

自我意識與做人向度之相關研究

一、前言

在華人社會中，「做人」是一個十分重要的概念，這個概念和華人文化傳統的深層結構有十分密切的關聯。儒家經典中指出，「做人」是在人際關係中進行自我修養，成為一個完善的人（杜維明，1991）。正因為中國文化以意欲自為調和持中為根本精神，因此它把生活重心放在正確處理各種關係，尤其是人際關係上。彭泗清（1993）指出，「做人」包含兩個基本要素：一個是道德發展上的涵義，猶如前面所指的要自我修養，另一個則是社會適應上的涵義—做人要完成社會角色，能夠恰當的表現自己，成為適應社會現實，為他人所接納的人。那麼，「做人」的議題和「自我」有什麼關聯呢？楊中芳（1992）在論及中國人的自我時指出：中國人的自我發展有向上發展和平行發展兩方面，前者是對社會的改造，後者是對社會的適應，包括生存技能和應對策略的發展。而「自我意識」牽涉到個體注意力的內向化（inward）或外向化（outward），也關係個人對他人評價的因應方式，因此我們不妨假設自我意識特質和做人有所關聯。

依照黃光國（1995）在「知識與行動」一書中對「儒家思

想之內在結構」的分析，對一般華人日常生活之社會行動影響最大的，是儒家所提倡的「庶人倫理」。在分析「儒家思想的內在結構」時，作者又引用西方社會心理學的「正義理論」將儒家所強調的「庶人倫理」區分為「程序正義」與「分配正義」兩種。在程序正義方面，儒家所重視的是「尊尊法則」，強調人們在進行社會互動時，應當由佔有較尊貴地位的人來做出決策。在「分配正義」方面，儒家所重視的是「親親法則」，強調「資源分配者」應當像作者在「人情與面子」理論模式所描述的那樣依照他和對方關係的遠近親疏，使用不同的交易法則，來和對方進行社會互動。以下是「人情與面子」的理論模式：(圖一)

「人情與面子」的理論模式將社會互動的雙方稱為「請託者」和「資源分配者」。當「請託者」要求「資源分配者」將他所掌握的資源做有利於「請託者」的分配時，「資源支配者」首先會考慮的問題是：我們之間存有什麼樣的關係？

這個理論模式以一條對角線將代表人際「關係」的長方形切分為兩部份：斜線覆蓋的部份稱為「情感性成分」，代表人與人之間情感依附的程度而空白的部份稱為「工具性成分」代表

個人和他人進行互動的主要目的是要以對方做為工具，來獲取某種資源。

雖然任何一種關係都是由「工具性成分」和「情感性成分」所構成，然而在不同的人際關係中，這兩種成分的比例、多寡卻不同。因此我們可以依照這兩種成分的多寡，將一般人的的人際關係分為三大類。在儒家文化傳統的影響下，個人可能傾向於用三種不同的法則和這三類不同關係的對象進行社會互動。

1.情感性關係

在儒家文化裡，對個體而言，最重要的莫過於「情感性關係」，它屬於家庭中的關係。儒家的生命關把家庭的生命視為一脈相承的整體，個體的生命是父母親生命的延續，而子女的生命又是自我生命的延續。所以華人社會將親子關係稱為「骨肉之親」，兄弟關係稱為「手足之情」，在家庭中的資源分配則依循「需求法則」。也就是說，在未分家之前，家庭中的每一個成員負有義務要從生活中獲取各種不同的社會資源，來滿足家人的需求，因而形成了華人社會中，最具文化特色的「家族主義」。

2.工具性關係

在圖一，「關係」的長方形中，和「情感性關係」對比的是「工具性關係」。指的是個人為了獲得某種資源，和陌生人所建立的種種可能關係。舉例來說：商業上的交易行為，買賣雙方的關係就是一種常見的工具性關係。

在這種關係裡，「工具性成分」濃厚，「情感性成分」淡薄，進行交易的雙方莫不以一種「精打細算」的心態，來算計彼此在交易過程中的付出和收益，希望謀求自身最大的利益。因此，「工具性關係」中的人際交往遵循的是「公平法則」交往的雙方都在盤算：這一項交易是否公平？付出的代價合不合理？若有任何一方覺得該項交易不公平、不合理，最可能的結果是和對方計較，也可能會向對方提出抗議，甚至有衝突發生，該項交易也許因而終止。

3.混合性關係

在圖一，代表「關係」的長方形中，介於「情感性關係」和「工具性關係」之間的是「混合性關係」。在華人社會中，「混合性關係」通常指個人與家庭之外的親戚、朋友、同事、同學等熟人之間的關係。在這類關係中，「情感性成分」與「工具性成分」各佔一半。意思也就是說：因為個體和

