

内部竞争环境下内群体偏好的维持： 群体认同和心理距离的影响^{*}

左有霞¹, 赵玉芳², 陈冰²

(1. 西南大学生命科学学院, 重庆 400715; 2. 西南大学心理学部, 重庆 400715)

摘 要: 内群体偏好对群体及个人的生存发展都有重要价值。研究通过三个实验揭示了个体在内部竞争下维持内群体偏好的机制。实验一操纵内部竞争(有, 无)和群体认同(高, 低), 发现内部竞争破坏了内群体偏好, 而群体认同无法改变此破坏作用。实验二操纵内部竞争(有, 无)和群体心理距离(远, 近), 发现内部竞争破坏内群体偏好时, 心理距离能够调节二者的关系, 近心理距离有益于个体在内部竞争下维持内群体偏好。实验三进一步分析了心理距离维持内群体偏好的作用机制, 发现心理距离通过个体知觉到的内部竞争感而影响内群体偏好。据此可认为, 在内部竞争中维持内群体偏好需更多地关注成员间的关系(缩短心理距离), 而非单纯地强调个体和群体间的联结(群体认同)。

关键词: 内群体偏好; 内部竞争; 群体认同; 心理距离

中图分类号: B848

文献标识码: A

文章编号: 1003-5184(2019)03-0264-08

1 前言

在团体中, 除了合作, 大多数策略性事务常用的另一重要手段就是竞争, 尤其在任务型团队中, 竞争性策略被大量使用以刺激员工努力工作, 促进团体成就, 保持组织竞争力和市场份额(Tjosvold, 1998)。但内部竞争在提高组织效率的同时也干扰了群体凝聚力和积极互动性, 负向影响了个体内群体偏好(Leventhal, 1976)。由于内群体偏好对群体和个体的生存发展都具有强烈的适应价值, 探究内部竞争下维持内群体偏好既有利于个体与组织的联结, 也有利于拓展群体和组织管理领域的研究与实践。

1.1 内群体偏好和内部竞争

内群体偏好是一种系统性地偏好自己所在的群体和群体成员超过外群体的现象(Masuda & Fu, 2014)。不同年龄、性别、文化和种族的实证研究都证实了内群体偏好的存在(Everett, Faber, & Crockett, 2015)。内群体偏好能促进群体内的合作, 使内群体功能更优, 帮助群体在面临困难时有效克服(Bernhard, Fehr, & Fischbacher, 2006)。因而, 内群体偏好增加了群体生存和发展的可能。Allport (1954)曾推测, 由于群体身份对个体的重要性, 内群体偏爱对个体来说具有强烈的适应价值。因为个体从群体中获得了归属感和支持感, 并从群体的发展中长期获益, 增加了个人生存可能性。

然而, 内群体偏好会受到内部竞争的消极影响。在内部竞争中, 个体倾向于将自己的目标凌驾于群体之上, 且将个人的收益建立在别人的代价上(Beersma et al., 2003)。内部竞争关系会促使个体以自我利益为中心, 增加不利于同伴的行为, 进而最大化自己的奖赏, 最小化他人的奖赏(Belz, 2012)。此外, 内部竞争氛围会干扰组织凝聚力和团结性, 进而可能损害个体的内群体偏好(Leventhal, 1976)。因而在内部竞争中, 团体内的合作呈下降趋势, 成员间吸引力和信任感降低, 甚至会出现内斗(Birkinshaw, 2002)。相关研究也曾证实内部竞争会破坏内群体偏好, 个体在内部竞争条件下不会偏好内群体(Zuo et al., 2017)。

1.2 内群体偏好的维持

群体内资源有限时, 竞争在所难免, 此时如何维持内群体偏好以促进组织和个人发展值得探究。自我类化理论(SCT)为此提供了一些启示, 其将自我进行了三水平的分类: 自我作为人类(人的身份), 自我作为一个群体的成员(社会身份), 和以人际比较为基础的个人自我(个人身份)(Hornsey, 2008)。其中, 社会身份强调了个体与群体间的关系联结, 而个人身份强调了人际水平的关系联结。根据自我类化理论, 个体不同身份的意识会导致其看待自己与他人的变化, 影响着个人知觉和群际行为(Hornsey,

^{*} 基金项目: 国家自然科学基金面上项目(31371055), 教育部人文社科基金重点项目, (16JJD190007), 重庆市研究生科研创新项目(CYS17053)。

2008)。因此,从社会身份(个体与群体的联结)和个人身份(人际间的联结)两者出发可以尝试寻求方法以缓解内部竞争对内群体偏好的破坏。

1.2.1 个体和群体的关系联结

社会身份是个体自我概念的一部分,源于其对于自己作为社会群体成员身份的了解及与此群体身份相联系的价值和情感意义(Tajfel, 1974)。这种个体与群体间的联结程度可以体现在个体对所属群体的认同上。因此,研究将群体认同作为个人与群体关系联结的指标,探究群体认同在缓解内部竞争对内群体偏好破坏上的作用。

