。其中，幾率變異的計算公式為： $Sc^2 = (k^2 - 1) / 12$ ， $Sc^2$  為幾率變異， $k$  為量表的等級數；當有兩個或兩個以上評分者時，可觀察變異等於單因素重複測量方差分析中被試內均方（Tinsley & Weiss, 1975）。在計算「當事人信息理解水平」評定手冊的信度時，研究者隨機選取當事人所列 30 項想法。根據三位評定者的評定，計算評分者間信度為 .95。另外，在效度方面，當事人的信息理解程度是其「結果取向」的信息加工能力測量指標，它與「過程取向」測量指標間的相關為 .34 ( $p < .01$ )。

在測量態度時，三位評分者將每個想法按「支持」、「不支持」、「中立」來分類（詳見附錄二）。經計算，Kappa 係數的平均值為 .94，高於一般可接受的標準 .70。態度分類評定表的評分者間信度較為理想。以想法列表了解個體的認知過程來評量其態度，在 ELM 的研究中已有採用。Ernst & Heesacker (1993) 報告了以想法列表測得的態度指標與通過語義區分量表測得的態度指標間的相關係數為 .24 ( $p < .05$ )。在本研究中，這相關係數為 .33 ( $p < .01$ )。

### 語意區分態度量表

本研究採用的語意區分量表對態度進行主觀評定（即由當事人本人來評定）。該量表由 Ernst & Heesacker (1993) 設計，並使用於他們對 ELM 的研究中。本量表的中文版由研究者翻譯，並通過回譯確證中文

版量表的內容與原英文版量表一致。此量表包括 6 對形容詞，分別為：好的一壞的、不理想的—有用的、明智的—愚蠢的、不能打動人的—能打動人的、令人愉快的一令人討厭的、有害的一有益的。以 7 點記分，總分愈高表示態度愈積極。

語意區分量表通常是根據具體研究目的而編定，因此這研究工具並沒有可資參考的信度和效度指標。然而，這種方法在態度研究中一直得到使用，而且有很多研究（Cacioppo & Petty, 1981）都證明它對態度的測量是可靠並有效的。本研究中，語意區分態度量表的內部一致性信度為 .83。Ernst & Heesacker（1993）報告有語義區分量表測得態度指標與被試的行動意向間的相關係數為 .47 ( $p < .05$ )。

### 理解程度主觀評定量表

這量表由 Ernst & Heesacker（1993）設計，是本研究中用以測量當事人「過程取向」信息理解能力的工具，於會談結束後由當事人本人立即填寫。量表包括 3 條題目：

1. 總的來說，在會談過程中我有充足時間理解諮詢師所表達的意思。
2. 總的來說，在整個會談過程中，我感覺諮詢師所表達的意思很容易理解。
3. 在這次會談中，我感覺自己經常會走神，去想現在所討論的話題之外的事情。

當事人在 7 點 Likert 量表（1 為「完全同意」，7 為「完全不同意」）上對每個題目進行評分。該量表的內部一致性信度為 .65，但並沒有相關的效度指標。在本研究中，該量表所測得的信息理解能力與使用想法列表所測得的信息理解能力之間的相關係數為 .34 ( $p < .01$ )。

### 諮詢師評定表

本研究採用 Corrigan & Schmidt（1983）修訂的簡短版「諮詢師評定表」（Counselor Rating Form – Short，下稱 CRF-S）。CRF-S 包括三個維度：吸引力（attractiveness）、專業性（expertness）和值得信任

程度 (trustworthiness)。每個維度各有 4 個項目，合共 12 個項目。三個維度的內部一致性信度分別為 .91、.85 和 .91 (Corrigan & Schmidt, 1983; Tracey, Glidden, & Kokotovic, 1988)。Corrigan & Schmidt 通過驗證性因素分析，證明了該量表具有理想的結構效度。本研究只使用其中的專業性和值得信任程度兩個維度共 8 個項目。每個項目都是描述諮詢師的形容詞，當事人按照自己對諮詢師的知覺，從 7 點 Likert 量表 (1 為「沒有」，7 為「非常」) 進行評定。項目的總分便是當事人對諮詢師可信性知覺的評價指標。量表由研究者翻譯成中文，並通過回譯確證中文版的內容與原英文版一致。本研究所報告的專業性和值得信任程度兩個分量表，以及總體的內部一致性信度分別為 .92、.94 和 .94。

