

# Name Letter Effect—An Index of Implicit Self-Esteem

Nianjun Gu, Hongsheng Yang, Fang Wang

Department of Psychology, Southwest University, Chongqing  
Email: [yanghs@swu.edu.cn](mailto:yanghs@swu.edu.cn), [979444207@qq.com](mailto:979444207@qq.com)

Received: Feb. 17<sup>th</sup>, 2014; revised: Feb. 19<sup>th</sup>, 2014; accepted: Feb. 24<sup>th</sup> 2014

Copyright © 2014 by authors and Hans Publishers Inc.  
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).  
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## Abstract

Name-letter effect refers to the phenomenon that people evaluate the letters in their own names more favorably than letters that are not in their own names. It reflects an implicit positive attitude towards the self and self-related objects, thus, it can be used as an index of implicit self-esteem. The current paper introduced the procedures and scoring methods for name-letter effect, findings of using name-letter task, as well as its implications in life decisions and task performances. Two issues that remain for future research and the feasibility of studying name-letter effect in Chinese context were discussed.

## Keywords

Name-Letter Effect; Implicit Esteem; Explicit Esteem; Implicit Egotism

# 姓名字母效应：内隐自尊的一种反映指标

顾念君, 杨红升, 王 芳

西南大学心理学部, 重庆  
Email: [yanghs@swu.edu.cn](mailto:yanghs@swu.edu.cn), [979444207@qq.com](mailto:979444207@qq.com)

收稿日期: 2014年2月17日; 修回日期: 2014年2月19日; 录用日期: 2014年2月24日

## 摘 要

姓名字母效应表现为个人对于自己名字的组成字符有着相对于其他字符的偏好, 反映了个体对于自我以

及和自我有关的事物的内隐积极态度，常被作为考察内隐自尊的一个重要指标。文章介绍了姓名字母效应的研究程序与记分方法、以姓名字母偏好任务研究内隐自尊的有关发现以及姓名字母效应对于实际生活决策和任务成绩的影响，并在展望部分提出了需要进一步研究的问题及在中文语境下研究姓名字母效应的可行性。

## 关键词

姓名字母效应；内隐自尊；外显自尊；内隐自我中心

## 1. 引言

姓名是代表个人身份的社会标签，在社会交往中起着区分自己与他人的重要作用。对于个人而言，自己的名字具有独特的心理意义和情感价值，因此被看作是自我的延伸。事实上，早在十九世纪即已有研究者指出了姓名与自我的关联(Hall, 1898)。

由于其所蕴含的强烈情绪色彩及和自我的紧密关联，名字经常被作为一类特殊的材料用于研究自我、注意及意识。这其中最为著名的发现可能就是所谓的“鸡尾酒会效应”(cocktail-party effect)，即，在非注意条件下自己的名字通常也能够很容易地被觉察和识别出来(Moray, 1959)。在近年来采用注意瞬脱、重复知盲等多种任务和范式的研究中，自己的名字被一致地证明具有独特的认知加工优势，并被作为检验昏迷病人觉醒程度的一种材料(Arnell, Shapiro, & Sorensen, 1999; Fischer, Dailler, & Morlet, 2008; Shapiro, Caldwell, & Sorensen, 1997)。

除了在认知加工中表现出的独特性外，自己的名字在情感偏好方面的独特性也已经得到了证实，这种偏好甚至于可以在内隐层面上表现出来。例如，Nuttin (1985)发现，在向被试呈现配对的字母(部分配对中会出现被试姓名的组成字母)并要求其从中选出自己相对更喜欢的一个时，尽管被试意识不到研究的真实目的且未注意到这些字母与自己名字的关系，他们仍然会倾向于更多地选择那些构成自己姓名的字母。Nuttin 将这种现象称之为姓名字母效应(name-letter effect)，并提出对自己姓名组成字母的偏好反映了被试对自我以及与自我有关的事物的积极态度。

自 Nuttin (1985)之后，对自己姓名组成字母的特殊偏好在至少 15 种语言中都得到了重复证实，甚至有研究表明日本被试对于日文平假名材料同样表现有姓名字母效应(Hoorens, Nuttin, Herman, & Pavakanun, 1990; Kitayama & Rarasawa, 1997; Nuttin, 1987)。针对女性被试的研究还发现，在因结婚而改随夫姓两年后被试即会对自己的新姓氏表现出姓名字母效应，同时还可以在结婚二十年后仍保持着对自己本姓组成字母的偏好(Stieger & LeBel, 2012)。对来自完整/离异家庭的大学生进行的对比则发现，后者对自己姓氏及父亲名字首字母的偏好要低于前者(DeHart, 2002)。上述研究一致表明，姓名字母效应是一种与个人身份及自我有关的普遍而稳健的现象。在此基础上，该研究领域还有两个重要的进展。其一是 Greenwald 与 Banaji (1995)提出姓名字母效应可能反映了个体对待自我的积极态度并能够被用来测量内隐自尊。另一个则是 Kitayama 与 Karasawa (1997)发展出了一种以 Likert 评价量尺进行的简易测量程序，从而使得姓名字母偏好评价任务在内隐自尊的测量中得到了更广泛的应用。

