

北京市不同职业者假想观众与个人神话的比较研究

刘建榕¹, 吴双²

(1. 福建师范大学 心理学系, 福建 福州 350007; 2. 北京石油学院附属小学, 北京 100083)

摘要: 采用自编的自我中心量表对北京市 296 名不同职业类型个体的假想观众和个人神话状况进行调查, 发现成年群体中存在一定程度的假想观众和个人神话现象, 并且存在性别差异, 表现为男性的假想观众观念弱于女性, 而个人神话观念强于女性。同时, 性别和职业类型对成年男性的假想观众观念存在交互作用, 男性中以人为主要工作对象的职业工作者的假想观众观念显著高于以物为对象的职业工作者。

关键词: 职业类型; 假想观众; 个人神话; 自我中心

中图分类号: B848.8 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-0627(2010)01-0129-04

一、引言

皮亚杰认为, 青春期的个体存在自我中心。^[1] 20 世纪 60 年代, Elkind 进一步将其划分为假想观众和个人神话两个方面: 假想观众指个体认为他人像自己那样关注自己的行为, 众人焦点都集中在自身, 个体对自己的言行举止以及想法很感兴趣^[2]; 个人神话是指个体认为自己的经历和观念都是独一无二的, 与他人完全不同, 在一定程度上, 这种与众不同的感觉会导致青少年认为自己是无懈可击的。皮亚杰的认知发展理论认为, 个体进入青春期后自我意识快速发展、思维开始进入形式运算阶段, 但发展尚不成熟, 因此会出现过分强烈的“内省性”和“分析性”特点, 于是出现自我中心现象, 这种现象大约从十五六岁开始逐渐衰退^[1]。但近期的研究发现, 在成年人中依旧存在假想观众和个人神话现象。^[3]

根据 Lapsly 和 Murphy 的社会认知理论,^[3] 假想观众和个人神话产生于青少年的社会交往过程中, 青少年通过交往开始学会站在旁观者的角度来思考自己和他人的观点, 直到形成“普遍性的社会观点”, 更好地看到自己在社会关系中所处的位置。已有研究发现, 假想观众与社交焦虑存在显著关系,^[4] 那么不同的社会交往程度是

否影响个体的自我中心状况? 以往的研究并没有对此进行讨论。

因此, 本研究根据所需的社会交往程度对某些职业进行了划分, 分为以人为主要工作对象的社会交往程度较高的职业和以物为主要工作对象的社会交往程度较低的职业, 了解在不同职业类型的个体中是否存在假想观众和个人神话方面的差异。

二、方法

1. 研究对象: 在北京地区随机选取从事不同类型职业者, 发放问卷 310 份, 回收有效问卷 296 份。其中, 男性 133 名, 女性 163 名; 年龄分布从 18 至 54 岁, 平均年龄 27.1 ± 6.4 岁; 对职业进行了归类, 工人 78 人, 销售人员 60 人, 行政人员 85 人, IT 人员 42 人, 教师 31 人。

2. 研究工具: 量表来源于自编的《自我中心量表》(成人版)(该量表参考 Elkind 和 Bowen 的假想观众量表和 Enright 等人的青少年自我中心量表编成), 该量表有两个维度——假想观众和个人神话, 每个维度各 5 个项目, 采取 5 级记分法, 分数越高, 表示假想观众和个人神话现象越明显。假想观众分量表的内部一致性系数是 0.622, 个人神话分量表的内部一致性系数是

收稿日期: 2009-10-30

基金项目: 福建省教育厅社会科学研究项目(JBS07040); 福建师范大学优秀青年骨干教师培养基金(2008100102)

第一作者简介: 刘建榕(1973-), 女, 福建福州人, 副教授, 主要研究方向: 发展与教育心理学。Email: ljr9613@126.com

0.582, 总量表的内部一致性系数是 0.601。

3. 统计方法: 采用 SPSS13.0 进行对数据进行整理、统计。

三、结果

(一) 假想观众和个人神话的现状

量表采取五级计分法, 3 分为临界值, 将被试总体、男性和女性的假想观众和个人神话的平均分与临界值进行比较, 结果见表 1: 以假想观众和个人神话为因变量, 以性别为自变量进行独立样本 t 检验, 结果如表 2:

表 1 假想观众和个人神话与临界值的比较结果 (M ± SD)

项目	均数	临界值	t 值
总体的假想观众 (N=296)	3.02 ± 0.82	3	0.419
男性的假想观众 (N=133)	2.764 ± 0.80	3	-3.389***
女性的假想观众 (N=163)	3.233 ± 0.78	3	4.562***
总体的个人神话 (N=296)	3.15 ± 0.69	3	3.734***
男性的个人神话 (N=133)	3.276 ± 0.65	3	4.878***
女性的个人神话 (N=163)	3.047 ± 0.70	3	0.085