## 研究過程

在每次會談結束後，諮詢中心的接待員會邀請當事人對剛結束的會談進行評估，由當事人自願參加。當事人同意後，中心會發給當事人《諮詢會談評定手冊》，當中測量工具的呈現順序為：想法列表協議、語意區分態度量表、諮詢師評定表、理解程度主觀評定量表。評定手冊由接待員負責收回。評定以匿名方式進行，而評定內容和結果亦不會向諮詢師透露。

## 結果

表一報告了各測量指標的平均值、標準差，以及各變量間的相關矩陣。結果顯示，各變量間存在中等程度或較強的正相關 ( $r = .31$  至  $.77$ )。相同測量方法之間的相關 (態度主觀平分與理解主觀評分之間的相關係數為  $.66$ ) 高於相同特質之間的相關 (態度主觀評分和態度客觀評分之間的相關係數為  $.33$ )。

表一：各測量指標的平均值、標準差及相關矩陣 ( $N = 70$ )

	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5
1. 態度主觀評分	34.24	4.93	—				
2. 態度客觀評分	0.65	0.41	0.33**	—			
3. 信息理解主觀評分	17.77	2.91	0.66**	0.39**	—		
4. 信息理解客觀評分	3.28	0.57	0.31**	0.69**	0.34**	—	
5. 可信性	47.60	7.81	0.77**	0.38**	0.57**	0.31**	—

\*\*  $p < .01$

為檢驗研究假設一，以當事人對信息的理解能力為調節變量，調節諮詢師可信性對當事人態度的影響，藉此檢驗四個帶有交互項的多元線性層級回歸模型（Frazier, Tix, & Barron, 2004）。表二報告了四個模型的層級回歸結果。從表中可見，只有模型 B 中當事人信息理解能力的調節效應顯著， $F(1, 66) = 2.90, p < .01$ 。亦即以態度的主觀評分為結果變量，可信性為預測變量，信息理解能力的客觀評分為調節變量時，信息理解能力對諮詢師可信性與當事人態度改變之間的關係具有顯著的調節作用。

表二：調節效應檢驗結果（ $N = 70$ ）

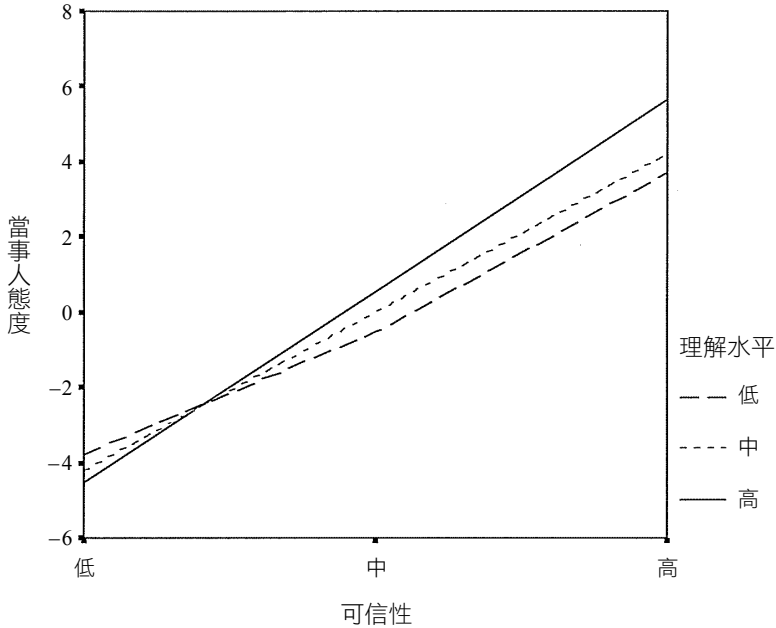
模型	步驟	$R^2$	調整後 $R^2$	$\Delta R^2$	$\beta$	$F$	顯著 水平
A 態度主觀評分、 可信性、理解 能力主觀評分	1	0.66	0.65				
	2	0.66	0.64	0.00	-0.04	-0.51	0.61
B 態度主觀評分、 可信性、理解 能力客觀評分	1	0.59	0.58				
	2	0.64	0.62	0.05	0.25	2.90**	0.00
C 態度客觀評分、 可信性、理解 能力主觀評分	1	0.19	0.17				
	2	0.21	0.17	0.02	-0.15	-1.12	0.27
D 態度客觀評分、 可信性、理解 能力客觀評分	1	0.51	0.50				
	2	0.51	0.50	0.00	-0.01	-0.09	0.93

