

一位編舞者的印象管理行為模式探討

黃佩君/國立臺灣體育大學（臺中）體育舞蹈學系碩士班 研究生

摘要

印象管理研究盛行於西方，在企業經營運作中，員工為了個人或者組織的利益會嘗試進行印象管理行為，以便對日常工作組織或營運有所幫助。但在進行印象管理的同時，未必都有好的結果，有時與預期的結果有所落差，導致對個人、組織有害。研究者對舞蹈領域中編舞者為達其目的而採取之印象管理行為深感興趣，因此回溯自身於大學四年級畢業製作課程中擔任編舞者時，為了使所創作之舞蹈作品能通過審查，順利於畢業舞展中呈現，而採取之行動和經驗為依據，以印象管理理論為架構，進行探討與分析。

關鍵詞： 印象管理、自我表現

壹、印象管理的內涵

「印象管理」(impression management) 此名詞最早是在 Goffman (1959) 所著作的 “The presentation of self in everyday life” 一書中現，它是指組織內成員常用的一種行為模式，採取此種行為模式之目的，是為了增強他人對自己的印象而達到行為人的行動目標。

一、 印象管理的種類

(一) 肯定性的印象管理

肯定性印象管理行為是表演者利用了積極的行為來增加表演者對他人的吸引力。

(二) 防衛性的印象管理

指的是表演者在形象受損時，利用一些補償的行動，將自己受損的形象回歸到原本正面的形象。

(三) 調整性的印象管理

此種調整性管理行為的主要目的是在降低自己在他人心中的形象，當表演者感受到自己形象過強以至於超過自己所欲形象時，便會試著進行此種印象管理行為來減少他人的過度期待對自己產生之壓力。

表 印象管理的分類

類別	肯定性的	防衛性的	調整性的
行為類型	1. 往自己臉上貼金	1. 自我設障	1. 策略性失敗
	2. 自我呈現	2. 自我描述	2. 自謙
	a. 模範	3. 否認	3. 不服從
	b. 自我提升	4. 理由	4. 反面的形象
	3. 虛偽	a. 藉口	
	4. 奉承	b. 正當化	
	a. 強化他人	5. 道歉	
	b. 同意他人意見	6. 補償	
	c. 略施小惠	7. 利社會行為	
	5. 威嚇	8. 代罪羔羊	
6. 哀求			

二、印象管理行為的原因

組織內印象管理行為主要是個人有意識或無意識中為了改變或維護自己在他人心中形象所採的策略行為，通常是在生活中個人為了自身好處而施行，多數學者還是比較傾向於這是一種比較自利型的行為策略，但排除此自利型的因素之外，還有一些非自利的因素，根據學者以在職場上工作的員工實行印象管理的原因為例，歸納出以下幾點：

- (一) 維持既有工作地位
- (二) 升遷、調職的競爭
- (三) 接收者的個人特質
- (四) 工作的順利執行
- (五) 自我保護

三、不同角色對印象管理行為的態度

在印象管理行為發生中，角色可概分為表演者、接收者與第三者，根據 Giacalone and Rosenfeld (1986) 針對日常生活中廣告企業職場基層業務人員與主管，所做的三種職場印象管理角色印象行為模式之調查，本研究採問卷調查法，採用自編測量逢迎行為之 MIBOS (Measure of Ingratiating Behavior in Organizational Settings) 量表，此量表主要用來測量四種逢迎策略，而本研究選取其中用來測量「提升他人策略」、「給予恩惠策略」與「自我表現策略」三種策略的題目，共有十七題—七個題目用來測量「提升他人策略」，六個題目用來測量「給予恩惠策略」，另外四個題目用來測量「自我表現策略」。對表演者印象管理行為模式接受程度進行調查，接受調查人數共 300 人，研究指出表演者對三種性質的印象管理行為態度都持著正面的態度，表演者為了達到自身之目的，認為此行為是理所當然去執行的，接收者對印象管理的行為態度，則有兩種不同之看法；認為理所當然並接受此種行為表現，部分樣本則認為此種印象管理行為是不合理且不贊同其執行的；而第三者因不參與印象管理的過程，對不同印象管理的行為接受度不高，所以通常持較不贊同的態度。以下學者針對三種角色對印象管理行為的接受程度高低數據比例如下：

