

# 上海人刻板印象的结构及其动态变化

李春凯, 杨立状, 罗 娇, 刘燕吉, 唐菁华, 郭秀艳

(华东师范大学 心理学系, 上海 200062)

**摘要:** 探讨了上海人刻板印象的结构及其动态变化。通过预调查, 搜集描述上海人的形容词 800 个, 按出现次数和语义相关性, 得到 28 个刻板形容词。采用自编问卷对 685 名大学生进行施测。结果发现: (1) 刻板印象的结构包括负面个性、正面个性和生活方式三个维度; (2) 沪籍大学生和非沪籍大学生在三个维度上有显著差异, 表现出内群体偏好的倾向; (3) 负面个性和正面个性具有稳定性, 但生活方式维度随来沪时间发生显著变化。

**关键词:** 地域刻板印象; 上海人; 因素分析

**中图分类号:** B842      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1001 - 5124 (2009) 01 - 0140 - 05

## 一、引言

在社会生活中, 某些集合群体往往会被赋予某些鲜明的人格特质, 如人们倾向于认为法国人浪漫、德国人严谨, 这种概括化的认识通常被称为刻板印象。中国幅员辽阔, 各地民风民俗不同, 某些省市的居民也拥有独特的“个性”, 其中人们对于上海人的刻板印象尤为突出。

对于上海人独特个性的描述早就见诸于报纸书刊, 一些学者描述了外地人对于上海人的种种印象, 如易中天曾写过, “‘上海人’这个称谓, 在外地人心目中, 有时简直就是诸如小气、精明、算计、虚荣、市侩、不厚道、赶时髦、耍滑头、小心眼、难相处等等‘毛病’的代名词”。<sup>[1]</sup> 这些学者从历史文化的角度来分析这些印象的成因, 而心理学研究者则从地域刻板印象的角度加以研究。连淑芳采用内隐联想测验的方法发现, 被试对上海人存在明显的刻板印象, 倾向于把上海人和精明、时尚、开放、进取等“城市人属性”相联系。<sup>[2]</sup> 这一结果得到了杨治良、邹庆宇的支持,<sup>[3]</sup> 同时他也发现这种地域刻板印象具有稳定性, 一经形成, 很难改变。

刻板印象是对某一群体特征的概括认识, 那么当一个群体及其所在的地域正发生日新月异的变化, 这种印象是否也会发生相应变化? 作为东方明珠的上海, 其经济发展速度有目共睹, 社会发展程度与时俱进, 上海“申博”的成功就是一个明证。上海市政府也早已号召上海市民提高个人品质和综合素质, 并提出“做可爱的上海人”这个十分亲切而形象的口号。我们推测, 外地人对于上海人的刻板印象是一个丰富和多维的结构, 并会随来沪时间发生一定变化。为了研究这一问题, 我们选择在沪大学生作为研究样本。在沪大学生来自祖国各地, 他们带着对上海的印象来到这里求学, 甚至留沪工作, 成为新上海人。这一群体好比一个窗口, 通过它我们可以了解刻板印象的内容并探析其发展变化, 因此具有重要的研究价值。另外, 大学生是未来上海建设的中坚力量, 他们对上海人的印象直接关系到以后的就业选择和工作情况, 并在一定程度上反映他们目前的生存状态以及和上海人的相处情况, 因此, 也有重要的社会意义。

本研究在研究方法上, 借鉴了人格研究的词汇学方法,<sup>[4]</sup> 这种方法通过搜集相关心理构念的大量的形容词, 然后使用因素分析抽取该构念的内在结构。孙利曾使用该方法对国民刻板印象进行过

收稿日期: 2008 - 06 - 12

基金项目: 教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目 (06JZD0039)。

通讯作者简介: 郭秀艳 (1970 -), 女, 黑龙江宁安人, 华东师范大学心理学系教授, 博士。

研究,取得了良好效果。<sup>[5]</sup>本研究以在沪大学生为被试,采用词汇学方法对刻板印象的内容、结构及其动态变化进行研究,并探讨了沪籍和非沪籍大学生在刻板印象上的差异。

