

大学生内隐竞争心理的实验研究

岑延远

(肇庆学院 教育学系,肇庆 526061)

摘 要:该研究探讨大学生的内隐竞争倾向,考察内隐竞争与外显测量结果的一致程度并探讨男女学生之间是否存在显著差异。实验 1 考察了被试对竞争图片与非竞争图片的潜在反应倾向。实验 2 考察被试对竞争词与非竞争词的潜在反应倾向。结果发现:外显竞争与内隐竞争的表现具有一致性。竞争测量中高分组大学生的内隐竞争倾向明显地高于中低得分组,中分组大学生的内隐竞争倾向也明显地高于低分组。同时,内隐竞争倾向还存在着显著的性别差异,男大学生的内隐竞争倾向比女大学生的内隐竞争倾向强。

关键词:大学生;内隐竞争;竞争心理

中图分类号: B848

文献标识码: A

文章编号: 1003-5184(2006)03-0065-04

1 引言

Greenwald 等人(1995)根据社会信息加工的意识 and 无意识将社会认知划分为外显的社会认知和内隐的社会认知两个方面,采用认知心理学的一些方法和技术,将意识和无意识过程结合起来,对社会现实生活中的具体问题进行研究^[1]。从目前的研究结果看,心理过程及个性心理的各个方面都存在内隐的成份。在人格和社会心理学领域中关于内隐成份的研究也取得了巨大的进步^[2]。它们的研究范围已经涵盖了社会知觉、社会态度和归因评价的各个方面。目前关于竞争心理的测量主要集中在陈述性量表的编制上。Sampson 认为个体的竞争态度由两种不同的价值取向所影响,即极端的个人主义(extreme-individualism)和整体的个人主义(ensemble-individualism)。极端的个人主义的竞争观就是为了个体目标的实现而不考虑他人的生活,对他人采取的是完全排斥和敌视的态度。整体的个人主义竞争观则是在与他人的共同生活中找到自己的目标,同时参与到一些共同的探索活动中以实现这些目标,并不一定要通过排斥他人才能实现自己的目标。为了验证上述的理论观点,Ryckman 等人编制了“过度竞争性态度量表”和“个人发展竞争(Personal Development Competitive)态度量表”。在对量表进行效度分析之后,他们发现两份量表之间的相关系数很低,说明这两份量表测量的是两种不同的心理特征,也就是说,个体的竞争性存在两个相互独立的维度,即过度性竞争和个人发展性竞争^[3]。为了论证竞争性两维度是否存在跨文化的普遍性,陈国鹏等对以上两量表进行了修订并对中国文化背景下的被试进行了

测量^[4]。结果表明,在中国文化环境中,个体的竞争性同样具有过度竞争性和良性竞争态度这两个独立的维度。同时由于文化环境的差异,原来作为过度竞争性量表的一些条目被划入了良性竞争态度的维度。这说明了文化差异影响人们对竞争的理解。^[5]

虽然目前还没有关于竞争心理方面的内隐研究,作为社会整体认知和态度倾向的一部分,笔者认为内隐的竞争倾向还是存在的。其实,竞争心理就可以看成是个体对竞争现象和竞争行为的一种态度。内隐态度可以分成两类:一类是个体意识不到自己所持态度的内容以及此态度内容的来源。如在“内隐偏见”中,个体并未意识到自己对其它群体的消极评价也不知道这种评价的原因。另外一类是个体意识到自己的态度内容,只是没有意识到此态度的来源及形成途径,或是把原因归到其它无关的方面。如在“屡见效应”中,个体能意识到自己对态度对象的积极评价,只是意识不到这种积极评价是因为多次的、经常的接触而产生的。在此研究中关于内隐竞争的含义属于第一种类型,即个体意识不到自己的竞争倾向,也不知道此倾向的来源。

研究借鉴内隐社会认知间接测量的方法,对内隐的竞争倾向进行探索性的研究。主要是参照偏好判断(Preference Judgment)的方法进行设计,该方法是为被试提供一定的材料,让被试判断对该材料的好恶情况,通过其所反映出的好恶情况来考察被试对特定社会性信息的敏感程度。然后与外显测验所得的结果进行比较,从而揭示内隐社会认知的某种特征。

