

# 中華民國第 65 屆中小學科學展覽會

## 作品說明書

高級中等學校組 行為與社會科學科

052703

聽誰說話：進行寵物溝通的動機和心理歷程研究

學校名稱： 國立馬祖高級中學

作者：	指導老師：
高一 張睿軒	廖立宇
高一 許安琪	楊智翔
高一 李佳恩	

關鍵詞： 寵物溝通、心理歷程

# 聽誰說話：進行寵物溝通的動機和心理歷程研究

## 摘要

寵物溝通逐漸流行於現代社會並受到關注，但目前仍缺乏大眾對寵物溝通態度的廣泛調查研究。本研究調查了大眾對寵物溝通的態度，並嘗試從寵物飼養經驗及心理學角度提出解釋。研究結果發現，有飼養經驗、寵物仍存活或曾有正向寵物溝通經驗的受試者，會更傾向更相信寵物溝通有效；反之則傾向對寵物溝通抱持懷疑。另外，質性資料顯示，相信寵物溝通的人，理由多來自於相信靈性觀點、認同溝通師的專業展現或自身曾有正向體驗；抱持懷疑者則多聚焦於對寵物溝通本身缺乏科學證據的事實，亦傾向認為溝通師的溝通內容僅是毫無根據的話術。整體而言，本研究分析了大眾對寵物溝通的整體態度傾向，並進一步探索背後主觀信念的內涵，期能為往後研究帶來啟發。

# 壹、前言

## 一、研究動機

現代社會生活步調快速，長期且深入的人際互動減少，使得越來越多民眾飼養寵物作為情感支持和陪伴，而寵物在人類生活中扮演的角色不僅只是「動物夥伴」，更是具有靈性功能的「家庭成員」或「情感依附對象」（Ikeuchi et al., 2019；Kurdek, 2009），因此，企圖深化人與寵物間情感連結的行為——「寵物溝通」——應運而生，並在社群媒體與個人化服務市場中迅速興起風潮。

然而，對於寵物溝通的態度，無論學界或社會大眾都無定見，有些人著眼於其缺乏可驗證的科學證據，僅視之為一種無積極意義的主觀投射行為；有些人則視其為具有意義的心靈交流延伸與情感療癒的媒介（Bennett & Rohlf, 2007；Serpell, 2003）。但截至目前的研究，都仍偏向個案性的質性探索，尚無關於「人們是否真的相信寵物溝通？」、「相信或不相信的理由是什麼？」的大型實證探討。因此，本研究希望先驗證大眾對寵物溝通的相信程度，並進一步分析影響其態度之因素與心理歷程。

## 二、研究目的

本研究旨在探討大眾對「寵物溝通」之信任程度，並進一步分析影響其相信或不相信此溝通形式的因素與心理歷程。

## 三、文獻回顧

### （一）寵物溝通的興起和挑戰

現代社會中，飼養寵物作為陪伴蔚為風潮。有研究指出，飼養寵物不僅能減輕個人壓力、促進情緒調節，還可以增加人際互動，有許多正向影響（Gee & Mueller, 2019）。

而在許多家庭中，寵物不僅只有陪伴功能，更是被視為有靈性的「家人」般的存在，這類想法，使人們對寵物行為與心理狀態的關注日益增加，於是「寵物溝通」便應運而生。

「寵物溝通」指的是由自稱能與動物溝通的人類溝通師以自身作為媒介，透過

某些方法（如直覺、對話、感應等）跟動物進行非語言訊息的交流，目的為協助飼主了解其寵物的情緒、想法或需求。雖然寵物溝通逐漸風靡全球，吸引愈來愈多飼主嘗試作為更親近寵物的手段；但目前仍未有任何科學證據確證其宣稱的效果，因此其招致的批評聲浪也從未停歇（Barrett et al., 2021），如此兩極的評價使我們對於人們到底是否真心相信寵物溝通及其背後原因產生好奇。

## （二）影響對寵物溝通信任程度的可能因素

過去的寵物相關議題研究顯示，曾飼養寵物者，特別是長期與動物建立深厚情感關係的個體，往往更傾向相信動物具備情緒、意識，甚至語言理解能力（Ikeuchi et al., 2019；Kurdek, 2009），所以我們認為曾飼養寵物的人，對寵物溝通應會抱持較正面接受的態度。

另外，還有研究指出，當下立即的需求也可能使寵物飼主有更高的意願探索、嘗試能和被視為家庭一員的寵物進一步深入交流的方法（Bennett & Rohlf, 2007），所以我們認為寵物仍然活著的人，對尋求寵物溝通的態度應會更積極。

而我們還認為，曾實際體驗寵物溝通或曾經由親友具體接觸寵物溝通內容的人，亦更可能受到下述個人驗證效應（Lindeman, 2002；Marks & Kammann, 2000）影響，而對寵物溝通展現出更多信任及認同。