姓名字母效应在目前普遍被认为能够反映个体的内隐自尊，而相应的姓名字母偏好评价任务也已经成为与内隐联想测验一样得到广泛使用的内隐自尊测量工具。因此，研究姓名字母效应对于理解内隐自尊、自控乃至内隐社会认知等心理现象都具有重要的理论意义。此外，由于对自己姓名组成字母的偏好还被证明会影响到决策及完成任务的成绩(见本文第 4 部分)，因而该领域的研究同时还具有一定的应用价

值。基于此，本文计划对姓名字母效应的有关研究进行综述并分析在中文语境下应用姓名字母(字符)偏好评价任务或其变式进行研究的可能性。

## 2. 姓名字母效应的测量程序与记分方法

在其关于姓名字母效应的开创性研究中，Nuttin (1985)采用了一种配对比较任务来测量被试对自己姓名的偏好，其程序为依次呈现配对字母要求被试以二选一的方式从中选出自己相对更喜欢的字母，通过比较自己名字的组成字母与其他字母被选中的比例来检验被试是否对前者有着更高的偏好。在其后的众多研究中，由于姓名的首字母比其他组成字母表现出了更明显的偏好效应，因而研究者更多地采用了一种简化实验任务，即首字母偏好评分任务(Initial Preference Task, IPT)。也有研究者将其称之为姓名字母评分任务(Name Letter Task, NLT)。该任务的做法是以随机方式或按照字母表的排列顺序以固定方式向被试依次呈现字母表上的全部字母，要求其在 Likert 式量尺上评价自己对每个字母的喜好度，通过比较被试姓名的首字母与字母表上其他字母的得分对姓名字母效应进行检验(Kitayama & Rarasawa, 1997; Koole, Dijksterhuis, & van Knippenberg, 2001)。

在姓名字母效应的测量方法方面，指导语与评价任务已被证明会影响到研究结果。例如，如果要求被试根据第一印象评价其是否喜欢某个字母，通常可以得到偏好自己姓名的组成字母的结果；但如果任务是要求他们仔细思考到底喜欢或者不喜欢该字母的哪些特征的话，却往往得不出姓名字母效应。在具体评价任务上，有研究者会要求被试对字母的吸引力(attractiveness)进行评价，另有研究则会要求被试评价该字母的喜好度(likeability)，后一种任务能够得到更强的姓名字母效应(Stieger, Voracek, & Formann, 2012)。而根据 Sakellaropoulo 与 Baldwin (2007)的观点，这两种任务所考察的对象实际上是内隐自尊的两个不同方面。此外，在不同研究中字母的呈现顺序、评价量尺的类型以及内隐与外显测量工具的施测顺序等都存在着一些不同，这些因素同样可能会影响到研究结果。例如，Stieger、Voracek 与 Formann (2012)的两项元分析研究发现，以 2 点量尺进行评价所得到的姓名字母偏好效应量最小，5 点与 9 点量尺得到的结果却比较相似。

除了在施测阶段要注意上述可能影响结果的诸多因素外，记分方法对于测量和分析姓名字母效应同样至关重要。当前常见的记分方法主要有五种。1) 基线校正算法(Baseline-corrected algorithm)。针对每一个字母，计算出姓名未以该字母开头的所有被试对其喜好度的平均评分并以此作为基线，然后从姓名首字母为该字母的被试对它的评分中减去基线，得到一个代表相对喜好度的差值，即为该被试的姓名字母效应得分(Kitayama & Rarasawa, 1997)。这种记分方法在目前使用最为广泛，其优点是能够控制不同字母因为视觉外观或出现频率不同等因素而造成的自身吸引力程度的高低差异，缺点则在于会受到被试个人反应偏向及所使用的特定样本的影响。2) 自校正算法(Self-corrected algorithm)。该算法首先计算出被试对自己姓名首字母的其他所有字母的平均评分，然后从姓名首字母的得分中减去该平均分，以差值作为该被试的姓名字母效应值(Schröder-Abé, Rudolph, Wiesner, & Schütz, 2007)。这种算法可以较好地控制反应偏向、情绪情感状态等个体差异因素的干扰，但却难以象基线校正算法那样控制字母本身特点对于评分的影响。3) 复校正算法(Double-correction algorithm)。这种算法类似于基线校正算法与自校正算法的结合体，可以同时控制不同字母吸引力的差异和被试自身的反应偏向。其做法是，首先按照基线校正算法的程序对姓名首字母的评分做基线校正，然后再将得分除以该被试对字母表上所有字母的评分均值(该均值作为被试自己的基线评分)，从而实现第二次校正(Gawronski, Bodenhausen, & Becker, 2007)。4) 自比复校正算法(Ipsatized double-correction algorithm)。该算法的程序分为三步，首先，针对单个被试分别计算其对非姓名首字母的其他所有字母进行评分的平均值，然后从每一个字母的评分中再减去该平均值(此即所谓的自比，相当于是—次校正)，得到所有字母的自比分数；其次，针对每一个字母，计算姓名未