(一) 表演者的態度

表演者對三種性質的印象管理行為的態度都持著正面的態度，學者從問卷調查中得到其中認為理所當然的佔20%、有其必要的達11%，他們對印象管理行為並沒有人抱著負面的態度，這原因主要在於印象管理對表演者在組織中生存是有益的、且表演者會主觀的去合理化自己的行為。

(二) 接收者的態度

接收者對不同印象管理類型的態度分歧，比表演者略多一籌，他們對三種性質的印象管理行為所抱持態度為理所當然佔30%、有其必要佔60%、不置可否達30%、不表贊同佔40%、非常反感達40%，正負態度比例為9:8 非常平均。

(三) 第三者的態度

對第三者來說，普遍對於印象管理行為的整體接受度並沒有表演者以及接收者來的大，這也許可以歸因於他們並沒有涉入於整個印象管理的行為過程，而可以從旁客觀的觀察、察覺背後的真實情況。他們對印象管理行為的態度理所當然的有30%、有其必要的有30%、不置可否佔20%、不表贊同佔80%、非常反感達20%，其中正負態度比例 6:14，可以說第三者對於印象管理行為大多是持著負面的態度的。

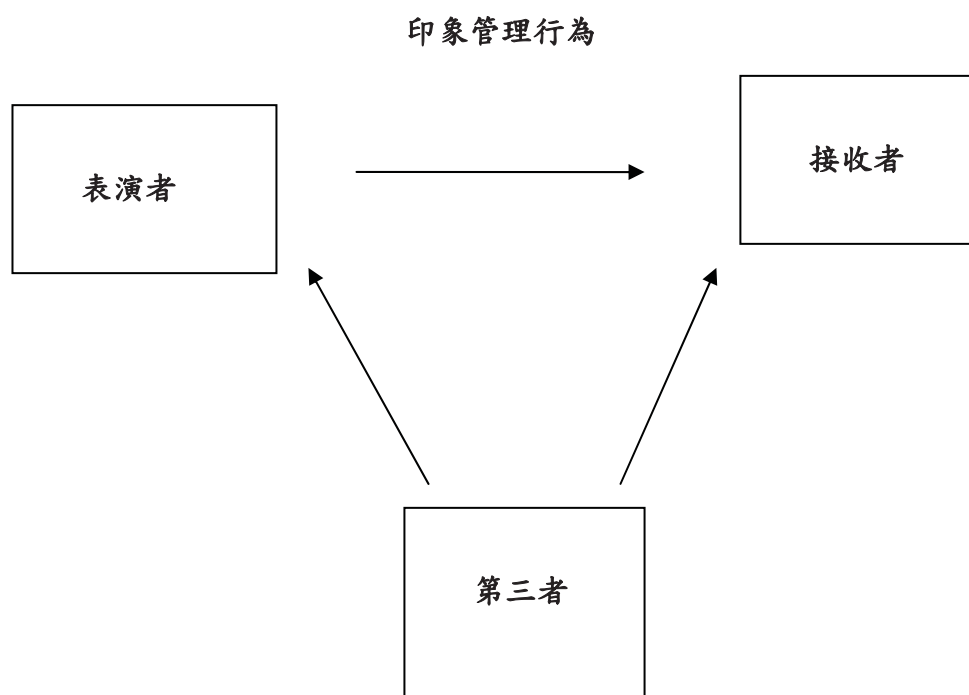


圖 印象管理過程中三種角色之關係

資料來源：引自 Tedeschi and Melberg (1984, p31-58.)

四、印象管理相關研究

(一) 應用於組織運作層面

Gardner and Martinko (1988) 學者的研究在探討印象管理在實際組織運作中所扮演的角色及發揮的作用。

(二) 應用於人才招聘

Stevens and Kristof (1995) 研究了印象管理對組織人才招聘的結果，在員工招募中受試者所進行的印象管理行為，是否會影響主考官對其的評價以及態度。

(三) 印象管理過程的探討

Bozeman and Kacmar (1997) 對印象管理發生的動態過程進行探討，討論員工實行印象管理行為的動機、以及實行印象管理對他人造成影響的整個過程是如何發生的。

(四) 與策略制訂的關係

Rosenfeld, Giacalone, and Riordan (1995) 認為印象管理行為亦會影響組織的策略制訂，員工的印象管理行為，會影響到高層管理人員較會傾聽其意見，並且考慮將此建議作為策略制訂時的方案之一。

