

我国危机事件下从众意向模型

——基于 FISHBEIN 合理行为模型的修正研究

李峰^{1,2} 沈惠璋² 张聪²

(1. 江南大学商学院; 2. 上海交通大学安泰经济与管理学院)

摘要: 在合理行为模型的基础上建立我国的危机事件从众行为意向模型,并应用该模型对 2 类典型危机事件下的从众行为进行问卷调查和实证分析。在合理行为模型的基础上添加了信息性社会影响因变量,并根据已有研究在变量之间增加了新的联系。以未知性的流感病毒传播和水灾捐助为例,通过实证研究对模型进行了修正,使其具有很好的解释能力。实证结果表明,危机事件下自我救助性从众行为中信息性社会影响将占据主导作用,而在助他性从众行为中规范性社会影响占据主导作用,在 2 种不同的从众行为中,信息性社会影响与规范性社会影响的作用方式也表现迥异。

关键词: 合理行为模型; 规范性社会影响; 信息性社会影响; 从众意向

中图分类号: C93 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-884X(2012)03-0451-08

Herd Behavior Intention Model in Crisis in China: An Amendment Study on Fishbein's Theory of Reasoned Action

LI Feng^{1,2} SHEN Huizhang² ZHANG Cong²

(1. Jiangnan University, Wuxi, Jiangsu, China; 2. Shanghai Jiaotong University, Shanghai, China)

Abstract: Based on the Fishbein Behavior Intention Model, this article builds up an herd behavior intention for public health emergencies in China, and conducts empirical analysis for self-help herd behavior and altruistic herd behavior under crisis through questionnaire survey for verification. This research is based on the theory of reasoned action, and revises it into the herd behavior intention model by adding the variable of informative social influence and increasing new links between variables according to related researches. And an empirical analysis has been done through questionnaires, taking an unknown influenza and donation in flood for examples. The empirical results show that the modified model has a good explanatory power. At the same time the empirical results also show that, informational social influence will take a leading role for the self-help herd behavior and vice versa the normative social influence dominant the altruistic herd behavior under emergency. In addition, the informational and normative social influences perform their affects in different ways in two in these different herd behaviors.

Key words: theory of reasoned action; normative social influence; informative social influence; herd behavior intention

危机事件下的群体行为研究历来是学者们关注的热点。由于危机事件事态发展的高度不确定性,对公众生命财产、社会秩序和公共安全的威胁性以及对社会价值和行为准则的破坏性,使之成为社会关注点,且直接考验政府的执政能力^[1]。中国正处于一个社会的转型期,社

会的变革和发展虽然会给发展中国家带来实际的利益,但也往往隐含着发生社会动荡和危机的可能。为此,国家自然科学基金委员会已经将“非常规突发事件应急管理研究”列为 2009 年的重大研究计划,并将“紧急状态下个体和群体的心理与行为反应规律”列为立项的 5 个核

心科学问题之一^[2]。

危机事件下,伴随着人们的恐惧与紧张,以及时间压力、局势混乱等,从众行为更为明显,特点更为突出。由此可见,对中国危机事件下从众行为的规律和特点进行研究是十分必要的。

合理行为模型已经被广泛地应用于社会学的各个领域,并且其研究结果也显示了该模型的预测有效性^[3]。此外,一些研究者认为合理行为模型是预测消费者行为特点的典型理论模型,且该模型的有效性验证也大都基于美国消费者行为。其对危机事件下从众行为意向研究的有效性还有待讨论和检验,需作一定的修正。

本文以典型的危机事件为例,在合理行为模型的基础上建立我国的危机事件从众行为意向模型。模型充分考虑了引起群体从众行为的2类不同社会影响(信息性社会影响与规范性社会影响)的特性及其关系,由此构建的新模型打破了“合理行为”的特点,还包含了群体从众行为的从众式启发简化,揭示了危机事件下从众行为的不完全理性因素。

1 理论背景及模型设计

1.1 合理行为理论

合理行为理论最早由 AJZEN 和 FISHBEIN 提出,该理论假设在心理学中大部分行为是在控制范围内的,并且在特定的情境之下,个体所形成的具体行为意向会影响其行为^[4]。合理行为模型中,行为意向是指在既定情境下执行某一特定行动的意愿^[5],或是执行某种行为的近端原因^[6]。