以该字母开头的被试在其上的自比评分均值；最后，将被试姓名首字母的自比分数减去在第二步中得到的该字母的平均自比分数。该算法兼具前面三种算法的优点，能够很好地控制字母自身特点所造成的差异及被试的反应偏向(Baccus, Baldwin, & Packer, 2004)。LeBel 与 Gawronski (2009)在其元分析研究中进一步证明了自比复校正算法具有最高的信度，并提出这是一种最优的记分方法。5) Z 转换复校正算法(Z-transformed double-correction algorithm)。首先在单个被试中计算出每个字母评级的标准分(这一步工作实现了对被试反应偏向的校正)，然后按照基线校正算法的程序对每个字母的标准分计算出平均值作为基线，最后以被试姓名首字母评分的标准分与该基线分数的差值作为其姓名字母效应的得分(De Raedt, Schacht, Franck, & De Houwer, 2006)。

### 3. 姓名字母效应与自尊

在关于姓名字母效应的早期研究中，研究者侧重于验证这种效应的稳定性与普遍性，在理论上则将其看作是单纯拥有效应(mere ownership effect)的情感表达或者是自恋(narcissism)的一种特殊表现(Nuttin, 1985, 1987)。而随着近年来内隐社会认知研究的兴起，研究者开始从内隐自尊的角度思考姓名字母效应(Greenwald & Banaji, 1995; Kitayama & Rarasawa, 1997)。事实上，用来测量姓名字母效应的首字母偏好评价任务现在已经成为了内隐联想测验之外又一种重要的内隐自尊测量工具(Stieger & Burger, 2013; Stieger, et al., 2012)。

#### 3.1. 作为内隐自尊指标的姓名字母效应

内隐自尊是内隐社会认知领域的重要研究内容，指的是自我态度在个体对与自我有关抑或分离的事物进行评价时所产生的的一种无法觉察(或不能准确觉察)的影响作用(Greenwald & Banaji, 1995)。对于多数人来说，内隐自尊的核心特征之一是对与自我有关的事物表现出一种积极的评价偏向。根据这一定义，Koole 与 Pelham (2003)提出了检验姓名字母效应是否能够反映内隐自尊的四个标准并逐条进行了论证：姓名的组成字母能够反映自我；对自己姓名组成字母的评价能够表现出一种积极的正性偏向；个体自己意识不到这是一种指向自己的正性偏向；这种正性偏向源自于自己姓名的组成字母与自我之间的关联而非其他因素。

首先，如果要将姓名字母效应作为内隐自尊的一种表现形式，那么必须能够证明姓名及其组成字母与自我有关。这一点实际上是显而易见的，无论是在功能还是在符号意义上姓名都与自我有着紧密的联系，而自己的名字更是被大量实验室研究一致地证明了具有不同于其他人名的独特加工优势，如著名的“鸡尾酒会效应”(Moray, 1959; Shapiro, Caldwell, & Sorensen, 1997)。

关于第二条标准，前已述及，姓名字母效应自 Nuttin (1985)之后已在欧美及亚洲 15 个国家的多种语言中得到了证实，这其中包括了泰语和日语平假名字符(Hoorens, Nuttin, Herman, & Pavakanun, 1990; Kitayama & Rarasawa, 1997)。除了使用的字符不同外，这些研究在评价任务与量尺类型等方面也都有所差异，但结果却非常一致，从而证明了人类对于自己姓名的组成字母具有非常稳定和普遍的积极偏好。

第三、如果姓名字母效应确实能够反映出内隐自尊，那么被试必须能够在意识不到这些字母与自己有关的情况下表现出对它们的偏好。为了验证这一点，研究者采用了以随机方式呈现字母、将字母与其他符号混合呈现等手段来避免被试意识到实验的真实目的，最终仍然得到了肯定性的结果(Jones, Pelham, Mirenberg, & Hettis, 2002)。另有研究表明，即使是明确地以高额奖赏激励被试去寻找刺激材料间的结构且对任务时间不做限制，被试仍然意识不到其与自己名字的关系但却会表现出姓名字母效应(Nuttin, 1987)。Wentura、Kulfanek 和 Greve(2005)的阈下实验对此给出了更有说服力的证据。在该实验中，研究者首先以阈下方式呈现被试自己或对照人名的首字母，然后给出人格特质形容词要求被试判断其情绪效价。结

