

白谎对合作行为的促进效应： 感知社会善念与信任的链式中介作用

邱芳玲^{1,2}, 余 林²

(1. 成都市同辉(国际)学校, 成都 610074; 2. 西南大学心理学部, 重庆 400715)

摘 要:谎言具有极大的破坏性,人们对它避之不及,从而忽略了兼具利他性和欺骗性的白谎所带来的积极效应,更忽略了其对旁观者的影响。本研究试图从第三方视角入手探讨白谎对合作的影响及其心理机制。研究一利用信任游戏和公共物品博弈实验范式探究白谎、信任与合作行为的关系,结果表明白谎能显著促进旁观者的合作行为,信任在其中起中介作用;研究二在研究一的基础上增加了感知社会善念这一变量,进一步探究白谎影响合作行为的内在机制,结果表明白谎对合作行为的促进效应是通过感知社会善念与信任的链式中介路径实现的。本研究不仅扩大了白谎的研究范围,为有效的社会人际交往提供理论依据,更有助于人们辩证看待谎言,更好的利用白谎促进人际间的交流与合作,建立更为和谐的人际关系。

关键词:白谎;合作行为;信任;感知社会善念;第三方视角

中图分类号:B848

文献标志码:A

文章编号:1003–5184(2024)06–0530–09

1 引言

“谎言如洪水猛兽般具有毁灭性”这个命题在日常生活中被不断重复,世代相传,人们甚至形成了谎言厌恶的自动直觉思维。但并非所有的谎言都具有破坏性,特别是被称为善意谎言的白谎。Broomfield 等人(2002)将白谎定义为说谎者在充分理解说真话会给听话者带来消极反应,而说谎话会给听话者带来积极反应的情况下,为了听话者的利益所做出的违背事实的虚假陈述,其核心是从他人利益出发而说的假话。Erat 和 Gneezy (2012)根据说谎者的利益得失进一步将白谎分为了三类,第一类是有损失的白谎,即对说谎者来说会损失利益;第二类是无损失的白谎,即对说谎者来说没有利益损失;第三类是相互受益的白谎,即对说谎者来说会获得利益,但这种谎言对于听话者来说也是有收益的。

研究发现白谎具有缓解社交尴尬的功能(Tosone, 2006),社交情景中不恰当的实话会让自己与他人陷入无所适从的状态,而白谎则有助于转移和结束话题,维持与他人之间的礼貌和体面。另外白谎还有利于建立和谐的人际关系,如亲子关系(Brummelman et al., 2014)、医患关系(Karnieli–Miller et al., 2007; Zeltzer, 2003; Hughes et al., 2002)和朋辈关系等(Spottswood & Hancock, 2016)。此外,白谎在生活中随处可见,发生频率高达每天1~2次(Serota et al., 2010; DePaulo & Kashy, 1998),大

约20%的社交中人们会说白谎(Kashy & DePaulo, 1996);同时人们认为说白谎的人更值得被信任,赋予说白谎的人更积极的评价,也更加愿意同这类人交往(Biziou–van–Pol et al., 2015; Kaplar & Gordon, 2004; Levine & Schweitzer, 2014, 2015)。相反,缺乏白谎能力会导致人们在社交过程中采取不恰当的社交策略,容易遭到同伴的嘲笑和排挤(孙圣涛等, 2014; 陈建军等, 2020)。

当前的研究大都来自国外,国内对于白谎的研究极少。但白谎如此常见,影响到生活的方方面面,我国作为人口大国,社会交际更加复杂多元,白谎的作用更不容忽视。同时现有研究均是以白谎的互动双方为切入点展开,即A说白谎,B的反馈是什么。这种研究的优势在于说话者可以清晰直接的收到听话者的反馈;但也存在一定的不足,即当反馈是来自听话者B时,说话者A无法判定B对自身行为的赞成是出于互惠心理还是真实感受;况且个体存在于社会集体当中,其行为是否被社会接受,如何通过社会反馈确定行为合理性以及自我价值,绝非仅靠白谎接受者一方B的反馈就能达成,而应当将白谎置于更加广阔的社会背景中,利用第三方的旁观者视角来帮助白谎者确定自身行为的合理性,其意义更显重大。因此本文的第三方视角研究是指旁观者C目睹了白谎者A和B的白谎互动情景,在后续的社会互动中C对A的看法及行为表现。该视角研究

的现实意义在于此类研究可以指导人们合理利用白谎进行人际交往,建立和谐关系,而理论价值则是可以扩大白谎研究的视角,为有效的社会人际交往提供理论依据。

白谎发生在人类的社会互动情境之中,而人类长期发展进化的过程中最常见的人际互动当属合作。从经济理性角度来看,合作能达到利益最大化的目的,是指向个体自然选择的结果(Hagen & Hammerstein, 2006);从社会理性角度来看,合作是为了与主流群体决策保持一致,是建立社交网络、增强归属感、避免被排斥的有效途径(Caporalet al., 1989)。因此,从个体与社会的长远利益发展来看,探索白谎对合作的影响十分重要,这也是推进社会和谐的重要依据之一。同时,我国作为典型的集体主义国家,合作行为相较于个人主义国家更加复杂多元,频率也更高(Marcus & Huy, 2013; Ladbury & Hinsz, 2018)。因此,本研究拟从第三方视角出发,探讨中国文化背景下白谎对合作的影响及其潜在的心理机制。