\*\*  $p < .01$

註： 步驟 1 只將預測變量和調節變量納入回歸模型；步驟 2 則把預測變量、調節變量和兩者的交互作用項都納入回歸模型。

為檢驗研究假設二，對模型 B 中調節效應的具體形式進行分析。分析方法為：對預測變量（可信性）、調節變量（理解程度）分別取三個特殊值：均值、高於均值一個標準差的值、低於均值一個標準差的值。將這些特殊值分別帶入模型 B 的回歸方程，計算出結果變量的值，然後以這些值繪圖，觀察調節效應的具體形式。從圖一可見，理解水平愈高，線段的變化趨勢愈明顯。這表明：當事人對信息的理解能力愈高，諮詢師的可信性對當事人態度的影響效果愈明顯。這一結果不支持研究假設二。

圖一：調節形式分析



## 討論

研究結果顯示，在檢驗調節效應的四個模型中，只有一個支持理解程度調節效應的存在。另外，關於調節效應的具體形式，研究結果與假設二中的描述完全相反。本部分將分析造成這些結果的原因。

### 調節效應不顯著的原因

調節效應不顯著的直接原因是，四個模型中有三個沒有檢測到調節效應的存在。筆者認為，這一結果是由於調節變量與結果變量和預測變量之間的高相關所造成。如表一所示，模型 A 中，三個變量之間的相關係數分別為 .77、.57 和 .66；模型 C 中，可信性與理解程度之間的相關為 .57；模型 D 中，態度與理解程度之間的相關為 .69。由於模型中存在這些較高的相關，因此無法檢驗出當事人信息理解程度的調節

效應。理論上，理想的調節變量應該與預測變量和結果變量之間的相關都不大。

筆者認為共同方法偏差（common method biases）可能是造成部分研究變量間高相關的一個主要因素。根據表一，相同測量方法間存在高相關（態度主觀評分與理解主觀評分間的相關係數為 .66，態度客觀評分與理解客觀評分間的相關為 .69）。

所謂共同方法偏差是指「因為同樣的數據來源或評分者、同樣的測量環境、項目語境以及項目本身特徵所造成的預測變量與效標變量之間人為的共變」（周浩、龍立榮，2004，頁 942）。本研究中的共同方法偏差來源可能有兩種：一是來自測量工具本身的特徵和測量程序的安排；另一則來自於社會稱許性（social desirability）。

在測量工具和測量程序方面，以下的做法可能會引起共同方法偏差。第一，語意區分態度量表與 CRF-S 都以 7 點記分，在項目呈現形式上極為相似。雖然 CRF-S 沒有沿用雙極形容詞的形式，但是其評定方式仍然使被試很容易知覺到正性與負性、積極與消極的區分。另外，在施測時，這兩個工具同時使用，而且評定的對象都與諮詢師有關。一個是對諮詢師本人進行評定，另一個是對諮詢師所傳達的信息進行評定。第二，研究中對當事人理解程度和當事人態度這兩個變量的測量都採用了評分者評定的方法。具體做法如「研究工具」部分所述。實際上，理解程度和態度的評定材料一樣，都是當事人寫下自己在會談中的想法，不同的只是評定時所採用的評定系統。另外，對態度進行評定的兩名評分員，亦同時參與評定理解程度。