## （三）個人驗證效應和巴南效應

人們對事物的信任，常常受到個人主觀認知的影響。過去的心理學研究指出，人們會傾向以個人原有的內在信念擴大解釋外在的模糊情境，使兩者相符，並強化該信念，例如看見「狗舔人的行為，就覺得必然是在跟人示好」，這稱為個人驗證效應（Subjective Validation）（Lindeman, 2002；Marks & Kammann, 2000）；另外，人們還會傾向高估籠統描述的精準程度，例如認為星座專家所說的「你這個獅子座的人脾氣有時不好，但有時也不錯」，這就是巴南效應（Barnum Effect）（Forer, 1949；Dickson & Kelly, 1985）。

我們認為這兩種心理學現象可能是使人們在缺乏確鑿科學證據的情況下仍相信寵物溝通有效的原因。

#### (四) 專業感與曝光效應

除了個人內在因素外，寵物溝通師展現出的「專業感」亦可能有強化人們信任的效果。有研究指出，人們面對不熟悉領域的事物時，專家角色對態度形成的影響程度會提高許多 (O'Neill, 2002)，所以我們認為若人們看見寵物溝通師特意展現出的證照、訓練背景、工作實績，再加上他人推薦，網路曝光等等，也會增加對寵物溝通的好感及相信程度，即所謂的「曝光效應」( Sundar, 2008 ; Zajonc, 1968 )。

#### (五) 科學觀點

即便支持者眾，寵物溝通多半仍是僅由寵物溝通師單方面陳述，這種溝通結果難以實證的特性 (Serpell, 2003)，歷來招致不少批評，我們認為這是人們對寵物溝通抱持懷疑的主要原因。

但總而言之，這種相信、不相信者皆有的情況，使我們對寵物溝通產生興趣，所以希望利用研究調查人們對此的態度，並進一步分析影響人們態度的原因。

### 四、研究假設

- (一) 有寵物飼養經驗者相信寵物溝通有效的程度顯著高於從未有寵物飼養經驗者。
- (二) 目前飼養的寵物仍存活者相信寵物溝通有效的程度顯著高於飼養的寵物皆已離世者。
- (三) 寵物飼養的總年數和相信寵物溝通有效的程度有顯著正相關。
- (四) 有過寵物溝通經驗者，其相信寵物溝通有效的程度顯著高於完全無寵物溝通經驗者。

## 貳、研究設備及器材

### 一、研究工具

本研究的研究工具是自編線上問卷，我們希望藉此探討大眾對於「寵物溝通」之信任程度及背後原因。

全問卷共分為三部分：

- (一) **研究說明與受試者同意書**：簡要說明研究目的、研究人員資訊、資料使用方式與參與者權利義務，並清楚標示告知受試者若繼續進入問卷下一頁即為同意參與研究。
- (二) **寵物飼養和相處經驗**：調查受試者「是否曾經飼養過寵物」、「累計飼養寵物（不限物種）的總年數」、「飼養的寵物目前是否仍然存活」，以及「是否曾尋求、參與或接觸過寵物溝通相關服務或人員」。
- (三) **寵物溝通信任度**：採用 Likert 式五點量表，詢問受試者「是否相信寵物溝通有效」（5 分代表「非常相信寵物溝通有效」；1 分代表「非常不相信寵物溝通有效」，依此類推）。另外，為了輔助探索量化資料的意義，我們還設置了開放式問答題「相信或不相信寵物溝通(或寵物溝通師)有效」，請受試者盡量具體描述其相信與否的原因。問卷採用匿名方式於網路發放。

### 二、資料分析

#### (一) SPSS 統計軟體

本研究使用 SPSS 22.0 進行資料處理。我們根據研究假設，針對不同組別之受試者進行比較分析：是否曾有寵物飼養經驗、目前飼養的寵物是否仍存活、以及是否曾有寵物溝通經驗等三個變項採用獨立樣本 *t* 檢定（Independent Samples *t*-test），以檢驗其在「是否相信寵物溝通有效」方面的差異。

此外，針對「飼養寵物總年數」變項，則使用皮爾森積差相關（Pearson correlation analysis）分析，測試其與「是否相信寵物溝通有效」之間的線性關係。

另外，為了更全面探索影響受試者態度的因素，我們也對「相信或不相信寵物溝通（或寵物溝通師）有效」開放式問答題進行質性資料整理。

## 參、研究過程或方法

### 一、研究架構

本研究首先先透過討論，將主題（寵物溝通）凝聚為具體研究問題（人們是否相信寵物溝通及其態度背後的影響因素），然後廣泛回顧現有文獻，並建立研究假設，然後設計研究問卷和施測，待資料收集完成，再分別進行量化統計及質性分析，最後據此提出討論。