通过已有文献梳理,尚未发现从第三方视角直接探讨白谎与合作的研究文献,不过一些相关构念之间的研究,可以让我们推论白谎与合作行为之间的关系,以及其作用机制的心理路径。

1.1 白谎、信任与合作

虽然白谎包含欺骗性,但同样兼具利他性,传递出亲社会信号。多项研究表明与诚实相比,白谎能引起更高的信任水平,得到更高的道德评价(Levine & Schweitzer, 2015; 黄聪慧, 2020; Kaplar & Gordon, 2004)。白谎者的亲社会意图比诚实者更高,在囚徒困境和独裁者游戏中给予对方更多的投资,表现出更高的合作行为(Biziou - van - Pol et al., 2015)。以上研究表明白谎传达的亲社会信号更强,能有效促进信任与合作。

信任是合作行为的基础,是促进合作的重要因素,能增进合作行为(何志芳等, 2019; 马剑虹, 徐美玲, 2011),该结论在青少年样本中也同样成立,并且随着青少年年龄的增长,个体会更加信任对方,在信任游戏中给对方更多的投资(Van Den Bos et al., 2011; Van Den Bos et al., 2010),由此可见,信任能够促进合作行为。

虽然以上文献研究均是从人际互动双方切入,表明白谎能够有效促进信任与合作,并未直接从第三方视角进行研究,但根据班杜拉的学习理论

可知,处于白谎情景中的第三人C可以通过观察白谎接收者的行为及行为后果学习到该行为,即第三人C看到了白谎接收者B在接收了A的白谎行为以后获得了更多的利益,避免了不必要的伤害。这种观察也能增加第三人C对白谎者A的好感,从而对A表达更多的信任,进而在后续的社会交往中对A做出合作行为。

根据上述文献梳理和分析,本研究提出假设1:从第三方视角来看,白谎对合作行为依然具有促进效应,即第三方旁观者能觉察出白谎者A对B的行为,但依然愿意相信白谎者,在后续的社会交往中与白谎者A进行合作。假设2:信任在白谎和合作行为中起中介作用,即白谎可通过增加信任进一步增加合作行为。

1.2 感知社会善念与信任的链式中介作用

除了信任是白谎影响合作的中介变量,在梳理和分析文献过程中,我们发现感知社会善念也可能是影响白谎与合作的又一重要变量。

社会善念反映了个体在人际依存情境中对他人需要与利益的善意关注(Van Doesum et al., 2013)。有研究指出,社会善念的传递是一个认知与情绪同时参与的双加工过程(Van Lange & Van Doesum, 2015)。而感知社会善念(Perceived Social Mindfulness)是指感知到他人A在人际互动中对B的善意关注,既有对A行为上的认同,也有情绪上的共鸣。

已有研究表明他人通过行为传达的社会善念对建立良好的人际和团队合作关系有着举足轻重的作用(Van Doesum et al., 2016)。感知社会善念有助于合作行为,与低感知社会善念组相比,高感知社会善念组的合作行为更高,此结果在宗教信仰凝聚力更强的藏族学生中也得到了证实(崔占玲等, 2023)。此外,研究发现感知社会善念不仅能直接促进合作行为,还能间接通过信任促进被试的合作行为(窦凯等, 2018),即使在信任受损以后,感知社会善念也能促进信任的修复(王怀勇等, 2023)。这些研究有力地说明了感知社会善念、信任与合作的关系,即感知社会善念能够提升信任水平进而促进合作行为(感知社会善念→信任→合作行为)。

同时,研究表明被试在白谎者那里感知到更多的社会善念,这种善念与被试认为白谎者更值得被信任呈现正相关关系(Levine & Schweitzer, 2014, 2015)。在信任的ABI模型中,善意(benevolence)是除了能力(ability)和诚信(integrity)之外影响人

们信任水平的最具代表性的特质因素 (Mayer et al., 1995); 白谎相较于诚实而言, 传达的善意水平更高, 引起的信任水平也更高 (Levine & Schweitzer, 2014, 2015)。当这种信任的关系快速建立起来后, 又会进一步促进合作行为的发生 (Van Lange & Van Doesum, 2015)。可见, 白谎对合作行为的作用路径可能会通过感知社会善念和信任来实现, 即白谎传达善意, 善意被他人感知, 增强他人的信任水平, 信任促进合作行为 (白谎→感知社会善念→信任→合作行为)。

本研究提出假设 3: 在第三方视角中, 白谎能够促进合作行为, 感知社会善念和信任在其中起链式中介作用。

2 研究 1: 白谎对合作行为的影响: 信任的中介作用

研究目的: 研究试图探究在第三方视角下, 白谎对合作行为是否具有促进效应, 同时信任在其中是否起中介作用。

2.1 研究方法

2.1.1 研究对象

样本量通过使用 $G * Power$ 进行先验功效分析, 在两组样本量比例为 1 时, 为了得到 $d = 0.8$, $\alpha = 0.05$, $power = 0.8$ 的结果, 至少需要 52 名被试。通过网络招募在校学生 60 名 ($18 - 27$, $M_{age} = 21.70$, $SD = 2.553$), 每组 30 人, 其中男性 27 人, 女性 33 人, 所有被试均无精神病史且以往未参加过类似实验。

