

熟悉性对刻板印象的影响

温芳芳, 佐斌*

(华中师范大学心理学院, 湖北 武汉 430079)

【摘要】 目的: 探讨先前暴露的熟悉性对刻板印象的影响。方法: 采用职业刻板印象的材料及新旧照片来测量 48 名大学生。结果: ①报告熟悉性的被试, 对重复暴露的目标的熟悉程度要显著地高于新目标($F(1, 46)=24.98, P<0.01$); ②照片是否重复暴露与被试是否报告熟悉性之间不存在显著的交互作用, 重复暴露的主效应显著($F(1, 46)=10.26, P<0.01$), 其中, 未报告熟悉性的被试对重复暴露目标的刻板印象特质评定要显著地高于新目标($F(1, 23)=15.68, P<0.01$); ③刻板印象的正负价态的主效应及其与先前暴露的效应之间的交互作用都不显著。结论: ①目标信息先前的暴露会增加感知者主观上的熟悉性; ②目标人物信息的重复暴露会减少个性化, 并增加刻板化; ③先前暴露对正负不同价态的刻板印象产生了一致的效应。

【关键词】 先前暴露; 熟悉性; 刻板印象; 职业

中图分类号: C912.6

文献标识码: A

文章编号: 1005-3611(2008)05-0489-03

Influence of Familiarity on Stereotype

WEN Fang-fang, ZUO Bin

School of Psychology, Huazhong Normal University, Wuhan 430079, China

【Abstract】 Objective: To explore the influence of previous exposed familiarity on stereotype. **Methods:** 48 undergraduates were measured by the materials of occupational stereotype, and new and old photos. **Results:** ①The subjects who reported familiarity were significantly more familiar to the repeated exposure than the new ones ($F(1, 46)=24.98, P<0.01$). ②There was no significant interaction between whether the photos repeated or not, and whether the subjects reported familiarity or not; the main effect of repeated exposure was significant($F(1, 46)=10.26, P<0.01$). The subjects who didn't report familiarity was significantly more stereotypic of the repeated exposure than the new ones($F(1, 23)=15.68, P<0.01$). ③Both the main effect of the stereotypic value and the interaction with the previous exposure were not significant. **Conclusion:** ①The previous exposure to information about a target person could increase perceiver's subjective familiarity; ②Repeated exposure to information about a target person reduced individuation and thereby increased stereotyping; ③The effect of previous exposure was statistically consistent with the positive and negative stereotypes.

【Key words】 Previous exposure; Familiarity; Stereotype; Occupation

刻板印象是有关某一群体成员的特征及其原因的比较固定的观念或想法^[1], 通常是基于启发式的、非分析性的加工。近年来, 我国学者关于刻板印象的研究表现在性别、职业、年龄和学科等领域^[2-5]。国外 Macrae 和 Mitchell 等人表明对目标姓名的主观上的熟悉性在触发类别思维上起着重要作用^[6], Smith 和 Miller 等人通过两个实验表明重复暴露会增加对目标人物基于社会团体成员的刻板印象^[7], 而国内关于先前暴露的熟悉性对刻板印象影响却鲜有研究。

鉴于此, 本研究欲检验当人们对目标作判断时, 对目标个体信息的先前的暴露所产生的熟悉性是否会减少对个性化信息的分析性加工, 从而增加感知者的刻板印象。值得一提的是, 这里先前的暴露是一种“纯粹的暴露”(mere exposure), 不与情感联结、友

谊程度、个人信息以及人际间的相互依赖等因素发生混淆。也就是说, 我们预测对熟悉的目标人物刻板印象的增加, 不受个人信息、情感卷入等因素的影响。

1 对象与方法

1.1 被试

武汉某高校的二年级大学生 48 名, 其中男生和女生各 24 名。所有被试均自愿到实验室参加实验, 熟悉电脑操作, 视力或矫正视力正常。

1.2 设计

采用 2×2 混合实验设计, 自变量为: 一个组内变量: 照片是否重复(是/否); 一个组间变量: 被试是否报告对目标人物的熟悉性(是/否)。因变量为: 熟悉性和刻板印象程度。