### 二、研究程序

#### （一）問卷發放

我們採用 Google 網路表單，請身邊親友、師長協助填寫，接著再利用親朋好友的人際網絡、社群網站跟學術平臺轉發推廣問卷以擴大樣本數，增加數據可信度。

#### （二）受試者填答流程

正式測試開始前，受試者會先閱讀研究說明，並確認同意參與研究。（如圖一）

### 寵物溝通概念調查

B I U ↴ ✖

各位好：

本問卷為匿名調查。所有填答內容都將被嚴格確實地保密，僅於研究期間進行整體資料分析供研究之用。最終研究報告亦不會揭露任何可辨識出個人身分的資訊。

請您填寫本問卷時務必認真、仔細地回答，以確保研究資料的準確和有效性。

繼續前往下一頁開始填寫本問卷即代表您同意參與本研究。若有疑慮，您仍有權利隨時無條件終止參與。

您的熱情相助對我們的研究至關重要，再次誠摯地感謝您撥冗協助。

## 圖一、線上問卷說明頁面（本圖由作者自行編製之問卷截取）

接下來的正式問卷中，受試者會回答關於寵物飼養和與寵物溝通的問題（如前述研究材料）。完成所有問題填寫後，施測即結束。

### 三、資料整理

在分析資料前，我們先審視了受試者的回覆情形，並排除填答不合理的樣本，諸如：未養過寵物卻填寫養寵物年數（如：第 5 題回答「否」（無養寵物經驗），但第 6 題卻填寫「10 年」）、未養過寵物卻回答寵物是否活著（如：第 5 題填「否」，第 7 題仍作答「活著」）、開放性問答題亂填（如：亂碼、謾罵用語）等，以確保後續分析的準確度。

經整理，本研究最終獲得 316 份有效問卷。

## 肆、研究結果

### 一、有／無寵物飼養經驗在相信寵物溝通有效的程度上之 *t* 檢定

所有受試者中，有寵物飼養經驗者共 190 位；無寵物飼養經驗者共 126 位。

以獨立樣本 *t* 檢定分析結果如表一，結果發現：有／無寵物飼養經驗在相信寵物溝通有效的程度上有顯著差異， $t(314) = -1.98$ ， $p = .046$ ， $d = .33$ 。有寵物飼養經驗者相信寵物溝通有效的程度 ( $M = 3.20$ ,  $SD = .95$ ) 高於無寵物飼養經驗者 ( $M = 2.97$ ,  $SD = 1.02$ )。

	平均值（標準差）		自由度	<i>t</i>	<i>p</i>	效果量 ( <i>d</i> )
	有寵物飼養 經驗 ( <i>N</i> = 190)	無寵物飼養 經驗 ( <i>N</i> = 126)				
相信寵物溝通有效的程度	3.20 (.95)	2.97 (1.02)	314	-1.98	.046*	.33

\* $p < .05$ ；\*\* $p < .01$ ；\*\*\* $p < .001$

表一、有／無寵物飼養經驗在相信寵物溝通有效的程度上之 *t* 檢定（本表由作者自行整理編製）

### 二、飼養的寵物仍存活／皆已離世在相信寵物溝通有效的程度上之 *t* 檢定

所有受試者中，飼養的寵物仍存活者共 121 位；飼養的寵物皆已離世者共 69 位。

以獨立樣本  $t$  檢定分析結果如表二，結果發現：飼養的寵物仍存活／皆已離世在相信寵物溝通有效的程度上有顯著差異， $t(188) = -2.90$ ， $p = .004$ ， $d = .44$ 。飼養的寵物仍存活者相信寵物溝通有效的程度 ( $M = 3.25, SD = .99$ ) 高於飼養的寵物皆已離世者 ( $M = 2.82, SD = 1.02$ )。

	平均值 (標準差)		自由度	$t$	$p$	效果量 ( $d$ )
	飼養的寵物 仍存活 ( $N = 121$ )	飼養的寵物 皆已離世 ( $N = 69$ )				
相信寵物溝通有效的程度	3.25 (.99)	2.82 (1.02)	188	-2.90	.004**	.44

\* $p < .05$ ； \*\* $p < .01$ ； \*\*\* $p < .001$

表二、飼養的寵物仍存活／皆已離世在相信寵物溝通有效的程度上之  $t$  檢定

(本表由作者自行整理編製)

### 三、有／無寵物溝通經驗在相信寵物溝通有效的程度上之 $t$ 檢定

所有受試者中，有寵物溝通經驗者共 33 位；無寵物溝通經驗者共 157 位。

以獨立樣本  $t$  檢定分析結果如表三，結果發現：有／無寵物溝通經驗在相信寵物溝通有效的程度上有顯著差異， $t(188) = 3.50$ ， $p = .001$ ， $d = .71$ 。有寵物溝通經驗者相信寵物溝通有效的程度 ( $M = 3.51, SD = 1.01$ ) 高於無寵物溝通經驗者 ( $M = 2.82, SD = 1.00$ )。

