

感知社会善念对人际决策的影响

张 洁¹ 余 璇^{2,3} 关 荐¹ 杨 柳² 王仲雄²

1. 宁夏大学教育学院, 宁夏;

2. 重庆工商大学工商管理学院, 重庆;

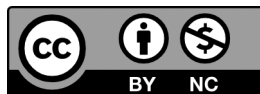
3. 电子科技大学生命科学与技术学院, 四川

摘 要 | 社会善念是个体在人际互动中充满善意地关注、尊重并保护他人选择的需要和权利的行为, 有助于促进他人的合作行为。为检验感知社会善念对人际决策的影响, 本实验设置了“施—受”双方的互动博弈情境, 通过操纵社会善念水平, 分别利用信任博弈和慈善捐助、自我报告的问卷测查接受者在互动过程中的信任水平和人际决策。结果发现: 相比于低社会善念组, 被试在高社会善念组中表现出更高的信任水平和更高的捐助额、对实施者的人际印象更好。

关键词 | 社会善念; 人际决策; 人际信任; 助人行为; 人际印象

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 引言

社会善念是指个体在人际互动中充满善意地关注、尊重并保护他人选择的需要和权利的行为^[1, 2], 体现出人际沟通的策略性^[3]。首先, 个体要表现出社会善念行为, 则需要识别他人的想法, 这一行为有助于建立社交网络、增进群体归属感^[4], 迅速建立彼此信任、亲密的关系^[2]。其次, 正如 Van Lange 和 Van Doesum (2015) 所述, 人际互动中的高社会善念行为会促进亲密关系的建立, 而低社会善念会导致攻击行为、厌恶感的加剧^[3]。可见, 当实施者的社会善念行为被识别时, 接受者会感到自己的自主性需要得到了尊重和保护, 并产生较强的积极情绪, 而积极情绪是诱导合作行为的有效路径^[5]。另外, 非社会善念的行为阻碍限制他人的选择范围, 从而阻碍对方的目标达成。此时, 接受者通常会将非社会善念识别为一种带有敌意的冒犯行为, 并产生厌恶、憎恨负性情绪^[6]。

基金项目: 国家自然科学基金青年项目“虚拟团队高质量联结的形成及对团队和个体创造力的影响: 一项跨层次追踪研究”(71802033); 中国博士后科学基金第 67 批面上资助项目“可持续性人力资源管理: 影响因素与作用效果的追踪研究”(2020M673191)。

通讯作者: 余璇, 重庆工商大学工商管理学院副教授, 电子科技大学生命科学与技术学院博士后, 硕士研究生导师, 研究领域: 积极心理学和人力资源开发。

文章引用: 张洁, 余璇, 关荐, 等. 感知社会善念对人际决策的影响研究 [J]. 中国心理学前沿, 2021, 3 (5): 440-447.

<https://doi.org/10.35534/pc.0305054>

研究者多采用社会善念范式（以下简称“SoMi 范式”）测查个体的社会善念水平。该范式是一种由计算机呈现的社会决策任务，涉及唯一选项和非唯一选项的设置，该设计主要受到择笔范式的启发^[7]。每轮任务中会呈现3个（或4个）同类物品，如水杯、毛巾、U 盘等，按照特征差异将每类物品分为分为唯一物品和非唯一物品，通常表现为颜色上的差异。例如，3个或4个水杯中有1个绿水杯（唯一物品），2个或3个红水杯（非唯一物品）。实验中，通过指导语告诉被试将与另一个被试进行互动决策，让他们从所呈现的几个物品中选择其中1个带回家，一经选择，该物品就不能放回，也不会再次出现。原理在于：若先选者选择了“非唯一物品”中的1个（如选择红水杯），那么后选者仍有选择的机会（可在红水杯与绿水杯间选择），这种行为则视为社会善念（1分）；相反，若先选者选择了“唯一物品”（如绿水杯），则意味着后选者失去了选择的机会（只能从3个红水杯中选择），这种行为则视为非社会善念（0分）。通过计算社会善念总分占总选择次数的比例来衡量个体的社会善念，该方法得到后续研究的认可^[8]。