(五) 領導者和部屬間關係

Liden and Mitchell (1989) 與 Wayne and Ferris (1990) 以領導者—部屬交換理論來論述印象管理對主屬關係的影響力，主管對員工所進行的印象管理行為是否會造成員工較認同上司的指導、或上司管理者領導角色的定位不同。他們的研究中利用部屬平常的工作表現、以及印象管理的行為頻率，來驗證這兩個因素是否會影響到上司對其績效的看法、喜好程度，並對雙方的交換品質有否造成影響。得到了與工作以及上司相關的印象管理行為，對於雙方交換品質及上司的喜好、績效評估影響較為有效的結果。

貳、對編舞者的印象管理行為之分析探討

根據研究者在 2006 年 7 月 20 日-2007 年 2 月 20 日為期半年之間，於國立臺灣體育大學體育舞蹈學系第八屆畢業製作巡迴展演一發現，擔任編舞者期間進行經驗回溯，分析當時之表演者、接受者、第三者對表演者所採取之印象管理行為之接受程度和其可能之觀點與原因。

一、研究對象

本研究以研究者自身為研究對象，研究者自幼開始學舞，在舞蹈領域的環境中成長，共習舞 11 年，到大學階段，便開始展開舞蹈編創、幕後行政、舞蹈教學、舞者……等領域的學習和練習共 5 年。本研究以研究者自身為研究對象也就是印象管理行為的表演者，表演者舞齡為 11 年舞蹈科班出身，在展演中表演者進行編舞的工作，並針對舞碼進行印象管理的模式，這裡指的接收者是指國立臺灣體育大學體育舞蹈學系第八屆畢業製作巡迴展演一發現的舞碼審舞老師，皆為國立臺灣體育大學體育舞蹈學系舞蹈碩士與博士學位專業舞蹈教授與副教授共 8 人、印象管理行為表演者的舞者皆為國立臺灣體育大學體育舞蹈學系第八屆畢業班同學共 12 人與鎖定 15~65 歲社會大眾之觀眾群共 100 人為主要對象，在畢業製編舞時審舞老師進行審舞的工作，針對印象管理行為表演者對舞碼的印象管理模式執行審查，而印象管理行為表演者的舞者則負責進行表演者編舞的動作設計肢體排練與呈現，台下的觀眾群在演出時接收印象管理行為表演者的印象管理模式呈現，並作評論，而第三者指的是不參與整場畢業製演出的表演與觀賞而擔任國立臺灣體育大學體育舞蹈學系第八屆畢業舞展一發現展演彩排攝影的本校競技系大三同學為主，接受調查人數共 3 人。

二、步驟與方法

根據研究者在 2006 年 7 月 20 日—2007 年 2 月 20 日為期半年之間，於國立臺灣體育大學體育舞蹈學系第八屆畢業製作巡迴展演一發現，擔任編舞者期間進行經驗回溯與紀錄，以研究者擔任編舞者為依據，也就是印象管理行為的表演者，從中發現表演者普遍應用上述肯定性的印象管理，在舞作元素裡針對動作、服裝、道具、隊形變化和音樂的選擇中進行設計與編排，並以舞者的身體能力特

質進行動作設計，當舞作結構經過指導老師建議評論後，進行修改的動作，讓舞作更多元豐富，傳達給觀眾最完美的一面，較少運用一般職場人員所使用的防衛性與調整性的印象管理。依據研究者自身經驗進行三種角色對印象管理行為表演者執行印象管理行為接受程度之分析歸納如下：

(一) 表演者：

這裡指的表演者，是指研究者本身，當印象管理表演者在進行印象管理的同時，其他編舞者也同樣在進行印象管理行為，針對自身舞碼進行修改與編創，在每次審舞後，班上同學會對印象管理行為表演者的舞作進行觀摩與提供意見，因表演者的舞作性質偏向創作性舞蹈，根據印象管理行為表演者擔任編舞者期間的反思，發現表演者對自身舞作的印象管理行為，感到相當有趣並樂於進行挑戰與創新，態度正向，如為同性質之舞作編舞者，則會將印象管理行為表演者對舞碼的編排方式作為參考，進行比較與排除相同之編排模式，例如表演者的舞碼音樂以人聲為主，其他編舞者則會避免再次引用同性質之音樂，表演者與其他編舞者會定期進行討論與修正，給予對方不同之意見。(以上分析根據研究者2007年8月10日回溯日誌) 印象管理行為表演者—編舞者進行舞作印象管理行為的原因歸納為以下五點：