	平均值 (標準差)		自由度	$t$	$p$	效果量 ( $d$ )
	有寵物溝通 經驗 ( $N = 33$ )	無寵物溝通 經驗 ( $N = 157$ )				
相信寵物溝通有效的程度	3.25 (.99)	2.82 (1.02)	188	3.50	.001**	.71

\* $p < .05$ ； \*\* $p < .01$ ； \*\*\* $p < .001$

表三、有／無寵物溝通經驗在相信寵物溝通有效的程度上之  $t$  檢定 (本表由作者自行整理編製)

### 四、寵物飼養的總年數與相信寵物溝通有效的程度之 Pearson 積差相關分析

以 Pearson 積差相關分析，結果發現：寵物飼養的總年數 [ $r(188) = .06, p = .45$ ] 和相信寵物溝通有效的程度無顯著相關。

## 五、「相信或不相信寵物溝通（或寵物溝通師）有效」開放性問題的質性資料分析

為了更深刻探索數據資料的意義和受試者的潛在想法，我們對「相信或不相信寵物溝通（或寵物溝通師）有效」這個開放性問題收集到的回應進行整理後，發現受試者的想法主要可分為以下幾類主題：

### （一）相信者的理由 1：動物本有靈性，可與人建立默契。

有些受試者秉持動物本就具有靈性的信念，認為「萬物皆有靈」、「動物能感知人類情緒」，因此相信人與動物之間可建立特殊連結，而溝通師或許有獨特的技巧能強化及接收這些連結內容。

### （二）相信者的理由 2：寵物溝通師展現的專業形象與觀察能力看起來值得相信。

部分受試者認為「溝通師具有專業訓練」、「對動物行為有研究」、「長期與動物互動經驗豐富」，因此較容易相信寵物溝通的可能性。此外，有人指出專業溝通師能「根據肢體語言、反應、微表情」來解讀寵物想法，並非完全憑空想像。

### （三）懷疑者的理由 1：寵物溝通缺乏科學依據與驗證困難。

許多不相信寵物溝通的受試者的回應都指出「沒有證據證明其正確性」、「難以驗證」、「沒有科學根據」、「像通靈、像猜的」，也有受試者表示寵物無法言語，因此人類無從得知其真實想法，導致他們對寵物溝通抱持高度懷疑態度。

### （四）懷疑者的理由 2：懷疑看起來有效的原因其實只是話術技巧。

還有些受試者認為許多持懷疑態度者指出，溝通師可能「先查資料」、「用模糊話術」、「用心理學技巧套話」，甚至直言「像塔羅牌、占星」、「感覺是用套話賺錢」、「花錢買安心」。

## (五) 疑信參半者的理由：相信與否取決於實際接觸經驗。

有些受試者表示，自己相信寵物溝通有效或無效的原因，是因為自己或朋友**曾實際進行寵物溝通**，若**經驗為結果「準確」、「與現實吻合」、「說出飼主未透露的資訊」**，則多**傾向相信**，反之則**傾向不相信**。此外，**「看過網路影片」、「閱讀過其他飼主的心得文」等外在資訊接觸**也是影響相信程度的重要影響因素。

## (六) 信或不信都不沒關係的理由：重點不是相不相信，而是有沒有用！

無論相不相信寵物溝通有效，有些受試者認為**寵物溝通師協助傳達或接收的訊息是真是假並非重點**，**寵物溝通最重要的功能其實是「安慰飼主」、「心靈連結」、「情感支持」**，**「即使是真的，也能帶來情緒上的撫慰」、「讓人感覺更靠近寵物」**，這樣的**效果對大多數飼主而言已然足夠**。

## 伍、討論

本研究旨在探討人們對寵物溝通是否有效的相信程度，並分析可能是受到哪些因素影響，包括：**是否曾飼養寵物**、飼養的**寵物目前是否仍存活**、**總計飼養年數**，以及**是否曾有寵物溝通的經驗**。透過量化分析，我們首先發現：**曾飼養寵物者相信寵物溝通有效的程度顯著高於無飼養經驗者**，這可能反映出飼主與動物建立關係後，會更**傾向將寵物視為有情緒甚至自主想法的個體**，所以**認為與之溝通是有可能進行的**，就像文獻回顧中提及之若**寵物被視為家庭成員**，人們會**投入更多情感連結與理解欲望** (Gee & Mueller, 2019)，進一步提升對**「溝通可能性」**的接受度；我們得到的質性資料中，有飼養經驗的受試者亦表達相同的信念：**「寵物有牠的語言」、「跟牠久了就知道牠在想什麼」**。

數據結果還顯示，**目前仍跟寵物持續生活的飼主**，相較於**寵物已離世者**，對**寵物溝通的相信程度更高**，這可能與**「飼主和寵物的當下互動需求」有關**。在我們得到的質性資料中有不少人表示：**「現在還在養，會想知道牠怎麼了」、「有次溝通後感覺牠行為改變」**，顯示這種相信可能與飼主當下希望更理解寵物、改善相處方式的需求有關。雖然也有文獻指出，寵物過世後飼主可能會產生補償性溝通需求 (Serpell, 2003)，但在本研究中，目前仍飼養寵物