1.3 材料

1.3.1 照片 选取 36 张人脸照片, 男女照片各半, 年龄在 22-30 岁之间, 平均值为 24.17, 标准差为

【基金项目】 教育部人文社会科学研究规划项目(05JAXLX009), 教育部新世纪优秀人才支持计划项目(NCET-06-0675)

* 博士生导师

1.91。这些照片来自某高校研究生处保留的报考学生的照片。

1.3.2 职业刻板印象特质词 随机抽取某大学二年级的学生 20 名(不参加正式实验),男女各半。要求他们分别尽可能多地写出对传统的女性职业(教师、

美容师、服务员、会计、艺术家和图书管理员)以及传统的男性职业(法官、运动员、计算机程序员、登山者、律师和企业家)的积极的和消极的刻板印象。经过统计,分别挑出每个职业出现频率最高的 2 个积极的和 1 个消极的刻板印象特质词如表 1 所示。

表 1 传统女性和男性职业刻板印象特质词

传统女性职业	刻板印象特质词			传统男性职业	刻板印象特质词		
	积极的	积极的	消极的		积极的	积极的	消极的
教师	博学的	敬业的	偏心的	法官	公平的	正义的	不苟言笑的
美容师	健谈的	亲和的	固执己见	运动员	强壮的	精力充沛的	头脑简单的
服务员	热情的	礼貌的	势力的	计算机程序员	聪明的	严谨的	无趣的
会计	细致的	认真的	死板的	登山者	勇敢的	自信的	鲁莽的
艺术家	感情细腻的	浪漫的	古怪的	律师	思维活跃的	能言善辩的	奸诈的
图书管理员	负责的	耐心的	懒散的	企业家	有魄力的	精明的	见利忘义的

1.4 程序

阶段 1: 让所有被试看电脑屏幕上依次呈现的 30 张男性和女性的人脸照片。照片以随机的方式呈现,每张照片只呈现 3 秒。指导被试尽力去记住这些人脸的样子,并告知他们会在以后的实验中用到。

阶段 2: 向每个被试随机呈现 2 个目标人物描述(包括旧照片和新照片),共 12 个目标任务描述。每个描述包括一张人脸照片以及一段简短的文字描述。这些照片中有 6 张是在阶段 1 中呈现过的,称为旧照片(男女照片各 3 张),另 6 张是没呈现过的,称为新照片(男女照片各 3 张)。新旧照片与文字描述是平衡配对的。文字描述包括职业标签和目标个人信息,这些信息与职业刻板印象之间有些不一致,根据反性别刻板的行为是违背了人们对性别角色的期望和要求^[8],在此,目标一些反职业刻板的行为描述则是有些违背人们对其所从事职业的特定的期望和要求。比方说,对于计算机程序员的描述为:“我是个计算机程序员。我工作的地方离家有大概半里远,所以,我能够每天散步去上班。我曾在某大学当一名讲师,但是我总不能理解所教课程的材料,因此,我离开了。每年我过生日的时候,我都会举办个大的聚会,邀请我所有的好朋友来参加。”在此为了阐述清如何平衡配对,将 3 张男性旧照片标签为 O₁₋₃,3 张女性旧照片为 O₄₋₆,3 张男性新照片为 N₇₋₉; 女性新照片为 N₁₀₋₁₂,而将 12 个传统男女职业分别标签为:法官,运动员,计算机程序员为 C₁₋₃;图书管理员,美容师,服务员为 C₄₋₆;登山者,律师,企业家为 C₇₋₉;会计,艺术家,教师为 C₁₀₋₁₂,见表 2。

阶段 3: 让一半被试对目标人物的熟悉性程度进行 7 分等级评定,如让被试回答“你对呈现的目标人物有多熟悉”(1=非常不熟悉;7=非常熟悉);然后

让所有被试对目标人物与预测验中获得的每个职业出现频率最高的 2 个积极的和 1 个消极的刻板印象特质词的符合程度进行 7 分等级评定 (1=非常不符合;7=非常符合),对刻板印象特质评定的等级越高,表明了被试对目标有更多的职业刻板印象,等级越低,则表明被试更多关注目标个性化的信息,因为对目标的行为进行描述的材料有些反刻板。