依据合理行为模型(见图1),行为意向是由个体态度、主观规范及其相对应的权重决定的。AJZEN 等^[7]指出,行为意向的权重是因个体和情境的不同而变化的,它反映了行为意向的相对重要性。合理行为模型的公式如下:

$$B \sim B_i = A\omega_0 + S\omega_1, \quad (1)$$

式中, B 表示行为; B_i 表示行为意向; A 表示对某一行为的态度; S 表示主观规范; ω_0 和 ω_1 分别代表 A 和 S 的权重。

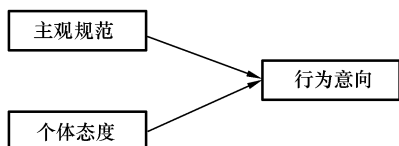


图1 合理行为模型

态度是对问题中的行为偏好或憎恶的评价程度。它代表了在好或坏、益或害、高兴或不

悦、喜爱或憎恶等属性上的心理对象的总体评价。ROSENBERG 等^[8]认为,态度是多元结构的,对一个刺激物的所有反应都是通过对该客体的个体态度来进行调节的。PRISLIN 等^[9]的研究表明了态度与环境保护之间的正相关性; CRANO^[10]的研究表明既得利益将影响态度与行为意向之间关系;此外,影响态度与行为意向之间关系的因素还包括:先前的经验或者想法^[11]、认知负荷及情绪^[12]、替代行为的易得性^[13]等。AJZEN 等^[14]的研究表明了态度能够相当准确地对行为意向进行预测。

主观规范涉及社会环境对行为的影响。MOUTINHO^[15]指出,任何人或者组织一旦成为参照群体时,总能对个人的信念、态度及其选择产生关键性的影响,个体可能去遵从他所参照的群体。HEE^[16]指出主观规范本质上是社会性的。个体将依据对他而言重要的人的意见及感知到的社会压力来权衡是否执行某项行为。个体感知到的这种主观规范越强烈,他的行为意向就越强烈。

合理行为模型中的权重与预期行为种类、行为类型、行为对象和被调查者相关^[17]。行为意向涉及的要素包括:行为、行为指向对象、行为执行情况 and 执行时间,这些要素的明确程度反过来决定了行为意向的明确程度。

1.2 规范性社会影响与信息性社会影响

社会影响是心理学中的专属名词,是指在社会力量的作用下,引起个人信念、态度、情绪及行为发生变化的现象。社会力量泛指一切引起他人态度和行为发生变化的力量,来源广泛,既可以来自个人,也可以来自群体;可以是强制性的法律、法规,也可以是自发的舆论、时尚等。我国也有学者将社会影响称之为群体导向^[17]。引起从众行为的社会影响可以分为规范性社会影响与信息性社会影响^[18]。

规范性社会影响使得个体服从于对其重要的人的期望。实现社会期望会产生好的感受和归属感。个体感知到的这种社会规范越强烈,其服从意愿越强烈。突发危机事件的发生迫使群体成员在短时间之内诠释危机事件的意义,通过修正情境、重新定义、共同磨合,形成新的行为规范与原则。“紧急规范”一旦产生,同样会对在场者形成规范压力,迫使他们去仿效和遵从,从而产生集群行为。

信息性社会影响指接受他人的信息作为事实的证据。在不确定性决策中,信息性影响对其他潜变量的影响方式可以是多样的:一方面

信息性影响可以通过内化来实现,决策过程是将信息性影响作为一种社会信号,结合私人信号进行推理,通过改变对事件的信念判断来改变个体态度,此时人们接受信息性影响是因为相应的行为与自己的价值体系相符,通过内化采取的行为可能是为了最大化自身价值;另一方面,信息性影响可以启发式简化来作用于其他潜变量,启发式简化是人类在生物进化和社会进化中获得的提高决策速度、降低决策成本的快速反应工具。危机环境下,个体难免因恐慌和害怕而不知所措,由此,观察和效仿别人的行动是很自然的行为。

根据文化差异理论,中国等东方国家的文化是高语境文化,而美国等西方国家的文化是低语境文化。高语境文化和低语境文化的差别不仅表现在交际中对于语境依赖程度上^[19],还表现在思维方式、社会取向,以及对待义务、责任、冲突和新情况的处理等方面^[19,20]。中国和美国在权力差距、个人主义/集体主义、男性化/女性化、规避不确定性、长期导向/短期导向 5 个文化价值维度上也存在差异^[21]。中国在个人主义/集体主义维度上得分高,说明中国文化是集体主义文化,群体意识较强,重视个人与群体之间的关系,愿意服从群体的利益;在长期导向上得分高,表明中国人注重长期回报,喜欢与人建立长期稳定的和谐关系^[17]。以上研究表明中国文化的特点也决定了我国从众行为中社会影响将发挥重要作用。

1.3 模型设立框架与假设

参考李东进等^[17]对合理行为模型修正的研究,考虑个体从众行为意向除了受个体态度、规范性社会影响(主观规范)之外,还将同时受到信息性社会影响的作用,并考虑了三者之间可能存在的相互影响关系,形成危机事件下个体从众意向模型。