根据社会认同理论,一旦认同一个群体,个体就会寻求最大化内外群体间差异,并使之有益于内群体发展和积极自我概念的维持(Tajfel & Turner, 1979)。群体认同程度似乎引导了个体的群际知觉和行为。相较于低认同者,高认同者更可能将自己视为典型的内群体成员,感受到与其他内群体成员的联系(Spears, Doosje, & Ellemers, 1997)。同时,高认同者在群体面临威胁时更可能保持对内群体的忠诚,关注内群体是如何被对待的(Ellemers, Spears, & Doosje, 1997)。此外,对群体的认同会增加个体遵循群体规范的可能性,使其更愿意向内群体成员展现亲社会行为。群体认同感越强,个体的内群体偏好程度越高(Leonardelli & Brewer, 2001)。因而,研究认为群体认同可能在内部竞争破坏内群体偏好时发挥调节作用,帮助个体在内部竞争中维持内群体偏好。

1.2.2 人际间的关系联结

个人身份强调人际水平的关系联结,而这种联结在心理距离上可得到集中反应。心理距离强调了人际间的亲密感,是目标对象(人或物)离自己远近的主观体验(Trope & Liberman, 2010)。研究将心理距离作为人际间关系联结的指标,探究其是否可以调节内部竞争对内群体偏好的影响。

心理距离可自动激活,影响人们如何创建和调节行为来维持和他人的关系(Edwards, Jin, & Ferle, 2009)。对目标对象感知到的心理距离越近,越容易在空间上相互聚集(Burgess, 1983)。和一个人处于近心理距离时,人们会轻易地产生同情心和高信任感(Muto, Kugihara, & Kohara, 2015);相反,较远的心理距离会阻碍人们实现或者靠近他们在乎的东西(Kreilkamp, 1984)。即使在群体内部,个体如果保持着和他人间的心理距离,也会不喜欢其他成员。当心理距离增加时,个体还会疏远甚至将其他成员挤出群体(Muto et al., 2015)。由此,心理距离可能调节内部竞争与内群体偏好间的关系,近心理距

离可能有益于维持内部竞争中的内群体偏好。

综上所述,研究计划以三个实验探索内部竞争下内群体偏好的维持,关注当个体处于内部竞争时,究竟是群体认同还是心理距离,或是二者都有利于内群体偏好的维持;关注心理距离或群体认同如何影响个体内群体偏好,影响的方向和机制特征。研究结果有利于管理者采取相关措施克服内部竞争的消极影响,维护群体内部和谐;帮助群体成员从竞争中获得动力的同时维持与其他内群体成员的关系和对群体的归属感。

2 预实验

2.1 实验目的

寻求一个可对内部竞争中个体的心理和行为产生显著影响的奖赏金额。

2.2 方法

2.2.1 被试

37个(25女,12男)被试参与研究,年龄为18至23岁($M = 19.92, SD = 1.66$)。

2.2.2 程序

要求被试想象自己以群体成员的身份参加一个团体性的实验。该实验约40分钟,10元的基本报酬,并有额外奖赏提供。而他们能否得到奖赏取决于与群体内其他成员竞争的结果。接着,要求他们通过7点评分量表评估不同奖赏金额(1,5,10元)对自己心理的激励和行为的影响。三种奖赏数额的评估顺序采用拉丁方设计进行平衡。

2.3 结果

皮尔逊相关分析结果表明产生的心理激励感和行为影响力积极相关($r = 0.42, p < 0.05$)。通过3(奖赏:1,5,10)×2(影响:心理激励,行为)的方差分析,发现奖赏的主效应显著, $F(2,72) = 144.95, p < 0.001, \eta^2 = 0.801$,奖赏和影响的交互作用显著, $F(2,72) = 4.51, p < 0.05, \eta^2 = 0.111$ 。简单效应分析的结果显示10元($M_{\text{心理激励}} = 6.19, SD = 0.97; M_{\text{行为}} = 6.00, SD = 1.41$)比1元($M_{\text{心理激励}} = 2.57, SD = 1.39; M_{\text{行为}} = 2.78, SD = 1.38$)和5元($M_{\text{心理激励}} = 4.54, SD = 1.15; M_{\text{行为}} = 4.57, SD = 1.32$)在心理激励和行为影响上有更显著的效果。

2.4 讨论

预实验情景(包括时间和报酬设置)与正式实验情景一致。该情景下10元的额外奖励可以对被试的心理和行为产生显著影响。因此,研究以10元作为奖励来验证内部竞争情景下个体的行为偏好。

3 实验一

3.1 实验目的

验证内部竞争是否会破坏内群体偏好,同时探

究群体认同是否可以调节内部竞争和内群体偏好的关系。

3.2 方法

3.2.1 被试和设计

采用 2(内部竞争:有,无)×2(群体认同:高,低)的被试间设计,因变量为群体偏好(内群体偏好,外群体偏好或公平)。118 名被试参加了实验(87 女,31 男; $M=21.07$, $SD=1.66$),他们被随机分到两种内部竞争条件下(有: $N=62$;无: $N=56$)。同时,通过操纵被试的认同,将每种内部竞争条件下的被试平均随机分到高或低认同组。