- 1.維持舞作的品質
- 2.外界觀眾的期許所造成之壓力
- 3.對舞碼做創新與挑戰
- 4.吸引觀賞者的目光
- 5.其他舞作的競爭

(二) 接收者：

這裡指的接收者是指畢製的審舞老師、印象管理行為表演者的舞者與觀眾為主，在畢製編舞時審舞老師進行審舞的工作，針對印象管理行為表演者對舞碼的印象管理模式執行審查，並提出他們對此印象管理行為模式的接受程度評語與建議，而印象管理行為表演者的舞者則負責進行表演者

編舞的動作設計肢體排練，台下的觀眾群在演出時接收印象管理行為表演者的印象管理模式呈現，並作評論，因此以上三種角色階為印象管理行為表演者的接收者，以音樂領域來分析，起初審舞的時候印象管理行為表演者之初審舞碼音樂是請國立臺灣藝術大學國樂系的同學幫忙製作，收錄日常生活常見之捷運聲效與國樂系同學之創作曲目結合，經過審舞評估後，根據印象管理行為表演者透過與老師溝通後的結果發現，指導老師認為初審音樂缺乏整體性與舞碼名稱「聲流」無結合性，較不適用在大舞台，印象管理行為表演者進行思考與修正，經過老師的指導，換用另一類人聲混雜肢體拍打聲之音樂，修正後的效果更加展現舞作的意念，也獲得審舞老師的贊同，以印象管理行為表演者在舞作肢體呈現的編創與聲音的呈現做分析，本舞作肢體呈現採用某部份無術科技巧框架的編排方式，較具即興模式，想表達出指導老師所強調肢體隨人聲起舞躍動的意境，舞者一開始對印象管理行為表演者的舞蹈動作編排元素感到疑惑，因非術科技巧動作元素，起初舞者身體展現時無法適應，而舞作中安排舞者現場發聲則考驗舞者的挑戰力，舞者表示在台上要動作呈現配合現場發聲實在有些困難且難喘息，但都表示願意嘗試與創新，而班上的同學也呈現兩種反應，前者認為現場發聲是一個突破與創新，後者則認為有待思考，發聲效果好壞值得深思。根據畢製問卷的調查，觀眾對印象管理行為表演者舞作的展現，因族群、年齡、觀看角度不同，呈現兩種反應，前者認為此舞作富有創意性，後者則表示無法了解舞作所要表達的意念，以此也作為印象管理行為表演者下次創作的參考。(以上分析根據研究者2007年12月15日回溯日誌)

(三) 第三者：

此處指的第三者是指不參與整場畢製演出的表演與觀賞而擔任國立臺灣體育大學體育舞蹈學系第八屆畢業舞展－發現展演彩排攝影的本校競技系大三同學為主，根據印象管理行為表演者畢製擔任編舞者為依據，第三者並無參與整場畢製再加上是外系之同學，對印象管理行為表演者本身的

印象管理行為，毫無任何感受，皆全神專注進行錄影的工作，印象管理行為為表演者舞作的呈現效果，對第三者來講感受影響不大。(以上分析根據研究者 2008 年 2 月 15 日回溯日誌)

針對印象管理行為表演者擔任畢製的編舞者為依據，從上述三種角色對印象管理行為表演者進行印象管理的接受程度分析可看出，分別與印象管理理論架構之文獻相呼應。從中可以推測出一般職場人員與舞蹈編舞者在執行印象管理動機的相關性。