表 2 被试接受实验处理的情况

被试	实验处理	旧照片与不同	新照片与不同
		职业配对呈现	职业配对呈现
S ₁₋₂₄	报告熟悉性	O ₁₋₃ C ₁₋₃ 、O ₄₋₆ C ₄₋₆	N ₇₋₉ C ₇₋₉ 、N ₁₀₋₁₂ C ₁₀₋₁₂
	未报告熟悉性	S ₁₋₁₂	S ₁₋₁₂
S ₂₅₋₄₈	报告熟悉性	S ₁₃₋₂₄	S ₁₃₋₂₄
	未报告熟悉性	O ₁₋₃ C ₇₋₉ 、O ₄₋₆ C ₁₀₋₁₂	N ₇₋₉ C ₁₋₃ 、N ₁₀₋₁₂ C ₄₋₆
S ₂₅₋₄₈	报告熟悉性	S ₂₅₋₃₆	S ₂₅₋₃₆
	未报告熟悉性	S ₃₇₋₄₈	S ₃₇₋₄₈

2 结 果

2.1 熟悉性

报告熟悉性的被试,对重复暴露的目标的熟悉程度要显著地高于没有暴露过的目标 (F(1,46)=24.98,P<0.01),其中,对旧照片的熟悉性评定等级 M=5.13,SD=2.36;对新照片的熟悉性评定等级 M=2.25,SD=1.33。因此,重复的人脸照片在先前呈现的 3 秒钟的确让被试产生了主观上的熟悉感。

2.2 刻板化

2.2.1 熟悉性对刻板印象特质评定的影响 先分别算出被试对新旧照片的目标人物进行评定的总体刻板印象的平均等级。再对被试是否报告熟悉性与照片是否重复暴露进行重复测验方差分析。结果发现,重复暴露的主效应显著(F(1,46)=10.26,P<0.01),其

中,对旧照片目标评定人物的总体刻板印象 $M=3.72, SD=1.24$; 对新照片的评定等级 $M=3.09, SD=1.02$; 照片是否重复暴露与被试是否报告熟悉性之间不存在显著的交互作用($F(1, 46)=0.41, P>0.05$), 如表 3 所示。进一步分析发现, 外显报告熟悉性的被试对重复暴露目标和新目标的等级评定差异不显著, 而未报告熟悉性的被试对重复暴露目标的刻板印象特质评定要显著地高于新目标($F(1, 23)=15.68, P<0.01$)。

表 3 刻板印象评分等级

		$M \pm SD$	F	P
旧照片	报告组刻板等级	3.58 ± 1.37	0.41	0.525
	未报告组刻板等级	3.85 ± 1.10		
新照片	报告组刻板等级	3.08 ± 1.08		
	未报告组刻板等级	3.10 ± 0.99		

2.2.2 正负不同价态的刻板印象特质评定比较 经典的“纯粹暴露效应”认为暴露会增加对熟悉目标的喜欢^[9]。如果这样,暴露效应会让被试对目标的积极的刻板印象特质比消极的评价更高。为了检测这种可能性,将刻板印象的正负价态(积极的和消极的刻板印象)作为增加的组内变量。考虑到报告的熟悉性对刻板印象评定的影响,因此,选取未报告熟悉性的被试的等级评定进行分析。

经过方差分析发现,刻板印象的正负价态与先前暴露的效应之间的交互作用不显著 ($F(1, 23)=0.89, P>0.05$), 具体而言,对旧照片的目标对象,在积极和消极刻板印象上的评价等级分别为 $M_{积}=4.10, SD=1.33; M_{消}=3.33, SD=1.76$; 而对新照片的目标对象,在积极和消极刻板印象上的评价等级分别为 $M_{积}=3.19, SD=1.18; M_{消}=2.92, SD=1.59$ 。另外,刻板印象的正负价态的主效应不显著($F(1, 23)=2.75, P>0.05$)。而增加刻板印象价态这个组内变量,并没有对重复暴露的效应产生大的变化,未报告熟悉性的被试对重复暴露的目标在刻板印象特质上的评价仍显著地高于新目标($F(1, 23)=11.78, P<0.01$)。

3 讨 论

3.1 熟悉性的结果分析

研究表明,被试对重复目标的主观熟悉性要高于新目标。这一结果表明先前的暴露可能产生了熟悉感,这种熟悉感减少了分析性的加工,从而增加了刻板印象。前人的几项研究可以表明随着先前暴露的增多,熟悉性会增加。首先,先前暴露的是所加工信息的整体或部分都能产生熟悉性。比方说,Garcia