2 实验一 竞争图片内隐实验

2.1 实验目的

通过实验确定大学生的内隐竞争倾向是否存在,考察其与外显测量结果的一致程度并探讨男女学生之间是否存在显著差异。

2.2 被试

抽取 2003 级五个班级大学生被试 192 名,运用自编的大学生竞争心理量表(重测信度 0.83,α 系数 0.90)测量被试的外显性竞争心理^[6],将得分分为高、中、低三个组别。得分高于平均数一个标准差的作为高分组,得分低于平均数一个标准差的作为低分组,其余的作为中分组。由于高分组的被试只有 36 人,所以全部选作实验被试,为使不同组别的被试人数差别不太大,从中分组中随机抽取 52 人,从低分组中随机抽取 39 人,作为实验的被试。其中男生 51 人,女生 76 人,共 127 人。

2.3 实验材料

实验用图片 20 对,其中 10 对在预备实验和实验练习时使用。正式实验用的 10 对图片中,每一对图片中的一幅是含有明显的竞争信息的图片(作为信号),另一幅是不含竞争信息的图片(作为噪音),作为信号的和作为噪音的图片的事件背景是一

致的,如同是操场或同是教室,每一对图片的背景都不相同。

2.4 实验程序和设计

将每对图片通过多媒体投影仪投射出来,经过预备实验及参照其它实验设计(郑希付,2002)^[7],将呈现速度控制在 80 毫秒。在这个时间段内,被试不会有完全清晰的图片印象,但是又可以大致判断到图片内容,避免了意识判断。同时让被试在 3 秒内做出选择,选择出自己印象最深的一幅图片(左边的是 A,右边的是 B)。为了消除空间误差,信号图片和噪音图片的位置是随机的。整个实验编成固定的程序软件,一次性完成。实验指导语隐去实验的真正目的,说明具体的实验要求,当每一个被试都清楚程序要求后,使用准备好的练习图片进行一次练习,然后开始正式实验。

2.5 实验结果与分析

将选择信号图片的记为“1”分,选择噪音图片的记为“0”分,不同组别不同性别所得的平均数和标准差见表 1。

表 1 不同组别选择信号图片的平均数和标准差

	男		女	
	\bar{x}	s	\bar{x}	s
高分组	7.1364	1.3903	6.7059	1.5718
中分组	6.5714	1.8048	6.0323	1.6224
低分组	6.0000	1.6036	4.8929	1.3149
总 体	6.7255	1.6258	5.7632	1.6482

以组别(高、中、低)、性别(男、女)作为变量源的 3×2 的两因素方差分析结果表明,选择信号图片在不同组别上的主效应极其显著($p < 0.001$),同时在

性别主效应上也显著($p < 0.05$),而组别与性别的交互作用效应并不显著。对组别和性别分别进行单纯主效应的单因素方差分析结果见表 2 和表 3。

表 2 不同组别简单效应分析摘要表

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	事后比较
组 间	62.204	2	31.102	12.772	0.000	1>2;2>3;1>3
组 内	301.953	124	2.435			
总 体	364.157	126				

表 3 男女生内隐竞争性得分的方差分析表

	n	\bar{x}	s	Sum of Squares	df	F	p
男生	51	6.7255	1.6258	28.264	1	10.51	0.002
女生	76	5.7632	1.6482				
总体	127	6.1496	1.7000	364.157	126		

由表 2 和表 3 可知,在大学生竞争心理测量中得高分的被试比中、低得分的被试更倾向于选择具有竞争信息的图片,同样,中等得分的被试也比低得

分者更倾向于选择具有竞争信息的图片。实验数据也表明,在选择竞争图片上存在着性别差异,男生比女生更倾向于选择有竞争信息的图片。

3 实验二 竞争词语内隐实验

3.1 实验目的

通过实验确定大学生的内隐竞争倾向是否存在,考察其与外显测量结果的一致程度并探讨男女学生之间是否存在显著差异。

3.2 被试

抽取 2003 级五个班级大学生被试 192 名,运用自编的大学生竞争心理量表测量被试的外显性竞争心理,将得分分为高、中、低三个组别。得分高于平均数一个标准差的作为高分组,得分低于平均数一个标准差的作为低分组,其余的作为中分组。得到高分组被试 36 人,从中分组中随机抽取 52 人,从低分组中随机抽取 39 人,作为实验的被试。其中男生 51 人,女生 76 人,共 127 人。