社會稱許性可能是造成共同方法偏差的另一原因。從表一可見，被試在語意區分態度量表、理解程度主觀評定表和 CRF-S 三個量表上所評定分數的平均值均高於各自量表總分的平均值（24、12 和 32）兩個標準差，天花板效應（ceiling effect）十分明顯。一些研究發現，CRF-S 具有天花板效應（Corrigan & Schmidt, 1983），被試傾向於在靠近正性、積極的一端評價諮詢師。筆者認為，當事人在對信息的理解程度做主觀評定時，仍然會傾向回應在積極的一端。

## 調節效應的形式

據 ELM，在個體缺乏對信息加工的能力時，信息通過邊緣路徑影響態度；當個體具備信息加工的能力時，信息對態度的影響是通過核心路徑實現的。依此，當事人以信息理解能力為調節變量，調節的具體形式應為：理解程度愈高，當事人採用邊緣路徑的可能性愈小，即諮詢師可信性所起到的作用愈小。

本研究的結果顯示，隨着理解程度提高，諮詢師的可信性對態度的影響愈為明顯。據表一，理解程度客觀評定的均值為 3.28 ( $SD = 0.57$ )，由於量表中各水平的均值為 3，可以判斷測量中沒有地板效應 (floor effect)。對於圖一，代表高理解水平的特殊值實際上是代表高於均值一個標準差的值，其代表的理解水平為 3.85。參照「當事人信息理解程度」評定手冊，從 3.85 在順序量表中所對應的實際內涵，可以確認這是一個很高的理解水平。因此，圖一中所描述的調節形式，在含義上是清晰明確的。

關於研究結果與假設的不一致，筆者認為，可能出於以下原因：

1. 諮詢情境的特殊性。在心理諮詢情境中，當事人對諮詢師所傳達信息的理解程度在一定意義上是由諮詢師控制的；也就是說，諮詢師要考慮如何讓自己所表達的信息清晰、準確，使當事人能夠明白、理解。當諮詢師有這樣的考慮，並作出實際行為時，他向當事人所傳達的已經不僅是一些當事人容易明白理解的信息，還可能包括了諮詢師對當事人的關注、體諒、關心、接納等情感要素。一個比較「極端」的例子是諮詢師以「同感」的態度來向當事人傳達信息。Patterson (1974, 引自林孟平, 2005) 強調，同感的了解是不從客觀或外在的參照標準來看事物，而是諮詢師放下自己個人的參照標準，設身處地從當事人的參照標準來看事物。從這層意義上說，在諮詢中，當事人感覺到諮詢師傳達給自己的信息讓自己接受起來沒有障礙，同時亦很有可能感覺到自己獲接納、理解和關注。當事人在會談中這些積極的體驗很可能會使他們對諮詢師產生積極的知覺。

2. 如上所述，如果在某種交流情境下，一方（當事人）的信息加工能力可以受另一方（諮詢師）調節、影響，信息加工能力是否還可以像 ELM 假設的那樣，用作選擇「核心路徑」的必要非充分條件？進一步，如果諮詢師對當事人信息加工能力的影響、調節在一定程度上亦代表了其專業技能（專業性），那麼可信性與信息加工能力（前者是「邊緣路徑」的典型代表，後者是選擇「核心路徑」的必要非充分條件）之間是否還會（如 ELM 所假設）是相互排斥的？在本研究中，兩者之間存在中等甚至較高的相關（ $r = .31, .57, p < .01$ ）。類似的疑問還包括：在諮詢情境中，可信性是否還可以如在「社會心理學的勸說情境」中那樣，典型地代表着「邊緣路徑」？
3. 不可忽視的，本研究很可能存在測量方面的不足。由於通過想法列表對當事人的理解能力和態度進行測量都是首次在同類研究中使用，而本研究並未對這種測量方法提供充足的效度指標。因此，在理解本研究的結果與 ELM 假設之間的關係時需要格外謹慎。比如，本研究在使用想法列表測量態度和信息理解能力的過程中，並沒有採取有效的控制，以確保被試寫下的想法都是由諮詢師提供的信息所引起的。這種控制的缺失，必將影響本研究的構想效度。