模型为因果关系模型,4 个变量中信息性影响为外生潜变量,个体态度、规范性影响、行为意向为内生潜变量,图中各潜变量之间的关系见图 2。

根据利己性与利他性可将危机事件下的从众行为划分为自救性从众行为与助他性从众行为。本文为对比研究 2 种性质的危机事件下的从众行为,设定假设 1~假设 6 为自救性从众行为的研究模型假设,假设 1'~假设 6'则是助他性从众行为的研究模型假设,箭头的指向表示正向影响关系:

假设 1(假设 1') 个体态度对行为意向具

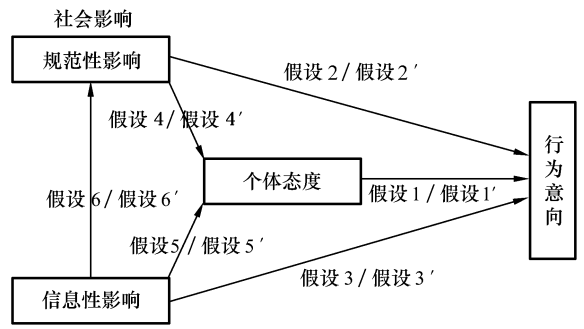


图 2 研究框架

有正向影响。

假设 2(假设 2') 规范性社会影响对行为意向具有正向作用。

假设 3(假设 3') 信息性社会影响对行为意向具有正向作用。

假设 4(假设 4') 规范性社会影响对个体态度具有正向作用。

即个体态度成为规范性影响对行为意向产生作用的中间变量。大量的实证研究表明,个体态度与规范性影响都与行为意向具有显著的相关性,但规范性影响往往得不到显著的回归系数。有学者认为,这是由于所研究的案例及被试者群体的差异造成的,也有学者认为规范性影响和个体态度两者对行为态度的作用具有重叠性。ROSENBERG 等^[8]视态度为多元结构的,认为对一个刺激物的所有反应都是由对该客体的个体态度来进行调节的。据此,本文认为个体态度为规范性影响对行为意向产生作用的中间变量。

假设 5(假设 5') 信息性社会影响对个体态度有正向作用。

道理同假设 4,即个体态度成为信息性影响对行为意向产生作用的中间变量。

假设 6(假设 6') 信息性社会影响对规范性社会影响具有正向作用。

信息性影响和规范性影响为 2 种不同的社会影响,前者对后者具有启发式作用。

2 研究设计与研究方法

2.1 调查设计与数据收集

2.1.1 场景设计

在研究的场景问题上,考虑到危机事件下群体行为的广泛性和代表性,实验中,首先由专家通过头脑风暴列出近些年来引起 2 类性质的从众行为的危机事件情景,选取其中影响比较广泛者。

然后,选取 30 名被访者进行深度访谈,令

其分别选取自己最有可能跟随参与且具有代表性的情景。访谈方法主要分为结构式与非结构式。前者比较系统化,不易偏题,但往往由于形式过于严肃而导致被试者紧张;非结构式访谈更为灵活,被试者也相对轻松,因此,通过非结构访谈所得到的信息往往更具真实性和价值,但非结构式访谈容易造成偏题,需要更好地驾驭和控制。本研究采用非结构式访谈。访谈后选择最有代表性的情景设定为正式实验情景。通过该方法选定的自救性从众情景为:“假如某流感病毒在我国几个省份爆发,目前人们对该病毒几乎一无所知,已有几十名患者医治无效的病例报道。此时你听说或看到周围有些人以平时几倍的高价购买某药材作为预防措施,您将?”。

同样,由专家例举出一些危机事件下助他性从众行为情景,如假如我国南方某几个省份发生严重水灾,你看到周围一些人参与了救灾捐助活动,自己是否也跟从参加;我国某省份发生了严重的地震灾害,你看到周围一些人参加了抗震救助的自愿者活动,自己是否也跟随参与;灾难性的交通事故发生,看到周围的人们参与救助,自己是否跟随参加等。之后仍然选择 30 名被访者进行深度访谈,最后选定的助他性从众情景为:“假如我国南方某几个省份发生严重水灾,你看到周围一些人参与了救灾捐助活动,自己是否也跟从参加捐助活动?”。