者的相信程度反而較高，表示或許當下互動的強度與需求更為重要。

另外，有過寵物溝通經驗者相信寵物溝通有效的程度顯著較高，且效果非常顯著，凸顯出「實際參與」對態度的重要影響，這個結果呼應了文獻回顧中所提的曝光效應（Zajonc, 1968）及專業角色影響（O'Neill, 2002）現象：當飼主持續接觸寵物溝通的資訊、經驗與專業形象，就更容易產生正向態度。質性資料中，許多相信寵物溝通的受試者皆提到：「他們看起來很專業」、「看過影片覺得講的很對」、「朋友試過很準」、「講出我沒說的事」、「覺得有幫助我更理解寵物」，即使對方法本身可能仍有懷疑（有些受試者說：「感覺像塔羅牌」、「很像話術」），但「被說中」的經驗本身就會直接大幅提高相信程度，顯示專業展演與經驗分享對相信的態度有顯著影響，這也和巴南效應的解釋一致：面對那些看似可能符合自己經驗的模糊資訊時，人們傾向相信其真實性。

本研究唯一沒有得到支持的假設是飼養總年數與相信寵物溝通有效的程度，雖然我們本來認為飼養年數越長、與寵物關係越深厚，相信程度應該也會隨之提高，但分析結果卻不支持此假設。從質性資料中，我們可以看見一些可能的解釋：有受試者認為「就算養很久也不覺得有必要靠別人來說明」、「還不如自己觀察來得準」，這可能表示飼養的總年數長短並非影響相信與否的關鍵，寵物養越久，可能反而認為自己就是最瞭解的人了。

但人們對寵物溝通的關心其實不僅止於「準不準」、「相不相信」這類二分問題，「即使不準，也可以安慰人」、「不一定是真的，但我感覺有幫助」、「像星座或塔羅一樣，是心理支持」，顯示寵物溝通的意義，還有更重要的療癒價值，這和 Serpell (2003) 所提到的「缺乏科學驗證」形成有趣的對比：人們一方面確實知道寵物溝通沒有科學證據或驗證方法，但卻還是想從中獲得撫慰與積極意義。

總而言之，「寵物溝通」是由個人認知和情感需求、主觀意願和外在接觸經驗交織變化的複雜議題。

## 陸、結論

### 一、研究總結

本研究探討了大眾對「寵物溝通」的相信程度及其背後的心理歷程與影響因素。透過量化分析發現，有寵物飼養經驗、寵物仍然存活、以及曾有寵物溝通經驗者，相較之下更為相信寵物溝通，顯示具實際與寵物互動的經驗的人會因與寵物的情感連結較強、更相信寵物有靈性，進而較相信寵物溝通。而質性資料則讓我們得知，影響受試者對寵物溝通相信與否的因素，涵蓋了對靈性的認知、對寵物溝通師專業的看法、從科學角度提出的懷疑、藉實務接觸經驗形成的判斷等多元面向。而在飼養經驗中，惟有飼養總年數和寵物溝通的相信程度沒有顯著關係，顯示跟寵物互動心理需求深度可能比單純的時長更具影響力。

### 二、研究貢獻

本研究補充了目前關於寵物溝通研究較為缺乏的一塊：廣泛性態度調查。同時也對人們相信或不相信寵物溝通的原因提出系統性解釋，有助於對寵物溝通議題的進一步瞭解，並開展未來研究方向。

### 三、未來展望

本研究為廣泛性態度調查和解釋，雖然提出了大致上的觀點分類，但奠基於此架構下更細緻、個人化的寵物溝通信念仍待探索。另外，我們的研究以主觀態度及自陳經驗為主，未來一方面可以在這條路上繼續長期追蹤以探究其變化；另一方面也可設計客觀實驗，驗證我們整理出的觀點。此外，還有其它可能影響寵物溝通態度的因素，像是文化、宗教等，也值得進一步研究。