3.2.2 程序

(1)分组。根据最简群体范式,6 个被试同时参加实验。告知被试实验与知觉类型和日常习惯相关。他们需要估计每张图片上的点数,并记录在纸质的表格中,图片共 10 张,每张呈现时间为 6 秒。然后,实验者假装依据被试的估计将其分到高估计型组和低估计型组。实际上,他们是被随机平均分配到两组的。

(2)群体认同操纵。分组后,对被试的群体认同进行操纵(Leonardelli & Brewer, 2001)。首先让被试完成一个生活方式问卷,评估问卷中列出的内群体成员特征是否也符合对自己的描述。该问卷包括 10 个句子,每个句子都看似符合对被试所在类别成员的特征描述,且都被一个温和的频率词(例如:“有时候,我发现自己……”)或极端的频率词(例如:“我总是……”)修饰。根据 Leonardelli 和 Brewer(2001)的研究,一个被温和(极端)词语修饰的陈述会使个体认可(否认)这是对他们的描述。在高认同操纵版本中,有八个句子被“有时候”修饰,二个句子以“总是”修饰;而低认同操纵版本刚好相反。被试对 10 个句子是否符合自己进行正误判断。如果他们认可了六个及以上,接着阅读“你在高(低)估计型典型特征中得分高,是典型的高(低)估计者”,以此诱导出对所在群体的高认同。反之,如果认可的陈述在五个及以下,则使其相信他们在类别成员的特征典型性上得分低,诱导较低的群体认同。

(3)内部竞争操纵。每一批被试(6 个)被随机分配到一种内部竞争条件下(有,无),并被告知需完成任务来获得点数,而最终得到的点数决定了自己的奖赏。在内部竞争条件下,被试会和群体内其他成员竞争奖赏,最终点数最高者可得到额外的 10 元奖励,而群体内其他人则只能得到基本的报酬;在无内部竞争条件下,群体内所有点数超过 106(中点)的人都可得到额外的 10 元奖励,彼此之间不必

竞争。

(4)因变量的测量和无关变量的控制。所有被试均需完成两个任务(任务 1,2),但仅可从其中一个获得点数,由抽签决定可获得点数的任务。同时,告诉被试,每组 3 人中有一人会抽到“从任务 1 拿点”,两人抽到“从任务 2 拿点”,实际所有人都将抽到“从任务 2 拿点”。任务 1 为点数分配矩阵,旨在测量被试的群体偏好。所有被试通过矩阵给两组中抽到“从任务 1 拿点”的匿名成员(内群体,外群体成员各一名)分配点数,实验者告知被试两位匿名成员给自己分配的点数不纳入计算。任务二为随机抽点,被试从 46 张写上点数的纸条中抽取一张,纸条上的点数在 60~152(50% > 106),抽到的点数即为可得的点数。通过任务 2,被试能意识到他们的点数仅依赖于自己的运气,消除被试间的互惠可能,控制了无关变量,同时可作为最后奖励发放的依据。

(5)操作检查。两个任务之后测量被试感知到的互惠可能。

3.2.3 实验材料

采用 Leonardelli 和 Brewer(2001)的社会认同量表测量被试的群体认同。该量表包含了 10 个项目,采用 6 点评分(1 为强烈不同意,6 为强烈赞同)。得分越高则群体认同越强。本次测量的内部一致性系数 $\alpha=0.82$ 。

参考 Stroebe 等(2005)评估知觉到与内外群体成员结果依赖的题项来评估被试知觉到与他人的互惠依赖:“在完成两个任务过程中,我意识到自己强烈地依赖于其他人以获得点数和奖励”,该题项采用七点评分,1 为强烈不同意,7 为强烈赞同。

使用 Tajfel 等(1971)分配矩阵来考察被试在内外群体成员间的偏好性分配。差异性分数(Difference Scores:DS)是群体偏好的指标,通过计算每个矩阵中分配给内群体成员的点减去给外群体成员的点数,再将八个矩阵的差值相加而得到。一个积极的 DS 代表内群体偏好,消极的 DS 代表外群体偏好,而趋近于 0 的 DS 代表追求公平的倾向。当积极的 DS 与 0 差异显著则代表内群体偏好显著,消极的 DS 与 0 值差异显著则代表外群体偏好显著。

3.3 结果

3.3.1 操作检查

根据实验设计,被试应意识到能否得到奖赏仅依靠自己,与他人不存在互惠可能。为检验不同内部竞争组的被试的确是未感知到互惠,而非与另一组相比感知到较少的互惠,故采用单样本 t 检验将个体知觉到与他人互惠可能的数据与中值 4(不确定)进行比较。若数值显著小于 4,则表明被试未感

知到自己与他人存在互惠可能;若数值显著大于 4, 则表明被试感知到了与他人的互惠可能。分析结果符合预期,没有被试报告与他人存在互惠可能($M_{有}=3.10, SD=1.771, t(61)=-4.015, p<0.001, d=0.46; M_{无}=2.45, SD=1.159, t(55)=-10.034, p<0.001, d=0.80$)。

