

人际扩张量表：自我扩张的单项目测量

闫柯

西南大学心理学部，重庆
Email: 1422192773@qq.com

收稿日期：2021年1月18日；录用日期：2021年2月13日；发布日期：2021年2月25日

摘要

自我扩张模型认为人们有着寻求扩张自身潜能，也就是自我扩张的动机，而实现这种动机的一种重要方式就是将他人纳入自我，并且将对方的资源、观点和身份体验成自己的。将他人纳入自我和自我扩张分别可以使用将他人纳入自我量表和自我扩张问卷进行测量，但是自我扩张问卷相对将他人纳入自我量表而言存在效率不高、灵活性较差的缺点。为了解决这一不足，我们编制了对自我扩张的单项目图形测量，即人际扩张量表。检验发现该量表具有良好的信效度，且和关系满意度、承诺等关系质量指标存在正相关。结果未发现自我扩张存在伴侣间效应。这些结果可能意味着，尽管自我扩张虽然对关系质量有益，但本质上并不是互惠的过程。人际扩张量表的编制对将来进行自我扩张模型的进一步研究有着积极的意义。

关键词

自我扩张模型，将他人纳入自我，浪漫关系

Interpersonal Expansion Scale: A Single Item Measure of Self-Expansion

Ke Yan

School of Psychology, Southwest University, Chongqing
Email: 1422192773@qq.com

Received: Jan. 18th, 2021; accepted: Feb. 13th, 2021; published: Feb. 25th, 2021

Abstract

The self-expansion model holds that people have the motivation of seeking to expand their self-potential, that is, the motivation of self-expansion. One of the important ways to fulfill this

motivation is to include others into themselves, and experience their resources, viewpoints and identities as their own. The inclusion of other in the self and self-expansion can be measured by the Inclusion of Other in the Self Scale and the Self-Expansion Questionnaire respectively. Self-Expansion Questionnaire has the disadvantages of low efficiency and poor flexibility compared with the Inclusion of Other in the Self Scale. To address this shortcoming, we developed a single item graphical measure of self-expansion, the Interpersonal Expansion Scale. The results found that the Interpersonal Expansion Scale had good reliability and validity. The score of the Interpersonal Expansion Scale was also found to be positively correlated with relationship quality index, such as relationship satisfaction and commitment. No dyadic effects of self-expansion were found. These results may indicate that while self-expansion is beneficial for actor's relationship quality, it is not inherently a mutually beneficial process. The development of the Interpersonal Expansion Scale may have positive significance for the further study of self-expansion model in the future.

Keywords

Self-Expansion Model, Inclusion of Other in the Self, Romantic Relationship

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 自我扩张模型

在亲密关系领域，近年来一个非常成功的理论就是 Aron 等人提出的自我扩张模型(Aron & Aron, 1986; Aron, Aron, & Norman, 2004)，这个模型试图解释亲密关系领域中人类经验和行为的基础过程，简要地，自我扩张模型可以被以下两个原则所描述：

1. 动机原则：人们会寻求扩展自身的潜能——这种自我扩张的动机是人类的一种基本动机。它曾被其他学者描述为探索、机会、效能、自我提升、好奇心、能力或拓宽视野。

2. 将他人纳入自我原则：人们实现自我扩张的一种方式就是通过亲密关系。因为在亲密关系中，他人的资源、观点和身份都会在一定程度上被体验成自己的，也就是说，他人在一定程度上“被纳入了自我”。

自我扩张的动机和将他人纳入自我看起来非常相似，但两者也有区别，在定义上，自我扩张的动机是为了增强能力以达到目标而增加资源、观点和身份的动机，属于一种动机过程。将他人纳入自我是将另一个人的资源、观点和身份当成是自己的那样，是一种认知过程。自我扩张可以使用自我扩张问卷(SEQ)进行测量，而将他人纳入自我则使用将他人纳入自我量表(IOS)测量。

1.2. 将他人纳入自我量表

当我们将另一个人纳入自我时，我们对那个人的认知结构就会和我们对自我的认知结构相互重叠(Aron, Aron, & Norman, 2004; Aron, Aron, Tudor, & Nelson, 1991)。因此，根据我们将他人纳入自我的程度，我们也就接纳了那个人的资源、观点和身份，并且分享他人的结果。这样，那个人也就会成为我们身份的一部分，从而增强我们能力，塑造我们的观点，并且影响我们对自身收益和代价的认知(Aron, Lewandowski Jr., Mashek, & Aron, 2013)。也就是说，在这个过程中，自我也就扩张了。