## 二、方法

### (一) 刻板形容词的收集

通过开放式问卷,选取华东师范大学网络教育学院学生、华东师范大学夜大学生、华东师范大学心理系本科生为被试,让其写出描述上海人的形容词。指导语为:请写下一些形容词来描述您心目中的“上海人”。通过现场搜集和 E-mail 搜集两种方式搜集形容词数据。有效被试 392 人,其中上海人 189 名,外地人 196 名,7 名被试没有注明是否上海人。共搜集到 800 个描述上海人的形容词,选择出现频次大于 3 的 120 个形容词,由四名华东师大心理系研究生对这些词语进行同义词合并,最终得到 28 个代表大学生对上海人刻板印象的刻板形容词(见表 1)。

表 1 收集到的 28 个刻板形容词

词汇	频次	百分率	词汇	频次	百分率
精明	259	66.1%	能干	36	9.2%
小气	172	43.9%	认真细致	34	8.7%
时尚	106	27.0%	虚荣	28	7.1%
高傲	88	22.4%	崇洋媚外	26	6.6%
精致优雅	56	14.3%	友善	25	6.4%
勤奋上进	54	13.8%	独立	23	5.9%
势利	53	13.5%	顾家	22	5.6%
聪明	50	12.8%	可爱	17	4.3%
现实	48	12.2%	胆小	17	4.3%
热情开朗	47	12.0%	冷漠	16	4.1%
排外	46	11.7%	自信	15	3.8%
开放	43	11.0%	刻薄	14	3.6%
精打细算	41	10.5%	文明礼貌	11	2.9%
自私	38	9.7%	虚伪	8	2.1%

注:频次为写出该形容词或与该形容词词义相近的词的被试个数,百分率=频次/被试总个数

### (二) 刻板形容词的问卷研究

1. 问卷编制。问卷包括两部分,形容词调查部分和基本资料。形容词调查部分在 28 个刻板形容词基础上,加入 24 个非刻板印象词汇,共计 52 个词汇,全部词汇随机排列,以防止上海人被试对刻板印象词汇产生抵触情绪和产生特殊的反应倾向。形容词符合程度的评级方法采用 7 点量表,要求被试按照该词符合上海人特点的程度打分,1 为完全不符合,4 为不确定,7 为完全符合。基本资料调查部分调查了被试的性别、年龄、居住地,在上海的非上海人的来沪时间、与上海人的交往频率等基本资料。施测问卷指导语如下“您好!我们正在为人格测验的编制准备合适的形容词,非常感谢您热情参与本次调查。请您按照自己的主观印象打分,调查结果只做研究之用。为了便于比较,请大家统一将您心目中对上海人的印象作为评定的对象。用“√”在词后合适的数字上做出标记,从“1”到“7”代表该形容词符合上海人的程度依次升高。”

2. 研究样本。采用整群抽样方法,在华东师大心理系、华东师大网络教育学院选择部分班级集体施测。删除漏答 3 个以上题目的问卷,共搜集 685 份有效数据,其中男性被试 202 人,女性被试 479 人,有 4 人没有注明性别;上海人被试 396 人,非上海人被试 289 人;非上海人被试中,按照来沪时间,来沪 1 年 30 人,2 年 69 人,3 年 45 人,4 年 29 人,5 年以上 45 人,有 71 人没有交代来沪时间。被试年龄从 17 岁到 38 岁,平均年龄 24.6 岁。

## 三、结果

### (一) 问卷的信效度

28 个刻板形容词项目的  $\alpha$  系数为 0.81, 24 个非刻板形容词项目的  $\alpha$  系数为 0.93, 本量表具有良

好的内在一致性信度。被试在 28 个刻板词的分数的分数都极其显著地高于 4 ( $p < 0.01$ ), 并且 28 个刻板词上的平均分极其显著地高于在 24 个非刻板印象词的平均分 ( $p < 0.01$ ), 这两点表明搜集到的 28 个刻板形容词在问卷中被试的打分也确实反映出其符合上海人的形象, 该问卷具有一定的效度。