他人之間存有某種程度的「情感性成分」，因此必要時，可以利用這種「情感」作為「工具」來獲得某些資源，以求解決個人的問題。

「混合性關係」中的人際關係，所遵循的是「人情法則」：在平常時，一個人必須以寒暄、問候、相聚等方式和對方保持良好的人際關係，若對方在生活上遭遇困難，個人也要體諒他、同情他、「做人情」給他，幫對方度過難關。由於「受人點滴之恩，定當湧泉以報」的觀念，對方若接受了他人的「人情」在時機許可時，也一定會想辦法回報。

用「人情與面子」的理論模式來看，「做人」的主要意義就是維持個體在其家庭生活外，擁有和諧的人際關係網路。因為每個人都是生活在一定的人際關係網路中，因此日常生活中，在追求自我目標達成之餘，必須同時考慮生活中相關他人的反應，以求盡可能保持和諧、良好的人際關係。

二、關於自我意識的文獻回顧

Fenigstein, Scheier, and Buss(1975)提出：自我意識(self-consciousness)包括三個要素：公眾自我意識(public

self-consciousness)、私密自我意識(private self-consciousness)、社會焦慮(social anxiety)。公眾自我意識指個體意識到自己作為一個 social object，是他人所觀察、評價的對象，同時，自己對他人也具有影響力在。私密自我意識則是個體對自我內在情感、情緒、思考等的覺知。由於 public or private self-consciousness 的注意力焦點不同，前者關注於他人怎麼看待自己，後者則是注意審查自我內心的想法、感受；因此在人際互動的情境(interpersonal context)下，公眾自我意識決定我們的注意力焦點，而在 impersonal context 之下，私密自我意識決定個人對自我的歸因(attribution)。而公眾自我意識和私密自我意識是獨立的兩個向度，在任一向度得分高的受試者，在另一個向度得分不一定高，兩者之間沒有絕對的關係。如此一來，一個可能的假設是：具有高公眾自我意識的人，是不是比較能掌握社會技巧，應對得體？也就是說，比較「會做人」？目前並沒有研究直接證明高公眾自我意識和會做人直接相關，不過，一些研究試圖瞭解自我意識在某些社會互動情境下，帶來什麼樣的結果。

Fenigstein(1974)的研究指出：具有高公眾自我意識的女性受試者，對於被同儕團體拒絕比較敏感，也傾向於對被拒絕的經驗做出「內歸因」、認為自己應該負責任。同時，被拒絕時，高公

眾自我意識者比低公眾自我意識者更不受該團體吸引，離開的可能性也比較大。但是，高重自我意識似乎帶有一個負向的偏誤(negative bias)在，也就是說高公眾自我意識者能敏感的知覺到受到團體排擠，但對於被接受卻沒有什麼反應。對於他人的評價，焦點集中在負面的。也許是由於公眾自我意識決定了我們如何「解釋」與他人互動的事件，也決定他人的評價對我們發揮的影響力有多大。

值得一提的是，公眾自我意識並不影響我們對他人的「知覺」，它影響的是我們如何去「解釋」與人的互動（Fenigstein,1979）。

此外，Froming（1981）的實驗指出，具有高公眾自我意識的受試者傾向於在從眾實驗中，表現出較高的服從性，當感受到自己因為不同的選擇而顯的突出、和別人不一樣時，他們比較容易放棄自己的答案。這並不是說高公眾自我意識的受試者具有取悅他人、獲得他人贊同的動機，而是他們希望自己顯的「好相處、符合一般社會情況」（get along socially）、而不是跟別人顯的很不一樣。因此這樣的從眾行為，最明顯的是在公共場合，而不是在私底下。關於在它人面前失敗的情況，高公眾自我意識的受試者比較傾向去避開它，不論是在陌生人、朋友面

前都一樣 (Froming, Corley and Rinker,1993)。

由以上研究顯示：公眾自我意識較高的人比較關心他人如何看待自己、評價自己，比較容易順從社會規範，也比較善於避開尷尬的情境，因而我們似乎可以假設：「會做人」的人應該具有較高的公眾自我意識。

三、方法

本研究採用黃光國的做人量表，以及Fenigstein、Scheier& Buss(1975)所提出的Self-consciousness Scale。為避免受試者受社會讚許(social desirability)因素影響，做人量表以「社交技巧量表」的名稱代替。

自我意識量表包含public self-consciousness和private self-consciousness兩個向度的題目;公眾自我意識的題目共7題，私密自我意識的題目有10題，兩類題目交錯呈現。受試者人數共395人，背景資料呈現多樣性。

