

人际关系感知影响记忆从众

赵春黎^{1,2,3}

(1 100871) (2 832003) (3 832003)

摘要 人际关系感知、通感()和 () 不 人 感, 感 人 从 影响。 为 与他们 为 ; 与 为 (为从), 为, 与 度。 人 变 影响 从 ; 不 关键 从 , 人 。 B842.3

1 引言

人们会有意识或者无意识地感受到他人的影响, 从而改变自己的态度和行为, 与他人, 的从 (Newell & Shanks, 2014; Trautmann-Lengsfeld & Herrmann, 2012)。从 改变态度、 或者行为, 的或 的 (Cialdini & Goldstein, 2004)。从 人或 人 或 人 影响 人或 他 (Gabbert, Memon, & Allan, 2003)。 自己、他人 会影响到 从 (Wright, London, & Waechter, 2010)。, 感 到他人 (Echterhoff, Hirst, & Hussy, 2005), 或 为 的 (French, Garry, & Mori, 2011), 或 自 己的 (Gabbert et al., 2003; Gabbert, Memon, & Wright, 2007), 受到他人 影响, 从 行为。 度、 影响 自己和他人的, 而影响 从。 与 度, 有 的人, 从

的 (Axmacher, Gossen, Elger, & Fell, 2010)。, 有 的 受他人 的影响 (Brown & Schaefer, 2010), 会 , 从而 从。 (Allan & Gabbert, 2008)。无 度, 自己和他人的 (Wright, Self, & Justice, 2000)。, 人 的 度, 影响 从。 的人 态度、 或 他人 或行为, 从而影响 从。 他人的, 与 的, 到 (Meade & Roediger, 2002)。, 与 行 到、 有 (Gabbert, Memon, Allan, & Wright, 2004)。 虚假 与 合作 获得, 而不通 案、 虚构 媒 报 或他人 报 获得, 一 报 虚假 (Paterson & Kemp, 2006a)。

: 2016-3-21

通 作者: , E-mail: xz104@pku.edu.cn。

当被试与熟悉的人(恋人、朋友)或陌生人观看从不同角度拍摄的同一事件的视频,并对部分或全部事件细节进行讨论后,被试自由回忆时更容易报告出恋人和朋友提供的、被试不可能在视频中看到的信息()。相比于陌生人,与朋友一起参加记忆实验时,被试理所当然地认为朋友的记忆更正确,对朋友也表现出更多的记忆从众()。以上研究表明,人际关系亲密的个体之间更容易发生记忆从众现象。

以往研究对人际关系的操纵多基于现实生活中已经形成的、稳定的人际关系。本研究则关注个体在实验任务中形成的、 的人际关系

的记忆从众。在实验 中, 操纵同 的记忆 (实验一)或对 、 形的 (实验)与被试 或 的一 (同 同) ,从 发被试对不同的同 生不同亲密度的的人际关系 , 个相对的 的人际关系操纵能 被试在后 认任 中的记忆从众。实验一和实验 之所以分 与 认任 相关或 关的任 发不同亲密度的同 关系, 为 人际关系对记忆从众的

实验一 认任 操纵同 同

在实验一中,被试 与一个同 一起 一 系 , 成 分心任 ,然后对 进行认 (个), 后 事后 卷。认 验 个 。在第一 , 被试 对 个 进行 ,然后看到同 对 个 的 ,实验操纵不同同 的 与被试 的一 ,分 、 个 ; 同 件 ,同 与被试 一的 为 ; 同 件 ,一 的 为 。在第 ,被 试 看到同 对 个 进行 的 ,然后 自 。 认第一 同 的操纵 能 起被试与同 不同的亲密 度, 亲密 度 记忆从众,则第 被试 出的 时 更多地与 同 同 。

方法

被试

生 (对半 岁 均年龄为 ± 岁)自愿参与本实验。所

被试视力或矫正视力正常, 精神病史或神经症。

设计及流程

单因素被 设 , 自变量为被试 成第 一 认任 时同 与其回忆的一 (同),分为 、 个 ; 因变量为 成第 一 认任 时被试与同 认的一 (被试与同 出相同 的比例 一)、以及被试的 辨别力(信号检 论指标 d' 被试把 为 的比例与把 为 的比例之差)。 同 的操纵以 形式进行, 被试与一个 (或) 同 的同 成所 任 后, 与另一个同 成 些任 。与 、 同 同 成任 的顺序在被试间 衡。