注: *表示 $P < 0.05$, **表示 $P < 0.01$, ***表示 $P < 0.001$ (下同)

表 1 说明, 被试总体的假想观众与临界值无显著差异, 而个人神话观念则显著地高于临界值。

并且, 假想观众和个人神话与临界值的比较存在性别差异: 男性的假想观众显著低于临界值, 而女性显著高于临界值; 男性的个人神话观念显著高于临界值, 女性的则与临界值无显著差异。

表 2 假想观众和个人神话的性别差异比较 (M ± SD)

项目	男 (N=133)	女 (N=163)	t 值	P 值
假想观众	2.764 ± 0.803	3.233 ± 0.782	-4.923	.000***
个人神话	3.276 ± 0.652	3.047 ± 0.698	2.794	.006**

从表 1 和表 2 可知不同性别之间的假想观众存在着极其显著的差异, 女性明显高于男性, 个人神话之间也存在显著差异, 男性高于女性。

(二) 性别及职业类型对假想观众和个人神话的影响

参与研究的主要是 5 种职业的群体: 工人、

销售人员、行政人员、IT 人员和教师。根据职业需要的社会交往情况将工人和 IT 人员划分为以物为主要工作对象的职业 (job1), 将销售人员、行政人员和教师划分为以人为主要工作对象的职业 (job2)。

1. 性别及职业类型对假想观众的影响

由于性别对假想观众和个人神话存在影响, 因此将性别和职业类型同时作为自变量, 将假想观众作为因变量进行多因素方差分析。(见表 3)

表 3 性别和职业类型对假想观众的多因素方差分析结果

项目	F 值	P 值
性别	26.439	.000***
职业类型	2.352	.126
性别*职业类型	5.355	.021*

结果显示, 不同性别之间假想观众的得分存在显著的差异, 职业类型之间没有表现出差异, 但性别和职业类型对假想观众存在交互作用。

接着笔者以性别分割样本, 考察在不同性别状态下, 不同职业类型个体的假想观众上的差异。(见表 4)

表 4 不同性别状态下各职业类型个体假想观众得分比较

性别	职业类型	M ± SD	t 值	P 值
男	job1	2.526 ± .788	-2.657	.009**
	job2	2.933 ± .781		
女	job1	3.282 ± .845	.566	.573
	job2	3.206 ± .749		

注: job1 指以物为工作对象的职业, job2 指以人为工作对象的职业

从表 4 可以看出, 在男性群体中, 工人和 IT 人员的假想观众得分显著低于销售人员、行政人员和教师; 不同职业类型的女性群体的假想观众得分没有显著性差异。

2. 性别及职业类型对个人神话状况的影响

将性别和职业类型作为自变量, 以个人神话为因变量进行分析。不同性别之间个人神话得分存在显著差异, 不同职业类型的个体之间个人神话得分不存在差异, 性别和职业类型没有对个人神话得分产生交互影响。(见表 5)

表 5 性别和职业类型对个人神话多因素方差分析的结果

项目	F 值	P 值
性别	8.311	.004**
职业类型	.689	.407
性别*职业类型	.156	.693

四、讨论

(一)假想观众和个人神话现象并不是只在个体的青春期存在

皮亚杰认知发展理论认为,当个体逐步走出青春期时,假想观众和个人神话现象会逐渐消退直至消失。虽然他并没有明确指出到某一年龄阶段会完全消失,但以往研究通常认为自我中心现象是青春期的“专利”,因此有关假想观众和个人神话研究多以青少年为主,忽略了成年群体。

本研究的所有被试均为超过18岁的成年,假想观众和个人神话在总体上表现为假想观众得分与临界值无显著差异,而个人神话的分数则大大超过临界值;通过不同性别的进一步检验发现,男性假想观众显著低于临界值,女性假想观众显著高于临界值;女性个人神话观念与临界值无显著差异,男性个人神话观念显著高于临界值。

可见,自我中心现象在成年群体中依然存在,只是在不同性别的群体中表现不同,这与本课题的前期研究结果和 Frankenberger^[2]的结果相同,证明了一点:假想观众与个人神话并非青春期特有的现象。至于为什么在青春期后仍存在着假想观众和个人神话,还有待于进一步研究。

(二)性别和职业类型对假想观众、个人神话的影响

本研究对性别和职业类型对假想观众、个人神话的影响进行了多因素方差分析,发现性别和职业类型对假想观众观念存在交互作用,性别单独对个人神话产生影响。

对于假想观众而言,性别和职业类型的影响具体表现为:男性以物为主要工作对象的职业个体假想观众的得分显著低于以人为主要工作对象的职业个体;而不同职业类型的女性个体在假想观众上则没有显著差异;女性的假想观众分数普遍显著高于男性。