采用独立样本 t 检验分析,结果发现认同操作有效,在内部竞争条件下,高认同被试($M=5.07, SD=0.07$)的认同水平显著高于低认同被试($M=3.69, SD=0.06$), $t(60)=11.198, p<0.001, d=0.82$;无内部竞争条件下群体认同水平差异也显著, $t(54)=10.922, p<0.001, d=0.83$ 。

3.3.2 内群体偏好

以 DS 为因变量,采用 2(内部竞争) \times 2(群体认同)的方差分析,结果发现内部竞争主效应显著 $F(1,114)=22.254, p<0.001, \eta^2=0.163$,群体认同主效应、群体认同与内部竞争的交互作用均不显著。被试在没有内部竞争条件下展现了内群体偏好($DS>0$),而在有内部竞争条件下则不再偏好内群体成员($DS<0$),即内部竞争破坏了内群体偏好。

为检验群体认同是否有助于内部竞争条件下内群体偏好的维持,使用单样本 t 检验将内部竞争下高低认同组被试的 DS 值分别与 0 进行比较。结果发现,高、低认同组被试的 DS 都未显著高于 0,未显现出内群体偏好。即在内部竞争下,群体认同不能缓解内部竞争对内群体偏好的破坏。

表 1 不同内部竞争和群体认同水平下的差异分数

	内部竞争	
	有	无
高认同	-20.48(49.16)	18.57(30.97)
低认同	-23.87(51.67)	19.53(53.66)

3.4 讨论

以往研究强调了群体认同在群体偏好中的重要作用,而研究结果显示,一旦知觉到内部竞争,无论认同水平如何,个体不再持有内群体偏好。这表明群体认同(个体和群体之间的关系)不能维持内部竞争下个体的内群体偏好。那么此时人际间的关系联结能否发挥调节作用值得考察。研究二将关注人际间的关系联结(心理距离)能否帮助个体在内部竞争下维持内群体偏好。

4 实验二

4.1 实验目的

探索心理距离能否调节内部竞争和内群体偏好的关系。

4.2 方法

4.2.1 被试和设计

采用 2(内部竞争:有,无) \times 2(心理距离:远,近)的被试间设计,因变量为群体偏好(内群体偏好,外群体偏好或公平)。心理距离的核心特质是人际亲密度,不同亲密度的人可以诱发不同的心理距离。而熟悉性可以增加亲密感,是区分心理距离的重要指标(Edwards et al.,2009)。研究也采用熟悉性进行心理距离区分。招募 123 名被试(男 27 人,女 96 人),被试年龄在 17 至 28 岁($M=19.79, SD=1.69$)。近心理距离组被试以小团体形式招募,要求小团体由三人组成,且彼此相识超过一年($N=61$);远心理距离组则以独立个人报名的形式招募($N=62$)。

4.2.2 程序

(1)心理距离的操作。①远心理距离组:参照实验一的分组操纵,将他们随机分配到高估组或低估组。②近心理距离组:随机选择两个小团体同时参加实验,正式实验的分组保持不变,不区分高低估计组。

(2)被试完成自我包含他人(IOS)量表来测量其对群体内其他成员的心理距离。

(3)内部竞争的操作,同实验一。

(4)因变量的测量和无关变量的控制:完成任务 1 和任务 2(同实验一)。

(5)操作检查:同实验一。

4.2.3 实验材料

除互惠可能测量外,应用 Aron, Aron 和 Smollan (1992)的 IOS 量表评估自我与群体内他人之间的亲密性(即心理距离)。该量表包含了两个圆圈 7 种程度的重叠图,被试从中选择一个最能反应他们之间关系的图。依据重叠程度将图转化为李克特 7 点计分(1=分离未重叠,7=完全重叠),分值越高,心理距离越近。

4.3 结果

4.3.1 操作检查

单样本 t 检验结果发现,和 7 点量表的中值 4(代表不确定)比较,内部竞争条件下的被试未感知到与他人之间的互惠可能, $M_{近距离}=2.47, t(31)=-6.23, p<0.001, d=0.75; M_{远距离}=3.12, t(32)=-2.92, p<0.01, d=0.46$;无内部竞争条件下的被试也未感知到与他人之间的互惠可能, $M_{近距离}=3.28, t(28)=-2.71, p<0.05, d=0.46; M_{远距离}=3.31, t(28)=-2.09, p<0.05, d=0.37$,即成功控制了被试间互惠的可能。

为验证熟悉性区分心理距离的有效性,以 IOS 量表分数为因变量,做 2(内部竞争:有,无) \times 2(心理距离:远,近)的方差分析。结果显示,内部竞争主效应显著 $F(1,119)=14.66, p<0.001, \eta^2=$