, 屏幕中央出现注视点 毫秒, 呈现 毫秒,要求被试努力记住 个 。 循环,直到 个 。 分心任 , 被试在 分钟 ,在 上成 的加 。 认 验的第一 (), 屏幕中央 出现注视点 毫秒; 呈 现一个 ,被试 个 ; 被试 后,屏幕上呈现“ 的 已 对 , 对 ” 毫秒; 后呈 现被试与同 的 (、) 毫秒。

一个试 。 一 认 的 由 个 和 个 成。在 认 验的第 (), 屏幕中央 出现注视点 毫秒, 呈现“ 对 ” 毫秒, 然后呈现一个 及同 的 (同 对 和 认 的正确 均为),被试 要 个 ; 被试 后,屏幕上呈现 “ 已 对 ” 毫秒。 一个试 。 一 认 由第一 出现的 个 和 个 成。



实验一 认

, 4
 ,
 , 10
 2.1.3 材料

SUBTLEX -CH -WF (Cai & Brysbaert, 2010) 240

(0.72/ 0.78/),
 (0.75/), 120

6 (1=50%、2=50%~60%、3=60%~70%、4=70%~80%、5=80%~90%、6=90%) ;

7 (1= /) ;
 , 7= /) ;

(1= , 7=) 、
 (1= , 7=) 、
 IOS (7)

(Aron, Aron, & Smollan, 1992)。

2.2 结果

()
 ,
 , F (1,45) =12.39, p=0.001, η²=0.216,
 (64±10%)
 (59±11%)。

(d')
 2 (: 、) ×2 (: 、)

, F (1,45) =81.54, p<0.001, η²=0.644,
 (d'=0.60±0.25) (d'=0.14±0.33) ;
 (1,45) =3.27, p=0.077, d'=0.068,

(d'=0.39±0.30)
 (d'=0.34±0.28) ;

(2), F (1,45) =12.39, p=0.001, η²=0.216。 t ,

(d'=0.63±0.23)
 (d'=0.56±0.28), t (45) =1.93, p=0.06 ;

(d'=0.06±0.33)
 (d'=0.22±0.32)

, t (45) =-3.30, p<0.01。

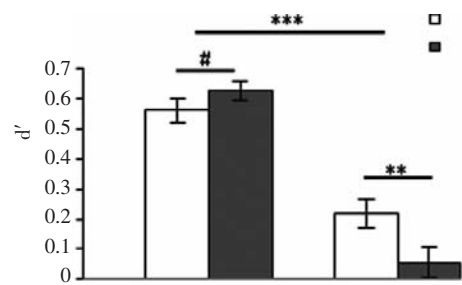


图2 同伴赞同率及判断正误对辨别力的影响
 : ***p<0.001, **p<0.01, #0.05<p<0.1, □。

1。 ,
 , t (45) =5.46, p<0.001 ;
 , t (45) =

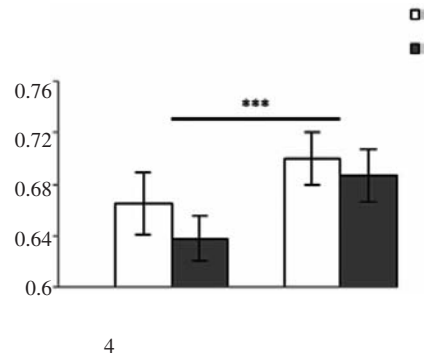
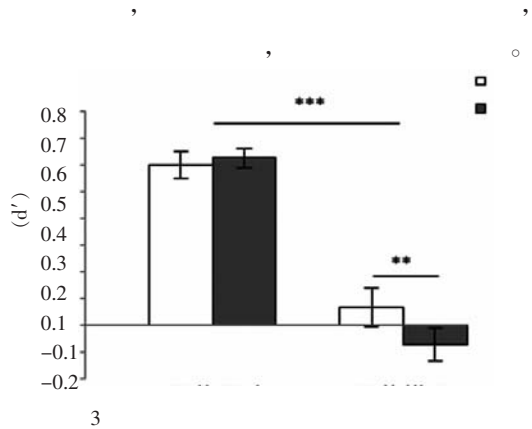
1.92, p=0.06。
 , t (45) =2.35, p=0.023 ;
 , t (45) =2.41, p=0.02 ;