【指导语】下列物品中，你先选择一个，然后另外一个人继续选择！



图 1 SoMi 范式实验刺激示例

Figure 1 Example of stimulus of SoMi paradigm

感知社会善念最早由 Van Doesum 等人（2013）提出，该概念是从行为接受方角度出发，关注行为接受方在选择权利得到了关注、尊重与保护情况下的主观感受。尽管目前已有不少关于感知社会善念的研究，但是感知社会善念并没有明确统一的定义^[9]。本文将感知社会善念定义为个体作为接受者，从他人行为中体验到自主权受到尊重与保护的感受。在本研究中，高感知社会善念情境是指玩家 A 选择“非唯一选项”的比例为 100%，即玩家 A 在 3 次物品选择中均选择了非唯一物品，接受者在这三种物品中所做的选择不会受到来自玩家 A 的限制，感知自主权受到尊重与保护的水平较高；相反的是，低感知社会善念情境下的玩家 A 选择“唯一选项”的比例是 100%，即玩家 A 在 3 次物品选择中均选择了唯一物品，接受者在这三种物品中所做的选择受到玩家 A 的极大限制，只能选择剩下的相同物品，感知自主权受到尊重与保护的水平较低。

信任作为“社会系统的润滑剂”，是指个体在缺乏足够信息来判断他人动机、意图和行为的情况下，

将社会资源交给对方处置并承担相应风险的意愿。信任对于发展和维持良好的社会关系具有重要作用^[10]，信任关系的建立是促进合作行为的重要机制^[11]。信任博弈是研究人际信任的重要范式，已有研究认为，如果接受者能够识别玩家 A 的友善动机，将会较少的体验到人际互动中的不确定性和背叛威胁，建立信任关系^[12]。也就是说，较高的感知社会善念有助于提升信任水平。因此，本文将再现信任博弈实验，对感知社会善念与信任的关系进行验证。

助人行为是指个体做出的对他人有利行为，这一行为伴随着一定成本的付出^[13]。助人行为具有三大特性，即行为主体的自愿自觉性、行为性质的亲社会性、行为结果的利他性^[14]。同时，助人行为是亲社会行为的重要组成部分^[15]，有助于提升个体的积极情绪和主观幸福感、促进人际适应与人际和谐、增强社会美德风尚和社会公益意识^[16]。学者们通常设置不同的情境来研究助人行为，例如紧急情境（冒烟事件情境、不幸女士情境）和非紧急（互联网助人情境、公共汽车让座情境、慈善捐助任务、实验求助任务）。本文主要研究的是非紧急助人情境，选择慈善捐助任务，将被试报告的捐赠数额作为助人行为的指标。

个体时刻处于与他人、环境等的交互系统中，并依据从交互系统中获得的信息做出各种判断，如是否信任他人、是否付出行动去帮助他人以及对其他个体人际印象好坏的感知等。基于此，本文将上述三种与决策相关的感知和行为统一纳入人际决策范围。其中，对人际印象的考察分为对他人友善度的感知、想要再次见到他人的愿望两个维度。采用单因素被试内实验设计，考察感知社会善念对人际决策的影响。

2 实验：感知社会善念对人际决策的影响

2.1 目的

考察在不同感知社会善念水平下，个体的人际信任状况、助人行为的变化和人际印象评分。

2.2 方法

2.2.1 被试

招募了 38 名被试，其中男性 19 名，女性 19 名。被试年龄在 18 ~ 26 岁 ($M=22.26$, $SD=2.49$) 之间，所有被试视力或矫正视力均正常，近期内没有参与过类似实验。

2.2.2 实验设计

采用单因素被试内实验设计，分为两个水平，高感知社会善念（第一个人三次都选择了非唯一食物）和低感知社会善念（第一个人三次都选择了唯一食物），因变量为被试的投资额、捐助额、对玩家 A 的人际印象（友善度、想要再次见面的愿望）评分。

2.2.3 材料

从 Van Lange (2015) 的 12 种实验材料中选取了 3 种食物，分别为苹果（红色 1 个，绿色 3 个），巧克力（浅色 1 个，深色 3 个），冰激凌（白色 1 个，粉色 3 个）。用方框将食物框起来，表示该食物已经被第一个人选择，第二个人无法重复选择，低感知社会善念水平的操纵材料如图 2 所示，高感知社会善念水平的操纵材料如图 3 所示。