四、結果

為了找出社交技巧量表的共同因素，並比較其差異，本研究將資料矩陣，輸入電腦之後，利用統計軟體SAS 進行資料分析。首先利用主成份分析法

(principal component analysis)提取因素，並且依陡階檢定(scree test)將因素數目定為5個。這5個因素所解釋的總變異量百分比為44.33%。經斜交轉軸(promax rotation)後，保留在各因素上之負荷量絕對值大於0.30的項目。各因素中所包含之項目、負荷量列於表一。其中第30題和32題分別在兩個因素上有高負荷量。以下將依在各因素上有高負荷量的項目內容，說明各因素之意義。

因素 I：自我要求

因素 I 的固有值 (eigen value) 為4.65，能夠解釋受試者對各項目反應之變異量的16.61%。此因素共包括7個題目，其負荷量均為正值，例如「寧可自己吃虧，也不願佔人便宜」、「答應別人的事一定做到」、「不對任何人做問心有愧的事」、「別人對我有恩，一定設法報答」、「和朋友相處時，盡量讓對方覺得舒坦」、「嚴守朋友告訴我的秘密」、「以『隨遇而安，事事不強求』的態度處事」。

由因素 I 的內容來看，在此因素上得高分的個人認為，在與他人交往時很難要求自己遵守一些重要的原則，例如不佔對方便宜或報答對方。由於此因素的內容只涉及個人內省的歷程，所以與私我意識之間有顯著的相關($r=-0.15$, $p<.01$)，個人的私我意識愈高，也就是愈常省察自己內心的想法和態度，則要做到自我要求就愈不困難。相反地，公我意識與自我要求之間則無關($r=-0.10$, $p>0.05$)。

因素II：施予恩惠

因素II的固有值為2.47，能夠解釋受試者對各項目反應之變異量的8.81%。此因素共包括6個題目，其負荷量均為正值，例如「找機會請朋友吃飯」、「買好吃的東西與朋友分享」、「過年過節時，送禮給對我有影響的人」、「在請別人幫忙時，先給他一些好處」、「在眾人面前稱讚並鼓勵他人」、「幫上司（或師長）做私人的事」。根據上述題目的內容，在本因素上得到高分的人認為自己很難主動幫助別人，也就是一般人所稱的「做人情」。

因素III：不得罪

因素III的固有价值為2.05，能夠解釋受試者對各項目反應之變異量的7.31%。此因素共包括6個題目，其負荷量均為正值，例如「說話小心不得罪人」、「在說話前，先考慮對方的感受」、「以委婉的方式拒絕別人的要求」、「做事面面俱到，從不得罪別人」、「在糾正別人之前，先誇獎對方」、「和朋友相處時，盡量讓對方覺得舒坦」。在此因素上得高分的人，在與他人互動時，很難避免得罪別人，他們可能在言語上造成對方不快，因而影響其人際關係，故命名為「不得罪」。

因素IX：隨遇而安

因素IX的固有价值為1.76，能夠解釋受試者對各項目反應之變異量的6.27%。此因素共包括6個題目，其負荷量均為正值，例如「受到別人的嘲笑時，裝作若無其事」、「同事或同學故意損及我的權益，仍能一笑置之」、「在做入處事方面，不在意別人對我的批評」、「心情不好或疲累時，仍然以笑容與人應對」、「向朋友借錢被拒絕也不在乎」、「以『隨遇而安，事事不強求』的態度處事」。本因素的題目內容大多表示，在與他人互動時，個人應當不要計較他人的批評或拒絕，以隨和的態度來面對，故命名為「隨遇而安」。

因素X：自我主張

因素X的固有价值為1.49，能夠解釋受試者對各項目反應之變異量的5.33%。此因素共包括6個題目，其負荷量均為正值，例如「開會討論時，公開質疑上司（或師長）說話的內容」、「做事時，不管別人批評，堅持自己的原則」、「拒絕上司（或師長）不合理的要求」、「朋友欠錢不還時，直接向他索回」、「在上司（或師長）面前展現自己的優點」、「在做入處事方面，不在意別人對我的批評」。

本因素所包含的題目內容表示：個人在社會互動時堅持自己的主張，表達自己真正的感受，故命名為「自我肯定」。在自我肯定的過程中，個人必須省察其態度，所以此因素與私我意識之間有顯著的相關($r=-0.15, p<0.01$)，也就是說，私我意識愈高，則愈容易做到自我肯定，因此兩者之間呈現負相關。相反地，自我肯定並不涉及他人對自己的評價，因此與公我意識無關($r=-0.07, p>0.05$)。

五、討論

我們將做人量表的五個因素分別稱做—

因素一：自我要求

因素二：施恩

因素三：不得罪人

因素四：隨遇而安

因素五：self-assertion

做人量表中的五個因素雖有正相關，但並不顯著；值得一提的是，因素一、因素五和私我意識具有顯著的相關，而這兩個因素和公我意識相關很低，這個結果支持我們的假設：先說因素一——「自我要求」，由於私我意識高的人，著重省察自己內心的感受、狀態，包括對自我內在情感、情緒、思考等的覺知，因而容易引發對自我行為的要求，因為思考等因素正是影響行為的重要因素；例如題28：答應別人的事一定做到，題25：不對