果表明，在启动刺激为自己名字的首字母时，被试对积极人格形容词的判断速度显著快于消极人格形容词。

最后，有多方面证据能够排除对自己姓名组成字母的偏好源自于单纯接触效应(mere exposure effect)或任务策略等因素的可能。所谓单纯接触效应，指的是对某种刺激的反复多次接触可以提高被试对该刺激的喜好度(Zajonc, 1980)。但多项研究都发现，被试对自己姓名组成字母的偏好与字母的频率没有关系。即使这些字母非常少见，他们仍会对其表现出比其他常见的非姓名字母更高的偏好，姓名较罕见的被试甚至于会表现出更强的姓名字母效应(Hoorens & Nuttin, 1993; Jones, et al., 2002; Kitayama & Rarasawa, 1997)。另外一些研究结果则更直接地表明姓名字母效应与个人身份和自我评价有着密切的关联。例如，Jones 等人(2002)的研究发现，与低外显自尊的被试相比，高外显自尊的被试对自己姓名组成字母的偏好在自我概念受到威胁时会有显著增强。关于姓名字母效应的性别差异研究则发现，欧美国家及日本的男性与女性被试分别会对自己的姓和名的首字母表现出最强的喜好(Kitayama & Rarasawa, 1997; Pelham, Mirenberg, & Jones, 2002)。由于没有证据能够证明男性与女性(尤其是未婚的大学生被试)在姓和名的使用经验上会有不同，所以这种性别差异很难用单纯接触效应加以解释，而更可能与婚姻习俗对个人身份的影响有关。在这些国家中，女性婚后通常会改随夫姓。对于她们来说，名才是其终生不变的身份标志因而会更加重视，男性相对而言则会更看重由家族传承而来的姓。至于任务策略，由于被试通常意识不到任务与自己/自己名字的关系，且没有证据能够表明偏好自己姓名的组成字母会给当事人带来某种现实的好处，因而也可以排除它会影响到姓名字母效应的可能(Koole & Pelham, 2003)。

在将姓名字母效应看作是内隐自尊的一种指标后，有多项研究考察了姓名字母偏好评价任务的测量学特征并与其他内隐自尊测量任务进行了对比(Bosson, Swann, & Pennebaker, 2000; Krause, Back, Egloff, & Schmukle, 2011; Rudolph, Schröder-Abé, Schütz, Gregg, & Sedikides, 2008; Stieger, et al., 2012)。总的来说，这种测量任务具有较好的重测信度，即使是只有两个项目的首字母偏好评价任务也被证明具有和内隐联想测验相当的信度；但研究者在检验该任务的效度时却遇到了困难，主要是因为姓名字母偏好评价任务不仅与外显自尊测量任务的相关较低，同时也未表现出与其他内隐自尊测量任务的相关。不过，这实际上是所有内隐自尊测量任务共同存在的问题。多项研究都表明，包括内隐联想测验、单类内隐联想测验、Go/No-go 联想测验、外部情绪性 Simon 任务以及姓名字母偏好评价任务等在内的多种内隐自尊测量任务/工具测得的结果彼此之间都未出现或仅表现出很弱的相关(Bosson, et al., 2000; Rudolph, et al., 2008)。因此，对姓名字母偏好评价任务的效度主要是通过检验其对行为的预测效果或与其他效标的相关来进行评估(Stieger, et al., 2012)。例如，Verplanken、Friborg、Wang、Trafimow 与 Woolf(2007)发现，姓名字母效应与被试的消极自我思维习惯指数(Habit Index of Negative Thinking)之间存在着显著关联。此外，姓名字母效应在日常生活中的表现(见本文第 4 部分内容)在一定程度上也能够证明它的预测效度。

### 3.2. 姓名字母效应与外显自尊

与其他内隐自尊指标类似，姓名字母效应与采用诸如 Rosenberg 自尊量表(RSE)等工具测量到的外显自尊之间仅有很低的相关(Bosson, et al., 2000; Rudolph, et al., 2008)。这一结果再次证明了内隐自尊与外显自尊的分离，也在一定程度上证实了姓名字母效应作为内隐自尊指标的区分效度。随着在该方向上研究工作的深入，研究者已不满足于检验这两者之间有无相关，而开始进一步考察它们在何种条件下会出现关联及其作用机制。近年来的多项研究已经发现，很多第三方因素可能会影响到姓名字母效应与外显自尊的相关。

由于自尊反映了自我态度在对与自我有关的事物进行评价时的影响，因而自我态度的可及性(accessibility)在内隐/外显自尊的关联中会起到一定的作用，其表现之一是内隐与外显测量任务的施测顺

序可能会影响到两者相关程度的高低。如果外显任务先于内隐任务施测，因为外显自尊任务会激活被试的自我态度而使其具有高可及性，所以此时内隐与外显自尊之间的相关可能会高于内隐工具先于外显工具施测的情况。这种顺序效应在以姓名字母偏好评价为内隐测量任务的多项研究及元分析中都得到了证实(Bosson, et al., 2000; Krizan & Suls, 2008)。

另有研究发现，在高认知负荷或需要尽快做出回答的情况下，姓名字母效应与外显自尊测量结果之间的相关可以得到显著提高(Koole, Dijksterhuis, & van Knippenberg, 2001)。Koole 等人根据 Wilson、Lindsey 与 Schooler(2000)的双重态度模型对此进行了解释，外显自我评估依赖于从长时记忆中提取自我知识，而当缺乏足够的心理资源或动机去进行有意识的自我评估时，个体就会更多地依赖自己的直觉进行判断，从而可能会提高外显/内隐自我评估的一致性。与上述结果形成佐证的另一个发现是，性别因素对于姓名字母效应和外显自尊的相关有着明显的影响。在女性被试中，这两者的相关显著高于男性，该结果在北美、欧洲和东亚等不同文化背景下都得到了证实(Pelham, et al., 2005)。出现这种性别差异，可能正是因为女性在生活中会更多地根据直觉进行判断。Shimizu 与 Pelham (2011)为直觉会影响内隐/外显自尊之间相关的这一论断提高了更肯定的证据。该研究通过直接测量被试的直觉性(intuitiveness)发现，高直觉性的被试所表现出的姓名字母效应与外显自尊之间的相关也更高。