和 Mackie 向被试暴露一条口头的说服信息,然后给他们相同信息的书面版本^[10]。本研究中,向被试重复暴露的不是他们最终做出判断的整体个人描述,而只是一部分(照片)。第二,甚至当信息没有以其先前遇到的严格的形式呈现,但是和先前呈现的或先前知道的信息相似,都会产生熟悉性的感觉。如在 Reder 和 Ritter 所做的问题解决的研究中,一些问题和先前见过的问题高相似^[11]。另外, Jacoby 和 Kelley 等人关于“假名声”的许多研究表明先前的暴露能够影响后来判断的熟悉性,即使人们不能回想起先前的暴露^[12]。本研究中是否外显报告熟悉性的结果表明当不进行意识上的回想,熟悉性效应甚至会更强。

3.2 熟悉性对刻板印象的影响结果分析

实验结果发现,未报告熟悉性的被试,对重复目标和新目标的刻板印象特质的评定差异显著;而报告熟悉性的被试,却表现出较弱的差异,这说明报告熟悉性的行为削弱了先前暴露对刻板印象判断的效应。这与 Smith 和 Miller 等人的结果一致^[7]。另外,本实验结果不支持另一种可能的解释:先前的暴露可能增加“社会判断能力”^[13]。社会判断能力理论的扩充观点认为先前的暴露会让被试觉得足以用刻板印象来对目标对象进行判断,尽管他们也获得目标个性化的信息。这一扩充观点似乎可以对未报告熟悉性的被试的评定结果做出解释,即被试对先前暴露的目标对象比新目标评价更刻板,却不能解释报告了熟悉性的被试的结果。因为如果按照先前的暴露让被试社会判断能力增加的观点推测,那些报告对目标更熟悉的被试将觉得更足以对目标进行刻板印象的判断,然而报告熟悉性的被试在新旧照片刻板印象特质上的先前暴露效应却不显著,这与社会判断能力假设的扩充观点相冲突,从而可以排除“社会判断能力”的调节作用。

3.3 正负不同价态的刻板印象特质评定结果分析

新旧照片的暴露效应在积极和消极的刻板印象特质的评定上存在一致性。因此,和前人的研究一样,这个结果不是由于“纯粹暴露效应”的作用。纯粹暴露效应的经典研究表明,被试觉得那些更为熟悉的女性更受欢迎、更具有吸引力、更聪明,或一般来讲更积极。本研究中熟悉性对刻板印象的效应是,被试通常以一种更女性刻板印象的方式来评价那些熟悉的女性。本研究结果表明,简单的群际接触产生的熟悉性,对减少群际偏见是远远不够的,加强群际间真正的交流和情感联结,为促进群际关系提供了有效的途径。

(下转第 539 页)

利亚的教师进行研究后发现,在教师主观压力与倦怠的关系上,自我概念是一个值得重视的中介变量;而 Capel 在 1987 年的研究则发现,在所有影响倦怠的因素中,角色冲突/模糊解释了最大一部分变异,是重要的中介变量。

教学效能感作为一种重要的认知动机变量,代表着教师对自己教学能力的信念,它建立在教师对自身自我概念、角色冲突/模糊及社会支持等认知评价的基础上,因此,低自我效能感的教师在面对挫折时,会对自己的教学能力和教育的作用形成低的评价,对自己持否定态度,在面对挑战和具有“威胁”性要求时怀疑自己的能力。社会支持的缓冲器模型认为,良好的社会支持可以缓冲压力对教师自我效能感的冲击,避免压力给教学效能感带来的消极结果,正是这些消极结果的日积月累导致了职业倦怠的发生。

参 考 文 献

- 1 刘晓明,秦红芳.中小学教师职业倦怠与心理健康的关系研究.中国临床心理学杂志,2004,12(4):357-358
- 2 刘晓明.职业压力、教学效能感与中小学教师职业倦怠的关系.心理发展与教育,2004,20(2):56-61
- 3 徐富明.中小学教师的工作压力现状及其与职业倦怠的关系.中国临床心理学杂志,2003,11(3):195-197
- 4 Vandenberghe R, Huberman AM. Understanding and preventing teacher burnout: A sourcebook of international research. Cambridge University Press, 1999
- 5 Chwalisz K, Altmeyer EM, Russell DW. Causal attributions, self-efficacy cognitions, and coping with stress. Journal of Social and Clinical Psychology, 1992, 11(4):377-400
- 6 Villa, Esther. Development of the teacher self-concept eval-

uation scale and its relation to burnout. Studies in Educational Evaluation, 2001, 27:239-255