## 柒、參考文獻資料

- Bennett, P. C., & Rohlf, V. I. (2007). Owner-companion dog interactions: Relationships between demographic variables, potentially problematic behaviours, training engagement and shared activities. *Applied Animal Behaviour Science*, 102(1-2), 65-84.  
<https://doi.org/10.1016/j.applanim.2006.03.009>
- Dickson, D. H., & Kelly, I. W. (1985). The "Barnum effect" in personality assessment: A review of the literature. *Psychological Reports*, 57(2), 367-382.  
<https://doi.org/10.2466/pr0.1985.57.2.367>
- Forer, B. R. (1949). The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 44(1), 118-123.  
<https://doi.org/10.1037/h0059240>
- Ikeuchi, T., Ohta, M., & Saito, Y. (2019). The impact of companion animals on quality of life in elderly people. *Psychogeriatrics*, 19(5), 499-506.
- Kurdek, L. A. (2009). Pet dogs as attachment figures for adult owners. *Journal of Family Psychology*, 23(4), 439-446. <https://doi.org/10.1037/a0014979>
- Lindeman, M. (2002). The role of magical beliefs in explaining paranormal phenomena. *Personality and Individual Differences*, 32(3), 349-360.
- Marks, I., & Kammann, R. (2000). *The psychology of the psychic* (2nd ed.). Prometheus Books.
- Nancy R. Gee & Megan K. Mueller (2019) A systematic review of researchon pet ownership and animal interactions among older adults. *Anthrozoös*, 32(2), 183-207,  
doi:10.1080/08927936.2019.1569903
- O'Neill, O. (2002). *A question of trust: The BBC reith lectures 2002*. Cambridge University Press.
- Serpell, J. A. (2003). Anthropomorphism and anthropomorphic selection—Beyond the “cute response”. *Society & Animals*, 11(1), 83-100. <https://doi.org/10.1163/156853002320936926>
- Sundar, S. S. (2008). The MAIN model: A heuristic approach to understanding technology effects on credibility. In Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (Eds.), *Digital media, youth, and credibility*

(pp. 73-100). MIT Press.

Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2), 1-27. <https://doi.org/10.1037/h0025848>

## 【評語】052703

這份作品探討的主題是「動物溝通」(或稱「寵物溝通」)，具體研究大眾對此類溝通方式的信任程度，並分析影響其信念的社會與心理因素。

建議：

1. 研究目的主要是探討大眾對動物溝通的信任程度及其影響因素。動機的論述稍顯表面，未深入解釋為何信任動物溝通值得研究。
2. 三個研究問題聚焦於寵物飼養經驗、寵物存活狀態與信任程度的關係，問題設計具針對性。為何會有"目前飼養的寵物仍存活者相信寵物溝通有效的程度顯著高於飼養的寵物皆已離世者"此一假設？其推論基礎宜在文獻回顧、介紹理論背景時便說明，而非留到討論結果時才呈現。
3. 建議可考慮收集其他重要變項(如性別、教育程度、年齡、有無宗教信仰等)的資訊，以更釐清影響對此行為之態度的因素。
4. 對於和寵物溝通行為有關的資訊收集建議可更精緻、詳細，特別是對於受試者對此行為的熟悉程度應有更好的掌握。

5. 根據結果可以分析為何某些群體更相信動物溝通（如情感連結或心理偏誤），並討論研究的局限性（如樣本偏誤）與未來應用（如寵物照護）。

作品海報

# 聽誰說話：

## 進行寵物溝通的動機

和心理歷程研究



# 研究動機與目的

當代生活節奏快，人際互動減少，越來越多人飼養寵物作為情感支持，寵物成為家庭成員與情感依附對象。寵物溝通因此興起，在社群媒體與個人化服務中逐漸受到關注。然而，社會與學界對寵物溝通看法不一，有人質疑缺乏科學依據，也有人視其為情感療癒的方式。

目前尚缺乏大規模研究探討人們是否相信寵物溝通，以及其背後的原因與心理歷程，因此我們的研究想要了解大眾對寵物溝通的相信程度和分析影響態度的因素與心理過程。

## 研究工具

本研究的研究工具是自編線上問卷，全問卷共分為三部分：

- (一) 研究說明與受試者同意書：確保填寫問卷的人知情且自願參與。
- (二) 寵物飼養和相處經驗：了解受訪人的養寵物的現況。
- (三) 寵物溝通信任度：使用五點量表及開放式問答來分析。

## 研究程序

釐清研究動機

設計問卷

受試者填答

資料整理

問卷數據統計

撰寫報告

## 文獻回顧

### 個人驗證效應和巴南效應

心理學研究發現，人們會用自己的信念去解釋模糊的情境，讓它看起來合理，這叫「個人驗證效應」。另外，人們也常覺得籠統的說法很準確，這種現象叫做「巴南效應」。

### 影響對寵物溝通信任程度的可能因素

曾養寵物者，較相信動物有情緒與理解力，對寵物溝通更正向。寵物仍在世的飼主，可能因當下需求，更積極與寵物交流。

### 專業感與曝光效應

除了個人想法的影響外，寵物溝通師展現出的「專業感」也會增加人們的信任。研究指出，當人們面對不熟悉的領域，會更加容易相信像專家的角色。因此，當溝通師展示證照、訓練經歷、成功案例，加上他人推薦和網路曝光，往往會讓人對寵物溝通產生更多信任，這就是「曝光效應」。