此外，Jones、Pelham 与 Mirenberg (2002)的实验研究也发现，在自我概念面临威胁时，外显自尊水平的高低会影响到被试在姓名字母偏好评价任务中的反应。与低外显自尊的被试相比，高外显自尊的被试在自我概念受到威胁时对自己姓名的组成字母及自己生日的组成数字都表现出了更强的偏好。

根据上述研究结果可以看出，虽然姓名字母效应在简单的两两相关分析中并未直接表现出与外显自尊的显著关联，但施测顺序、认知负荷、性别以及自我概念的威胁等调节变量却会使得这两者之间出现某种程度的相关。因此，在根据姓名字母效应与外显自尊的分离来论证内隐/外显自尊分属于两种不同心理结构这一理论问题时必须谨慎。这些结果同时还表明，虽然内隐自尊难以控制，但却并非完全不可改变。

#### 4. 姓名字母效应在实际生活中的表现

除了前述实验室研究所得到的发现外，近年来的多项研究进一步证明对自己姓名及组成字母的偏好还会体现在实际生活中，表现为个人的姓名，尤其是姓名的首字母，与其在实际生活中所做出的决策有着一定的关联，并可能会影响到完成任务的成绩。

首先，对人口统计学数据进行的分析表明，对自己姓名组成字母的偏好可能会影响到诸如选择居住地、职业、配偶等重要生活决策。例如，与名叫杰克(Jack)的人相比，托比(Toby)更可能会搬到多伦多(Toronto)生活，和唐妮雅(Tonya)结婚；而杰克则更可能会搬到杰克逊维尔(Jacksonville)居住，和杰基(Jackie)结婚(Pelham, Mirenberg, & Jones, 2002; Jones, Pelham, Carvallo, & Mirenberg, 2004)。Anseel 与 Duyck (2008)的研究则发现，人们有更大的可能会选择在名称首字母与自己姓名首字母相同的单位工作，这一结果在除 X 外的所有字母上都得到了证实。而 X 字母开头的数据之所以没有得到肯定的结果，也只是因为数据量过小使得观测值与期望值都近乎为 0。另有研究表明，对自己姓名字母的偏好还会影响到个人在消费和投资领域的选择。例如，托比(Toby)更可能会去买丰田(Toyota)汽车，而杰克(Jack)则更可能会购买捷豹(Jaguar)汽车。在购买股票时人们同样更可能会选择那些品牌名称的首字母与自己姓名的首字母相同或相似的上市公司。例如，名为 Susie 的人更可能会持有星巴克(Starbucks)的股票(Brendl, Chattopadhyay, Pelham, & Carvallo, 2005; Knewtson & Sias, 2010)。

其次，对自己姓名字母的偏好还会影响到个人完成任务的成绩，即使这种影响可能会使得任务成绩更差。例如，Nelson 和 Simmons (2007)的一组研究表明，虽然在棒球比赛中击球手都不希望出现三击不

中被判出局(三振出局)的情况,但姓名首字母中含有 K 的击球手(棒球比赛中三振出局以字母 K 为标记)却更可能会遭遇三振出局;针对学业成绩的分析则表明,姓名首字母为 C 或 D 的工商管理硕士的平均绩点(Grade Point Average, GPA)不仅显著低于首字母为 A 和 B 的学生,同时还低于姓名以从 E 到 Z 的其他字母开头的学生(在成绩评价标准中,字母 A、B、C、D 常被用来代表着 4 个依次降低的学业成绩等级);与上述结果相对应,在排名靠前的法学院中,姓名首字母为 A 或 B 的研究生比例也显著高于排名靠后的法学院;除了上述几项采用档案数据进行的研究外,另一项实验研究更直接地证实了姓名首字母对于任务成绩的影响。在该实验中,被试需要完成 10 个高难度的回文构词任务,然后对自己是否正确地完成了全部任务进行评估并据此点选两个按钮中的一个来领取一份较高的奖励或者较少的安慰奖(实际上,这 10 个构词任务中有两个无解,因此被试不可能正确地完成任务)。实验所操纵的关键变量是按钮的标签:对于一组被试来说,较高的奖励对应的按钮上标记有被试姓名的首字母,安慰奖的按钮则以一个随机的其他字母标记。第二组被试的情况与此相反,较高的奖励以无关字母标记,安慰奖以姓名首字母标记。另外还有一组被试作为对照,两个按钮皆以与被试姓名首字母无关的其他字母标记。实验结果表明,第二组被试完成构词任务的成绩显著差于第一组及对照组被试,后两者之间并无差异。