0.11, 心理距离主效应显著 $F(1, 119) = 47.89, p < 0.001, \eta^2 = 0.29$, 二者的交互作用显著 $F(1, 119) = 4.94, p < 0.05, \eta^2 = 0.04$ 。简单效应分析结果表明, 在内部竞争条件下, 近心理距离组被试间的心理距离 ($M = 4.09, SD = 0.24$) 显著小于远心理距离组被试间的 ($M = 1.88, SD = 0.23$), $F(1, 119) = 44.32, p < 0.001, \eta^2 = 0.27$; 在无内部竞争条件下, 近心理距离组被试间的心理距离 ($M = 4.48, SD = 0.25$) 也显著小于远心理距离组被试间的 ($M = 3.35, SD = 0.25$), $F(1, 119) = 10.44, p < 0.01, \eta^2 = 0.08$ 。心理距离操纵成功。

4.3.2 内群体偏好

以 DS 为因变量, 采用 $2(\text{内部竞争: 有, 无}) \times 2(\text{心理距离: 近, 远})$ 的方差分析, 结果发现内部竞争主效应显著, $F(1, 119) = 20.07, p < 0.001, \eta^2 = 0.14$, 心理距离主效应显著, $F(1, 119) = 47.53, p < 0.001, \eta^2 = 0.29$, 二者的交互作用显著, $F(1, 119) = 8.21, p < 0.01, \eta^2 = 0.07$ 。简单效应分析结果表明, 无论有无内部竞争, 近心理距离组的被试都比远心理距离组的被试更偏好内群体, $F(1, 119) = 50.50, p < 0.001, \eta^2 = 0.30, F(1, 119) = 7.68, p < 0.01, \eta^2 = 0.06$; 同时, 对于近心理距离组, 被试在有、无内部竞争条件下 DS 差异不显著, 而对于远心理距离组, 被试在无内部竞争条件下比在有内部竞争条件下更显著地偏好内群体, $F(1, 119) = 27.18, p < 0.001, \eta^2 = 0.19$ 。

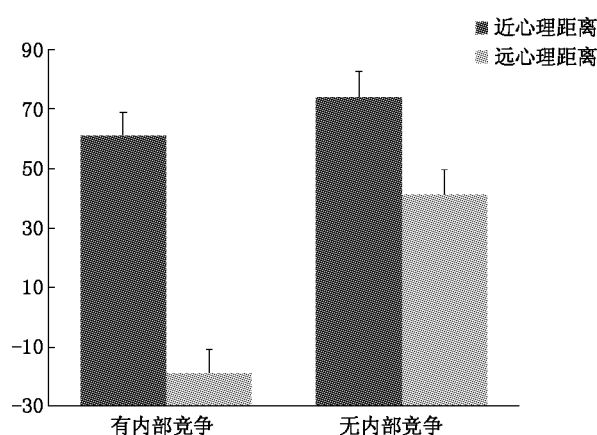


图1 不同内部竞争和心理距离水平下的差异分数

为检验近心理距离是否真正有助于被试在内部竞争下维持内群体偏好, 使用单样本 t 检验将内部竞争条件下不同心理距离组被试的 DS 分别与 0 进行比较。结果发现, 近心理距离组被试的 DS 显著大于 0, $t(31) = 8.12, p < 0.001, d = 0.82$, 代表了显著的内群体偏好; 而远心理距离组被试的 DS 则未显著大于 0, $t(32) = -2.00, p > 0.05$, 即无内群体

偏好。

4.4 讨论

实验二的结果表明心理距离可以调节内部竞争和内群体偏好间的关系, 在内部竞争条件下, 近心理距离组的被试维持了内群体偏好。即在内部竞争环境下应更多地考虑人际间的关系, 缩短心理距离, 才能有效地维持内群体偏好。

然而在实验二中近心理距离维持内群体偏好的机制还需探究。根据解释水平理论, 心理距离会影响到个人的心理建构(关于什么将发生的知觉), 进而影响知觉、偏好和行为 (Baranan et al., 2006; Trope, 2010)。因此, 心理距离影响个体内群体偏好的方式可能不是直接的, 一些在个体知觉层面的东西可能扮演了中介者的角色。在内部竞争环境下, 心理建构可以参考个体知觉到的内部竞争感。不同的心理距离使个体知觉到不同的内部竞争感, 或许正是这种竞争知觉中介了心理距离对行为偏好的影响。实验三将关注心理距离对内群体偏好的影响机制。

5 实验三

5.1 实验目的

检验知觉到的内部竞争感在心理距离和内群体偏好关系中的作用。

5.2 方法

5.2.1 被试和设计

单因素设计, 自变量为心理距离(远 vs. 近)。共 94 名被试(77 女, 17 男)参加实验: 近心理距离组 $N = 54$; 远心理距离组 $N = 49$ 。被试年龄在 17 到 24 岁 ($M = 19.72, SD = 1.58$), 实验结束后获得相应报酬。

5.2.2 程序和实验材料

实验三的程序和实验二相似, 但使用的心理距离测量工具不同。实验三用一条 9.5cm 的心理距离线 (Muto, et al, 2015) 来代替 IOS 测量。实验者告知被试线最左端的点代表他们自己, 而他们需要右边的线上标志另一点, 以这段距离来代表自己与群体成员的距离感。相比于 IOS 量表, 以这种真实的测量 (mm) 表示个体的心理距离更准确, 也给回答者提供了更高的自由度。此外, 以不同方式测量心理距离也可再次验证实验二的结果。

