

# 谦虚概念的空间隐喻研究

熊 柳

重庆师范大学教育科学学院, 重庆

收稿日期: 2023年9月7日; 录用日期: 2023年10月12日; 发布日期: 2023年10月23日

## 摘 要

本文采用经典stroop实验范式, 对谦虚效价词分类判断。实验1是研究谦虚概念的大小隐喻, 被试对不同字号的词语分类判断, 结果显示谦虚强词反应时显著快于谦虚弱词。实验2是研究谦虚概念的上下隐喻, 被试对位于上或下的词汇分类判断, 结果显示谦虚强词和屏幕上方的词反应时显著快于谦虚弱词和位于下方的词。研究表明: 在浅层次加工中谦虚概念与“上下”、“大小”概念均不具有联系, 在以后的研究中可以探讨深层次加工中的关系。

## 关键词

谦虚概念, 大小概念, 上下概念, 隐喻

# A Spatial Metaphorical Exploration of the Concept of Humility

Liu Xiong

School of Educational Sciences, Chongqing Normal University, Chongqing

Received: Sep. 7<sup>th</sup>, 2023; accepted: Oct. 12<sup>th</sup>, 2023; published: Oct. 23<sup>rd</sup>, 2023

## Abstract

In this study, we classify judgements on modesty valence phrases using the conventional stroop experimental paradigm. Experiment 1 looked into the size metaphor of modesty by having subjects categorize words presented on a computer screen with various font sizes. The results showed that subjects responded significantly faster to words with high modesty validity than to words with low modesty validity, with no main effect on word size. Experiment 2 looked into the up-down metaphor of modesty by having subjects classify words that were displayed above or below the computer screen. The results showed that subjects were significantly faster at classifying words with high modesty validity and words that were displayed above the screen than words with low

modesty validity and words that were displayed below the screen. At the superficial level of processing, modesty was found to be unrelated to the ideas of “top and bottom” and “size”, and future research may look into whether they are related at a deeper level of processing.

## Keywords

Modesty Concept, Size Concept, Up and Down Concept, Metaphor

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

谦逊是一种美德(Davis et al., 2010)。谦虚(modesty)一词最早起源于《诗·小雅·角弓》中的“今王不以善政启小人之心，则无肯谦虚以礼相卑下。”“谦”字，它凝聚了道家思想之精华，在六十四卦象中，它被称为易经修身第一卦由此可见，“谦”字在《周易》中占有举足轻重的地位。“虚”在《说文》中译为“大丘也”，表丘陵高大且有气势。那么“谦”与“虚”结合起来就可以解释为有一定能力的人不自满、骄傲。关于论述谦虚的文章很丰富，各个学科都有研究涉及，从1980年截止到目前有4006篇文章，其中从心理学角度研究的文章有350篇，占比3.76%。

谦虚是中华民族的传统美德，在日常生活中，我们常用“礼贤下士”、“谦恭下士”、“卑己自牧”、“行者让路”等词语来描述一个人的谦虚性比较强，反之，用“高高在上”、“趾高气扬”、“骄傲自大”、“夜郎自大”等词语表示谦虚性较差。用上下、大小概念表达谦虚概念是日常生活的蔚然成风还是已经建立了一种以上、大为谦虚效价弱，以下、小为谦虚效价强的认知架构呢？对此，Lakoff and Johnson (Lakoff & Johnson, 2008)提出了CMT理论(conceptual metaphor theory)来解释抽象概念，它是指通过日常观察或简单的直接经验来理解抽象、复杂的概念。因此隐喻其实就是一种人们理解抽象概念时的内在的心理机制(吴诗玉, 杨枫, 2014)。在以往许多研究中发现，上下、大小作为我们日常生活中简单的空间概念，它是顺利理解其他抽象概念时一个十分重要的维度，例如上下与道德(王程, 鲁忠义, 2013; Meier et al., 2007)，上下与权力(Schubert, 2005)，上下与情绪(吕军梅, 鲁忠义, 2013)、大小与权力(杨惠兰等, 2015)、大小与宽容(张潮等, 2019)。由此可见，上下、大小空间概念是理解抽象概念的重要始源域。