### 科學觀點

即便支持者眾，寵物溝通多半仍是僅由寵物溝通師單方面陳述，這種溝通結果難以實證的特性歷來招致不少批評，我們認為這是人們對寵物溝通抱持懷疑的主要原因。

## 研究假設與分析結果

### 一、有寵物飼養經驗者相信寵物溝通有效的程度顯著高於從未有寵物飼養經驗者。

我們首先對比了有飼養經驗與從未有飼養經驗的群體並發現：以獨立樣本  $t$  檢定分析結果（如表一），曾飼養寵物者相信寵物溝通有效的程度顯著高於無飼養經驗者，這可能反映出飼主與動物建立關係後，會更傾向將寵物視為有情緒甚至自主想法的個體，所以認為溝通是有可能進行的。就像文獻回顧中提及，若寵物被視為家庭成員，人們會投入更多情

平均值 (標準差)		自由度	$t$	$p$	效果量 ( $d$ )
有寵物飼養 經驗 ( $N = 190$ )	無寵物飼養 經驗 ( $N = 126$ )				
相信寵物溝 通有效程度 3.20 (.95)	2.97 (1.02)	314	-1.98	0.46*	.33

\* $p < .05$  ; \*\* $p < .01$  ; \*\*\* $p < .001$

表一、有 / 無寵物飼養經驗在相信寵物溝通有效的程度上之  $t$  檢定 (本文作者繪製)

感連結與理解欲望進一步提升對「溝通可能性」的接受度；而有飼養經驗的受試者亦表達相同的信念「寵物有牠的語言」、「跟牠久了就知道牠在想什麼」。

## 二、目前飼養的寵物仍存活者相信寵物溝通有效的程度顯著高於飼養的寵物皆已離世者。

數據結果還顯示，目前仍跟寵物持續生活的飼主，相較於寵物已離世者，對寵物溝通的相信程度更高，這可能與「飼主和寵物的當下互動需求」有關。我們得到的資料中有不少人表示「現在還在養，想知道牠怎麼了」、「有溝通後感覺牠行為改變」顯示這種相信可能與飼主當下希望更理解寵物有關。雖然也有文獻指出，寵物過世後飼主可能會產生補償性溝通需求，但在本研究中，目前仍飼養寵物者的相信程度反而較高，表示或許當下互動的需求更為重要。

平均值（標準差）		自由度	t	p	效果量(d)
飼養的寵物仍存活 (N = 121)	飼養的寵物皆已離世 (N = 69)				
相信寵物溝通有效程度 3.25 (.99)	2.82 (1.02)	188	-2.90	.004**	.44

\*p < .05 ; \*\*p < .01 ; \*\*\*p < .001

表二、飼養的寵物仍存活 / 皆已離世在相信寵物溝通有效的程度上之t檢定(本文作者繪製)

## 三、有過寵物溝通經驗者，其相信寵物溝通有效的程度顯著高於完全無寵物溝通經驗者。

另外，有過寵物溝通經驗者相信寵物溝通有效的程度非常顯著，凸顯出「實際參與」對態度的重要影響，這個結果呼應了文獻回顧中所提的曝光效應及專業角色影響現象：當飼主持續接觸寵物溝通的資訊、與專業形象，就更容易產生正向態度。即使對方法本身可能仍有懷疑，但被說中的經驗本身就會直接大幅提高相信程度，顯示專業展演與經驗分享對相信的態度有顯著影響，這也和巴南效應的解釋一致：面對那些看似可能符合自己經驗的模糊資訊時，人們傾向相信其真實性。

平均值（標準差）		自由度	t	p	效果量(d)
有寵物溝通經驗 (N = 37)	無寵物溝通經驗 (N = 160)				
相信寵物溝通有效程度 3.25 (.99)	2.82 (1.02)	195	3.50	.001**	.71

\*p < .05 ; \*\*p < .01 ; \*\*\*p < .001

表三、有 / 無寵物溝通經驗在相信寵物溝通有效的程度上之t檢定(本文作者繪製)

## 四、寵物飼養的總年數和相信寵物溝通有效的程度沒有顯著相關。

我們以Pearson積差相關分析來分析寵物飼養的總年數與相信寵物溝通有效的程度，發現寵物飼養的年數和相信寵物溝通有效的程度無顯著相關。這是我們這次研究唯一沒有得到支持的假設，雖然我們本來認為飼養年數越長、與寵物關係越深厚，相信程度應該也會隨之提高，但分析結果卻不支持此假設。從資料中，我們可以看見一些的解釋：有受試者認為「還不如自己觀察來得準」這可能表示飼養的總年數長短並非影響相信與否的關鍵。