鉴于两种心理距离条件下被试的群体认同可能存在差异, 实验三加入群体认同测量并将其作为协变量。被试在分组后完成社会认同量表, 并在结束时回答感知到的内部竞争感。该题项改编自 Stroebe 等 (2005), 采用 7 点评分 (1 = 强烈不同意, 7 = 强烈赞同), 直接评估内部竞争条件下被试知觉到的内部竞争感: “在实验中, 为获得奖赏, 我觉得我

和群体内其他成员是相互竞争的。”

5.3 结果

5.3.1 操作检查

使用独立样本 t 检验分析测量的心理距离 (mm) 以检验熟悉性区分心理距离的有效性。结果发现近心理距离组被试 ($M = 18.47, SD = 13.26$) 相对于远心理距离组被试 ($M = 35.65, SD = 17.83$) 报告了更近的心理距离, $t(92) = -2.78, p < 0.001, d = 0.28$, 心理距离操纵有效。对群体认同进行独立样本 t 检验, 结果显示, 近心理距离组的群体认同 ($M = 5.51, SD = 0.54$) 显著高于远心理距离组 ($M = 4.61, SD = 1.01$), $t(92) = 10.90, p < 0.001, d = 0.75$ 。因此, 在分析知觉到的内部竞争感在心理距离和内群体偏好关系中的中介作用时, 将群体认同作为协变量。

5.3.2 内群体偏好

由于实验二的结果发现近心理距离能够维持内群体偏好, 实验三的目的之一即用不同测量工具再次验证心理距离对内群体偏好的作用。

单样本 t 检验结果发现, 在内部竞争下, 近心理距离组被试的 DS 显著大于 0, $M = 53.14, SD = 45.67, t(50) = 8.319, p < 0.001, d = 0.76$, 存在内群体偏好; 而远心理距离组被试的 DS 显著小于 0, 不存在内群体偏好, $M = -26.72, SD = 54.71, t(42) = -3.203, p < 0.01, d = 0.44$ 。这也再次验证近心理距离有利于内部竞争中个体内群体偏好的维持。

5.3.3 中介分析

采用中介分析验证内部竞争条件下, 心理距离对内群体偏好的影响机制。使用 Baron and Kenny (1987) 的逐步回归法评估知觉到的内部竞争感是否可以作为中介变量, 再结合 Bootstrapping 法评估间接效应的显著性 (Preacher & Hayes, 2008)。在研究中的间接效应为心理距离通过影响知觉到的内部竞争感而影响内群体偏好。

初步的逐步回归分析支持了控制认同后知觉到的内部竞争感作为中介变量的模型 (如图 2): (1) 心理距离对内群体偏好的影响显著 (即总效应显著); (2) 心理距离对知觉到的内部竞争感影响显著; (3) 在控制心理距离时, 知觉到的内部竞争感对内群体偏好影响显著; (4) 在控制知觉到的内部竞争感后, 心理距离对内群体偏好的影响降低。即中介模型为部分中介模型。

Bootstrapping 计算了间接效应的点估计和置信区间, 如果 bootstrap 95% CI 不包括 0, 则间接效应与 0 差异显著 (Preacher & Hayes, 2008)。研究将重复抽样设定为 5000 次。在控制认同的条件下, 评估间接效应的大小发现, bootstrap 95% CI 不包括 0

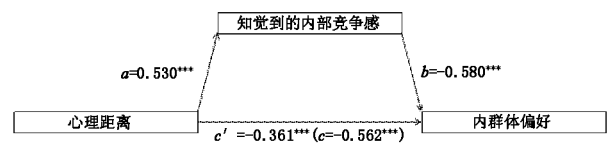


图2 心理距离 - 内部竞争感 - 偏好行为的中介模型 (bootstrap 95% CI = -45.479 to -11.247), 间接效应显著。Bootstrapping 法确认了知觉到的内部竞争感在心理距离影响内群体偏好中的显著中介作用。

6 总讨论

大量研究证实了内群体偏好的存在及意义。然而群体内不可避免地存在着内部竞争, 并因此破坏内群体偏好。找到缓解内部竞争对内群体偏好破坏的方法具有重要实践和理论价值。研究应用 Tajfel 分配矩阵和最简群体范式来探究内部竞争中内群体偏好的维持, 结果证实人际关系的联结 (心理距离) 有助于维持内部竞争环境中的内群体偏好, 这种作用部分是通过降低内部竞争感实现的。内群体成员间的远心理距离使个体更清楚地知觉到内部竞争感, 进而放弃内群体偏爱以追求奖赏; 近心理距离则使个体降低甚至忽视内群体竞争, 继续偏好内群体。