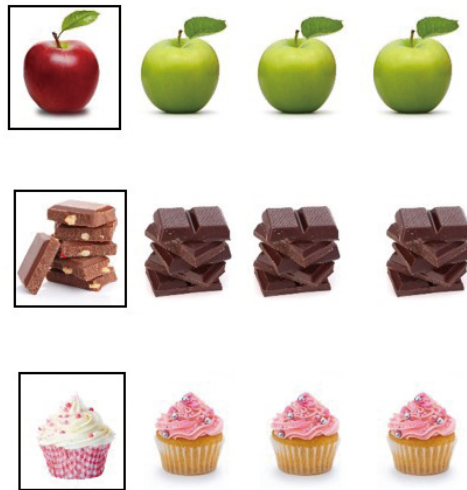


图2 低感知社会善念情境下陌生人的选择

Figure 2 Strangers' choice in the context of low perceived social mindfulness

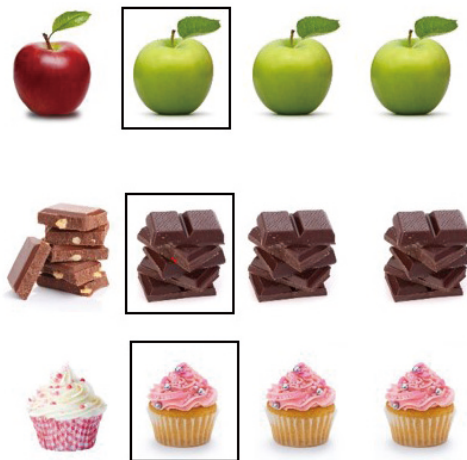


图3 高感知社会善念情境下陌生人的选择

Figure 3 Strangers' choice in the context of high perceived social mindfulness

2.3 程序

由于实验条件的限制，实验材料通过问卷星的方式呈现。首先，被试浏览情境一（低感知社会善念情境）的指导语：“假如你和一个陌生人在取餐台，但是取餐台上仅剩以下3种食物（如图2所示），每种食物有四个，其中有一个不同，他/她先选，你后选，被方框圈起来的代表他/她已经选择的食物，你不能重复选，只能从剩下的食物里面进行选择。请仔细看他/她做出的选择，并想想你还剩下哪些选择，再继续回答接下来的问题。”接下来，被试回答问题1：回顾上图，若你作为投资方A，现有10元启动资金，你可以从中拿出一个整数数额对B方投资，经过B方理财后，B方将获得A方初始投资额的3倍。由B方自行决定是否回报A方的投资，以及回报的具体数额。请输入你的投资额。问

题2: 回顾上图, 此时, 若全国大学生资助管理中心发起了捐助贫困大学生活动, 假如你有100元的零用钱, 填写愿意从中捐助的金额数目。问题3: 回过头来, 面对取餐台遇到的这个人的选择, 评出你对他/她的印象分(1、你在多大程度上认为这个人比较友善? 2、你在多大程度上想要再次见到这个人?)。

然后, 被试将面临第二个情境(高感知社会善念): “请注意, 规则依然是他/她先选, 你后选, 被方框圈起来的代表他/她已经选择的食物, 你不能重复选, 只能从剩下的食物里面进行选择。但是他/她的选择发生了变化, 如图3所示, 请仔细看他/她做出的选择, 并想想你还剩下哪些选择, 再继续回答接下来的问题。”并回答与情境一相同的问题。最后, 被试填写其性别、年龄。实验到此结束。

2.4 结果与分析

被试在低感知社会善念情境和高感知社会善念情境下的投资额、捐助额、人际印象评分结果如表1所示:

表1 被试在不同感知社会善念水平下的人际决策结果 ($N=38$)

Table 1 Exploratory factor analysis results ($N=38$)

反应	低感知社会善念	高感知社会善念
投资额	4.21	6.23
捐助额	16.03	24.45
友善度	3.50	5.11
再次见面的愿望	3.32	5.00

对低感知社会善念水平和高感知社会善念水平下被试的投资额进行配对样本 t 检验, 分析表明, 被试的投资额存在显著差异, $t=-3.370$, $df=37$, $p<0.01$, 即在高感知社会善念水平下被试的投资额显著高于低感知社会善念水平下的投资额;

对低感知社会善念水平和高感知社会善念水平下被试的捐助额进行配对样本 t 检验, 分析表明, 被试的捐助额存在显著差异, $t=-2.398$, $df=37$, $p<0.05$, 即在高感知社会善念水平下被试的捐助额显著高于低感知社会善念水平下的捐助额;

对低感知社会善念水平和高感知社会善念水平下被试对玩家 A 的友善度评分进行配对样本 t 检验, 分析表明, 被试对玩家 A 的友善度评分存在显著差异, $t=-5.817$, $df=37$, $p<0.001$, 即在高感知社会善念水平下被试对玩家 A 的友善度评分显著高于低感知社会善念水平下的友善度评分;