## 五、「相信或不相信寵物溝通（或寵物溝通師）」開放性問題的資料分析

我們對「相信或不相信寵物溝通（或寵物溝通師）」這個問題收集到的回應進行整理，發現受試者的想法主要可分為以下幾類：

### (一) 相信者的理由1：動物本有靈性，可與人建立默契。

有些受試者秉持動物本就具有靈性的信念，認為「萬物皆有靈」，因此相信人與動物之間可建立連結而溝通師或許有獨特的技巧接收內容。

### (二) 相信者的理由2：寵物溝通師展現的專業形象與觀察能力看起來值得相信。

受試者認為「溝通師具有專業訓練」、「長期與動物互動經驗豐富」，因此較容易相信。

### (三) 懷疑者的理由1：寵物溝通缺乏科學依據與驗證困難。

許多不相信寵物溝通的受試者的回應都指出「沒有證據證明」、「沒有科學根據」。

### (四) 懹疑者的理由2：懷疑看起來有效的原因其實只是話術技巧。

有些受試者認為，溝通師可能「先查資料」、「用模糊話術」、「用心理學技巧套話」。

## (五) 疑信參半者的理由：相信與否取決於實際接觸經驗。

有些受試者表示，自己相信與否的原因，是因為自己或朋友曾實際進行寵物溝通，若經驗為結果「準確」、「與現實吻合」，則多傾向相信，反之則傾向不相信。此外，「看過網路影片」和「閱讀過其他飼主的心得文」等外在資訊接觸也是影響相信程度的重要因素。

## (六) 信或不信都不沒關係的理由：重點不是相不相信，而是有沒有用！

有些受試者認為寵物溝通師協助傳達或接收的訊息是真是假並非重點，寵物溝通最重要的功能其實是「安慰飼主」、「心靈連結」、「情感支持」。

# 結論

## 研究總結

本研究探討了大眾對「寵物溝通」的相信程度及其背後的心理歷程與影響因素。透過量化分析發現，有寵物飼養經驗、寵物仍然存活、以及曾有寵物溝通經驗者，相較之下更為相信寵物溝通，顯示具實際與寵物互動的經驗的人會因與寵物的情感連結較強、更相信寵物有靈性，進而較相信寵物溝通。而質性資料則讓我們得知，影響受試者對寵物溝通相信與否的因素，涵蓋了對靈性的認知、對寵物溝通師專業的看法、從科學角度提出的懷疑、藉實務接觸經驗形成的判斷等多元面向。而在飼養經驗中，惟有飼養總年數和寵物溝通的相信程度沒有顯著關係，顯示跟寵物互動心理需求深度可能比單純的時長更具影響力。

## 研究貢獻

本研究補充了目前關於寵物溝通研究較為缺乏的一塊：廣泛性態度調查。同時也對人們相信或不相信寵物溝通的原因提出系統性解釋，有助於對寵物溝通議題的進一步瞭解，並開未來研究方向。

## 未來展望

本研究為廣泛性態度調查和解釋，雖然提出了大致上的觀點分類，但奠基於此架構下更細緻、個人化的寵物溝通信念仍待探索。另外，我們的研究以主觀態度及自陳經驗為主，未來一方面可以在這條路上繼續長期追蹤以探究其變化；另一方面也可設計客觀實驗，驗證我們整理出的觀點。此外，還有其它可能影響寵物溝通態度的因素，像是文化、宗教等，也值得進一步研究。

# 參考資料

- Bennett, P. C., & Rohlf, V. I. (2007). Owner-companion dog interactions: Relationships between demographic variables, potentially problematic behaviours, training engagement and shared activities. *Applied Animal Behaviour Science*, 102(1-2), 65-84.  
<https://doi.org/10.1016/j.applanim.2006.03.009>
- Dickson, D. H., & Kelly, I. W. (1985). The “Barnum effect” in personality assessment: A review of the literature. *Psychological Reports*, 57(2), 367-382. <https://doi.org/10.2466/pr0.1985.57.2.367>
- Forer, B. R. (1949). The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 44(1), 118-123. <https://doi.org/10.1037/h0059240>
- Ikeuchi, T., Ohta, M., & Saito, Y. (2019). The impact of companion animals on quality of life in elderly people. *Psychogeriatrics*, 19(5), 499-506.
- Kurdek, L. A. (2009). Pet dogs as attachment figures for adult owners. *Journal of Family Psychology*, 23(4), 439-446.  
<https://doi.org/10.1037/a0014979>
- Lindeman, M. (2002). The role of magical beliefs in explaining paranormal phenomena. *Personality and Individual Differences*, 32(3), 349-360.
- Marks, D., & Kammann, R. (2000). *The psychology of the psychic* (2nd ed.). Prometheus Books.
- Nancy R. Gee & Megan K. Mueller (2019) A systematic review of researchon pet ownership and animal interactions among older adults. *Anthrozoös*, 32(2), 183-207, doi:10.1080/08927936.2019.1569903
- O'Neill, O. (2002). *A question of trust: The BBC reith lectures 2002*. Cambridge University Press.
- Serpell, J. A. (2003). Anthropomorphism and anthropomorphic selection—Beyond the “cute response”. *Society & Animals*, 11(1), 83-100. <https://doi.org/10.1163/156853002320936926>
- Sundar, S. S. (2008). The MAIN model: A heuristic approach to understanding technology effects on credibility. In Metzger, M. J., & Flanagan, A. J. (Eds.), *Digital media,youth, and credibility* (pp. 73-100). MIT Press.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2), 1-27.  
<https://doi.org/10.1037/h0025848>