2.1.2 问卷设计及数据收集

本研究以问卷调查作为主要的测量方式,并采用问卷调查通用的“预测-实验”方法。问卷主体部分内容为公共卫生事件下从众行为意向相对应指标,共计 13 个。潜在变量均由多个反映主观感知的指标测度。采用了 LIKERT 5 级量表进行评级测试。信息性社会影响、规范性社会影响、个体态度、行为意向主要采用 TORA、TOPB 以及 MCM 模型中一些成熟的量表^[22],并在问卷的设计过程中采纳了专家的意见。同时,在 2010 年 10 月期间通过对 30 名来自社会不同职业的人员进行预测试和深度访谈,对问卷进行反复修改,问卷中的测量项目若为逆向指标,则在实证分析之前先做好正向处理。2010 年 11 月为问卷实测阶段,通过 E-mail 和邮寄的方式分别向在上海市、四川省、辽宁省等地被试者发放实测问卷。至于问卷样本的数量,对于具有多变量的数据分析问题,每个测试题项应保证至少有 5 个测试样本^[23]。本研究中共 4 个潜变量 13 个测试题项,故最少需要

65 份测试问卷。本研究项目实测阶段共发放了问卷 300 份(学生群体 120 份和社会群体 180 份),回收 297 份,其中有效问卷 267 份,问卷回收率为 99%,有效率为 89%。样本情况见表 1。

表 1 样本基本特征

样本特征描述		频次	比率/%
性别	男	148	55.4
	女	119	44.6
年龄/岁	<18	3	1.1
	18~25	67	25.1
	26~35	119	44.6
	36~50	74	27.7
	>50	4	1.5
学历	本科以下	89	33.3
	本科	97	36.3
	硕士研究生	55	20.6
	博士研究生	26	9.8
个人年收入/万元	<3	110	41.2
	3~5	85	31.8
	5.1~10	58	21.7
	10.1~20	12	4.5
	>20	2	0.8
是否学生	学生(不包括在职人员)	99	37.1
	非学生	168	62.9

2.2 验证方法

本研究主要以 AMOSS 7.0 作为资料分析工具。AMOSS 是可用来同时处理结构方程式模型中多组变量之间关系的统计方法。模型包括 2 个部分:测量方程和结构方程。测量方程设定的是潜在变量与观测变量间的关系,它可以显示观测变量的信度与效度。结构方程设定的是潜在变量间的因果关系,并计算出解释与未解释的变异量^[24]。本研究采用 AMOSS 验证研究假设,首先要确认测量模型的信度、效度与模型整体的配适度,再以结构模型验证研究假设。

3 数据分析

3.1 信度检验

问卷的信度检验采用 SPSS 15.0 完成。由表 2 可知,问卷中潜变量的测量结果是很可信的,能满足后续研究需要。

在进行效度检验之前,先对上述每组潜变量的 13 个测试项做因子分析,以进一步检验所设的测试项是否正确地归属于每个潜变量。因子分析的结果显示自救性从众行为中的 KMO 值为 0.853, Bartlett's 检验的显著性为 0.000; 助他性从众行为中的 KMO 指标为 0.877, Bartlett's 检验的显著性为 0.000。说明数据适合作因子分析。旋转后(采用方差最大法)因子载荷和累计方差贡献率见表 3。

表 2 信度分析表

变量	项目标号	项目内容	Cronbach' α	项目标号	项目内容	Cronbach' α
规范性影响	S1	据我所知大部分人将要去高价购买	0.884	S1'	据我所知大部分人愿意参与救灾捐助	0.868
	S2	即便是高价,我的亲友认为我应该去购买		S2'	我的亲友认为我应该参加救灾捐助活动	
	S3	即便是高价,我的亲友将支持我购买		S3'	我的亲友支持我参加救灾捐助活动	
	S4	绝大部分对我重要的人认为我应该购买		S4'	绝大部分对我重要的人认为我应该参加救灾捐助活动	
个体态度	A1	我觉得即便是高价购买也是正确的	0.875	A1'	我觉得参加救灾捐助活动是正确的	0.872
	A2	我觉得即便是高价购买也是理智的		A2'	我觉得参加救灾捐助活动是理智的	
	A3	我觉得高价购买是愚蠢的		A3'	我觉得参加救灾捐助活动是愚蠢的	
行为意向	B1	将会考虑高价购买该药材作为预防措施	0.889	B1'	将会考虑参加救灾捐助活动	0.859
	B2	愿意高价购买该药材作为预防措施		B2'	愿意参加救灾捐助活动	
	B3	建议我的亲友也去购买该药材作为预防措施		B3'	号召我的亲友也参加救灾捐助活动	
信息性影响	I1	从周围他人的抢购行为中可以感知药材是否有效的信息	0.755	I1'	从周围他人的救灾捐助活动中可以感知捐助行为是有意义的	0.717
	I2	周围购买该药材人数的多少,对自己是否进行购买具有重要的参考意义		I2'	周围参与捐助人数的多少,对自己是否参与捐助具有重要的参考价值	
	I3	若周围很多人购买,可推断该药材对预防有益		I3'	如果周围很多人参与,可推断自己的捐助正确	