## 研究限制與展望

本研究的限制包括四方面：

1. 研究採用方便取樣，這使其外在效度受到影響。具體而言，本研究的樣本全部採自中國內地中部地區兩所高校的心理諮詢中心，對本研究的目標總體（即諮詢情境中的當事人與諮詢師）缺乏代表性。因此，在應用本研究的結果理解心理諮詢與治療過程時，應當格外謹慎。
2. 在研究設計中對共同方法偏差缺乏足夠考慮。雖然考慮到它可能會對研究造成影響，因而在一些變量上選擇採用兩種方法進行測量，但研究設計無法對共同方法所帶來的偏差進行統計上的檢驗和控制，使得一些結果無法得到進一步的分析。



3. 對當事人信息理解能力的測量工具缺少效度指標，限制了研究的構想效度。
4. 本研究在驗證 ELM 的假設時，沒有考察核心路徑，因此驗證 ELM 的效力有限。

關於未來的研究方向，筆者認為，總體上還需要在諮詢情境中進一步檢驗 ELM。理論上，研究者需要進一步分析和思考諮詢情境與 ELM 的契合性。比如，在諮詢情境中，究竟應該把當事人的信息加工能力理解為「個人特質」，還是可以受諮詢師影響和控制的變量（如本研究對其所作的操作定義那樣）。技術上，新的、更加有效的測量工具亟待發展。比如，如何在真實諮詢情境中測量態度的改變？如何更有效測量當事人的信息理解能力？更為重要的是，研究者在繼續探索的同時，應該更深入思考心理諮詢與社會心理學之間的關係。究竟應該怎樣對待和應用社會學中的理論和發現？是據之設計心理諮詢與治療，還是為心理諮詢與治療過程中的現象尋求社會心理學的解釋？

## 參考文獻

- 周浩、龍立榮（2004）。〈共同方法偏差的統計檢驗與控制方法〉。《心理科學進展》，第 12 卷第 6 期，頁 942–950。
- 林孟平（2005）。《輔導與心理治療》。上海，中國：上海教育出版社。
- 時蓉華（編著）（1986）。《社會心理學》。上海，中國：上海人民出版社。
- 陳琦（主編）（2001）。《教育心理學》。北京，中國：高等教育出版社。
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1981). Social psychological procedures for cognitive response assessment: The thought-listing technique. In T. V. Merluzzi, C. R. Glass, & M. Genest (Eds.), *Cognitive assessment* (pp. 309–342). New York, NY: Guilford Press.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., Kao, C. F., & Rodriguez, R. (1986). Central and peripheral routes to persuasion: An individual difference perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(5), 1032–1043. doi: 10.1037/0022-3514.51.5.1032