为了测量将他人纳入自我的程度，Aron 等人(1992)编制了将他人纳入自我量表(IOS)，后来成为了广泛使用的测量人际亲密度的工具。这个量表基于自我扩张中自我重叠的比喻，由七对重叠程度不同的圆圈组成，每一对圆圈都比上一对稍稍重叠得更多一些。被试需要在七对圆圈中选出最能描述自己和特定他人关系的那对，圆圈重叠的程度也就表示着将他人纳入自我的程度(见图 1)。

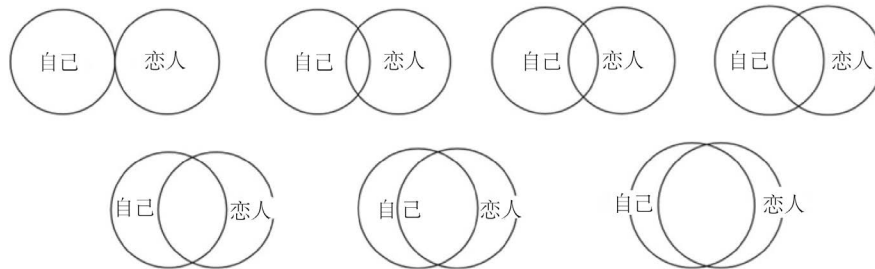


Figure 1. Inclusion of other in the self scale
图 1. 将他人纳入自我量表

将他人纳入自我量表是测量纳入最常见的方式，同时也有着许多优点。首先，由于是单项目量表，测量的效率非常高(Aron et al., 2013)。其次，它与更加复杂的多项目亲密测量有着显著的相关(Aron, Aron, & Smollan, 1992)。一项元分析研究发现，将他人纳入自我量表在预测关系稳定性上是一项尤其具有鲁棒性的预测指标(Benjamin, Dove, Agnew, Korn, & Mutso, 2010)。

更为重要的是，将他人纳入自我量表被发现是极具灵活性的。它不仅被广泛地运用于各种不同类型的人际关系的研究中，同时也被证明是成功地跨文化的，甚至超出了关系领域之外，被用于测量人们对品牌或上帝的纳入程度等等(Dalsky, Gohm, Noguchi, & Shiomura, 2008; Sharp, Hodges, & Tipsord, 2009; Trump & Brucks, 2012; Uleman, Rhee, Bardoliwalla, Semin, & Toyama, 2000)。

1.3. 自我扩张问卷

自我扩张的另一个原则，自我扩张的动机原则认为，人们追寻自我的扩展，这意味着人们希望通过增加资源、观点或身份等方式增强他们的潜能，这些潜能则可以增强他们实现目标的能力。这里的重点不在于实际上实现目标的动机，而是提升自我、积累资源，从而使实现潜在的、可能出现的目标更容易实现的动机。这些资源、观点、身份包括知识、社会地位、社群、财产、体能、健康等任何可能帮助目标实现的事物。

一种对自我扩张的测量方式是通过 Lewandowski Jr. & Aron (2002)设计的自我扩张问卷(SEQ)。自我扩张问卷测量的是个体在一段亲密关系中体验到自我扩张的程度，它关注一段关系向个体提供新的体验、引入新的观点、学习新事物，以及总地而言，让个体成为更好的人的程度。与亲密关系越能提供自我扩张就越具奖赏性的假设一致，在自我扩张问卷上得分更高的个体也有着更高的关系满意度和承诺(Lewandowski Jr. & Aron, 2002; Nardone, Lewandowski, & Le, 2008)。

1.4. 人际扩张量表

尽管自我扩张问卷是对自我扩张的有效测量方式，但是也存在着一一些潜在的缺点。尤其是当我们将其考虑成自我扩张模型中和将他人纳入自我相对应的另一原则时，它不具备像将他人纳入自我量表那样的诸多优点。首先，由于自我扩张问卷是多项目的问卷，因此在测量的效率上不如将他人纳入自我量表。其次，它也不具备将他人纳入自我的灵活性，这使得它在和将他人纳入自我量表一并使用时可能面临许多的限制。比如，将他人纳入自我量表可以被应用在各种类型的人际关系的研究中，甚至超出关系领域