表 3 旋转后的因子载荷和累积方差贡献率

变量	自救性从众行为			助他性从众行为		
	项目标号	因子载荷	累计方差贡献率/%	项目标号	因子载荷	累计方差贡献率/%
规范性影响	S1	0.773	23.329	S1'	0.589	25.370
	S2	0.883		S2'	0.836	
	S3	0.872		S3'	0.831	
	S4	0.805		S4'	0.795	
个体态度	A1	0.766	43.240	A1'	0.600	75.222
	A2	0.845		A2'	0.804	
	A3	0.796		A3'	0.835	
行为意向	B1	0.678	61.386	B1'	0.830	45.694
	B2	0.815		B2'	0.839	
	B3	0.782		B3'	0.756	
信息性影响	I1	0.825	77.106	I1'	0.682	60.952
	I2	0.746		I2'	0.851	
	I3	0.785		I3'	0.807	

3.2 效度检验

除了对问卷进行信度检验外,还需要对问卷的效度进行检验,信度高的测量量未必就是有效的。量表测量的效度主要包括内容效度和构建效度。

由于本研究的问卷测量量表是以合理行为模型的成熟量表为基础,在问卷的设计中采纳了专家的意见,并经过调研和分析,最终反复修改而成,因此,本研究问卷具有较好的内容效度。

结构效度主要由以下 2 种效度构成:收敛效度及判别效度^[25]。收敛效度主要评估潜变量与观察指标之间的负载关系以及整体结构的稳定程度,而判别效度主要评估潜变量与其他变量共享变异量的水平来确定变量间的差异程

度。本文将采用验证性因子分析来对测量模型的收敛效度和判别效度进行检验。

验证性因子分析中,自救性从众行为测量模型的整体拟合优度各指标为: $\chi^2 = 83.335$, $df = 59 (p < 0.05)$, $\chi^2/df = 1.412 < 2$, 可对 χ^2 不显著的要求忽略不计, $GFI = 0.913$, $RMSEA = 0.056 < 0.08$, $CFI = 0.977$, $NFI = 0.927$; 助他性从众行为的测量模型的整体拟合优度各指标为: $\chi^2 = 81.204$, $df = 59 (p < 0.05)$, $\chi^2/df = 1.376 < 2$, 可对 χ^2 不显著的要求忽略不计, $GFI = 0.907$, $RMSEA = 0.055 < 0.08$, $CFI = 0.977$, $NFI = 0.923$ 。表明测量模型具有较好的拟合优度。在测量模型整体拟合优度良好的情况下,根据 FORNELL 等^[26]的观点,评估收敛效度与判别效度的标准共有 3 项:①所有标准化的因子负荷量大于 0.5,且达到显著水平 ($p < 0.05$)。②组合信度大于 0.7。③平均提炼方差大于 0.5。测量模型验证性因子分析的结果显示(见表 4),所有测量题项的标准化因子负荷量都在 0.5 以上,且均在 1% 水平的显著,说明各因子对测量模型具有较强的解释能力。用标准化因子负荷和各观测变量的测量误差方差对潜在变量的综合信度(CR)进行计算,结果均大于 0.7,反映了观测变量量表内部具有较好的一致性。测量模型的会聚效度可以从潜变量的平均变异抽取量(AVE)来进行判断,表 4 中所有潜变量的 AVE 均大于 0.5 的最低标准^[26]。以上分析表明数据的结构效度较为理想。

表4 测量模型检验结果

变项	自我救助性从众行为						助他性从众行为					
	测量指标	因子负荷量	测量误差值	T 值	CR	AVE	测量指标	因子负荷量	测量误差值	T 值	CR	AVE
规范性影响	S1	0.609	0.592	7.726**	0.898	0.694	S1'	0.655	0.440	7.677**	0.914	0.731
	S2	0.912	0.146	4.876**			S2'	0.925	0.094	4.212**		
	S3	0.941	0.089	3.536**			S3'	0.877	0.138	5.837**		
	S4	0.777	0.362	7.243**			S4'	0.746	0.290	7.345**		
个体态度	A1	0.888	0.207	5.021**	0.883	0.719	A1'	0.905	0.109	4.698**	0.927	0.809
	A2	0.910	0.192	4.208**			A2'	0.884	0.113	5.372**		
	A3	0.727	0.448	7.254**			A3'	0.714	0.275	7.401**		
行为意向	B1	0.830	0.321	6.382**	0.889	0.729	B1'	0.868	0.127	5.398**	0.914	0.782
	B2	0.915	0.171	4.077**			B2'	0.927	0.085	3.344**		
	B3	0.824	0.328	6.399**			B3'	0.696	0.373	7.439**		
信息性影响	I1	0.576	0.591	7.085**	0.763	0.522	I1'	0.646	0.502	5.895**	0.766	0.527
	I2	0.817	0.395	3.623**			I2'	0.699	0.579	5.572**		
	I3	0.739	0.429	5.044**			I3'	0.722	0.612	4.720**		