:
 , t (45) =6.35, p<0.001,
 , t (45) =5.90, p<0.001,
 , t (45) =4.88, p<0.001。

2.3 讨论

,
 ,
 ,
 ;
 ,
 ,

($d'=0.33\pm 0.37$) , $F(1,35) = 3.19, p = 0.083, \eta^2 = 0.083$,
 ($d'=0.28\pm 0.30$) ; (0.68 ± 0.13)
 (3), $F(1,35) = 7.79, p < 0.01, \eta^2 = 0.182$. $t(35) = 0.11$;
 ($d'=0.62\pm 0.22$) , (0.66 ± 0.11)
 ($d'=0.60\pm 0.30$) , $t(35) = 0.60, p = 0.55$;
 , $t(35) = -2.72, p = 0.01$,
 ($d' = -0.07\pm 0.37$)
 ($d' = 0.06\pm 0.44$)。



3 , $t(35) = 8.81, p < 0.001$,
 2 (: 、 , $t(35) = 2.84, p < 0.01$ 。
) $\times 2$ (: 、) , $t(35) = 3.08, p < 0.01$;
 , $t(35) = 3.76, p = 0.001$ 。
 , $t(35) = 6.22, p < 0.001$;
 , $t(35) = 4.42, p < 0.001$;
 , $t(35) = 4.95, p < 0.001$ 。
 3.3 讨论

表 2 实验二 同伴感知和同伴关系的描述统计 ($M\pm SD$)

1.86±1.48	1.78±0.96	4.06±0.92	4.31±0.95	4.58±1.13	4.53±0.84	2.92±1.18
4.25±1.08	2.28±0.97	4.61±1.23	4.94±0.83	5.56±0.88	5.47±0.84	4.19±1.65

记忆从众会降低被试的词组
 被试会的记忆，众与»
 。的会记忆众。
 的为会从的记忆
 从众? 的行，会的
 行为。的与 (的
 的)，的与
 的 (的)。
 研究，与试的
 ，试与，试的
 与。的，试
 与)的，试之 (与
)的，试与
 遇
 的理，的
 ，与的理， 22
 的符会的为。研究，
 的，的 (的) 的
 的试记忆 (的
)，试记忆的为
 (的)。
 之 (-
 的、)，与
 会的、 (的
)。
 研究，试为
 或图形偏好 - 与
 形成，受到众研究的。调
 节，试感为的高% 众的被
 试遇到到

- Gabbert, F., Memon, A., & Allan, K. (2003) . Memory conformity: Can eyewitnesses influence each other's memories for an event? *Applied Cognitive Psychology, 17* (5) , 533–543.
- Gabbert, F., Memon, A., Allan, K., & Wright, D. B. (2004) . Say it to my face: Examining the effects of socially encountered misinformation. *Legal and Criminological Psychology, 9* (2) , 215–227.
- Gabbert, F., Memon, A., & Wright, D. B. (2007) . I saw it for longer than you: The relationship between perceived encoding duration and memory conformity. *Acta Psychologica, 124* (3) , 319–331.
- Hope, L., Ost, J., Gabbert, F., Healey, S., & Lenton, E. (2008) . “With a little help from my friends...” : The role of co-witness relationship in susceptibility to misinformation. *Acta Psychologica, 127* (2) , 476–484.
- Meade, M. L., & Roediger, H. L. (2002) . Explorations in the social contagion of memory. *Memory & Cognition, 30* (7) , 995–1009.
- Newell, B. R., & Shanks, D. R. (2014) . Unconscious influences on decision making: A critical review. *The Behavioral and Brain Sciences, 37* (1) , 1–19.
- Paterson, H. M., & Kemp, R. I. (2006a) . Comparing methods of encountering post-event information: The power of co-witness suggestion. *Applied Cognitive Psychology, 20* (8) , 1083–1099.
- Paterson, H. M., & Kemp, R. I. (2006b) . Co-witnesses talk: A survey of eyewitness discussion. *Psychology, Crime & Law, 12* (2) , 181–191.
- Peker, M., & Tekcan, A. I. (2009) . The Role of Familiarity Among Group Members in Collaborative Inhibition and Social Contagion. *Social Psychology, 40* (3) , 111–118.
- Pratkanis, A. (2007) . *The science of social influence: Advances and future progress*. New York: Psychology Press.
- Reysen, M. (2005) . The effects of conformity on recognition judgements. *Memory, 13* (1) , 87–94.
- Trautmann-Lengsfeld, S. A., & Herrmann, C. S. (2012) . 2012年2月24日(星期一) 10:16:26