群际关系领域的研究强调了群体认同的地位和功能, 但当前研究发现存在内部竞争时, 群体认同对维持内群体偏好的作用并不显著。自我类化理论认为个人身份的突出使个体更关注人际水平的联结而非个人与群体间的关系联结。自我概念三个水平的自我分类之间存在功能性的拮抗, 当一个身份突出时另外的两个身份就会相对受抑制 (Oakes, Turner, & Haslam, 1991)。拮抗机制中的规范拟合度强调某一社会类别中人们的行为与个体对该类别成员行为的刻板化预期之间的符合程度。如果人们的行为和个体对该群体成员的刻板化预期不一致, 就可能降低其群体身份的突显 (Beauchamp & Dunlop, 2014)。当前研究中, 个体可能会猜测其他成员在内部竞争的环境中将不会展现预期的内群体偏好规范, 这就会抑制他们群体身份的突显, 进而影响到认同在维持内群体偏好上的作用。可达性 (也称感知的准备) 强调了个体的当前目标和环境对身份类别凸显的重要性。如果类别瞬间可得或受情景启动时, 则更可能获得 (Beauchamp & Dunlop, 2014; Hornsey, 2008)。在内部竞争中, 竞争的知觉比较容易获得, 个体受保护自己利益的目标趋势会使个人身份更突出。因此, 作为一个与个人身份联系更紧密的因素, 心理距离在内部竞争环境下对维持内群体偏好产生了更重要的作用。

心理距离对决策制定、冒险、和危险知觉等的影响都得到了解释水平理论的支持 (Kreilkamp,

1984)。该理论认为不同的心理距离会使个体表现出不同的行为偏好,因为个体有不同的心理解释水平或是能知觉到不同的内部竞争感。心理解释会在无意识中自动和心理距离相联合(Baranan et al., 2006):一个远(近)距离会以高(低)水平解释,而高(低)水平的解释也会带来心理上更远(近)的距离。这对人们的知觉,偏好和行为都有重要的影响(Trope, 2010)。此外,解释水平理论认为高水平的解释是抽象的、概要、凝炼的表达,包含了更多关于一般意义和行为价值的信息;而低水平的解释是具体的、更符合实际的表达,包含了涉及对象和特定行为的具体细节(Trope, 1989)。研究中,成员间的远心理距离(远心理距离组)倾向于激活高水平解释,抽取可得信息的要旨。对于点数分配行为(任务1),他们会受目标引导,将其表征为争取奖赏,清晰地觉知到行为背景中竞争的实质。因此,较远的心理距离会使个体感到强烈的内部竞争感,以目标为导向,在任务中放弃内群体偏好。至于近心理距离组的被试,彼此较近的心理距离触发了低水平解释,因而他们对点数分配任务的理解更具体,偏向于次要的细节。他们简单地将点数分配视为整个实验设置中独立的任务,倾向于忽视群体内部竞争的联系。因此,近心理距离降低了内部竞争感,有利于个体持续地展现内群体偏好。由此,知觉到的不同竞争感在心理距离和内群体偏好的关系中发挥了中介作用。

根据解释水平理论,有四种不同的距离维度:空间距离,时间距离,社会距离和假设性。这些距离维度内部相关,且都有一个共同的意义即心理距离(Stephan, Liberman, & Trope, 2010)。现有研究认为除了空间距离,其他的距离维度都是不可控的(时间距离)或部分可控的(社会距离和假设性)。不同的距离如何结合来影响心理距离仍是一个未探索的问题(Trope, 2010)。鉴于此,研究没有单独地使用任何一种距离,而是将心理距离作为对他人亲密性的感受及成员间联系的程度。在后续研究中可以考虑对空间、时间、社会 and 假设性四种距离的优化结合来表征心理距离。

以往群际关系领域的研究更多地关注了个体和群体间的关系(群体认同),较少考虑到人际水平的关系以及内部竞争在个人行为偏向上的影响。研究填补了该项不足,发现内部竞争会破坏内群体偏好,人际水平的关系联结而非个人与群体间的关系联结有利于维持内部竞争环境下的内群体偏好。此外,研究结果启示关注群体内人际关系,减低心理距离,以维持内群体偏好和内部和谐的必要性。这对于群体管理和发展具有重要意义。当然,研究也有值得