### (二) 对刻板形容词的因素分析结果

对 28 个刻板形容词进行因素分析, 采取主成份分析, 抽取特征根大于 1 的因素, 然后使用正交极大旋转法进行转轴, 得到 6 个因素。鉴于第 4、5、6 因素所能解释的方差比率不足 5%, 并且三个维度包含形容词个数过少 (三个维度总共包含 6 个形容词), 故删掉了属于这三个维度的 6 个形容词。此后对剩余的 22 个形容词进行第二次因素分析, 同样采用主成份分析, 抽取特征根大于 1 的因素, 然后使用正交极大旋转法进行转轴, 得到 3 个因素。KMO 检验的系数是 0.90, 球形检验的  $\chi^2 = 6188.172$ ,  $df = 231$ ,  $p < 0.001$ , 说明本数据适宜进行因素分析。根据三个因素内所含项目的含义, 我们分别将三个维度命名为负面个性、正面个性和生活方式, 具体的因素分析结果见表 2。

表 2 22 个刻板形容词在三个因素上的负荷

因素	特征根	贡献率	项目
负面个性	5.67	25.76%	虚伪 小气 自私 刻薄 势利 冷漠 高傲 虚荣 胆小 崇洋媚外 排外
正面个性	3.03	13.75%	勤奋上进 独立 能干 自信 聪明 认真细致
生活方式	2.89	13.13%	时尚 精明 精打细算 开放 精致优雅

### (三) 上海人被试和非上海人被试在刻板印象上的差异

分别计算在三个维度上, 每名被试对该维度所含形容词的评级的平均数, 将该数值作为被试在该维度上的刻板指数; 计算 22 个刻板形容词评级的平均数作为被试总体刻板印象指数。这样生成四个新的指标, 我们分别命名为负面个性刻板指数、正面个性刻板指数、生活方式刻板指数和总体刻板指数。上海人被试与非上海人被试在四项指标上的统计量见表 3。对上海人被试和非上海人被试在四项指标上的差异进行独立组  $t$  检验。在总体刻板指数上, 上海人被试与非上海人被试不存在显著差异,  $t = -0.678$ ,  $df = 683$ ,  $p > 0.05$ ; 在负面个性刻板指数上, 上海人被试显著的低于非上海人被试,  $t = -7.710$ ,  $df = 683$ ,  $p < 0.001$ ; 在正面个性刻板指数上, 上海人被试显著地高于非上海人被试  $t = 10.721$ ,  $df = 683$ ,  $p < 0.001$ ; 在生活方式刻板指数上, 上海人被试显著高于非上海人被试,  $t = 5.594$ ,  $df = 683$ ,  $p < 0.001$ 。

表 3 上海人被试和非上海人被试在四项刻板指标上的统计值 ( $M \pm SD$ )

是否上海	总体刻板	负面个性	正面个性	生活方式
上海人	5.27 $\pm$ 0.67	4.63 $\pm$ 1.06	5.76 $\pm$ 0.81	6.08 $\pm$ 0.79
非上海人	5.30 $\pm$ 0.58	5.22 $\pm$ 0.91	5.07 $\pm$ 0.86	5.75 $\pm$ 0.74
总体	5.28 $\pm$ 0.63	4.88 $\pm$ 1.04	5.47 $\pm$ 0.90	5.94 $\pm$ 0.79

### (四) 非上海人被试对上海人刻板印象随来沪时间的变化

以来沪时间为自变量, 各项刻板指标为因变量做方差分析, 各指标的统计量值见表 4。在总体刻板指数上, 来沪时间主效应显著,  $F(4, 213) = 4.06$ ,  $p < 0.05$ , 经 Tukey HSD 事后检验得知, 来沪 1 年分别和来沪 2 年和来沪 5 年有显著差异 ( $p < 0.05$ ); 在生活方式刻板指数上, 来沪时间主效应显著,  $F(4, 213) = 4.25$ ,  $p < 0.01$ , 经 Tukey HSD 事后检验得知, 来沪 1 年和来沪 2 年、3 年、4 年和 5 年分别有显著差异 ( $p < 0.01$ ), 来沪 2 年和来沪 5 年有显著差异 ( $p < 0.05$ )。在负面个性和正面个性维度上, 来沪时间的主效应不显著 ( $p > 0.05$ )。

