

2025 年【科學探究競賽-這樣教我就懂】

大專/社會組 科學文章格式

文章題目：「這又小又可愛的傢伙」如何征服你我的大腦？

摘要：「這又小又可愛的傢伙」為何讓人難以抗拒？本文章從嬰兒圖式切入，說明可愛元素如何觸發大腦獎賞系統，引發情感與購買慾望。

文章內容：(限 500 字~1,500 字)

你是否曾經因為一隻圓滾滾的角色、一個小小的吊飾，或一個扭蛋裡的公仔而心動？即使它們不一定實用，但你還是忍不住想把它帶回家。近期紅遍全台，由日本漫畫家 nagano 所創作的「吉伊卡哇」(圖一，參考資料 1) 正是這樣的存在。這些角色既柔弱又可愛，短小的身形與單純無害的表情，讓人瞬間融化，甚至激起「想保護他」的感覺，這其實早有科學解釋。

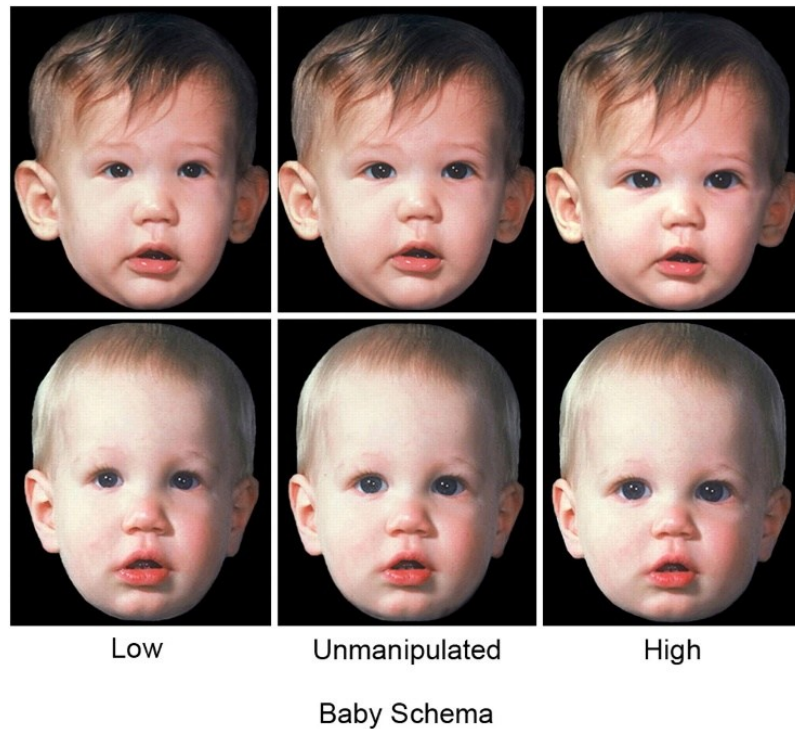


圖一、《吉伊卡哇 這又小又可愛的傢伙》1-3 冊漫畫封面圖

一、嬰兒圖式的力量：可愛是進化選擇的結果

動物行為學家 Konrad Lorenz 提出了「嬰兒圖式 (baby schema) 」理論 (參考資料 2)，指出人類與動物會本能地對具有嬰兒特徵的外貌產生好感，進而想要靠近與照顧。這些特徵包括：大眼睛、圓圓的臉、小小的鼻子、短短的身體等 (圖二，參考資料 3)。因為在演化過程中，能主動照顧嬰兒的個體更容易讓下一代存活，這種對可愛特徵的反應就被深深寫入我們的基因裡。

吉伊卡哇的角色設計正是這套嬰兒圖式的極致運用 (參考資料 4)。他們的身體小小的，臉部佔據整個頭的大部分比例，眼睛水潤、嘴巴小巧，表情呆萌。這些視覺上的特徵會在我們的大腦中引發「這東西需要被保護」的直覺反應。

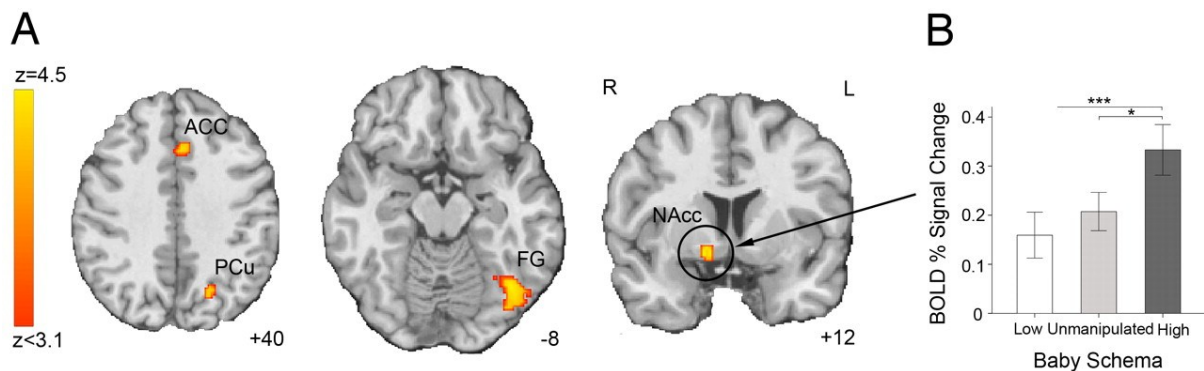


圖二、嬰兒圖式臉的特徵相關圖

二、多巴胺獎賞系統：大腦怎麼看待可愛？

神經科學指出，當我們看到可愛的事物時，會激發大腦中的獎賞系統，特別是與愉悅感、動機、獎賞相關的區域如伏隔核、前額葉皮質與下視丘。這些區域會釋放神經傳導物質「多巴胺」，讓我們感覺愉快，並產生「我還想要更多」的傾向。

