



觀看高低吸引力人像對記憶力的影響

佛光大學心理系 余翊祺、黃靖棠、陳怡安、王莘雅、張子昕

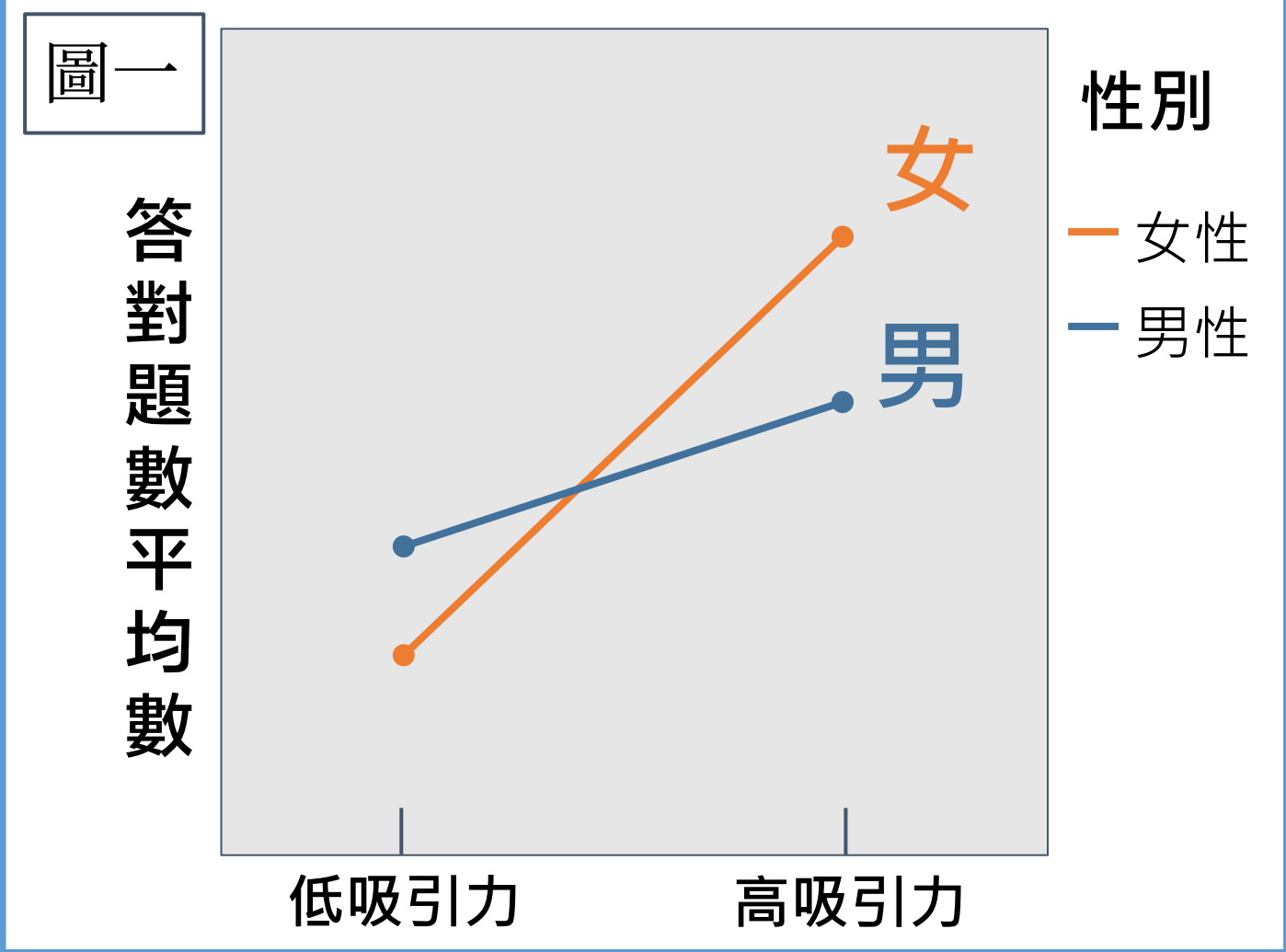
研究動機與目的

- 探討高低吸引力人像刺激與記憶力的影響，並了解在看到不同程度的吸引力人像刺激對於記憶程度是否有所影響，且影響程度的多寡，藉此探究是否能提供日後研究學習記憶的新方法。
- 男性可能會散發出良好的心理屬性（例如記憶力）來獲得特定的好處（Baker, 2015）。我們認為，在社會文化下，女性對於人類臉孔的感受度較男性高，因此女性相較男性對於外貌妝容更注重。