## 四、讨论

### (一) 上海人刻板印象的结构

从数据分析来看, 大学生对于上海人的刻板印象是一个三维结构。首先, 大学生认为上海人存在一些负性人格特质, 这些人格特质大多与小市民精神有关, 属于该维度的 11 个形容词基本上是小市民习气的“大杂烩”; 其次, 大学生也认为上海人存在一些正性的人格特征, 这些人格特质往往与

积极的做事态度和能力有关,比如,勤奋上进、独立、能干、聪明、自信、认真细致,这些词与上海商业社会的精英精神合拍;第三,大学生认为上海人过着一种精明和优雅的现代生活,他们时尚、精明、精致优雅、开放、精打细算。Fiske 研究发现,被试对不同社会群体刻板印象的差异主要体现在热情和能力维度。<sup>[6-7]</sup>本研究则得出了三个维度,这种不一致的原因可能在于方法的差异。Fiske 等人的方法着重探讨对不同群体刻板印象的差异,而本研究则侧重对某一群体的刻板印象进行分析。

大学生对于上海人的刻板印象是“老树发新枝”。一方面,老上海的小市民习气在大学生们的印象中依然挥之不去,成为他们和上海人发生心理认同的顽固芥蒂;而另一方面,对上海人的新认识却抽枝发芽,一个做事精明干练、生活时尚优雅的新上海人形象在大学生心目中愈来愈鲜明。在沪大学生生活在上海,和上海人的接触程度较外省人更多,他们对上海人刻板印象的这种多元结构说明刻板印象并非一个或褒或贬的单维结构。

表 4 非上海人被试的刻板指数在不同来沪时间上的统计值 ( $M \pm SD$ )

来沪时间	总体刻板	负面个性	正面个性	生活方式
1 年	4.90±0.69	4.82±1.08	4.84±0.79	5.15±1.00
2 年	5.36±0.58	5.38±0.93	5.07±0.90	5.68±0.74
3 年	5.27±0.60	5.16±0.91	5.01±1.03	5.80±0.64
4 年	5.19±0.51	5.17±0.99	5.30±0.82	6.10±0.68
≥5 年	5.42±0.61	5.17±0.99	5.30±0.83	6.10±0.68

### (二) 非上海人被试对上海人刻板印象的动态变化

社会刻板印象具有保守性、僵化性和对抗相反信息的能力,其原因主要在于刻板印象的图式难于改变、接触机会少等原因,但是它也并非一成不变,一个人的文化水平越高、接触越多,他所持的刻板印象也就越容易改变。<sup>[8]</sup>

本研究以大学生为被试研究了刻板印象的动态变化,发现在负面个性刻板指数和正面刻板指数上,刻板印象并未随时间发生显著变化,但是在生活方式维度上,刻板印象指标的变化是显著的,说明随着来沪时间的增加,他们对于上海人现代生活方式的体验愈来愈深刻。这说明,刻板印象虽具有很强的顽固性,但并非不可改变。在问卷研究部分,我们也请被试为“你喜欢上海人的程度”和“你认为上海人可爱的程度”作相应的 7 点评分,结果发现非沪籍大学生对上海人的喜欢程度和可爱程度的评分也随时间发生显著变化,来沪时间越长,越觉得上海人可爱,并愈发喜欢上海人。这也从另一个侧面说明大学生对于上海人的印象正在朝着一个积极的方向发展,在刻板印象存在的前提下,大学生对于上海人的认同和喜欢是逐渐提高的。