近年從功能性磁共振造影（functional Magnetic Resonance Imaging, fMRI）的研究中證實了，當參與者看到具高度嬰兒圖式相關特徵的嬰兒臉孔時，大腦獎賞區域有明顯活化（圖三，參考資料 3），顯示可愛刺激確實能引發生理上的照顧動機。也就是說，可愛不只是一種審美偏好，更是一種神經系統層級的「行動召喚」，促使我們去靠近、撫摸，甚至擁有這個可愛的東西。



圖三、大腦對嬰兒圖式的反應圖

三、吉伊卡哇的心理作用：不只可愛，更讓你想保護他

除了外型上的可愛，吉伊卡哇的故事情節設計也深化了觀眾的情感連結。劇情中的小可愛們會努力成長與改變，像是考取工作的證照，從事除草、討伐奇美拉等工作，展現出積極與獨立的一面。這種「看起來柔弱卻不斷努力」的反差，往往更能打動觀眾，激起我們的同理心與保護慾。

心理學稱這種現象為「投射 (projection)」（參考資料 5），我們將自身內心的脆弱、焦慮，或是對成長的渴望，投射到這些角色身上。當我們看著他們勇敢面對世界，也像是在鼓勵自己。而這正是成功行銷的關鍵，品牌與消費者建立了情感連結，遠遠超出產品本身的功能性，讓可愛角色成為我們內在情感的出口。

四、可愛與購買慾望：從感性到消費行動

在行為經濟學與消費心理學的角度下，「可愛」其實是一種強力的消費誘因。面對可愛商品時，我們的自制力會下降，願意花錢的門檻也會降低，特別是當商品體積小、易於收集時，收了一個，就會想集滿全部。暴露在可愛角色與物品下，會讓人產生正向情緒與愉悅感，也可能引發放縱性消費（參考資料 6）。

吉伊卡哇的小吊飾、造型設計或各種主題活動等（圖四，參考資料 7），正是這種心理機制的運用。每一個小東西無法單獨滿足你，但每一個都太可愛了，讓人一不小心就買了一整套。當大腦看見新一款造型時釋放多巴胺，我們就會主動尋找下一次購買的機會。



圖四、吉伊卡哇 復活節主題吊飾商品圖

五、我們都在可愛裡找到一點安全感

「這又小又可愛的傢伙」為何風靡全台？因為他們不只是角色，更是一種心理慰藉的媒介。從嬰兒圖式到獎賞系統，從設計語言到情感連結，可愛早已不只是風格，更是一套完整的心理運作。當我們被這些小角色感動、逗笑或是擁抱內心的柔軟時，也許大腦早已默默投降。而我們心甘情願地掏錢，也掏出了一份久違的安全感。

參考資料

1. 《吉伊卡哇 這又小又可愛的傢伙》漫畫封面圖
<https://www.kobo.com/tw/zh/ebook/LpfdniQgNzOTzJL1kFc9KA>
2. 可愛是怎樣煉成的 —— 「嬰兒圖式」理論
<https://www.cup.com.hk/2023/07/19/baby-schema/>
3. Baby schema modulates the brain reward system in nulliparous women
<https://www.pnas.org/doi/full/10.1073/pnas.0811620106>
4. 4 個心理學原因解析 CHIIKAWA 的魅力
<https://www.facebook.com/share/p/18TCZkNT4V/>
5. Gerald Corey (2023). 諮商與心理治療：理論與實務 (修慧蘭、余振民、王淳弘、江文賢譯，第五版). 雙葉書廊
6. 可愛魅力無法擋-探討可愛商品對放縱消費與購後判斷之影響
<https://hdl.handle.net/11296/367wd6>
7. 吉伊卡哇 復活節主題吊飾商品圖
<https://chiikawamarket.jp/zh-hant/collections/newitems/products/4571609355885>

註：

1. 未使用本競賽官網提供「科學文章表單」格式投稿，將不予審查。
2. 字數沒按照本競賽官網規定之限 500 字~1,500 字，將不予審查。
PS.摘要、參考資料與圖表說明文字不計入。
3. 建議格式如下：
 - 中文字型：微軟正黑體；英文、阿拉伯數字字型：Times New Roman
 - 字體：12pt 為原則，若有需要，圖、表及附錄內的文字、數字得略小於 12pt，不得低於 10pt
 - 字體行距，以固定行高 20 點為原則
 - 表標題的排列方式為向表上方置中、對齊該表。圖標題的排列方式為向圖下方置中、對齊該圖