2.1.2 实验设计

单因素被试间设计, 自变量为言语类型 (诚实, 白谎), 因变量为信任与合作, 测量指标为信任游戏中被试的金钱传递额以及公共物品博弈游戏中的投资额, 另外分别补充了 2 个题目来测量被试的合作态度以及信任态度 (Levine & Schweitzer, 2015), 每个题目均是 7 点计分, 1 代表完全不同意, 7 代表完全同意, 题目如下。

信任态度题目: (1) 我相信搭档会返钱给我; (2) 我有十足的把握搭档会返钱给我

合作态度题目: (1) 我愿意和搭档一起完成这个投资游戏; (2) 如果可以的话, 我想换个搭档 (反向计分)

2.1.3 研究工具

言语类型: 白谎故事材料 (黄聪慧, 2020), 在实际的调查中, 超过 50% 的人认为在 Erat 等人 (2012) 提出的三类白谎中, 有损失白谎更为常见, 因此仅保

留有损失白谎以及诚实选项作为实验材料, 且根据白谎的定义利用欺骗性、利他性、有意性三个指标来判断被试是否能够有效区分白谎与诚实。

信任行为: 利用信任游戏 (Trust Game) 实验范式 (Berg et al., 1995) 中的金钱传递额测量信任水平。具体的游戏规则是: 玩家 1 的初始金额为 10 元, 玩家 2 为 0 元, 玩家 1 可以选择保留 10 元不传递给玩家 2, 也可以选择传递一部分金额 ($0 < X \leq 10$) 给玩家 2; 若选择自留则游戏结束, 玩家 1 获得 10 元, 玩家 2 获得 0 元; 若选择传递金钱给玩家 2, 那么传递的金额 X 到达玩家 2 手里翻倍为 $3X$, 此时玩家 2 同样有两种选择, 返还或者不返还金钱给玩家 1; 若选择不返回金钱, 那么游戏到此结束, 最终玩家 1 获得 $10 - X$ 元, 玩家 2 获得 $3X$ 元; 若选择返还一部分金额 Y , 那么玩家 1 最终获得 $10 - X + Y$ 元, 玩家 2 获得 $3X - Y$ 元。被试在游戏中担任玩家 1, 搭档担任玩家 2, 游戏图解如图 1 所示。

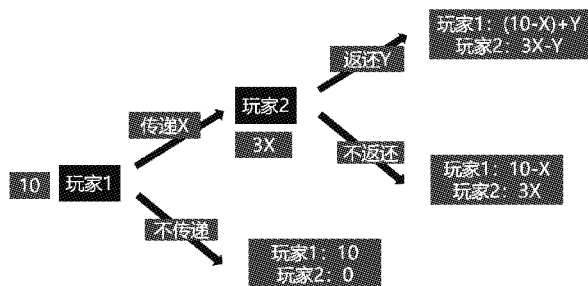


图1 信任游戏图解

合作行为: 利用公共物品博弈 (Public Goods Game, PGG) 实验范式中的单次博弈投资额测量合作行为。具体规则是: 玩家 1 和玩家 2 的初始金额为 10 元, 需要各自拿出投资的钱放入投资箱 X 、 Y ($0 \leq X, Y \leq 10$), 投资箱的钱翻 1.2 倍后平分给玩家, 玩家 1 手中的最终金额为 $1.2(X + Y)/2 + (10 - X)$, 玩家 2 手中的最终金额为 $1.2(X + Y)/2 + (10 - Y)$ 。公共物品博弈实验范式如图 2 所示。被试在此游戏中担任玩家 1, 搭档担任玩家 2, 且玩家 1 和玩家 2 不在同一空间, 互相不了解对方的投资情况。

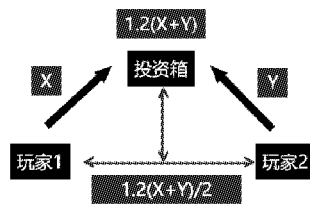


图2 公共物品博弈图解

2.1.4 研究程序

被试首先填写知情同意书以及个人基本信息,然后阅读信任游戏规则并完成规则理解测试(如下例所示),未能理解游戏者立即停止实验,测试题回答正确后告知被试需要挑选搭档一同完成接下来的实验。在信任游戏和公共物品博弈实验中,被试均担任玩家 1,搭档担任玩家 2。为了让被试更了解他的搭档,主试告知被试有一份搭档以前完成的问卷可供参考(该问卷即白谎故事材料,阅读搭档以前完成的问卷材料即模拟被试作为第三方他人观察搭档在白谎情景中的行为表现,同时通过搭档在问卷中的选择来给被试分组,若搭档选择 A 则被试为白谎组,选择 B 则为诚实组。若白谎组的被试在信任游戏和公共物品博弈实验中相较于诚实组给予搭档更多的金钱,即可验证实验假设),阅读完搭档的问卷后被试完成信任游戏,该部分完成以后,让被试阅读公共物品博弈游戏规则并完成规则理解测试,未能理解游戏者立即停止实验,通过测试后继续完成公共物品博弈游戏实验。在本实验中,所有的被试都通过了信任游戏和公共物品博弈实验的规则测试。实验结束后,支付一定报酬给被试作为答谢。

信任游戏规则测试题:

- 1、假如你选择“自留 10 元”,队友还有机会做选择吗? _____,那么你最终将获得 _____元? 队友获得 _____元?
- 2、假如你选择“传递 4 元”,队友选择“返还 0 元”,那么你最终将获得 _____元? 队友获得 _____元?
- 3、假如你选择“传递 8 元”,队友选择“返还 12 元”,那么你最终将获得 _____元? 队友获得 _____元?