任何人做問心有愧的事，這些題目內容反映出一個傾向自我省察的人（具有高的私我意識）所產生的「自我要求」。

同樣和私我因素有高相關的因素五—self-assertion，指的是一種堅持自我主張的傾向，包括公開質疑上司（或師長）、不管他人批評而堅守自己原則等，顯示出一種忠於自我的傾向。一般而言，在許多情境中過度的自我主張，堅持內在價值觀、力求態度內外表現一致，可能會因此而付出一些代價，例如自我的公眾形象方面，同時可能予人「做人不夠圓滑」的觀感。相反的，公我意識高的人，和「self-assertion」的因素相關很低，似乎與前述的傾向背道而馳，這又再度說明了公我意識高的人關注自己在他人面前的形象，似乎擁有較高的社交技巧，而私我意識高的人則因為忠於自我，往往予人比較不會做人的感覺。

表一：做人量表之因素分析結果

因素一、自我要求	
題目	負荷量
27.寧可自己吃虧，也不願佔人便宜。	0.65
28.答應別人的事一定做到。	0.66
25.不對任何人做問心有愧的事。	0.65
22.別人對我有恩，一定設法報答。	0.59
24.和朋友相處時，盡量讓對方覺得舒坦。	0.45
17.嚴守朋友告訴我的秘密。	0.49
32.以「隨遇而安，事事不強求」的態度處事。	0.31
因素二、施恩	
題目	負荷量

11.找機會請朋友吃飯。	0.73
10.買好吃的東西與朋友分享。	0.60
4.過年過節時，送禮給對我有影響的人。	0.62
19.在請別人幫忙時，先給他一些好處。	0.61
2.在眾人面前稱讚並鼓勵他人。	0.53
5.幫上司（或師長）做私人的事。	0.46
因素三、不得罪	
題目	負荷量
23.說話小心不得罪人。	0.72
21.在說話前，先考慮對方的感受。	0.57
20.以委婉的方式拒絕別人的要求。	0.61
1.做事面面俱到，從不得罪別人。	0.57
18.在糾正別人之前，先誇獎對方。	0.40
24.和朋友相處時，盡量讓對方覺得舒坦。	0.42
因素四、隨遇而安	
題目	負荷量
9.受到別人的嘲笑時，裝作若無其事。	0.75
3.同事或同學故意損及我的權益，仍能一笑置之。	0.66
7.心情不好或疲累時，仍然以笑容與人應對。	0.58
30.在做人處事方面，不在意別人對我的批評。	0.46
6.向朋友借錢被拒絕也不在乎。	0.45
32.以「隨遇而安，事事不強求」的態度處事。	0.36
因素五、自我肯定	
題目	負荷量
14.開會討論時，公開質疑上司（或師長）說話的內容。	0.72
15.做事時，不管別人批評，堅持自己的原則。	0.61
12.拒絕上司（或師長）不合理的要求。	0.64
31.朋友欠錢不還時，直接向他索回。	0.48
16.在上司（或師長）面前展現自己的優點。	0.45
30.在做人處事方面，不在意別人對我的批評。	0.39

表二：做人量表之各因素與自我意識量表之相關矩陣

	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五
私我意識	-0.15**	-0.16**	-0.23***	-0.02	-0.15**
公我意識	-0.10	-0.21***	-0.27***	0.00	-0.07

* p<0.05

** p<0.01

*** p<0.001

參考文獻

黃光國（1995）：<<知識與行動：中華文化傳統的社會心理詮釋>>。台北：心理出版社

彭泗清（1993）：中國人「做人」概念的分析<<本土心理學研究>>1993年12月，第二期，第277-314頁

杜維明（1991）：<<儒家思想新論—創造性轉換的自我>>南京：江蘇人民出版社

楊中芳（1992）<本土心理學講座：中國人的自我>

Fenigstein,A(1979).Self-consciousness,selh-attention,an social interaction.Journal of Personality and social Psychology,37,75-86

Fenigstein,A,Scheier.M.Fand Buss,A,H（1975） Public and private self-consciousness:Asessment and theory. Journal of consulting and clinical Psychology,43,522-527

Froming,W.J and Carver,C.S.(1981).Divergent influences of private and public self-consciousnss in a compliance paradigm.Journal of research in personality,15,159-171

Froming,W.J,Corley,E.Band Rinker,L.(1990)The influence public self-consciousness and the audience's characteristics on withdrawal from embarrassing situation. Journal of personality.58,603-622