3.3 实验材料

挑选 40 个汉语单词,其中 20 个词是有明显的竞争信息的单词(信号),如输赢、竞赛、斗争等,另外 20 个是与竞争无关的中性词语,如大地、身体、位置等。再选择其它与竞争无关的中性词语 80 个作为干扰词语。

选择预备实验和实验练习用的词语 30 个。

3.4 实验程序和设计

将 40 个单词随机排列,然后分成 8 个部分,每个部分 5 个词语,其中含有竞争信息的,也有不含竞争信息词语的。为了消除空间误差,5 个词语随机地呈现在屏幕的不同位置。首先向被试呈现一组词语,呈现的速度是 80 毫秒,呈现完毕后马上呈现一个由 15 个词语组成的词单,其中 5 个是前面刚刚呈现过的,10 个作为干扰词出现。让被试在 20 秒之内挑选出前面看到的词语,然后进行下一部分实验,共有 8 个部分。整个实验编成固定的程序软件,一次性完成。实验指导语隐去实验的真正目的,说明具体的实验要求,当每一个被试都清楚程序要求后,使用准备好的 30 个词语进行两次练习,然后开始正式实验。

3.5 实验结果与分析

在 15 个词语组成的词单中,选择含有竞争信息词语一个记为“1”分,不同组别、不同性别所得的平均数和标准差见表 4。

表 4 不同组别选择竞争词的平均数和标准差

	男		女	
	\bar{x}	s	\bar{x}	s
高分组	10.7727	1.9501	10.5882	2.5510
中分组	10.0476	2.2467	8.6774	2.2418
低分组	8.2500	1.5811	8.2500	2.3668
总 体	10.0784	2.1711	8.9474	2.4974

表 5 不同组别简单效应分析摘要表

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	事后比较
组 间	114.231	2	57.116	11.272	0.000	$1 > 2; 1 > 3; 2 > 3$
组 内	628.288	124	5.067			
总 体	742.520	126				

以组别(高、中、低)、性别(男、女)作为变量源的 3×2 的二因素方差分析结果表明,选择竞争词在不同组别上的主效应极其显著($p < 0.001$),在性别主

效应上不显著,组别与性别的交互作用效应也不显著。对组别和性别分别进行单纯主效应的单因素方差分析结果见表 5 和表 6。

表 6 男女生选择竞争词得分的方差分析表

	n	\bar{x}	s	Sum of Squares	df	F	p
男生	51	10.0784	2.1711	39.044	1	6.938	0.010
女生	76	8.9474	2.4974				
总体	127	9.4016	2.4276	742.520	126		

由表 5 和表 6 可知,在大学生竞争心理测量中,得分高的被试比中、低得分的被试更倾向于选择具有竞争信息的词语,同样,中等得分的被试也比低得分者更倾向于选择具有竞争信息的词语。同时在选择竞争词上还存在着性别差异,男生比女生更倾向