公共物品博弈实验的规则测试题:

- 1、假如你在投资箱中放入 8 元,搭档放入为 0 元,那么,你最终会获得 _____元,搭档会获得 _____元。
- 2、假如你在投资箱中放入 2 元,搭档放入 7 元,那么,你最终会获得 _____元,搭档会获得 _____元。

2.2 研究 1 结果

2.2.1 分组有效性检验

以言语类型为分组变量,根据白谎的特性(Bromfield et al., 2002)利用独立样本 t 检验判断白谎组与诚实组在利他性、欺骗性、有意性是否存在差异,结果表明在利他性($t = 27.91, p = 0.000 < 0.05$, $Cohen's d = 7.46$),欺骗性($t = 12.47, p = 0.000 < 0.05$, $Cohen's d = 3.22$),有意性($t = 10.57, p = 0.000 < 0.05$, $Cohen's d = 3.09$)上白谎组和诚实组之间均存在显著差异,说明自变量的分组操纵有效。

2.2.2 各变量的描述统计及相关分析

数据分析过程中,信任游戏中被试的金钱传递额(信任)以及公共物品博弈游戏中的投资额(合作),这两个因变量均作为连续变量参与计算;各变量的描述性统计和变量间的相关分析结果见表 1 所示,言语类型、信任与合作之间两两呈现正相关关系。进一步独立样本 t 检验,结果显示在传递额上,白谎组($M = 7.83, SD = 2.07$)与诚实组($M = 3.17, SD = 1.84$)存在显著差异, $t = -9.23, p = 0.000 < 0.05$, $Cohen's d = 2.25$,白谎组更高;在投资额上,白谎组($M = 7.40, SD = 2.34$)与诚实组($M = 3.93, SD = 1.74$)存在显著差异, $t = -6.51, p = 0.000 < 0.05$, $Cohen's d = 1.68$,同样是白谎组更高。结果表明与诚实相比,白谎更能促进信任与合作行为。

表 1 各变量的描述统计及相关分析($N = 60$)

变量	相关				
	1	2	3	4	5
1. 言语类型	1				
2. 传递额(信任)	0.77***	1			
3. 投资额(合作)	0.65***	0.81***	1		
4. 信任态度	0.71***	0.79***	0.65***	1	
5. 合作态度	0.77***	0.72***	0.62***	0.80***	1
M	—	5.50	5.67	9.22	9.88
SD	—	3.05	2.69	3.60	3.84

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$;言语类型 0 = 诚实组, 1 = 白谎组,下同,表中均为非标准化数据。

2.2.3 中介效应分析及 Bootstrap 检验

使用 SPSS 的插件 Process 对中介效应进行检

验,选择 4 号模型,以言语类型为自变量,传递额(信任)为中介变量,投资额(合作)为因变量,采用

逐步法对中介模型进行回归分析(温忠麟,叶宝娟,2014),结果如表2所示。数据结果表明,整个回归模型有效($F = 42.32, R^2 = 0.42, p < 0.001$),总效应 $C = 3.47$,中介效应的 Bootstrap 检验结果表明,言语

类型→投资额的直接效应不显著,95% CI 为 $[-0.60, 1.30]$,言语类型→传递额→投资额的间接效应显著,95% CI 为 $[2.09, 4.30]$,其路径图如图3所示,假设1和假设2得到验证。

表2 中介模型的回归分析

变量	方程1		方程2		方程3	
	因变量:投资额		因变量:传递额		因变量:投资额	
	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>B</i>	<i>t</i>
言语类型	3.47	6.51***	4.67	9.23***	0.31	0.48
传递额					0.68	6.31***
R^2	0.42		0.60		0.66	
F	42.32***		85.22***		55.25***	

注:传递额=信任,投资额=合作行为,表中均为未标准化的原始数据,下同。

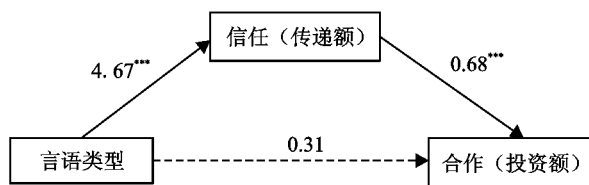


图3 中介模型的路径图

研究1结果表明从第三方视角来看,白谎对合作行为具有促进效应,即作为第三方旁观者更愿意和白谎者合作而非诚实者,而信任在其中起中介作用。经过文献梳理可知,白谎对信任的促进作用可能来自于第三方所感知到的说白谎的人所传达出来的善意(Levine & Schweitzer, 2014, 2015; Bizziou - van - Pol et al., 2015; 黄聪慧, 2020),因此感知社会善意可能发生在信任之前,从而使得上述心理机制是一个链式中介,接下来本研究进一步探讨白谎影响合作的心理路径。