关于姓名字母偏好对于决策的影响,研究者主要从内隐自我增强(内隐自我中心)的角度予以解释,强调个体具有内隐自我增强的需要及积极的自我联结,这种需要造成了对自己姓名及组成字母的偏好且会迁移到与自我有关的其他事物上,从而导致其在进行决策时会更多地选择那些与自己的名字或名字的首字母具有相似性或其他关联的事物(Brendl, Chattopadhyay, Pelham, & Carvallo, 2005; Pelham, et al., 2002)。在解释姓名字母偏好对于任务成绩的影响时, Nelson 与 Simmons (2007)则提出,基于对自己姓名组成字母的偏好,个体会有意无意地追求那些与自己名字有相似性的结果。即使是那些不利的后果或者不好的任务成绩,由于个体对于自己姓名的首字母具有偏好,也会使得他们对这些结果不像一般人(姓名组成字母与任务成绩没有相似性)那样敏感。即,在一定程度上,自我与不利结果之间的联系所导致的对这些结果的无意识追求会超越对积极结果的有意识追求。

值得注意的是,尽管存在着上述支持姓名首字母影响生活决策及任务成绩的研究证据,但在其后几乎都出现了相应的质疑和否定性证据(Gallucci, 2003; McCullough & McWilliams, 2010, 2011; Simonsohn, 2011)。例如,在改进了计算方法后, Gallucci (2003)并没有能够得到姓名首字母与居住地之间存在关联的证据;而 Simonsohn (2011)虽然重复出了 Jones 等(2004)以及 Pelham 等人(2002)的结果,但却发现这些结果实际上可以用代际效应(丈夫与妻子出生年代大致相同,而同一时代男性与女性的取名具有高相似性)、取名方法(很多人的名字来源于出生地,且一直居住在这里,并不是因为该地与自己名字相似而更愿意搬来居住)与种族内通婚(夫妻多来自于同一种族,而同一种族的个体取名相对而言本就具有相似性)等因素加以解释而与内隐自我中心没有实质关系。针对 Nelson 和 Simmons (2007)关于姓名首字母与任务成绩之间存在关联的研究结果, McCullough 与 McWilliam (2010, 2011)则提出这是一种统计假象(artifact)。这两位研究者在对数据进行重新分析后发现,除了以 C、M、R、U 和 V 为姓名首字母的运动员外,姓名以其他字母开头的棒球运动员都表现出了显著不同于平均数据的击球出界率,而不仅仅是姓名以 K 开头的那些运动员。在这其中,姓名首字母为 E、R、G、H 或 O 的运动员表现出了更少的击球出界。Nelson 和 Simmons (2007)在文中并没有报告这些结果,事实上,用他们的理论对此很难加以解释。该研究同时还存在着其他统计方法上的错误,如在本该采用单尾 t 检验的地方采用了双尾 t 检验(McCullough & McWilliam, 2010)。而在验证姓名首字母对学业成绩的影响时, McCullough 与 McWilliam (2011)并未能重复出 Nelson 和 Simmons (2007)的结果。

## 5. 小结与展望

综上所述,姓名字母效应在自 Nuttin (1985)之后近三十年的研究中被证明是一种具有跨文化普遍性

的稳定现象。作为内隐自尊的反映指标之一，它与相应的姓名字母偏好评价任务已被广泛运用到该领域的研究中。除了理论意义外，另有部分研究表明对姓名字母效应的考察还具有潜在的应用价值，表现为姓名字母偏好与现实生活决策及任务成绩存在着一定的关联。不过，目前关于该问题尚存在着较多的争论和不一致的证据，因而还有待进一步的研究。

我们认为，在未来的研究中另外还有如下两个问题可能值得做进一步探讨或予以注意。第一个问题是，就测量过程而言，姓名字母效应所反映的是否完全是被试的内隐偏好。换言之，外显成份是否会混淆在其中从而影响被试的判断。Krizan (2008) 曾经在被试完成姓名字母偏好判断后要求其进行回溯报告，结果发现，根据指导语的不同分别有 27%、43% 或 85% 的被试报告自己注意到了部分字母与自己的关系。这说明现有研究中单纯依靠指导语要求被试根据直觉进行偏好判断的常规做法可能难以保证任务的内隐性质，因此，在通过指导语进行控制的基础上，可能还需要对实验任务或材料的呈现参数做更仔细的设计，另外还可以考虑在姓名字母偏好判断任务结束后要求被试进行回溯报告，根据报告结果排除那些意识到任务与自我有关的被试。第二个问题涉及到姓名字母偏好影响实际生活决策与任务成绩的有关研究。这类研究通常采用档案法对历史数据进行分析，因而对很多干扰变量难以进行控制。他人关于姓名(或首字母缩写、组成字母)的刻板印象即是其中之一。有很多证据表明，这种刻板印象会影响到他人对姓名所有者的态度及任务成绩的评定。例如，教师在评定作文成绩时给名字带有负性色彩的学生打分往往会低于其他人(Harari & McDavid, 1973)；这类人在人际交往过程中也更容易被拒绝和忽视(Gebauer, Leary, & Neberich, 2012)。在姓名字母效应与任务成绩的关联中，除了内隐自尊外，这种来自于他人的刻板印象同样可能会起到一定的作用，但在采用档案法进行的研究中很难对这两者进行分离，因此有必要做更进一步的实验研究。