注：*、**、*** 分别表示 $p < 0.05$ 、 $p < 0.01$ 、 $p < 0.001$ 水平显著，下同。

3.3 理论模型之结构方程分析

结构模型主要是检查模型结果与所提出的模型假设之间的一致性如何，理论所提出的主要关系是否获得模型结果的支持。首先检验结构模型的总体拟合优度情况，衡量模型对数据的拟合程度的常用指标有： χ^2 、RMSEA、GFI、

CFI、NFI、NNFI，以及理论模式 AIC 与独立模式 AIC 及饱和模式 AIC 的比较。研究结果表明(见表 5)，无论是对自我救助性从众行为还是助他性从众行为的实证研究，模型都具有较好的数据拟合能力。

表5 整体模型拟合度分析

从众行为	拟合优度指标	χ^2/df	RMSEA	GFI	CFI	NFI	NNFI	理论模式 AIC	饱和模式 AIC	独立模式 AIC
研究结构		1.303	0.048	0.923	0.983	0.934	0.978	141.559	182.000	1168.138
自救性	理想标准	<2	<0.05	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	理论模式 AIC < 独立模式 AIC; 理论模式 AIC < 饱和模式 AIC		
	是否符合	是	是	是	是	是	是	是		
研究结构		1.104	0.028	0.934	0.994	0.945	0.992	131.841	182.000	1145.855
助他性	理想标准	<2	<0.05	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	理论模式 AIC < 独立模式 AIC; 理论模式 AIC < 饱和模式 AIC		
	是否符合	是	是	是	是	是	是	是		

结构方程式模型中的路径关系，主要以标准化系数来呈现，系数越大表示在因果关系中的重要性越高。自救性从众行为研究模型的 6 个假设中，共有 5 个假设达到 1% 的显著水平，接受研究假设；假设 2 不能通过检验(见图 3 及表 6)。助他性从众行为研究模型的 6 个假设中，共有 3 个假设达到 1% 的显著水平，假设 2'

达到 10% 的显著水平，接受研究假设；而假设 3'、假设 5' 不能通过检验(见图 4 及表 6)。

表6 从众行为概念模型关系检定

从众行为	假设	估计值	检定结果
自救性	1	0.659(6.192)***	接受
	2	0.073(0.995)	拒绝
	3	0.193(2.253)***	接受
	4	0.332(3.566)***	接受
	5	0.383(3.658)***	接受
	6	0.293(2.839)***	接受
助他性	1'	0.583(4.342)***	接受
	2'	0.247(1.924)*	接受
	3'	-0.053(-0.669)	拒绝
	4'	0.801(6.747)***	接受
	5'	-0.027(0.628)	拒绝
	6'	0.302(3.307)***	接受

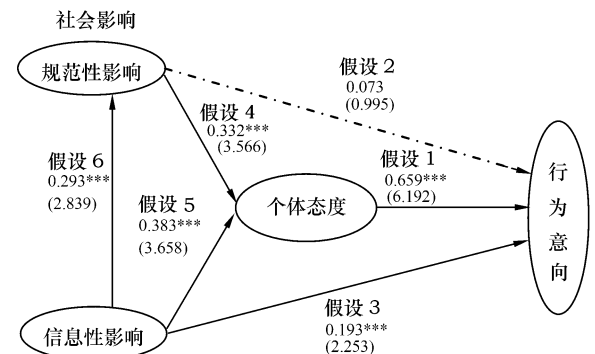


图3 自救性从众行为的研究结构模式

本文进一步比较结构模式中各潜变量之间的效果，以了解变量间的关系。潜变量的效果包括直接效果、间接效果和全体效果^[23,25]。表 7 显示了结构模式中各变量的间接效果、直接效