- Cacioppo, J. T., von Hippel, W., & Ernst, J. M. (1997). Mapping cognitive structures and processes through verbal content: The thought-listing technique. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 65*(6), 928–940. doi: 10.1037/0022-006X.65.6.928
- Corrigan, J. D., & Schmidt, L. D. (1983). Development and validation of revisions in the Counselor Rating Form. *Journal of Counseling Psychology, 30*(1), 64–75. doi: 10.1037/0022-0167.30.1.64
- Ernst, J. M., & Heesacker, M. (1993). Application of the Elaboration Likelihood Model of attitude change to assertion training. *Journal of Counseling Psychology, 40*(1), 37–45. doi: 10.1037/0022-0167.40.1.37
- Frazier, P. A., Tix, A. P., & Barron, K. E. (2004). Testing moderator and mediator effects in counseling psychology research. *Journal of Counseling Psychology, 51*(1), 115–134. doi: 10.1037/0022-0167.51.1.115
- Gilbert, B. J., Heesacker, M., & Gannon, L. J. (1991). Changing the sexual aggression-supportive attitudes of men: A psychoeducational intervention. *Journal of Counseling Psychology, 38*(2), 197–203. doi: 10.1037/0022-0167.38.2.197
- Haugtvedt, C. P., & Petty, R. E. (1992). Personality and persuasion: Need for cognition moderates the persistence and resistance of attitude changes. *Journal of Personality and Social Psychology, 63*(2), 308–319. doi: 10.1037/0022-3514.63.2.308
- Heesacker, M. (1986). Counseling pretreatment and the Elaboration Likelihood Model of attitude change. *Journal of Counseling Psychology, 33*(2), 107–114. doi: 10.1037/0022-0167.33.2.107
- Heppner, P. P., & Claiborn, C. D. (1989). Social influence research in counseling: A review and critique. *Journal of Counseling Psychology, 36*(3), 365–387. doi: 10.1037/0022-0167.36.3.365
- McNeill, B. W., & Stoltenberg, C. D. (1988). A test of the Elaboration Likelihood Model for therapy. *Cognitive Therapy and Research, 12*(1), 69–80. doi: 10.1007/BF01172781

- McNeill, B. W., & Stoltenberg, C. D. (1989). Reconceptualizing social influence in counseling: The Elaboration Likelihood Model. *Journal of Counseling Psychology, 36*(1), 24–33. doi: 10.1037/0022-0167.36.1.24
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Dubuque, IA: W. C. Brown.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1984). The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology, 46*(1), 69–81. doi: 10.1037/0022-3514.46.1.69
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1990). Involvement and persuasion: Tradition versus integration. *Psychological Bulletin, 107*(3), 367–374. doi: 10.1037/0033-2909.107.3.367
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Goldman, R. (1981). Personal involvement as a determinant of argument-based persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology, 41*(5), 847–855. doi: 10.1037/0022-3514.41.5.847
- Schwartz, R. M., & Garamoni, G. L. (1986). A structural model of positive and negative states in mind: Asymmetry in the internal dialogue. In P. C. Kendall (Ed.), *Advances in cognitive-behavioral research and therapy* (Vol. 5, pp. 1–62). New York, NY: Academic Press.
- Stoltenberg, C. D., & McNeill, B. W. (1984). Effects of expertise and issue involvement on perceptions of counseling. *Journal of Social and Clinical Psychology, 2*(4), 314–325. doi: 10.1521/jscp.1984.2.4.314
- Strong, S. R. (1968). Counseling: An interpersonal influence process. *Journal of Counseling Psychology, 15*(3), 215–224. doi: 10.1037/h0020229
- Strong, S. R., & Matross, R. P. (1973). Change processes in counseling and psychotherapy. *Journal of Counseling Psychology, 20*(1), 25–37. doi: 10.1037/h0034055
- Strong, S. R., Welsh, J. A., Corcoran, J. L., & Hoyt, W. T. (1992). Social psychology and counseling psychology: The history, products, and promise of an interface. *Journal of Counseling Psychology, 39*(2), 139–157. doi: 10.1037/0022-0167.39.2.139

胡博、江光榮、段昌明

- Tinsley, H. E., & Weiss, D. J. (1975). Interrater reliability and agreement of subjective judgments. *Journal of Counseling Psychology, 22*(4), 358–376. doi: 10.1037/h0076640
- Tracey, T. J., Glidden, C. E., & Kokotovic, A. M. (1988). Factor structure of the Counselor Rating Form – Short. *Journal of Counseling Psychology, 35*(3), 330–335. doi: 10.1037/0022-0167.35.3.330

## 附錄一：理解程度測量工具的編制和使用說明

### 「當事人信息理解程度」評定手冊的編制

依據建構主義（constructivism）學習論的觀點，理解是個體對外部信息進行同化（assimilation）的過程，即：對信息意義的理解是通過外界信息與已有知識經驗的相互作用而實現的。