前已述及，姓名字母效应在包括日文平假名在内的至少 15 种语言中都得到了证实。与此相对，中文背景下关于该效应的研究却非常少见，在公开发表的研究中似仅有陈敏燕、史慧颖与陈红(2009)使用过这一指标。这其中很重要的原因可能在于中文姓名的组成汉字本身通常都具有一定的意义，在进行偏好评价时难以排除它的影响。但我们认为，通过选择恰当的实验材料和任务，有可能在一定程度上解决这个问题。对于中国被试来说，姓名组成字的偏旁部首、合体字拆分后得到的独体字乃至姓名的汉语拼音字母等都可以作为实验材料。另外，“爱屋及乌”、“敝帚自珍”等汉语成语所体现出的正是一种与姓名字母效应相通的心理现象，这在理论上也说明通过恰当的研究设计检验出中国人的姓名字母(字符)效应具有可行性。

## 项目基金

本研究得到重庆市社科规划培育项目(2013PYM106)资助。

## 参考文献 (References)

- 陈敏燕, 史慧颖, 陈红(2009). 贫困大学生内隐自尊状况分析. *中国学校卫生*, 30(3), 229-230.
- Anseel, F., & Duyck, W. (2008). Unconscious applicants: A systematic test of the name-letter effect. *Psychological Science*, 19, 1059-1061.
- Arnell, K.M., Shapiro, K.L., & Sorensen, R.E. (1999). Reduced repetition blindness for one's own name. *Visual Cognition*, 6, 609-635.
- Baccus, J.R., Baldwin, M.W., & Packer, D.J. (2004). Increasing implicit self-esteem through classical conditioning. *Psychological Science*, 15, 498-502.
- Bosson, J.K., Swann Jr., W.B., & Pennebaker, J.W. (2000). Stalking the perfect measure of implicit self-esteem: The blind men and the elephant revisited? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 631-645.
- Brendl, C.M., Chattopadhyay, A., Pelham, B.W., & Carvallo, M. (2005). Name letter branding: Valence transfers when



- product specific needs are active. *Journal of Consumer Research*, 32, 405-415.
- Christenfeld, N., Phillips, D.P., & Glynn, L.M. (1999). What's in a name: Mortality and the power of symbols. *Journal of Psychosomatic Research*, 47, 241-254.
- DeHart, T. (2002). The hidden effects of early experiences: The origins and stability of implicit self-esteem. Unpublished doctoral Dissertation, The State University of New York at Buffalo.
- De Raedt, R., Schacht, R., Franck, E., & De Houwer, J. (2006). Self-esteem and depression revisited: Implicit positive self-esteem in depressed patients? *Behaviour Research and Therapy*, 44, 1017-1028.
- Fischer, C., Dailier, F., & Morlet, D. (2008). Novelty P3 elicited by the subject's own name in comatose patients. *Clinical Neurophysiology*, 119, 2224-2230.
- Gallucci, M. (2003). I sell seashells by the seashore and my name is Jack: Comment on Pelham, Mirenberg, and Jones (2002). *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 789-799.
- Gawronski, B., Bodenhausen, G.V., & Becker, A.P. (2007). I like it, because I like myself: Associative self-anchoring and post-decisional change of implicit evaluations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43, 221-232.
- Gebauer, J.E., Leary, M.R., & Neberich, W. (2012). Unfortunate first names effects of name-based relational devaluation and interpersonal neglect. *Social Psychological and Personality Science*, 3, 590-596.
- Greenwald, A.G., & Banaji, M.R. (1995). Implicit social cognition: attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102, 4-27.
- Hall, G.S. (1898). Some aspects of the early sense of self. *The American Journal of Psychology*, 9, 351-395.
- Harari, H., & McDavid, J.W. (1973). Name stereotypes and teachers' expectations. *Journal of Educational Psychology*, 65, 222-225.
- Hoorens, V., & Nuttin, J.M. (1993). Overvaluation of own attributes: Mere ownership or subjective frequency? *Social Cognition*, 11, 177-200.
- Hoorens, V., Nuttin, J.M., Herman, I.E., & Pavakanun, U. (1990). Mastery pleasure versus mere ownership: A quasi-experimental cross-cultural and cross-alphabetical test of the name letter effect. *European Journal of Social Psychology*, 20, 181-205.
- Jones, J.T., Pelham, B.W., Carvallo, M., & Mirenberg, M.C. (2004). How do I love thee? Let me count the Js: Implicit egotism and interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 665-683.
- Jones, J.T., Pelham, B.W., Mirenberg, M.C., & Hetts, J.J. (2002). Name letter preferences are not merely mere exposure: Implicit egotism as self-regulation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 170-177.
- Kitayama, S., & Sarasawa, M. (1997). Implicit self-esteem in Japan: Name letters and birthday numbers. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 736-742.
- Knewton, H.S., & Sias, R.W. (2010). Why Susie owns Starbucks: The name letter effect in security selection. *Journal of Business Research*, 63, 1324-1327.
- Koole, S.L., Dijksterhuis, A., & van Knippenberg, A. (2001). What's in a name: implicit self-esteem and the automatic self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 669-685.
- Koole, S.L., & Pelham, B.W. (2003). On the nature of implicit self-esteem: The case of the name letter effect. In *Motivated social perception: The Ontario symposium*, 9(93-116). Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Mahwah.
- Krause, S., Back, M.D., Egloff, B., & Schmukle, S.C. (2011). Reliability of implicit self-esteem measures revisited. *European Journal of Personality*, 25, 239-251.
- Krizan, Z. (2008). What is implicit about implicit self-esteem? *Journal of Research in Personality*, 42, 1635-1640.
- Krizan, Z., & Suls, J. (2008). Are implicit and explicit measures of self-esteem related? A meta-analysis for the Name-Letter Test. *Personality and Individual Differences*, 44, 521-531.
- LeBel, E.P., & Gawronski, B. (2009). How to find what's in a name: Scrutinizing the optimality of five scoring algorithms for the name-letter task. *European Journal of Personality*, 23, 85-106.
- McCullough, B.D., & McWilliams, T.P. (2010). Baseball players with the initial "K" do not strike out more often. *Journal of Applied Statistics*, 37, 881-891.
- McCullough, B.D., & McWilliams, T.P. (2011). Students with the initial "A" don't get better grades. *Journal of Research in Personality*, 45, 340-343.
- Moray, N. (1959). Attention in dichotic listening: Affective cues and the influence of instructions. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 11, 56-60.
- Nelson, L.D., & Simmons, J.P. (2007). Moniker maladies when names sabotage success. *Psychological Science*, 18, 1106-1112.