之外,但自我扩张问卷却仅限于测量亲密关系。同时,由于自我扩张问卷是文字量表,因此在跨文化性上也不具备将他人纳入自我量表的优点。比如,倪莹针对中国被试编制的大学生自我扩张问卷,在维度上和Aron的自我扩张问卷就有着些许不同(倪莹,2014)。

因此,考虑到上述问题,一个具备和将他人纳入自我量表相应的效率和灵活性、适合与将他人纳入自我量表一并使用的自我扩张测量工具是亟需的。出于这个目的,我们决定采用和将他人纳入自我量表相同的单项目图形测试,来编制新的自我扩张测量工具。我们基于自我扩张模型中将他人的资源、观点和身份整合进自我,从而实现关系中的自我扩张的理论假设,从而设计了我们的人际扩张量表。量表和将他人纳入自我量表类似,由七对重叠在一起的圆圈组成,所不同的是,圆圈分为黄、蓝两色不同的圆圈,而随着重叠程度的增加,黄色的圆圈会不断被蓝色圆圈所覆盖(见图2)。图形上方会有一行指导语:“黄色的圆圈代表你的自我(兴趣、观点、身份等),蓝色的圆圈代表你伴侣的自我,请圈出你认为最能代表处在你们关系中的你的自我的那一对圆圈。”

与自我扩张问卷有所不同的是,人际扩张量表并不测量自我在一段关系中所获得的扩张,而是测量自我从另一个特定他人身上所获得的扩张。这个特定他人可以是浪漫伴侣、朋友、亲人或其他任何人。

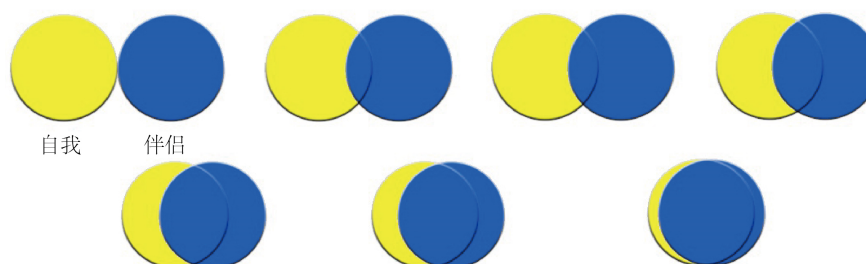


Figure 2. Interpersonal expansion scale
图2. 人际扩张量表

2. 方法

2.1. 被试

招募大学在校情侣被试66名(33对),其中32名男生,34名女生,64名异性恋情侣,2名同性恋情侣。被试的年龄在18~25岁(20.48 ± 1.685)之间,恋爱时长为1~48个月(16.48 ± 9.932)。所有被试均自愿参与实验。实验前签署了知情同意书,实验后获得一定报酬。

2.2. 量表与工具

自我扩张问卷(Self-Expansion Questionary, SEQ): 该问卷原本由Lewandowski Jr. & Aron (2002)设计,包含14个项目,采用5点计分,量表测量个体体验到的他的伴侣为自己带来的知识、技能、能力等方面的增加程度,评分越高则自我扩张的程度越高。在本研究中,我们使用的中文修订版问卷由贾凤翔(2012)修订,该修订版问卷曾多次在中国被试中使用(曹金玲,陈友庆,2013)。本实验中,该量表的Cronbach's $\alpha = 0.908$ 。

将他人纳入自我量表(Inclusion of Other in the Self Scale, IOS): 由Aron等人(1992)编制的单项目图形量表。该量表由七对重叠程度不同的圆圈组成,被试需要在七对圆圈中选出最能描述自己和特定他人关系的那对,圆圈重叠的程度也就表示着将他人纳入自我的程度。

激情恋爱量表(Passion Love Scale, PLS): Hatfield和Sprecher (1986)修订的15题的简易版本量表,用于测量被试的激情恋爱程度。题项如“有时候她(他)的出现会让我激动得全身发抖”,1~9评分,量表