果及整体效果。

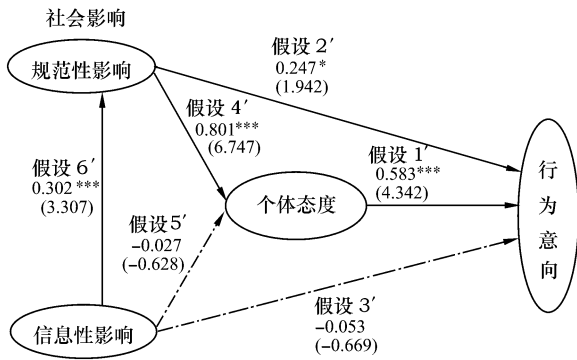


图 4 助他性从众行为的研究结构模式

表 7 研究结构模式的间接效果、直接效果、整体效果

从众行为	潜在因变量	潜在自变量	间接效果	直接效果	T 值	整体效果
自救性	规范性影响	信息性影响	N. A.	0.293	2.839***	0.293
	个体态度	信息性影响	0.097	0.383	N. A.	0.480
	规范性影响	规范性影响	N. A.	0.332	3.566***	0.332
	行为意向	信息性影响	0.316	0.193	N. A.	0.531
	规范性影响	规范性影响	0.219	0.073	N. A.	0.292
	个体态度	个体态度	N. A.	0.659	5.964***	0.659
助他性	规范性影响	信息性影响	N. A.	0.302	3.307***	0.302
	个体态度	信息性影响	0.242	-0.027	N. A.	0.215
	规范性影响	规范性影响	N. A.	0.801	6.747***	0.801
	行为意向	信息性影响	0.200	-0.053	N. A.	0.147
	规范性影响	规范性影响	0.467	0.247	N. A.	0.714
	个体态度	个体态度	N. A.	0.583	3.634***	0.583

注：N. A. 表示无法从路径分析中获得数据值。

4 实证结果分析

4.1 研究结论

在合理行为模型的基础上建立我国的危机事件从众行为意向模型，并应用该模型对 2 类典型的危机事件下从众行为（自救性从众行为和助他性从众行为）进行问卷调查和实证分析。实证结果表明，衡量模型整体好坏的各个指标都比较理想，表示危机事件下群体从众模型具有很好的拟合度。

实证结果也显示了 2 类从众行为中规范性社会影响与信息性社会影响的差异性。在自救性从众行为中，信息性社会影响对规范性社会影响有正向作用；信息性社会影响对个体态度有正向作用；规范性社会影响对个体态度有正向作用；信息性社会影响对从众行为意向有正向作用；规范性社会影响对从众意向的直接作用不能验证；个体态度对从众行为意向有正向作用。由效果分析结果（见表 7）可知，在自救性从众行为中，信息性社会影响占据主导，危机事件下的从众行为主要是由信息性社会影响和个体态度引起。

同时，信息性社会影响对从众行为意向的影响方式多样：在自救性从众行为中，信息性社会影响不但以“启发式简化”的形式直接对从众行为具有正向作用，还将通过个体态度、规范性社会影响 2 个中间调节变量对从众行为发挥间接作用。此外，虽然在危机事件下自救性从众行为中社会性规范未能起到主导作用，但并不表示对社会性规范的研究就失去了意义，从假设 4 的显著成立来看，即便是在信息性社会影响主导的从众行为中，规范性社会影响仍然通过个体态度间接作用于从众性行为；在助他性从众行为中，信息性社会影响对规范性社会影响有正向作用；规范性社会影响对个体态度有正向作用；规范性社会影响对从众意向具有正向作用；个体态度对从众行为意向有正向作用。从规范性社会影响、信息性社会影响对从众行为意向的总体效果（见表 7）来看，规范性社会影响占据主导，并且此时它对从众行为意向的影响除了部分直接作用外，更主要是通过个体态度间接作用（假设 4'、假设 1' 显著成立）。另外，危机事件下助他性从众行为模型中，信息性社会影响仍然对从众行为意向起作用，但这种作用方式更是间接的——它将以启发式简化的方式影响规范性社会影响，进而再通过规范性社会影响、个体态度影响到危机事件下助他性行为的意向。

4.2 实际意义与研究展望

以上结论要求首先应认清突发危机事件中从众行为的生成原因和性质。

从众行为的性质及主导影响是不同的。危机发生时，由紧急规范主导的从众行为往往是一些互助自救性的良性群体从众行为，应充分利用和鼓励，如在平时加强速生规范教育，对危机中符合良性紧急规范的行为予以鼓励。若是由信息性社会影响主导的非良性从众行为则需要及时控制和消除。对于非良性的群体行为，消除信息性社会影响的外部性机制是根本。

由于时间和经济等客观条件的限制，本研究尚存在以下不足：①在研究设计中，无论是自救性从众行为还是助他性从众行为都只选择了一个情景进行调查，这样就不能考察卷入度对模型的影响。②问卷调查这种调研方法本身存在缺点，在调查过程中，被调查者可能受到很多情境因素的影响，使得被调查者不能做出符合实际情况的回答，而且被调查者的知识水平、理解能力、记忆力等个人因素也会影响问卷调查的有效性。基于以上研究不足，后续研究应该