Wittrock（1983，引自陳琦，2001）從建構主義的視角對意義理解的生成過程（generative process）進行了分析。他認為，對意義的理解始於選擇性注意。人腦不是被動的記錄外界輸入的信息，而是主動建構對輸入信息的解釋，主動選擇一些信息，忽略一些信息。因此，理解的過程不是從感覺經驗本身開始的，而是從對這一經驗的選擇性注意開始的。

知覺和注意的傾向會受到長時記憶中存在的知識經驗所影響。這些經驗，一方面作為動機，使個體能主動對感覺經驗進行選擇性注意，對那些已有過經驗、仍有持續興趣的信息進行選擇性的知覺。另一方面，個體把長時記憶中的一些經驗提取出來，進入短時記憶（當前的工作記憶），並進一步與外界信息形成聯繫。這是一個主動理解信息意義的過程，它包括以下一些環節：

1. 試探性的意義建構。個體激活（activate）一些有關經驗，試圖與新信息建立某種聯繫。
2. 檢驗所形成的理解。個體可能與感覺經驗相對照，亦可能與長時記憶中已有的經驗做比較。經檢驗，如果意義建構不成功，應回到感覺信息，檢查感覺信息與長時記憶實驗性聯繫的策略是否合理；如果意義建構成功，就實現了意義的理解。
3. 在新信息得到理解的基礎上，從多方面分析檢驗所獲得的理解。看新觀念是否合理，是否符合自己長時記憶中的其他相關經驗，是否和其他相關信息一致。經過這一環節，如果新經驗與自己原來的經驗結構之間基本上一致，不存在甚麼衝突，就把理解從短時記憶

納入長時記憶，同化到原有的認知結構；如果發現了新舊經驗之間的衝突，可能導致長時記憶中原有的認知結構重組。

根據 Wittrock 對理解生成過程的分析，按個體對信息加工深度的不同，把理解程度劃分為五個水平。

### 水平一：不理解

個體只注意到新信息的出現，但無法有效將新信息與其長時記憶中的經驗建立聯繫。建立聯繫失敗，將不會進一步加工新信息。在諮詢中，當事人可能只意識到諮詢師在說些甚麼，但以他的知識背景和經驗，完全無法理解諮詢師所表達的意思。對新信息的理解停留在這一水平，很可能是受到新信息內容和呈現形式的影響。如果內容超出了個體已有經驗，呈現的形式過於抽象，個體都不易於將已有經驗與新信息建立聯繫。（例如：太深奧了，沒明白你的意思。）

### 水平二：建立聯繫階段

能夠將新信息與已有經驗以某種方式建立初步聯繫，這是進一步加工的前提。新信息喚醒了長時記憶中的某些經驗，當這些經驗再次出現時，個體能夠再認，確認以前有過這個經驗。這種聯繫是表面化的，而非實質性的聯繫。對信息的意義只有很低水平的理解。如果意義理解停留在這個水平，很可能是受到個體已有經驗的加工水平影響。如果個體過去的那些知識經驗只是處於記憶水平，那麼這些經驗很難幫助個體理解新的信息和經驗。在諮詢中，當事人可能會由諮詢師表達的信息而聯想到自己曾聽過或讀到過同樣的概念、同樣的說法或解釋。（例如：你說的話我以前好像聽到過。）

### 水平三：初步檢驗階段

個體參照自身經驗檢驗其初步建立的聯繫，以決定是否接納這個理解。如果不接納，個體將不對這個聯繫進行更深的加工；如果接受，

將進入下一階段。理解停在這個階段，可能是由新信息的內容所決定：如果新信息表達的是對事實的一種錯誤論斷，會不被個體接納，而不會進入下一階段的加工。在諮詢中，諮詢師會對當事人提供的一些信息作出反應，包括以言語形式傳達一些信息，這些反應也許是不準確的、片面的或是武斷的。而當事人會用他個人的經驗來檢驗諮詢師的這些反應，以決定是否接受這些反應中的信息。如果認為與自己經驗只是存在有限的聯繫，則不會對其作深一層的理解和納入自己的認知結構中。（例如：你說的好像有道理，但跟我的問題有甚麼關係。）