以印象管理行為表演者於國立臺灣體育大學體育舞蹈學系第八屆畢製巡迴展演擔任編舞者為依據，除了上述進行三種角色對印象管理行為表演者印象管理的接受程度分析，不管在音樂、服裝、道具背景、與燈光的選用設計印象管理模式，因經費的關係，印象管理行為表演者多採保守的態度執行，以印象管理行為表演者擔任編舞者在服裝的選用為例，起先畫製服裝初體流線圖樣，與服裝公司進行溝通，因處於學生的角色，一切溝通多以設計師的建議為主，盡量選擇價格合理的服裝材質，待初步服裝完成，送經指導老師審核，如服裝不妥，指導老師會耐心給予編舞者建議，最後送至服裝公司進行修改，因此表演者必須一再與設計師溝通，耐心等待，最後才能完成所要的服裝款式。相較之下，具有龐大資金的舞團運作模式，在服裝的設計上，專業資深的編舞家，在資金雄厚的狀況下，大膽設計服裝之樣式，在與設計師的溝通上，設計師則需以專業編舞家的需求為主，不斷修改出編舞家想要的服裝款式。而表演藝術的接收者以觀眾為主體，以印象管理行為表演者畢製的觀眾群與專業舞團的觀眾群相比較，印象管理行為表演者觀察後發現，學校畢製的觀眾群多半是舞者的親屬，對整場演出所展現的態度往往是熱情與期待的，而專業舞團的觀眾群以從事舞蹈領域之專業人士與熱愛舞蹈的一般社會大眾居多，對整場演出的態度，會相對的嚴謹去審查這次展演舞碼編排的創造性與舞者的動作精準度，以上述情況可觀察出，兩個團體的接收者呈現對比的態度。

叁、結語

經過近四十年的研究發展，印象管理行為的內容早已被許多學者所討論、界定，但由於研究主題的複雜性以及多樣化，也呈現出多種不同的樣貌，透過上述印象管理表演者在國立臺灣體育大學體育舞蹈學系第八屆畢製擔任編舞者期間進行經驗回溯與紀錄，表演者將編創時進行印象管理中所應考量到的關鍵客觀準則歸納為以下三點，分別是（一）輔合文化精隨（二）輔合觀眾需求（三）輔合表演者的原創性，除了上述歸納的幾點，編創的過程中對表演者、接受者、第三者進行印象管理行為表演者執行印象管理接受程度之省思，三種角色從各個角度立場觀看印象管理行為表演者舞作的編排，給予印象管理行為表演者相當寶貴的建議，不管在音樂的選用、舞蹈肢體呈現與效果運用，讓印象管理行為表演者更加清楚在劇場中必須運用更精準純熟的手法來進行舞作構思，在編創的過程中必須不斷修改並請老師或同學觀看並給予客觀意見，避免太多主觀想法介入造成失敗，例如在音樂類別的選用上如果與主題毫無關係或與表演場地無連結性則會讓接收者產生質疑，無法展現出舞作所要傳達的意境造成失敗的結果，像有些音樂聲效適合運用在小劇場中，放在大劇場反而無法呈現舞者所要傳達的意念，而適合運用在大劇場的音樂也未必適合小劇場的呈現，因此必須選用與主題相呼應與考量表演場合適用性之音樂，與肢體呈現合為一體，而在服裝的選用上，服裝對一首舞作呈現的好壞影響很大，起初表演者設計出的服裝經過接收者審舞老師的審查後，因服裝顏色過於單調與無法修飾舞者身材，因此必須整體修改，表演者思索後，了解到設計服裝時也必須考慮到舞者在舞台上呈現的整體性與配合舞作動作的活動範圍作考量，而不是表演者刪除所有考量點憑空設計出理想服裝，而呈現出的卻是負面的效果，如此才能完整表達編舞者所要傳達的意念，達到印象管理的目標。

身為一位舞蹈研究者，針對舞蹈領域在印象管理的研究乃相當少見，針對藝術表演者印象管理模式之分析，除了本文所研究之舞蹈編舞者印象管理模式，舞者在呈現的過程中是必調整與經營自身之體態與形象，來傳達給觀眾最完美的一面，而針對舞蹈社與舞團的經營對其組織的管制則須傳達給接收者好的印象概念

與印象管理層面緊密結合，因此印象管理領域對於一位舞蹈人來講必有其重要性，研究者深覺應該更進一步針對舞蹈不同領域進行印象管理行為模式的探討與分析，才能清楚找到最恰當的經營模式，讓舞蹈領域各方面廣泛發展。

重要參考引用文獻：

中文部分

蔡建銓 (2004)。《印象管理行為對組織內人際互動之影響》。未出版碩士論文，國立東華大學，花蓮縣。

簡樸生 (1999)。《如何打造你的黃金印象》。臺北市：驛站文化。

英文部分

Giocalone, R.A. & Rosenfeld, P. (1986). Self-presentation and self-promotion in an organizational setting. *The Journal of Social Psychology*, 126 (3), 321-326.

餘略