对低感知社会善念水平和高感知社会善念水平下被试想要与玩家 A 再次见面的愿望评分进行配对样本 t 检验, 分析表明, 被试再次见到玩家 A 的愿望评分存在显著差异, $t=-5.808$, $df=37$, $p<0.001$, 即相比于低感知社会善念, 在高感知社会善念水平下被试想要再次见到玩家 A 的愿望更强。

3 讨论

实验结果发现, 不同感知社会善念水平下, 被试的投资额、捐助额、对玩家 A 友善度的评价和再次见面的欲望存在显著的差异。具体表现为, 在高感知社会善念水平下, 被试的投资额、捐助额更高, 并

且对玩家A友善度的感知更高,想要再次与她/他见面的愿望也更强。

在投资额方面, 窦凯(2018)使用信任博弈范式,发现相比于低社会善念者,与高社会善念者合作的被试会选择较高的投资额,即更信任被投资者^[12]。本研究支持了这一结果,社会善念之所在提高信任水平方面发挥着重要作用,主要是因为实施者在人际互动中对他人选择权的尊重与保护行为,这一行为使得个体认为实施者是值得信赖的,对对方的回报行为产生积极的预期。这种互惠行为倾向会迅速促进双方信任关系的发展。已有的元分析结果表明,在人际互动中,个体对他人的友善动机的信念有助于人际信任的产生,当个体感知到他人友善动机时会更倾向于选择信任他人^[17]。可见,当被试感知到实施者拥有较高的社会善念水平时,会认为其更可信任。

在捐助额方面,不同感知社会善念水平下个体的捐助额之间存在显著的差异,可能与情绪有关。窦凯(2018)的研究发现,接受高社会善念行为的被试体验到更强的积极情绪和更弱的消极情绪^[5]。关于情绪和助人行为的关系,研究者认为,情绪认知是影响助人意向和助人行为的因素^[18]。助人行为是亲社会行为中的一种,且积极心境促进亲社会行为,而消极心境对亲社会行为的作用并不一致,有时表现为促进作用,有时表现为抑制作用^[19]。因此,高感知社会善念水平下被试的捐助额显著高于低感知社会善念水平,可能是被试在人际互动中体验到较高的积极情绪,从而产生助人行为。

在人际印象(感知的友善度、再次见面的愿望)方面,本研究与前人研究取得较为一致的结果。van Doesum et al(2013)通过一个包含2个试次、3类决策倾向者的SoMi实验,探讨行为接受者对不同决策倾向者的印象。结果发现,接受者认为,两次均选择非唯一物品和一次选择唯一物品而另一次选择非唯一物品的决策者更友好,更可信赖。对于两次均选择唯一物品的决策者,往往给接受者留下很不友好、不可信赖且自私的印象^[2]。

4 结论

本研究考察了人际互动中实施者的社会善念对接受者人际决策的影响,从研究结果可以得出如下结论:

- (1) 高社会善念行为有助于提高接受者的信任水平,主要表现为在高感知社会善念条件下接受者与高社会善念者进行信任博弈时愿意提供更多的投资额。
- (2) 社会善念行为的实施使接受者随后的捐助互动中表现出助人行为,主要表现为在高感知社会善念水平下接受者愿意提供更多的捐助额资助贫困大学生。
- (3) 社会善念行为提升接受者对实施者的人际印象,即相比于低感知社会善念,高感知社会善念水平下被试认为实施者更友善、想要再次见面的愿望更强烈。

5 研究局限与展望

首先,招募的被试多为大学生,没有对小学生、初中生、高中生、以及在职人士等不同群体展开系统调查,因此研究结论的生态效度相对较弱,未来的研究可以扩大取样范围。其次,本研究主要考察接受者识别不同社会善念行为后人际决策方面的变化,但被试可能对实施者社会善念行为动机进行不同的归因,也就是说认知因素很可能发挥作用,然而本研究无法排除此类认知因素在人际互动过程中可能产

