

Carolyn C. Morf & Frederick Rhodewalt, 2001; Pincus & Lukowitsky, 2010)。在非临床语境下,自恋者通常具有膨胀或夸大的自我概念(Nathan DeWall, Buffardi, Bonser, & Keith Campbell, 2011),表现出优越感、权欲、缺乏同情心、需要他人敬仰或钦羡,以及倾向于表现出夸大、冲动等行为特点(Campbell & Campbell, 2009; Gebauer, Sedikides, Verplanken, & Maio, 2012)。Rhodewalt 和 Eddings (2002)曾提出自恋是一种认知、情感和行为的综合体,共同传递着夸大、重要及积极自我概念所采用的自我调节策略;同时,自恋还具有低移情、低亲密度的人际关系的特点(Campbell, Hoffman, Campbell, & Marchisio, 2011)。此外, Wink (1991)还提出自恋包含显性与隐性两种型态,这一观点也得到越来越多证据的支持(Dickinson & Pincus, 2003; Fossati et al., 2005; Miller & Campbell, 2008; Joshua D Miller et al., 2011)。

2.1.2 自恋人格的概念模型与测验工具

(1) 基于临床取向的自恋概念与 NPI

依据精神疾病统计与诊断手册(DSM-III, APA, 1980)中关于自恋人格障碍的诊断标准, Raskin 和 Hall (1979)首次编制了包含 223 个项目的自恋人格问卷(Narcissistic Personality Inventory, 简称 NPI), 后来发展为包含 54 个项目的版本。NPI-54 是一种用于非临床测量的单维问卷, 一经推出, 便成为当时广为采用的测验工具(Rhodewalt & Morf, 1995)。之后, Emmons(1984, 1987)对 54 个项目版本的 NPI 进行因素分析的结果表明, NPI 由领导/权威(leadership/authority)、优越/傲慢(superiority/arrogance)、自我钦羡/自我欣赏(self-absorption/self-admiration)、剥削性/特权(exploitativeness/entitlement)四个因素构成。自此, 其测验分数可从总分与四个分量表分数加以解释(Rosario & White, 2005), 且具有可靠的信度和效度(Emmons, 1987; Prifitera & Ryan, 1984; Raskin & Hall, 1981)。

1988 年, Raskin 和 Terry 对 NPI-54 进行了主成分分析, 删减了 14 个项目, 产生了一个更加精简 NPI-40, 该量表是目前应用最为广泛的自恋人格问卷(Ames, Rose, & Anderson, 2006; Brown, Budzek, & Tamborski, 2009; Gentile et al., 2013)。除去总分, NPI-40 可提供七个分量表分数, 即剥削性(exploitativeness)、表现主义(exhibitionism)、特权(entitlement)、优越(superiority)、自我满足(self-sufficiency)、权威(authority)、虚荣(vanity)。Corry, Merritt, Mrug 和 Pamp (2008)提出 NPI-40 的两因素模型, 即领导/权威(leadership/authority)、表现主义/特权(exhibitionism/entitlement)。Ackerman 等人 (2011)则通过四个实验支持了 NPI-40

的三维假设,即领导/权威(leadership/authority)、夸大的表现主义(grandiose exhibitionism)与剥削性/特权(exploitativeness/entitlement)。其中,领导/权威通常是适应的,剥削性/特权则具有非适应性的特征。

虽然 NPI-40 应用广泛,但其长度并不适合某些情境中的测量,如时间短、被试疲劳等。为此,Ames 等人 (2006)从 NPI-40 选取了 16 个项目构成了单维的 NPI-16,并验证了各项信效度指标。尽管 NPI-16 为自恋测量提供一个简短可靠的工具,但其单维性饱受批评。许多证据表明,NPI-40 的分量表具有不同的行为效标,如剥削性/特权因素与自恋人格障碍显著相关(Ackerman et al., 2010; Brown et al., 2009; Emmons, 1987)。为保留多维性的优势,Gentile 等人 (2013)依照 Ackerman 等人 (2011)通过对 NPI-40 的三维度分析,选取了在领导/权威、夸大的表现主义、特权/利用性三个因子上载荷较高的项目,进而采用专家评定、项目反应理论与探索性因素分析方法,最终确定了 NPI-13。与单维的 NPI-16 相比,NPI-13 较完整地保留了 NPI-40 的多维结构特征,同时大大缩短了量表的长度。

(2) 基于人际社会取向的自恋概念模型与 CNI

主体性(agency)和集体性(communion)是人类两个首要特质(Bakan, 1966)。主体性是指自我关注、支配性、外倾及自信;而集体性则是指关怀他人、社交性、善良及合作。当前,自恋的理论模型大多将主体性特质视为其核心建构。Paulhus 和 John (1998)认为自恋体现来的是一种自我的(主体性)而非道德的(集体性)人格品质,Paulhus (2001a)则将自恋视为一种极端的主体性人格特质,这一观点得到了 Constantine 等人 (2002)的支持,他们也指出自恋是一种具备主体性特征的人格结构。主体性自恋模型(Campbell, Brunell, & Finkel, 2006; Campbell, Foster, Sedikides, & Spencer, 2007)提出,自恋者通常认为自己是有力量的、特权的、主导的及值得他人崇敬的,而非热心的、体贴的。他们的积极自我概念主要体现在权利、地位、外在吸引力及创造性等主体性特质(agentive trait)层面,而非体现在同理心、同情心和关爱他人等集体性品质(communal trait)层面(Campbell, Bosson, Goheen, Lakey, & Kernis, 2007)。

为了补充和扩展现有的理论研究,Gebauer 等人 (2012)提出了自恋的集体性—主体性模型(communion-agency model of narcissism),主体性自恋(agentive-narcissism)与集体性自恋(communal-narcissism)同属于夸大型自恋(grandiose-narcissism),二者虽然具有相同的核心自我动机(如夸大和自尊),但却往往采用不同的方式加以满足。主体性自恋者多借助自我取向的途径去满足其自我提升动机,如他们认为自己是聪明的,能够通过与他人的竞争并取胜来获取优越