#### 水平四：進一步檢驗階段

經過初步檢驗的理解而進一步與個體長時記憶中的其他經驗進行聯繫，接受進一步檢驗。經過這個階段的檢驗，個體能夠將新信息與自己更多的經驗建立實質的、內在的聯繫，也就是說，新信息被同化入已有的認知結構中。同時，個體亦會以自己所有相關的經驗為依據來確認新信息的價值和意義。對於意義理解來說，這是一個很高的階段，若使理解更進一步，在信息的數量、質量和時間上都要達到一定水平。在諮詢中，當事人可以用諮詢師提供的信息解釋自己所有的相關經驗，進而確認這個信息的價值；比如，當事人從諮詢師的信息中獲得一種新的視角來看待自己的問題，而且這個新視角符合他的所有相關經驗。（例如：哦，現在我明白我的問題究竟是怎回事了。）

#### 水平五：提煉、升華階段

新的信息被納入認知結構後，個體能夠在新的經驗和已有經驗的基礎上產生對經驗新的認知，這些新的認知既不是原有的，亦不是新的信息中所包含的，它可能比這些經驗更概括、精練，是認識上的一種升華。在諮詢中，當事人可能在接納了諮詢師的信息後，結合以往經驗，自己領悟到一些道理，這些可能是原則性的、指導性的、更個人化的，是屬於自己的「真理」。（例如：我以前活得真是累，以後我想我要順着自己的感覺去生活。）

## 使用說明

1. 理解的五個水平其實是五個連續的階段，較低的階段是到達較高階段的前提；較高的階段中也可能有較低階段的特徵存在。評定時，如果同時存在較低階段和較高階段的特徵，則評定為較高的階段。
2. 與想法列表協議一起使用。
3. 計算所有想法所達到的理解水平的平均值，以之為當事人理解水平的指標。



## 附錄二：當事人態度評定說明

支持度(favorability)指當事人對諮詢師所傳達信息的支持、接納、贊同程度。在本研究中，支持度以支持想法的數量除以支持想法與不支持想法的總和來計算(Schwartz & Garamoni, 1986)。

### 類別

- 支持的(favorable)：評分員認為當事人的想法中表達的意思是一種積極的評價，則此想法可評為「支持的」。
- 不支持的(unfavorable)：評分員認為當事人的想法中表達的意思是一種消極的評價，則此想法可評為「不支持的」。
- 中立的(neutral)：評分員認為當事人的想法中表達的是一種中性的意思，又或者與諮詢師所傳達的信息沒有關係，則此想法可評為「中立的」。

### 支持度的計算方法

用支持想法的數量除以支持想法與不支持想法的總和，忽略中性的想法(Schwartz & Garamoni, 1986)，公式如下：

$$\text{支持度} = N_{\text{支持}} \div (N_{\text{支持}} + N_{\text{不支持}})$$

## **Examining Elaboration Likelihood Model in Counseling Context**

According to the Elaboration Likelihood Model (ELM), there are two conditions (high personal involvement and the ability to process relevant information) that determine which route individuals will choose in changing attitude. With operationally defining the ability to process issue-relevant information as the client's ability in understanding the information delivered in counseling sessions, in this study, the validity of ELM application in counseling was examined in a study using data collected from real counseling sessions in China. A total of 70 clients completed Thoughts-Listing Protocol, Semantic Differentials, and Counselor Rating Form – Short, which assessed, respectively, their ability in understanding relevant information, their attitude toward the information delivered in counseling sessions, and their perception on therapist's credibility. The results of hierarchical multilevel regression showed that the moderator effect of clients' ability in understanding was significant. That is, a client's ability of understanding the information delivered by the therapist significantly moderated the relationship between the therapist's credibility and the client's attitude. A larger effect of therapist's credibility on client's attitude was revealed for the participants at a higher level of ability in understanding than that for those with a lower level of ability. Finally, the authors discussed the limitations (e.g., common method bias) in the present study.

*Keywords:* Elaboration Likelihood Model; moderation effect; therapist's credibility; client's ability in understanding information