总分为 135。得分越高反应激情恋爱程度越高。该量表多次被用于中国大学生被试(尹杰, 谢静, 邹枝玲, 2013), 具有良好的信效度。本实验中, 该量表的 Cronbach's $\alpha = 0.907$ 。

关系评估量表(Relationship Assessment Scale): 使用 Hendrick (1988)编制的关系评估量表关系满意度的指标, 量表共有 7 个题目, 被试进行里克特 5 点评分, 得分越高则关系满意度越高。在本研究中所以使用的中文修订版由楼晓斌翻译和修订。本实验中, 该量表的 Cronbach's $\alpha = 0.83$ 。

投资模型量表(The Investment Model Scale): 作为测量亲密关系中的承诺的指标, 使用由 Rusbult (1998)等人编制, 刘新春、赵琳、张乐乐、杨丽(2015)所修订的中文版投资模型量表。这一版量表为 9 点里克特量表, 共包括 7 个题目。本实验中, 该量表的 Cronbach's $\alpha = 0.835$ 。

3. 结果

3.1. 信度

由于我们使用的人际扩张量表是单项目量表, 我们无法采用内部一致性系数作为该量表的信度指标 (Russell, Weiss, & Mendelsohn, 1989)。因此, 本研究使用重测信度来作为量表的效度指标。

我们的结果显示, 第一次的结果和两周后的重测的皮尔逊相关性为 $r = 0.739 (p < 0.01)$, 考虑到亲密关系中的自我扩张是可能在短期内发生变化的, 这一结果表明该量表有着较好的信度。

3.2. 效度

3.2.1. 聚合与区分效度

根据 Campbell 和 Fiske (1959)的观点, 一种新的测量应该与(a)那些使用不同的方法测量同一个结构的其他测量有更高的相关(聚合效度), 而与(b)用同样的方法测量不同的结构的测量有着较低的相关(区分效度)。

为了检验人际扩张量表(IES)的聚合效度, 我们计算了人际扩张量表(IES)和自我扩张问卷(SEQ)的得分的相关, 尽管这两种量表测量的是同样或相似的概念, 但使用的是不同的方法: 人际扩张量表是单项目的图形量表, 而自我扩张问卷则是多项目文字问卷。结果发现, 人际扩张量表和自我扩张问卷有着显著的相关, 结果呈现在表 1。

对于区分效度, 我们使用了改编后的 Walsh and Neff (2018)制定的伴侣身份评定(Assessment of couple identity): 一款形式上非常相似的、使用黄蓝色圆圈的单项目测量量表, 但是测量的是另外一种不同的概念。它与人际扩张量表的相关性 $r = 0.108 (p = 0.446)$, 相关并不显著。

Table 1. Correlation between Interpersonal Expansion Scale, SEQ and IOS

表 1. 人际扩张量表和自我扩张问卷(SEQ)及 IOS 量表的相关(皮尔逊相关)

量表	1	2	3
1. 人际扩张量表(IES)	—	0.251*	0.383**
2. 自我扩张问卷(SEQ)	0.251*	—	0.399**
3. 将他人纳入自我量表(IOS)	0.383**	0.399**	—

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$.

3.2.2. 与将他人纳入自我(IOS)的相关

自我扩张和将他人纳入自我的概念紧密相关, 由于将他人纳入自我是自我扩张的重要方式, 尤其在亲密关系中, 因此, 如果人际扩张量表确实可以测量亲密关系间的自我扩张, 则应该和将他人纳入自我也有相关, 因此我们计算了人际扩张量表(IES)与他人纳入自我量表(IOS)的相关, 发现存在显著的相关($p = 0.042$)。结果呈现在表 1。

3.3. 人际扩张量表与其他关系质量指标的相关

我们分析了人际扩张量表与三种反应关系质量的不同方面的测量方式的相关，结果发现，人际扩张量表的得分和关系满意度有着显著的相关， $r = 0.272$ ($p = 0.027$)。同时，与承诺有着一个边缘显著的相关， $r = 0.242$ ($p = 0.05$)。但是与激情恋爱量表则没有显著的相关($p = 0.106$)。详细结果见表 2。

Table 2. Correlation between Interpersonal Expansion Scale and relationship quality indexes

表 2. 人际扩张量表和其他关系质量指标的相关(皮尔逊相关)

量表	1	2	3	4
1. 人际扩张量表		0.201	0.272*	0.242
2. 激情恋爱量表	0.201		0.625**	0.785**
3. 关系满意度	0.272*	0.625**		0.612**
4. 承诺	0.242	0.785**	0.612**	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$.