- 7 刘晓明,秦红芳.中小学教师自我概念与其职业倦怠的关系.中国临床心理学杂志,2005,13(2):150-152
- 8 Starnaman SM, Miller K. A test of an causal model of communication and burnout in the teaching profession. Communication Education, 1992, 41:40-53
- 9 郭念锋主编.国家职业资格培训教程·心理咨询师.民族出版社,2005. 310-312
- 10 王瑞安.公立非正规成人教育机构员工工作压力、职业倦怠与学习需求之关系研究.台湾高雄师范大学硕士论文, 1999
- 11 朱从书,申继亮.中小学教师职业压力源研究.现代中小学教育,2002,3:50-54
- 12 周国韬.教师心理学.警官教育出版社,1998. 25
- 13 王文增,郭黎岩.中小学教师职业压力、职业倦怠与心理健康研究.中国临床心理学杂志,2007,15(2):146-148
- 14 Villa, Esther. Development of the teacher self-concept evaluation scale and its relation to burnout. Studies in Educational Evaluation, 2001, 27:239-255
- 15 Leiter MP. The impact of family resources, control coping, and skill utilization on the development of burnout: A longitudinal study. Human Relations, 1988, 43:1067-1068
- 16 Lee A. A further examination of managerial burnout: Toward an Integrated Model. Journal of Organizational Behavior, 1993, 14:3-20
- 17 杨秀玉,杨秀梅.教师职业倦怠解析.外国教育研究, 2002,29(2):56-60
- 18 Roland VA, Michael H. Understanding and Preventing Teacher Burnout: A sourcebook of international research and practice. Cambridge University Press.

(收稿日期:2008-03-31)

(上接第 491 页)

参 考 文 献

- 1 Fiske ST. Social Beings: A core motives approach to social psychology. John Wiley and Sons, 2004. 398-400
- 2 佐斌,刘珏.基于 IAT 和 SEB 的内隐性刻板印象研究.心理发展与教育,2006,22(4):57-63
- 3 胡志海.大学生职业性别刻板印象的内隐研究.心理科学,2005,28(5):1122-1125
- 4 佐斌,温芳芳,朱晓芳.大学生对年轻人和老年人的年龄刻板印象.应用心理学,2007,13(3):231-236
- 5 何志芳,刘建平.大学生性别-学科刻板印象的加工模式实验研究.中国临床心理学杂志,2007,15(6):577-579
- 6 Macrae CN, Mitchell JP, Pendry LF. What's in a forename? Cue familiarity and stereotypical thinking. Journal of Experimental Social Psychology, 2002, 38:186-193
- 7 Smith ER, Miller DA, Maitner AT, et al. Familiarity can increase stereotyping. Journal of Experimental Social Psychology, 2006, 42:471-478
- 8 刘珏,佐斌.性别刻板印象维护的心理机制.心理科学进展,2006,14(5):775-780

- 9 Bornstein RF, D'Agostino PR. The attribution and discounting of perceptual fluency: Preliminary tests of a perceptual fluency/attribution model of the mere exposure effect. Social Cognition, 1994, 12:103-128
- 10 Garcia MT, Mackie DM. The feeling of familiarity as a regulator of persuasive processing. Social Cognition, 2001, 19(1):9-34
- 11 Reder LM, Ritter FE. What determines initial feelings of knowing. Familiarity with question terms not with the answer. Journal of Experimental Social Psychology: Learning, Memory and Cognition, 1992, 18:435-451
- 12 Jacoby LL, Kelley CM, Brown J, et al. Becoming famous overnight: Limits on the ability to avoid unconscious influences of the past. Journal of Personality and Social Psychology, 1989, 56:326-338
- 13 Yzerbyt VY, Dardenne B, Leyens JP. Social judge ability concerns in impression formation. In Yzerbyt VY, Lories G. Meta cognition: Cognitive and social dimensions, 1998. 126-156

(收稿日期:2008-03-08)