3 研究2:感知社会善意与信任在白谎与合作间的链式中介作用

研究目的:试图验证在第三方视角下白谎对合作行为的积极影响,并进一步探究感知社会善意与信任在白谎促进合作行为中是否起链式中介作用。

3.1 研究方法

3.1.1 研究对象

本实验的样本量同样通过使用 $G * Power$ 进行先验功效分析,在两组样本量比例为1时,为了得到 $d = 0.8, \alpha = 0.05, power = 0.8$ 的结果,至少需要52名被试。因此重新招募被试60名(18-27, $M_{age} = 20.40, SD = 2.14$),其中男性24人,女性36人。因是自主抽取搭档,故分到白谎组和诚实组被试并不完全相等,白谎组29人,诚实组31人,所有被试均无精神病史且以往未参加过类似实验。

3.1.2 实验设计

本研究是一个单因素被试间设计,自变量为言语类型(诚实,白谎),因变量为合作,信任以及感知社会善念得分。其中,合作与信任这两个变量的测量指标同研究1。本实验依旧测量了被试的信任与合作态度,题目同研究1。

3.1.3 研究工具

言语类型、信任和合作行为:同研究1

感知社会善念:采用回溯性问卷测量(Van Doosum et al., 2013; 窦凯等, 2018),该问卷包含4个部分,分别是与他人共事的意愿(Willingness to collaborate, WC; 3个条目,本研究中内部一致性系数 $\alpha = 0.91$)、是否期待在现实生活中和他相遇(Desire to meet real life, DM; 3个条目,本研究中内部一致性系数 $\alpha = 0.95$)、喜欢程度(Liking, L; 3个条目,本研究中内部一致性系数 $\alpha = 0.90$)和感知自利水平(Perceived self interestedness, PSI; 3个条目,本研究中内部一致性系数 $\alpha = 0.85$),题目均为7点计分,1代表完全不同意,7代表完全同意;分值越高,感知社会善念越强。

3.1.4 研究程序

在研究2当中,被试挑选搭档并阅读白谎故事材料后需要先完成感知社会善念问卷,再完成信任游戏和公共物品博弈游戏,其余流程同研究1。

3.2 研究2结果

3.2.1 分组有效性检验

以言语类型为分组变量进行独立样本 t 检验,结果表明在利他性($t = 18.38, p = 0.000 < 0.05, Cohen's d = 4.83$),欺骗性($t = 10.81, p = 0.000 < 0.05, Cohen's d = 2.82$),有意性($t = 6.90, p = 0.000 < 0.05, Cohen's d = 1.78$)上白谎组和诚实组之间

均存在显著差异,说明自变量的操纵有效。

3.2.2 各变量的相关分析及描述统计

各变量的描述统计及相关分析如表3所示,结果显示言语类型分别与感知社会善念、信任、合作均呈现显著正相关关系。进一步独立样本*t*检验发现

在感知社会善念得分上,白谎组($M = 19.71, SD = 1.79$)与诚实组($M = 15.29, SD = 3.03$)存在显著差异, $t = -6.94, p = 0.000 < 0.05, Cohen's d = 1.78$,白谎组更高。

表3 各变量间的相关分析与描述统计($N = 60$)

变量	相关					
	1	2	3	4	5	6
1. 言语类型	1					
2. 投资额	0.28*	1				
3. 传递额	0.36**	0.63***	1			
4. 感知社会善念	0.67***	0.41**	0.50***	1		
5. 合作态度	0.80***	0.36**	0.43***	0.73***	1	
6. 信任态度	0.62***	0.40**	0.58***	0.67***	0.62***	1
<i>M</i>	—	5.03	5.55	17.43	9.60	8.92
<i>SD</i>	—	2.18	2.51	3.34	3.63	3.10

3.2.3 链式中介效应检验

采用SPSS的插件Process对中介模型进行检验,选择6号模型,Bootstrap的抽样次数设置为5000,结果如表4所示:该数据结果表明,整个回归模型有效($F = 4.87, R^2 = 0.08, p = 0.03 < 0.05$),总效应 $C = 1.20$,直接效应不显著,Bootstrap检验中

95%置信区间为 $[-1.41, 1.34]$,间接效应显著,95%置信区间为 $[0.14, 5.59]$,即言语类型→感知社会善念→信任(传递额)→合作(投资额)的间接预测路径显著,因此链式中介模型成立,假设3得到验证。其路径图如图4所示:

表4 链式中介模型的回归分析

变量	方程1		方程2		方程3		方程4	
	因变量:投资额		因变量:感知社会善念		因变量:传递额		因变量:投资额	
	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>B</i>	<i>t</i>
言语类型	1.20	2.21*	4.42	6.82***	0.28	0.37	-0.08	-0.13
感知社会善念					0.34	2.98**	0.09	0.90
传递额							0.50	4.85***
R^2	0.08		0.45		0.25		0.41	
F	4.87*		46.54***		9.44***		13.06***	