于选择有竞争信息的词语。

4 讨论

从两个实验的结果看,内隐的竞争心理是存在的。无论是形象的材料还是抽象的材料,外显竞争测量的组别不同,他们内隐竞争倾向的强度是不同

的。外显竞争测量得分越高,内隐竞争倾向越强,说明实验中个体的外显竞争与内隐竞争的表现一致。目前还没有相关的实验结果进行比较,在以后的研究中需要进一步探讨它们之间的分离情况,以便得出它们之间更明确的关系。就像外显态度与内隐态度一样,它们之间的关系目前还存在着不同的看法(张利燕 2004)。一种意见认为这两种态度是有联系的,因为都是基于对同一对象的态度,外显态度就象态度中露出水面的“冰出”,内隐态度则是冰出的水下部分。另一种观点则认为这两种态度是独立的,互不联系的。前面已经提到,竞争心理也可以看成是个体对竞争现象和竞争行为的一种态度,外显竞争心理和内隐竞争心理同样以不同的方式影响个体的具体行为。Fazio(1990)认为态度影响到个体的具体决策再转化为行动,其中行为决策包括个体意识到的精细加工和个体的自动化反应两部分^[8]。如果信息资源和动机充足,经过个体精心比较、周密思考过的外显态度就会影响他的行为反应,如果得到的信息不充分、时间仓促、动机不足或是目标没有吸引力,内隐态度就会起着更大的影响作用。同样地,在条件不充分的情况下,内隐的竞争倾向对个体的影响力更大。在现实生活中,有的人在某些场合会不知不觉地非要与他人争高下论输赢,其实他自己并没有意识到要与别人竞争。内隐竞争是潜在的、意识不到的,而且可以被自动激活。如果外显竞争与内隐竞争的一致性得到进一步的研究证实,内隐竞争的测量结果可以成为外显测量的一个很好的效标效度。研究还发现了内隐竞争在性别上的差异,男生的内隐竞争倾向比女生更强。个体竞争性作为较稳定的人格特征,其形成过程是非常复杂的。具

体是哪些因素影响男女生的内隐竞争倾向,这些影响因素是否与影响外显竞争的因素相同,这是一个需要更深一步探讨的复杂问题。

5 小结

外显竞争心理测量得分不同的大学生在内隐竞争倾向上存在着显著差异。高分组大学生的内隐竞争倾向明显地高于中低得分组,中分组大学生的内隐竞争倾向也明显地高于低分组。同时,内隐竞争倾向还存在着显著的性别差异,男大学生的内隐竞争倾向比女大学生的内隐竞争倾向强。

参考文献

- 1 Greenwald A G, Banaji M R. Implicit Social Cognition: Attitude, Self - Esteem, and Stereotype. *Psychological Review*, 1995, 102 (4) : 27.
- 2 Greenwald A G, Banaji M R, et al. A Unified Theory of Implicit Attitudes, Stereotypes, Self - Esteem, and Concept. *Psychological Review* 2002, 109 (1) : 3 - 25.
- 3 Ryckman M, Libby R, Born D A. Lindner. Values of Hyper - competitive and Personal Development Competitive Individuals. *Journal of personality assessment*, 1997, 69 (2) : 271 - 283.
- 4 陈国鹏,等.《竞争态度量表》中国版的修订. *心理科学*, 2003, 26 (2) : 332 - 333.
- 5 李林,陈国鹏,王卫. 中国文化背景下的个体竞争性. *心理科学* 2001, 24 (2) : 221 - 222.
- 6 岑延远. 当代大学生竞争心理特点与人格特征的关系研究. 华南师范大学博士研究生学位论文, 2005.
- 7 郑希付. 大学生内隐性倾向的实验研究. *心理科学*, 2002, 25 (3) : 290 - 292.
- 8 Fazio R H. Multiple process by which attitudes guide behavior: the Model of an integrative framework. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1990, 23 : 75 - 109.

An Experimental Research on the Implicit Competitive Inclination of College Students

Cen Yanyuan

(Department of Education, Zhaoqing University, Zhaoqing 526061)

Abstract In order to probe into the existence of implicit competitive inclination and investigate the accordance degrees of the testing results and the existence of difference between male and female students, two experiments was conducted, the first of which tries to test the subjective 'reacting to competition - pictures and non - competition pictures; and the second of which tries to test the subjective 'reacting inclination to competition words and non - competition words. Our results show that there exist the accordance in the presentations of both explicit and implicit competitions. In the competition scale, the high - score - group students' implicit competitive inclination is clearly higher than the low - score group, while middle - score group is obviously higher than that of the low - score group. And there are some gender differences in implicit competitive inclination, i.e. the implicit competitive inclination of male students is higher than their female counterparts.

Key Words undergraduates; implicit competitive inclination; competitiveness