发展的地方,研究区分了近(朋友)和远(陌生人)的心理距离,而未涉及到中距离(相识而非朋友),未来的研究可以探索中等心理距离对维持内群体偏好的影响。

参考文献

- Allport, G. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Addison - Wesley.
- 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 (4), 596 - 612.
- Baranan, Y., Liberman, N., & Trope, Y. (2006). The association between psychological distance and construal level: Evidence from an implicit association test. *Journal of Experimental Psychology General*, 135 (4), 609 - 622.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1987). The moderator - mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality & Social Psychology*, 51 (6), 1173 - 1182.
- Beauchamp, M., & Dunlop, W. (2014). Self - categorization theory. In R. C. Eklund & G. Tenenbaum (Eds.), *Encyclopedia of sport and exercise psychology* (Vol. 2., pp. 619 - 622). London: Sage Publications.
- Beersma, B., Hollenbeck, J. R., Humphrey, S. E., Moon, H., Conlon, D. E., & Ilgen, D. R. (2003). Cooperation, competition, and team performance: Toward a contingency approach. *Academy of Management Journal*, 46 (5), 572 - 590.
- Belz, M. (2012). Competitive, neutral, or cooperative outcome interdependence? - consequences on the behavioral and perceptual level. *Fuzzy Systems IEEE Transactions on*, 9 (4), 516 - 524.
- Bernhard, H., & Fischbacher, U. (2006). Group affiliation and altruistic norm enforcement. *American Economic Review*, 96 (2), 217 - 221.
- Birkinshaw, J. (2002). Strategies for managing internal competition. *IEEE Engineering Management Review*, 30 (3), 99.
- Burgess, J. W. (1983). Interpersonal spacing behavior between surrounding nearest neighbors reflects both familiarity and environmental density. *Ethology & Sociobiology*, 4 (1), 11 - 17.
- Edwards, S. M., Jin, K. L., & Ferle, C. L. (2009). Does place matter when shopping online? Perceptions of similarity and familiarity as indicators of psychological distance. *Journal of Interactive Advertising*, 10 (1), 35 - 50.
- Ellemers, N., Spears, R., & Doosje, B. (1997). Sticking together or falling apart: In - group identification as a psychological determinant of group commitment versus individual mobility. *Journal of Personality & Social Psychology*, 72 (3), 617 - 626.
- Everett, J. A. C., Faber, N. S., & Crockett, M. (2015). Preferences and beliefs in group favoritism. *Frontiers in Behavioral*

- Neuroscience, 9, 15.
- Hornsey, M. J. (2008). Social identity theory and self – categorization theory: A historical review. *Social & Personality Psychology Compass*, 2(1), 204 – 222.
- Kreilkamp, T. (1984). Psychological closeness. *American Behavioral Scientist*, 27(6), 771 – 784.
- Leventhal, G. S. (1976). The distribution of rewards and resources in groups and organizations. In L. Berkowitz & E. Walster (Eds.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 9, pp. 91 – 131). New York: Academic Press.
- Leonardelli, G. J., & Brewer, M. B. (2001). Minority and majority discrimination: When and why. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37(6), 468 – 485.
- Masuda, N., & Fu, F. (2014). Evolutionary models of in – group favoritism. *F1000 Prime Reports*, 7, 27.
- Muto, M., Kugihara, N., & Kohara, Y. (2015). Psychological distance and likeability of in – or out – group targets who hold different opinions. *Psychologia*, 58(1), 36 – 48.
- Oakes, P. J., Turner, J. C., & Haslam, S. A. (1991). Perceiving people as group members: The role of fit in the salience of social categorizations. *British Journal of Social Psychology*, 30(2), 125 – 144.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879 – 891.
- Spears, R., Doosje, E. J., & Ellemers, N. (1997). Self – stereotyping in the face of threats to group status and distinctiveness: The role of group identification. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 23(5), 538 – 553.
- Stephan, E., Liberman, N., & Trope, Y. (2010). Politeness and psychological distance: A construal level perspective. *Journal of Personality & Social Psychology*, 98(98), 268 – 280.
- Stroebe, K., Lodewijkx, H. F., & Spears, R. (2005). Do unto others as they do unto you: Reciprocity and social identification as determinants of ingroup favoritism. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 31(6), 831 – 845.
- Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P., & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1(2), 149 – 178.
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13(13), 65 – 93.
- Tajfel, H., & Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Worchel the Social Psychology of Intergroup Relations*, 33, 94 – 109.
- Tjosvold, D. (1998). Cooperative and competitive goal approach to conflict: Accomplishments and challenges. *Applied Psychology*, 47(3), 285 – 313.
- Trope, Y. (1989). Levels of inference in dispositional judgment. *Social Cognition*, 7(3)(3), 296 – 314.
- Trope, Y. (2010). Construal – level theory of psychological distance. *Psychological Review*, 117(2), 440 – 463.
- Zuo, Y. X., Chen, B., & Zhao, Y. F. (2018). *The destructive effect of ingroup competition on ingroup favoritism*. Under Review.

The Maintenance of Ingroup Favoritism under Intragroup Competition: The Effect of Group Identification and Psychological Distance

Zuo Youxia¹, Zhao Yufang², Chen Bing²

(1. School of Life Science, Southwest University, Chongqing 400715;

2. Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing 400715)

Abstract: Ingroup favoritism is of great value for the survival and development of individuals and groups. Present article conducted three studies to reveal mechanism that individuals maintain ingroup favoritism under intragroup competition. In study 1, we manipulated intragroup competition (present vs. absent) and group identification (high vs. low), and found that intragroup competition indeed damaged ingroup favoritism, and group identification could not buffer the damage to ingroup favoritism. In study 2, we manipulated intragroup competition (present vs. absent) and psychological distance (distal vs. proximal), and found that psychological distance could buffer the damage of intragroup competition on ingroup favoritism. Namely, proximal psychological distance helps to keep ingroup favoritism in the context of intragroup competition. Further, study 3 analyzed the influencing mechanism of how psychological distance working on ingroup favoritism, the results revealed that psychological distance affected individuals' ingroup favoritism through perceived intragroup competition. Together, these findings suggest that under intragroup competition, the maintaining of ingroup favoritism did not rely on the connection between members and groups, but the relationships between members.

Key words: ingroup favoritism; intragroup competition; group identification; psychological distance