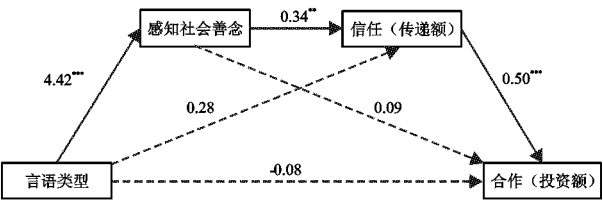


图4 链式中介模型的路径图

4 总讨论

白谎与人们通常所说的谎言并不完全相同,从其动机和功能来看,白谎包含利他性,是一种亲社会行为,它对人际关系的建立、维护和促进具有积极作用(陈建军等,2020);同时白谎对儿童的成长发育起着重要的作用,白谎技能的习得有利于儿童顺利地融入社交团体,促进身心健康发展。

本研究进一步发现,即使从第三方旁观者的视

角来看,第三方他人在白谎情景中没有从白谎者的白谎中获益,在避免了互惠心理和社会赞许效应等以后依然愿意同白谎者合作,这种合作意愿甚至是大于诚实个体的。而在白谎促进合作行为的心理机制中,感知社会善念和信任在其中起链式中介作用。

4.1 白谎影响合作行为的机制

研究1结果表明信任在白谎与合作行为间起中介作用,即白谎可以通过信任间接预测合作行为,该结果与前人研究一致(Biziou - van - Pol et al., 2015; Kaplar & Gordon, 2004; Levine & Schweitzer, 2014, 2015)。Biziou - van - Pol等人(2015)的研究表明白谎传达出更强的亲社会信号,能够有效促进合作行为;Levine和Schweitzer(2015)的研究表明被试在信任游戏中传递更多的金钱给白谎者,白谎能

有效增加了信任水平;何幸等人(2016)发现人际信任水平对合作行为有显著的正向预测作用,即信任能促进合作行为的产生。此外研究也发现信任能促进合作(马剑虹,徐美玲,2011;何志芳等,2019)。以往的研究是对两个变量的研究,是从互动双方视角切入,揭示了白谎与信任以及信任与合作行为的关系。而本研究则纳入了三个变量,并且创新性的从第三方视角切入,研究结果表明即使是在社会交往大背景中,不直接经历白谎情景的第三方他人也能给予白谎者正面的肯定,更愿意同白谎者合作,而白谎对合作行为的促进效应是通过信任实现的,初步揭示了白谎影响合作行为的机制。

研究2加入了新的变量——感知社会善念,用来更进一步揭示白谎影响合作的心理过程。结果表明感知社会善念和信任在白谎与合作行为之间起链式中介作用,该结果强有力地证明了实验假设,即在白谎增加信任这条路径中间还存在着一个关键变量(感知社会善念)。相对于诚实组而言,白谎通过增加旁观者的感知社会善念水平,进而增加其信任水平,从而促进更高的合作行为。同时模型中加入感知社会善念这一变量后,信任的简单中介作用不再显著,表明白谎影响合作行为的心理路径是一个链式中介过程。此结果的出现可在早期的文献当中捕捉到一些线索,Mayer等人早在1995年便提出了信任的ABI模型用来说明信任的构成要素,在善意、能力和诚信当中,善意是影响信任最重要的特质,该结论在本实验中再次得到验证。本研究中被试在白谎搭档处感知到的社会善念水平更高,对白谎搭档的信任水平也更高,因此在公共物品博弈当中给白谎搭档的投资也更多,即表现出更多的合作行为。此外,白谎传达社会善念进而增加信任的结论也在另外的研究中有所体现(Levine & Schweitzer, 2014, 2015; Biziou - van - Pol et al., 2015; 黄聪慧, 2020),人们对那些传达高社会善念的个体也表现出更高的信任水平与更多的合作行为(窦凯等, 2018; Balliet & Van Lange, 2013)。结合本研究结果和相关文献可得出结论——白谎对合作的促进效应可通过感知社会善念和信任的链式中介路径实现。

4.2 研究创新

本研究主要有以下几点创新。

(1)以往关于白谎的研究均是从第一人称或第二人称的视角展开的,而本研究从第三人视角入手,使白谎的影响范围不仅限于交往双方,这扩大了白

谎的研究范围,有利于考察白谎行为的社会后果,并从观察者的视角揭示白谎影响合作的心理过程,使白谎的研究内容和视角更加饱满,丰富了人类关于白谎对合作的影响及其机制的认识。

(2)和以往从语言学角度、修辞学角度入手研究白谎不同,本研究主要从心理学角度入手,详细深入地探讨了白谎影响合作行为的深层原因,丰富了白谎的研究内容;同时国内鲜有以成人为对象开展的白谎研究,本研究也在一定程度上填补了研究年龄范围过窄的问题。