- Nuttin, J.M. (1985). Narcissism beyond Gestalt and awareness: The name letter effect. *European Journal of Social Psychology, 15*, 353-361.
- Nuttin, J.M. (1987). Affective consequences of mere ownership: The name letter effect in twelve European languages. *European Journal of Social Psychology, 17*, 381-402.
- Pelham, B.W., Koole, S.L., Hardin, C.D., Hetts, J.J., Seah, E., & DeHart, T. (2005). Gender moderates the relation between implicit and explicit self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology, 41*, 84-89.
- Pelham, B.W., Mirenberg, M.C., & Jones, J.T. (2002). Why Susie sells seashells by the seashore: Implicit egotism and major life decisions. *Journal of Personality and Social Psychology, 82*, 469-487.
- Rudolph, A., Schröder-Abé, M., Schütz, A., Gregg, A.P., & Sedikides, C. (2008). Through a glass, less darkly? Reassessing convergent and divergent validity in measures of implicit self-esteem. *European Journal of Psychological Assessment, 24*, 273-281.
- Sakellaropoulou, M., & Baldwin, M.W. (2007). The hidden sides of self-esteem: Two dimensions of implicit self-esteem and their relation to narcissistic reactions. *Journal of Experimental Social Psychology, 43*, 995-1001.
- Schröder-Abé, M., Rudolph, A., Wiesner, A., & Schütz, A. (2007). Self-esteem discrepancies and defensive reactions to social feedback. *International Journal of Psychology, 42*, 174-183.
- Shapiro, K.L., Caldwell, J., & Sorensen, R.E. (1997). Personal names and the attentional blink: A visual “cocktail party” effect. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance, 23*, 504-514.
- Shimizu, M., & Pelham, B.W. (2011). Liking for positive words and icons moderates the association between implicit and explicit self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology, 47*, 994-999.
- Simonsohn, U. (2011). Spurious? Name similarity effects (implicit egotism) in marriage, job, and moving decisions. *Journal of Personality and Social Psychology, 101*, 1-61.
- Stieger, S., & Burger, C. (2013). More complex than previously thought: New insights into the optimal administration of the initial preference task. *Self and Identity, 12*, 201-216.
- Stieger, S., & LeBel, E.P. (2012). Name-letter preferences for new last name and abandoned birth name initials in the context of name-change via marriage. *Social Psychology, 43*, 7-13.
- Stieger, S., Voracek, M., & Formann, A.K. (2012). How to administer the initial preference task. *European Journal of Personality, 26*, 63-78.
- Verplanken, B., Friborg, O., Wang, C., Trafimow, D., & Woolf, K. (2007). Mental habits: Metacognitive reflection on negative self-thinking. *Journal of Personality and Social Psychology, 92*, 526-541.
- Wentura, D., Kulfanek, M., & Greve, W. (2005). Masked affective priming by name letters: Evidence for a correspondence of explicit and implicit self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology, 41*, 654-663.
- Wilson, T.D., Lindsey, S., & Schooler, T.Y. (2000). A model of dual attitudes. *Psychological Review, 107*, 101-126.
- Zajonc, R.B. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist, 35*, 151-175.