因此,我们认为,女性的假想观众观念更多受到性别角色特点的影响,而男性除了受到男性性别角色特点的影响外,还受到职业类型的影响。这首先与男女个体在社会中的性别角色特点有关,女性常被形容为感情脆弱、顺从、迷信等;而男性常被形容为爱冒险、有说服力、独立等^[5],女性在人际交往过程中比男性更为情绪敏感,移

情反应也更多,因此她们在人际中更关注他人也更希望得到他人的关注,表现出在假想观众方面总体比男性强。虽然男性的假想观众观念总体弱于女性,但在男性群体内部,其假想观众观念也受到职业类型影响,表现为销售人员、行政人员和教师的假想观众观念强于工人、IT人员。销售员、行政人员和教师工作的主要对象是人,工作中与人交往的机会较多,交往程度较高,因此他们更关注他人的想法、更关注自己在他人眼中的形象,也更重视对人际关系的处理,相较于工人和IT人员更易感觉到自己在被别人评价、观察,所以造成假想观众的程度要高于主要以物为工作对象的工人和IT人员。

对于个人神话而言,没有职业的影响,只有性别的影响,表现为男性的个人神话观念强于女性,这与我们前期的研究结果是一致的^[6]。个人神话观念是对个人独特性的认识,更多面对的是自己,因而与人际交往程度关系较小,所以没有显示出以工作对象来区分的职业类型的影响。

在传统的性别角色刻板印象中,男性角色本身就是与雄心勃勃、独立性、力量和声望联系在一起^[7],因此他们很自然地在个人神话的测试上显示了高分。并且,在现代社会中,成年男性更多被赋予“养家糊口”的顶梁柱角色,面临的社会压力和生存压力相对于女性为大,因此他们也更可能比女性在意自己生存能力,更可能想象、夸大自己的能力,因而个人神话观念可能更强。

当然,上述结果也有待于进一步研究加以验证:在今后的研究中,我们可以直接测量被试的性别角色特点,从性别角色上直接探讨与假想观众、个人神话的关系;同时,对于人际交往的影响,除了从交往数量上进行考察外,更重要的是从交往中的人际认知、人际知觉、交往质量等角度进行深入研究,进一步探明人际交往对假想观众和个人神话观念的作用。

五、结论

1. 在成年群体中存在一定程度的假想观众和个人神话现象,并存在性别差异,男性的假想观众观念弱于女性,而个人神话观念强于女性。
2. 性别和职业类型对假想观众存在交互作用,男性中以人为主要工作对象的职业工作者的

假想观众观念显著高于以物为对象的职业工作者,而女性则没有职业类型的差异。性别和职业类型对个人神话观念不存在交互作用。

参考文献

- [1] 程利国. 儿童发展心理学[M]. 福州: 福建教育出版社, 1997: 354-355.
- [2] KRISTINA D FRANKENBERGER. Adolescent egocentrism: a comparison among adolescents and adults[J]. *Journal of Adolescence*. 2000(23): 343-354.
- [3] 雷雳, 张雷. 青少年心理发展[M]. 北京: 北京大学出版社, 2003: 90-91.
- [4] 刘建榕, 王国乾. 程序员的社交焦虑与气质、自我中心思维的关系[J]. *中国健康心理学杂志*, 2008(7): 800-802.
- [5] 罗伯特·费尔德曼, 黄希庭. 心理学与我们[M]. 黄希庭, 译. 北京: 人民邮电出版社, 2008: 183.
- [6] 刘建榕, 李林. 福州市区某高校 93 名高中生自我中心状况的初步调查[J]. *中国心理卫生杂志*, 2007, 21(7): 461-463.
- [7] CLAIRE A ETAUGH, JUDITH S BRIDGES. 女性心理学[M]. 苏彦捷, 译. 北京: 北京大学出版社, 2003: 22.

A Comparison of Imaginary Audience & Personal Fable of Different Professionals in Peking

LIU Jian-rong¹, WU Shuang²

(1. Psychology Dept., Fujian Normal University, Fuzhou 350007, China;

2. Primary School Affiliated to China University of Petroleum, Beijing 100083, China)

Abstract: The paper aims to study the status quo of imaginary audience and personal fable by looking into 296 subjects of various individual professionals in Beijing by ego-centrism scale. The results show that imaginary audience and personal fable exist to a certain extent among adults. Significant gender difference exists with male's imaginary audience lower than their female counterparts, but with men's fable concept stronger than women's. Gender and career have significant influence upon adults' imaginary audience, with workers targeted at human beings enjoying higher imaginary audience than those working at objects.

Key words: types of career; imaginary audience; personal fable; ego-centrism

(责任编辑 周密)