研究假設&預期

- 女性觀看高吸引力人像，對提升記憶力的影響最大。預期交互作用請見圖一

	高吸引力人像圖片	低吸引力人像圖片
男性	次高	次低
女性	最高	最低



研究材料：

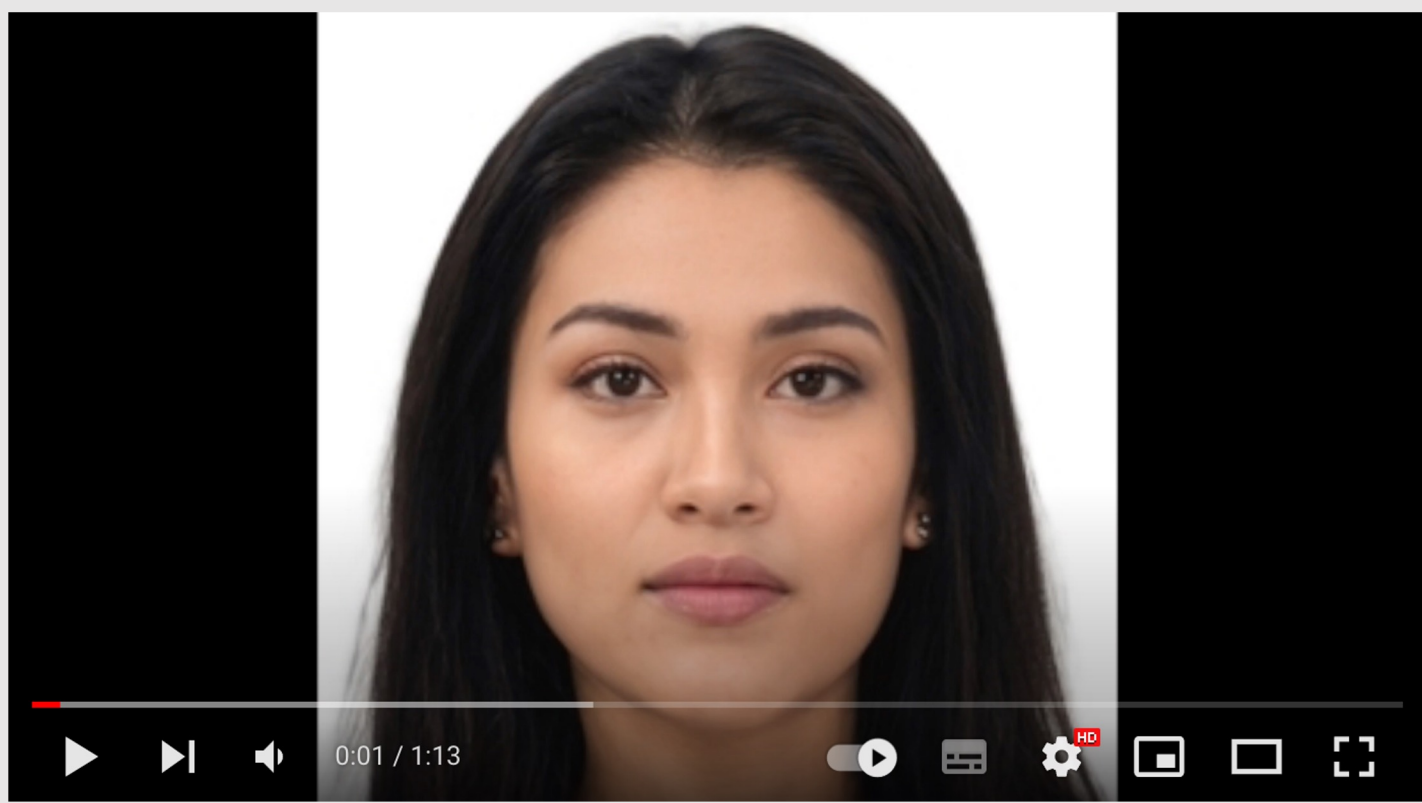
- 參與者：為年滿20歲之中華民國大專院校生
- 人像圖片：高、低吸引力人像，各10張
- 故事內容：《天王星：最冷的行星》
(擷取自 Star Walk 中文章)