4.3 研究启示

本研究得出了白谎促进合作是通过感知社会善念和信任实现的,揭示了白谎影响合作的内在机制,不仅具有一定的理论价值,还对现实的人际交流有很好的启示作用。

(1)本研究进一步确认白谎具有积极作用,这有助于人们辩证地看待谎言,合理运用白谎促进人际的交流和合作。白谎兼具欺骗性与利他性。白谎的发出者并不能通过白谎接收者完全确认白谎可能的积极效应,甚至可能在白谎发出后,产生自我怀疑以及后悔、懊恼等情绪体验,难以肯定自己行为的正当性。而本研究揭示出第三方对白谎发出者的支持与认可,明确了白谎这一行为的正当性以及积极作用。这种对于白谎发出者的肯定可以帮助他们减少心理负担,坚定自己的选择。同时,尝试以第三方的视角去看待白谎这一行为,就会多一分理解,体会到白谎背后的善意以及白谎发出者的用心良苦。这有利于维系感情,增进彼此之间的信任,为进一步的人际交流与合作打下基础。

(2)本研究发现,白谎对合作行为的影响是通过感知社会善念这一变量实现的。只有从白谎中感知到善意,才能增加信任和合作。对善意的感知需要第三方具备一定的心理理论能力,这样才能正确理解白谎产生的情境和白谎发出者的意图。这意味着白谎的积极效应有一定的边界和条件,在日常生活和交流中,我们一方面需要提升人们的心理理论能力;另一方面,白谎的发出者也可以呈现一些行为线索,以此提升他人从白谎中感知到的善意。

4.4 研究不足与展望

本研究的不足主要体现在以下几个方面。

(1)首先所选取的被试群体为在校学生,样本多样性以及代表性稍微欠缺,因此生态效度会受到一定的影响;

(2)根据前期调研和文献阅读,本研究仅探讨了有损失白谎相对于诚实对合作行为的影响,未全面地分析其他类型谎言(如无损失谎言和相互受益谎言)与诚实相比会对合作行为产生怎样的影响,以及不同类型白谎对合作行为的影响是否有差异,后续的研究可以在这方面继续深入探讨。

5 研究结论

本研究通过2个实验探究了白谎与合作行为的关系以及感知社会善念、信任在其中的作用,得出了以下结论:

(1)从第三方视角来看,白谎对合作行为具有促进效应,这种促进效应是通过信任这一中介实现的;

(2)白谎促进合作行为的进一步内在机制是通过感知社会善念和信任的链式中介路径实现的。

参考文献

- 崔占玲,王淑敏,仇不凡,樊志清,路正国.(2023).环境中藏族学生的合作行为:社会善念与合作者的作用.民族高等教育研究,11(5),53-59,87.
- 陈建军,单盛楠,风华,于晓辉,陈西梅,梁斐.(2020).行为技能训练提升随班就读自闭症学生白谎能力的干预研究.中国特殊教育,(8),35-42.
- 窦凯.(2016).感知社会正念:有效促进合作行为的心理机制(博士学位论文).暨南大学,广州.
- 窦凯,刘耀中,王玉洁,聂衍刚.(2018).“乐”于合作:感知社会善念诱导合作行为的情绪机制.心理学报,50(1),101-114.
- 何幸,崔丽莹,曹玮佳,张蕾,高权丽.(2016).人际信任对初中生合作行为的影响:一个有调节的中介模型.第十九届全国心理学学术会议摘要集(pp.267-268).
- 何志芳,杨艳,刘建平.(2019).人际信任与合作的培养:基于信任和公共品博弈的实验研究.心理学探新,39(6),533-539.
- 黄聪慧.(2020).善意谎言对信任的影响:共情的作用(硕士学位论文).苏州大学,苏州.
- 马剑虹,徐美玲.(2011).信任及其对公共财物两难博弈中合作行为影响.应用心理学,17(1),10-17.
- 孙圣涛,周雨馨,李燕.(2014).中度智力障碍学生对白谎的理解.中国特殊教育,(11),22-26.
- 王怀勇,许雅梅,岳思怡,陈雅姣.(2023).感知社会善念对信任修复的促进:社会距离与时间距离的调节作用.心理科学,46(1),113-120.
- 温忠麟,叶宝娟.(2014).中介效应分析:方法和模型发展.心理科学进展,(5),731-745.
- Balliet, D., & Van Lange, P. A. M. (2013). Trust, conflict, and cooperation: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 139(5), 1090-1112.
- Baron-Cohen, S. (1992). Out of sight or out of mind? Another look at deception in autism. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 33(7), 1141-1155.
- Berg, J., Dickhaut, J., & McCabe, K. (1995). Trust, reciprocity, and social history. *Games and Economic Behavior*, 10(1), 122-142.
- Biziou-van-Pol, L., Haenen, J., Novaro, A., Liberman, A. O., & Capraro, V. (2015). Does telling white lies signal pro-social preferences? *Judgment and Decision Making*, 10(6), 538-548.
- Broomfield, K. A., Robinson, E. J., & Robinson, W. P. (2002). Children's understanding about white lies. *British Journal of Developmental Psychology*, 20(1), 47-65.
- Brummelman, E., Thomaes, S., de Castro, B. O., Overbeek, G., & Bushman, B. J. (2014). "That's not just beautiful—that's incredibly beautiful!" The adverse impact of inflated praise on children with low self-esteem. *Psychological Science*, 25(3), 728-735.
- Caporael, L. R., Dawes, R. M., Orbell, J. M., & Van de Kragt, Alphonse J. (1989). Selfishness examined: Cooperation in the absence of egoistic incentives. *Behavioral and Brain Sciences*, 12(4), 683-739.
- DePaulo, B. M., & Kashy, D. A. (1998). Everyday lies in close and casual relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(1), 63-79.
- Erat, S., & Gneezy, U. (2012). White lies. *Management Science*, 58(4), 723-733.
- Hagen, E. H., & Hammerstein, P. (2006). Game theory and human evolution: A critique of some recent interpretations of experimental games. *Theoretical Population Biology*, 69(3), 339-348.
- Hughes, J. C., Hope, T., Reader, S., & Rice, D. (2002). Dementia and ethics: The views of informal carers. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 95(5), 242-246.
- Kaplar, M. E., & Gordon, A. K. (2004). The enigma of altruistic lying: Perspective differences in what motivates and justifies lie telling within romantic relationships. *Personal Relationships*, 11(4), 489-507.
- Karnieli-Miller, O., Werner, P., Aharon-Peretz, J., & Eidelman, S. (2007). Dilemmas in the (un) veiling of the diagnosis of Alzheimer's disease: Walking an ethical and professional tight rope. *Patient Education and Counseling*, 67(3), 307-314.
- Kashy, D. A., & DePaulo, B. M. (1996). Who lies? *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(5), 1037-1051.
- Ladbury, J. L., & Hinsz, V. B. (2018). How the distribution of