将卷入度、更为细致的危机情景等因素纳入我国危机事件下从众行为模型中。

参 考 文 献

- [1] 薛澜, 钟开斌. 突发公共事件分类、分级与分期: 应急体制的管理基础[J]. 中国行政管理, 2005(2): 102~107.
- [2] 范维澄. 国家突发公共事件应急管理中科学问题的思考和建议[J]. 中国科学基金, 2007(2): 71~76
- [3] FARLEY J U, LEHMAN D R, RYAN M J. Generalizing from 'Imperfect' Replication[J]. Journal of Business, 1981, 54(4): 597~610.
- [4] KIMBLE G A, PERLMUTER L C. The Problem of Volition[J]. Psychological Review, 1970, 77(5): 361~384.
- [5] AJZEN I, FISHBEIN M. Attitudinal and Normative Variables as Predictors of Specific Behaviors [J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1973, 27(1): 41~57.
- [6] SHIM S, EASTLICK M A, LOTZ S L, et al. An Online Prepurchase Intentions Models: The Role of Intention to Search[J]. Journal of Retailing, 2001, 77(3): 397~416.
- [7] AJZEN I, FISHBEIN M. Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior [M]. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1980.
- [8] ROSENBERG M J, HOVLAND C I. Cognitive, Affective, and Behavioral Components of Attitudes [M]// HOVLAND C I, ROSENBERG M J. Attitude Organization and Change. New Haven, CT: Yale University Press, 1960: 1~14.
- [9] PRISLIN R, QUELLETTE J. When It Is Embedded, It Is Potent: Effects of General Attitude Embeddedness on Formation of Specific Attitudes and Behavioral Intentions[J]. Personality and Social Psychology Bulletin, 1996, 22(8): 845~861.
- [10] CRANO W D. Vested Interest and Symbolic Politics, and Attitude-behavior Consistency[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1997, 72(3): 497~500.
- [11] MILLAR M G, MILLAR K U. The Effects of Prior Experience and Thought on Theattitude Behavior Relation[J]. Social Behavior & Personality, 1998, 26(2): 105~114.
- [12] BLESSUM K A, LORD C G, SIA T L. Cognitive Load and Positive Mood Reduce Typicality Effects in Attitude Behavior Consistency[J]. Personality and Social Psychology Bulletin, 1998, 24(5): 496~504.
- [13] POSAVAC S S, SANBONMATSU D M, FAZIO R H. Considering the Best Choice: Effect of the Salience and Accessibility of Alternatives on Attitude-
decision Consistency[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1997, 72(2): 67~76.
- [14] AJZEN I, DRIVER B L. Contingent Value Measurement: On the Nature and Meaning of Willingness to Pay[J]. Journal of Consumer Psychology, 1992, 4(1): 297~316.
- [15] MOUTINHO L. Consumer Behavior in Tourism[J]. Journal of Marketing, 1987, 21(10): 1~44.
- [16] HEE S P. Relationships among Attitudes and Subjective Norm: Testing the Theory of Reasoned Action Across Cultures[J]. Communication Studies, 2000, 51(2): 162~175.
- [17] 李东进, 吴波, 武瑞娟. 中国消费者购买意向模型——对 Fishbein 合理行为模型的修正[J]. 管理世界, 2009(1): 121~129.
- [18] 迈尔斯 D. 社会心理学[M]. 张智勇, 乐国安, 侯玉波, 等, 译. 北京: 人民邮电出版社, 2006.
- [19] SALLEH L M. High/Low Context Communication: The Malaysian Malay Style[C]//The 2005 Association for Business Communication, Irvine, 2005.
- [20] MINIARD P W, CHOEN J B. Modeling Personal and Normative Influences on Behavior[J]. Journal of Consumer Behavior, 1983, 10(2): 169~180.
- [21] HOFSTEDE G. Cultural Constraints in Management Theories[J]. The Academy of Management, 1993, 7(1): 81~89.
- [22] KULLADA P. Application of the Theory of Planned Behavior to Select Destination after a Crisis: A Case Study of Phuket, Thailand[D]. Bangkok Stillwate: Oklahoma State University, 1993.
- [23] HAIR J F, ANDERSON R E, TATHAM R L, et al. Multivariate Data Analysis[M]. 5th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1998.
- [24] JORESKOG K G, SORBOM D. User's Reference Guide[M]. Chicago, IL: Scientific Software International, 1995.
- [25] BAGOZZI R P, YI Y. On the Evaluation of Structural Equation Models[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 1988, 16(1): 74~94.
- [26] FORNELL C, LARCKER D. Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Errors[J]. Journal of Marketing Research, 1981, 18(1): 39~50.

(编辑 杨妍)

通讯作者: 李峰(1976~), 男, 辽宁辽阳人。上海交通大学(上海市 200030)安泰经济与管理学院博士研究生, 江南大学(江苏省无锡市 214122)商学院讲师。研究方向为数据挖掘。E-mail: evangelist@126.com