4. 讨论

4.1. 关于人际扩张量表的编制

为了得到高效、灵活，适合和将他人纳入自我量表协同使用的自我扩张测量方式，我们基于自我扩张模型的理论假设，编制并施测了人际扩张量表。检验发现，该量表具有较好的信度和效度。同时和我们的理论假设一致，与将他人纳入自我量表也有着一定的相关。值得指出的是，尽管我们使用的被试是恋爱中的情侣被试，但人际扩张量表并不限于测量浪漫关系或亲密关系中的自我扩张，而是可以测量任何人际关系，乃至从任何人中所获得的自我扩张，所需要做的仅仅是稍稍更改指导语即可。

4.2. 与其他亲密关系质量指标的关系

我们发现人际扩张量表的得分与关系满意度有着显著的相关，同时和承诺有边缘显著的相关。这点和先前使用自我扩张问卷进行的研究得到的结论是一致的(Lewandowski Jr. & Aron, 2002; Nardone et al., 2008)。当个体从对方身上体验到更多的自我扩张时，他们对关系也会更满意，同时承诺水平也更高。但是我们在自我扩张量表和激情恋爱量表之间没有发现相关，这可能意味着从恋人身上获得的自我扩张更多地影响着浪漫关系的满意度层面，而不是恋爱激情。

4.3. 伴侣间效应

在伴侣间效应上，我们并没有发现自我扩张存在伴侣间效应，这意味着一个个体体会到来自对方的高自我扩张并不意味着他的伴侣也同样从他的身上体会到同样的自我扩张。同时，高的自我扩张和伴侣体会到的恋爱激情、关系满意度或承诺也没有发现存在显著的相关。实际上，在我们测量的所有亲密关系指标中，存在伴侣间效应的仅有关系满意度和承诺。这些发现可能意味着，自我扩张本质上可能并非是一个互惠的过程。

4.4. 不足与展望

尽管本研究发现了一些有趣的结果，但也存在一些不足。首先，尽管我们认为人际扩张量表可以适用于非常广泛的关系类型，但本研究仅仅只在浪漫关系领域检验了该量表，后续研究应该在朋友、亲属、同事等更多种类型的关系中对这一量表的适应性进行检验。其次，尽管我们认为这一单项目的图形量表

应当具有跨文化的普适性,但这一假设并未在本研究中进行检验,后续研究应当在不同的文化环境下对该量表进行施测,以对其进行进一步的检验。

5. 结论

本研究编制并施测了一项对自我扩张的单项目图形测量——人际扩张量表。检验表明该量表具有良好的信效度,可以适用于中国大学生人群。自我扩张的测量结果和浪漫关系满意度与承诺有着显著的相关,表明了自我扩张对亲密关系质量的重要作用。同时,我们没有发现自我扩张存在伴侣间效应,意味着自我扩张的过程可能并非是本质上互惠的。人际扩张量表的施测具有效率高、灵活性强等优点,对将来进行自我扩张模型的进一步研究有着积极的意义。