生的影响。最后,本研究采取问卷法进行在线的测量,还需通过严谨的实验室研究进行更具体、更有效的考察与验证。因此,未来研究中还需更谨慎的考虑上述不足。

参考文献

- [1] 窦凯, 裴衍刚, 王玉洁等. 人际互动中的社会善念: 概念, 测评及影响机制 [J]. 心理学进展, 2017, 007 (009): 1101-1112.
- [2] Doesum N V, Lange D V, Lange P V. Social Mindfulness: Skill and Will to Navigate the Social World [J]. Journal of Personality & Social Psychology, 2013, 105 (1): 86-103.
- [3] Lange P V, Doesum N V. Social mindfulness and social hostility [J]. Current Opinion in Behavioral Sciences, 2015, 3: 18-24.
- [4] Declerck C H, Boone C, Emonds G. When do people cooperate? The neuroeconomics of prosocial decision making [J]. Brain & Cognition, 2013, 81 (1): 95-117.
- [5] 窦凯, 刘耀中, 王玉洁等. “乐”于合作: 感知社会善念诱导合作行为的情绪机制 [J]. 心理学报, 2018, 50 (01): 101-114.
- [6] Twenge J M, Catanese K R, Baumeister R F. Social exclusion causes self-defeating behavior [J]. Journal of Personality and Social Psychology, 2002, 83 (3): 606-615.
- [7] Hashimoto H, Li Y, Yamagishi T. Beliefs and preferences in cultural agents and cultural game players [J]. Asian Journal of Social Psychology, 2011, 14: 140-147.
- [8] Van D, Jan-Willem V P, Lot V, et al. Social Hostility in Soccer and Beyond [J]. Plos One, 2016, 11 (4): e0153577.
- [9] 陈雅姣. 感知社会正念和心理距离对大学生信任修复的影响 [D]. 上海师范大学, 2019.
- [10] 张蔚, 张振, 高宇等. 经济决策中人际信任博弈的理论模型与脑机制 [J]. 心理科学进展, 2016, 24 (11): 1780-1791.
- [11] Irwin K, Edwards K, Tamburello J A. Gender, trust and cooperation in environmental social dilemmas [J]. Social Science Research, 2015, 50: 328-342.
- [12] 窦凯, 裴衍刚, 王玉洁等. 信任还是设防? 互动博弈中社会善念对合作行为的促进效应 [J]. 心理科学, 2018, 41 (2): 390-396.
- [13] McGuire A M. Helping Behaviors in the Natural Environment: Dimensions and Correlates of Helping [J]. Personality and Social Psychology Bulletin, 1994, 20 (1): 45-56.
- [14] 何霞红. 助人行为两难现象的心理机制探析 [J]. 教育评论, 2013 (3): 54-56.
- [15] 郭青青, 王良燕, 韩冰. 社会拥挤对助人行为意愿的影响 [J]. 管理科学, 2020, 33 (3): 97-111.
- [16] 丁凤琴, 宋有明. 感恩与大学生助人行为: 共情反应的中介作用及其性别差异 [J]. 心理发展与教育, 2017, 33 (3): 289-296.
- [17] Balliet D, Lange P. Trust, conflict, and cooperation: A meta-analysis [J]. Psychological Bulletin, 2013, 139 (5): 1990-1112.
- [18] 付慧欣. 助人行为研究综述 [J]. 前沿, 2008 (7): 156-158.
- [19] 寇戎, 唐玲玲. 心境对亲社会行为的影响 [J]. 北京师范大学学报 (社会科学版), 2004 (5): 44-49.

The Influence of Perceived Social Mindfulness on Interpersonal Decision-making

Zhang Jie¹ Yu Xuan^{2,3} Guan Jian¹ Yang Liu² Wang Zhongxiong²

1. School of Education, Ningxia University, Ningxia;

2. School of Business Administration, Chongqing Technology and Business University, Chongqing;

3. College of Life Science and Technology, University of Electronic Science and Technology of China, Sichuan

Abstract: Social mindfulness refers to the behavior that individuals pay attention to, respect and protect the needs and rights of others in good faith in interpersonal interaction, which helps to promote the cooperative behavior of others. In order to test the influence of perceived social mindfulness on interpersonal decision-making, we set up an interactive game situation between “giver and receiver”. Through manipulating perceived social mindfulness level, trust game, charitable giving and self-reported questionnaire were used to measure the trust level and interpersonal decision-making of the recipients in the process of interaction. The results showed that compared with the low perceived social mindfulness group, participants in the high perceived social mindfulness group showed higher levels of trust, higher donations, and better interpersonal impression of the doer.

Key words: Social mindfulness; Interpersonal decision-making; Interpersonal trust; Helping behavior; Personal impression