- member expectations influences cooperation and competition in groups; A social relations model analysis of social dilemmas. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 44 (10) , 1502 – 1518.
- Levine, E. E. , & Schweitzer, M. E. (2014). Are liars ethical? On the tension between benevolence and honesty. *Journal of Experimental Social Psychology*, 53, 107 – 117.
- Levine, E. E. , & Schweitzer, M. E. (2015). Prosocial lies; When deception breeds trust. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 126, 88 – 106.
- Marcus, J. , & Huy, L. E. (2013). Interactive effects of levels of individualism – collectivism on cooperation; A meta - analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 34(6) , 813 – 834.
- Mayer, R. C. , Davis, J. H. , & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, 20(3) , 709 – 734.
- Serota, K. B. , Levine, T. R. , & Boster, F. J. (2010). The prevalence of lying in America; Three studies of self – reported lies. *Human Communication Research*, 36(1) , 2 – 25.
- Spottswood, E. L. , & Hancock, J. T. (2016). The positivity bias and prosocial deception on facebook. *Computers in Human Behavior*, 65, 252 – 259.
- Tosone, C. (2006). Living everyday lies; The experience of self. *Clinical Social Work Journal*, 34(3) , 335 – 348.
- Van Den Bos, W. , Van Dijk, E. , Westenberg, M. , Rombouts, S. A. R. B. , & Crone, E. A. (2011). Changing brains, changing perspectives; The neurocognitive development of reciprocity. *Psychological Science*, 22, 60 – 70.
- Van Den Bos, W. , Westenberg, M. , Van Dijk, E. , & Crone, E. A. (2010). Development of trust and reciprocity in adolescence. *Cognitive Development*, 25(1) , 90 – 102.
- Van Doesum, N. J. , Van Lange, D. A. W. , & Van Lange, P. A. M. (2013). Social mindfulness; Skill and will to navigate the social world. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(1) , 86 – 103.
- Van Doesum, N. J. , Van Prooijen, J. W. , Verburgh, L. , & Van Lange, P. A. M. (2016). Social hostility in soccer and beyond. *Plos One*, 11(4) , e0153577.
- Van Lange, P. A. , & Van Doesum, N. J. (2015). Social mindfulness and social hostility. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 3, 18 – 24.
- Zeltzer, B. B. (2003). To lie or not to lie; That is the question. *American Journal of Alzheimer's Disease and Other Dementias*, 18(6) , 325 – 326.

White Lie's Promotion Effect on Cooperation Behavior: The Chain Mediating Role of Perceived Social Mindfulness and Trust

Qiu Fangling^{1,2}, Yu Lin²

(1. Chengdu Tonghui(International) School, Chengdu 610074;

2. Department of Psychology, Southwest University, Chongqing 400715)

Abstract: Due to the immense destructiveness of lies, people tend to avoid them at all costs, thereby neglecting the positive effects brought by white lies, which possess both altruism and deceit, as well as their impact on the third – party perspective. This study attempts to explore the influence of white lies on cooperation from the third – party perspective and clarify the psychological mechanisms through which white lies affect cooperation. Study 1 utilizes the trust game and public goods game experimental paradigms to investigate the relationship between white lies, trust, and cooperative behavior. The results indicate that white lies can significantly promote third – party's cooperative behavior, with the trust mediates the influence of white lies on cooperation. Study 2 builds upon Study 1 by introducing the variable of perceived social mindfulness, further exploring the underlying mechanisms through which white lies influence cooperative behavior. The results confirm the positive effect of white lies on cooperation, which is achieved through a chained mediation path involving perceived social mindfulness and trust. The findings above reveal the psychological mechanism through which white lies promote cooperative behavior by enhancing perceived social mindfulness and trust, thereby broadening the scope of white lie research from the third – party perspective. This contributes to a dialectical view of lies among people and enables better utilization of white lies to facilitate interpersonal communication and cooperation.

Key words: white lies; cooperation; trust; perceived social mindfulness; third – party