参考文献

- 曹金玲, 陈友庆(2013). 大学生自我扩张、自我分化和网络关系依赖的特点及关系. *神经疾病与精神卫生*, 16(3), 670-673.
- 贾凤翔(2012). *自我扩张与时间维度上的关系满意度评价的关系研究*. 硕士学位论文, 重庆: 西南大学.
- 刘新春, 赵琳, 张乐乐, 杨丽(2015). 投资模型量表中文版在中国未婚情侣中的信效度检验. *中国临床心理学杂志*, 23(6), 1020-1023.
- 倪莹(2014). *恋爱大学生自我扩张问卷编制及其相关研究*. 硕士学位论文, 南昌: 江西师范大学.
- 尹杰, 谢静, 邹枝玲(2013). 恋爱中大学生浪漫程度的性别差异. *西南农业大学学报: 社会科学版*, 11(2), 111-116.
- Aron, A., & Aron, E. N. (1986). *Love and the Expansion of Self: Understanding Attraction and Satisfaction*. Washington DC: Hemisphere Publishing Corp/Harper & Row Publishers.
- Aron, A., Aron, E. N., & Norman, C. (2004). *Self-Expansion Model of Motivation and Cognition in Close Relationships and Beyond*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Aron, A., Aron, E. N., & Smollan, D. (1992). Inclusion of Other in the Self Scale and the Structure of Interpersonal Closeness. *Journal of Personality & Social Psychology*, 63, 596-612. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.63.4.596>
- Aron, A., Aron, E. N., Tudor, M., & Nelson, G. (1991). Close Relationships as Including Other in the Self. *Journal of Personality & Social Psychology*, 60, 241-253. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.2.241>
- Aron, A., Lewandowski Jr., G. W., Mashek, D., & Aron, E. N. (2013). The Self-Expansion Model of Motivation and Cognition in Close Relationships. In J. A. Simpson, & L. Campbell (Eds.), *The Oxford Handbook of Close Relationships* (pp. 1-46). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195398694.013.0005>
- Benjamin, L. E., Dove, N. L., Agnew, C. R., Korn, M. S., & Mutso, A. A. (2010). Predicting Nonmarital Romantic Relationship Dissolution: A Meta-Analytic Synthesis. *Personal Relationships*, 17, 377-390. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2010.01285.x>
- Campbell, D. T., & Fiske, D. W. (1959). Convergent and Discriminant Validation by the Multitrait-Multimethod Matrix. *Psychological Bulletin*, 56, 81-105. <https://doi.org/10.1037/h0046016>
- Dalsky, D., Gohm, C. L., Noguchi, K., & Shiomura, K. (2008). Mutual Self-Enhancement in Japan and the United States. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 39, 215-223. <https://doi.org/10.1177/0022022107313863>
- Hatfield, E., & Sprecher, S. (1986). Measuring Passionate Love in Intimate Relationships. *Journal of Adolescence*, 9, 383-410. [https://doi.org/10.1016/S0140-1971\(86\)80043-4](https://doi.org/10.1016/S0140-1971(86)80043-4)
- Hendrick, S. S. (1988). A Generic Measure of Relationship Satisfaction. *Journal of Marriage and Family*, 50, 93-98. <https://doi.org/10.2307/352430>
- Lewandowski Jr., G. W., & Aron, A. (2002). The Self-Expansion Scale: Construction and Validation. *Third Annual Meeting of the Society of Personality and Social Psychology*, Savannah, GA, 1 February 2002, 12.
- Nardone, N., Lewandowski, G., & Le, B. (2008). The Relation of Self-Expansion to Wellbeing and Relationship Quality. *Annual Meeting of the Society of Personality and Social Psychology*, Albuquerque, NM, 8 February 2008, 174-175.
- Rusbult, C. E., Martz, J. M., & Agnew, C. R. (1998). The Investment Model Scale: Measuring Commitment Level, Satisfaction Level, Quality of Alternatives, and Investment Size. *Personal Relationships*, 5, 357-387. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.1998.tb00177.x>
- Russell, J. A., Weiss, A., & Mendelsohn, G. A. (1989). Affect Grid: A Single-Item Scale of Pleasure and Arousal. *Journal of*

-
- Personality and Social Psychology*, 57, 493-502. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.3.493>
- Sharp, C., Hodges, S., & Tipsord, J. (2009). Divine Overlap: Predicting Self-Other Overlap with God from Beliefs and Life Satisfaction Factors. *Paper presented at the Society of Personality and Social Psychology*, Tampa, FL, 5 February 2009, 129.
- Trump, R. K., & Brucks, M. (2012). Overlap between Mental Representations of Self and Brand. *Self and Identity*, 11, 454-471. <https://doi.org/10.1080/15298868.2011.595083>
- Uleman, J. S., Rhee, E., Bardoliwalla, N., Semin, G., & Toyama, M. (2000). The Relational Self: Closeness to Ingroups Depends on Who They Are, Culture, and the Type of Closeness. *Asian Journal of Social Psychology*, 3, 1-17. <https://doi.org/10.1111/1467-839X.00052>
- Walsh, C. M., & Neff, L. A. (2018). We're Better When We Blend: The Benefits of Couple Identity Fusion. *Self and Identity*, 17, 587-603. <https://doi.org/10.1080/15298868.2018.1430062>