○ 單選題閱讀測驗 13 題

○ 詳情可參閱以下 QR Code



下圖為參與者觀看到之影片畫面

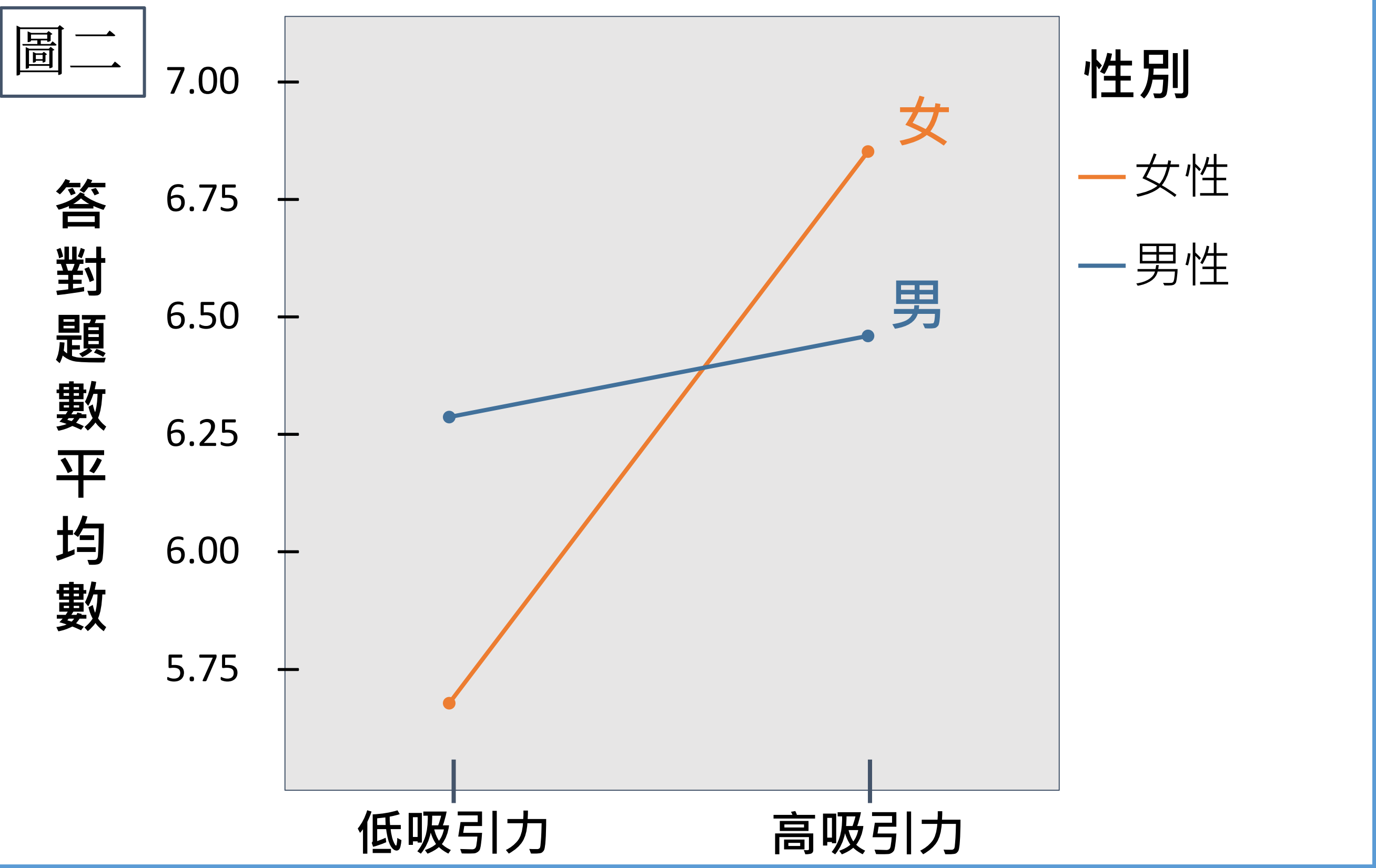


研究流程：

1. 實驗程式：PsyToolkit 線上實驗連結
2. 隨機分派：電話尾數
奇數：高吸引力組；偶數：低吸引力組
3. 觀看其組別的影音內容
4. 回答單一選擇題
5. 收案後抽3名參與者，贈與禮品。



- 本研究之交互作用圖，請見下圖二



研究結果

- 以下為**總收案人數**及**答對題數之平均數與標準差**。

	高吸引力人像圖片 M(SD)	低吸引力人像圖片 M(SD)	合計 M(SD)
男性 (20人)	6.50 (3.50)	6.30 (2.16)	6.40 (2.83)
女性 (42人)	6.81 (2.07)	5.73 (2.08)	6.14 (2.12)
合計 (62人)	6.69 (2.65)	5.89 (2.09)	6.23 (2.35)

N=62

- 本研究採用**參與者間二因子變異數分析 (Two way ANOVA)** 分析比較男性與女性觀看高低吸引力人像圖片的差異。
- 本研究在性別、觀看高低吸引力影片以及前兩者之交互作用的操弄下，記憶力程度皆沒有顯著影響。
 - 性別： $F(1,58)=.039$ ， $p=.844$
 - 觀看高低吸引力影片： $F(1,58)=.971$ ， $p=.329$
 - 性別*觀看高低吸引力影片： $F(1,58)=.459$ ， $p=.501$

結論與討論

- 本研究結果並未支持女性觀看高吸引力人像，對提升記憶力的影響最大。未達顯著原因可能是參與者人數的不足，建議日後可針對參與者人數的提升做補強。
- 雖然未達顯著，但從資料中「女性答題情況的差異>男性」，因此有符合女性參與者較受到高低吸引力人臉影響的趨勢。

參考文獻：
Baker Jr, M. D., Sloan, H. N., Hall, A. D., Leo, J., & Maner, J. K. (2015). Mating and memory: Can mating cues enhance cognitive performance?. *Evolutionary Psychology*, 13(4), 1-6.
研究經費來源：小組成員自籌