### (三) 非上海人被试和上海人被试在刻板印象上的差异

在不同刻板指数的得分上,两类群体有着显著差异。在负面个性维度上,上海人被试的评分要显著低于非上海人被试,表现出对缺点的掩盖;而在正面个性维度和生活方式维度上,表现出对优点的拔高。这种现象可以用内群体偏好 (in-group favoritism) 来解释。内群体偏好和外群体歧视 (out-group derogation) 是社会认同理论提出的概念。<sup>[9]</sup>该理论认为个体通过社会分类,对自己的群体产生认同,并产生内群体偏好和外群体偏见,个体通过实现或维持积极的社会认同 (social identity) 来提高自尊,积极的自尊来源于在内群体与相关的外群体的有利比较。当社会认同受到威胁时个体会采用各种策略来提高自尊。<sup>[10]</sup>

本研究一项有趣的发现是,虽然存在内群体偏好,上海籍大学生对于上海人的刻板印象依然是存在的,并且是强烈的,甚至在负面个性维度上,大多数上海籍大学生都认同这些负面个性词对上海人的评价,证据就是他们给出的平均符合程度要显著的大于 4 分 (4 分代表符合程度的中间值,含义为“不能确定”)。这说明即使对于同一群体而言,也存在对于本群体的负面刻板印象,虽然这种负面评价相对弱于外群体的评价。

## 五、结语

本研究以在沪大学生为研究样本考察上海人刻板印象的结构及其动态变化, 研究结果显示对上海人的刻板印象是丰富和多元的, 它包括负面个性、正面个性和生活方式三个维度, 其中生活方式维度随来沪时间发生显著变化。沪籍大学生对于上海人同样具有较强的刻板印象, 但是表现出一种内群体偏好。

### 参考文献

- [1] 易中天. 读城记[M]. 上海: 上海文艺出版社, 2000: 132 - 133.
- [2] 连淑芳. 内隐社会认知刻板印象的理论和实验研究[D]. 上海: 华东师范大学, 2003.
- [3] 杨治良, 邹庆宇. 内隐地域刻板印象的 IAT 和 SEB 比较研究[J]. 心理科学, 2007, 30 (6): 1314 - 1320.
- [4] 王登峰, 崔红. 解读中国人的人格[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2005.
- [5] 孙利. 青少年对若干国民或民族的刻板印象[D]. 武汉: 华中师范大学, 2004.
- [6] 佐斌, 张阳阳, 赵菊等. 刻板印象内容模型: 理论假设及研究[J]. 心理科学进展, 2006, 14 (1): 138 - 145.
- [7] FISKE S T, CUDDY A J C, GLICK P S, et al. A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002, 82 (6): 878 - 902.
- [8] 时蓉华. 社会心理学[M]. 杭州: 浙江教育出版社, 1998: 280 - 281.
- [9] BROWN R. Social Identity Theory: past achievements, current problems and future challenges[J]. *European Journal of Social Psychology*, 2000, 30: 745 - 778.
- [10] 张莹瑞, 佐斌. 社会认同理论及其发展[J]. 心理科学进展, 2006, 14 (3): 475 - 480.

## College Student's Stereotyped Image of Shanghaiese and the Dynamic Changes

LI Chun-kai, YANG Li-zhuang, LUO jiao, LIU Yan-ji, TANG Jing-hua, GUO Xiu-yan

(*Department of Psychology, East China Normal University, Shanghai 200062, China*)

**Abstract:** The study concerned with the structure and dynamic changing process of the stereotypes about Shanghaiese. 800 adjectives describing Shanghaiese were collected, 28 of which were selected finally by word frequency and semantic relevance. 685 college students were surveyed with a questionnaire designed by the authors. Results come out that (1) the structure of stereotype of Shanghaiese had three dimensions, which were named as positive traits, negative traits and life style. (2) Native Shanghai students and non-native students showed significant differences in those three dimensions, which indicate a tendency of in-group favoritism. (3) Positive traits and negative traits were invariable, but life style will change with the amount of time they stay in Shanghai.

**Key Words:** regional stereotype; Shanghaiese; factor analysis

(责任编辑 王 抒)