综上所述，本研究拟采用两个实验设计为谦虚大小、上下隐喻提供证据支持。实验1、2均拟采用stroop范式探讨谦虚概念与空间概念上下、大小之间的隐喻关系。

## 2. 实验1 谦虚概念的大小隐喻

### 2.1. 研究方法

#### 2.1.1. 被试

随机选取33名在校大学生，年龄为 $21.58 \pm 2.44$ 。所有被试身体状况良好，视力或矫正视力正常且为右利手。此前未参加过类似实验，未评定过相关实验材料，被试均为自愿参加，试验结束后获得小礼品一份。

#### 2.1.2. 实验材料

本实验在新华成语词典选取40个成语，其中谦虚性效价强的20个，谦虚性效价低的20个。30名

心理系研究生在 5 点量表上对词汇材料的谦虚性效价和熟悉性进行评定。谦虚性效价的强度和熟悉度由 1~5 级递增：即从 1 = “谦虚性效价非常弱/完全不熟悉” 到 5 = “谦虚性效价非常强/非常熟悉”。

删除熟悉度低于 3 的词语共 16 个，保留的词汇中谦虚性效价强的 7 个，谦虚性效价弱的 7 个，统计结果显示：在词语的谦虚性效价维度上，效价强词得分( $M = 3.63, SD = 0.23$ )显著高于效价弱词得分( $M = 1.26, SD = 0.10$ )， $t(29) = 24.04, p < 0.05$ 。两类词汇在熟悉度上得分无差异，其中效价强词( $M = 4.19, SD = 0.60$ )，效价弱词( $M = 4.57, SD = 0.41$ )，两者得分不显著， $t(29) = -1.377, p > 0.05$ 。宽容性效价强的词语有：不骄不躁、谦恭下士、礼贤下士等，效价弱词有：夜郎自大、高高在上、趾高气扬等。

### 2.1.3. 实验设计

实验为  $2 \times 2$  两因素的被试内设计。自变量一是谦虚性效价，即谦虚性效价高和谦虚性效价弱。自变量二是字体，即大号字体和小号字体，将大号字体设定为宋体 26 号，小号字体为宋体 15 号。因变量则是被试判断词汇的反应时及正确率。

### 2.1.4. 实验程序

实验文本在 Psychopy2021 呈现，被试正坐在计算机显示屏前。首先，屏幕中间会出现一段指示语，被试明白确认完实验要求后，紧接着会有一个十字形“+”的红色注视点出现在电脑中央，呈现时间 500 毫秒，随后会呈现一个谦虚性效价的词汇，要求被试按通过“Q”或者“P”键来判断词汇的谦虚性效价强弱，按键后词汇消失，屏幕上又出现注视点，和之前的步骤一模一样。该实验通过 block 进行按键平衡。在正式试验开始之前，将进行 5 次练习实验。练习结束后被试可选择根据自身状况休息几分钟，为保证实验效果，休息时间不超过 2 分钟。

### 2.1.5. 数据分析

数据收集完毕后，结果显示，所有被试的准确率超过 80%，根据被试的反应时和正确率进行筛选，排除 3 个标准偏差之外的其他数据 0 个。将数据导入 SPSS24.0，得到描述性统计结果表 1。

**Table 1.** Mean response time (ms) and correctness in the modesty concept word size condition

**表 1.** 谦虚概念词语大小条件下的平均反应时(ms)和正确率

	谦虚强 + 字体大	谦虚强 + 字体小	谦虚弱 + 字体大	谦虚弱 + 字体小
反应时	871 ± 284	858 ± 216	932 ± 333	908 ± 264
正确率	0.87 ± 0.28	0.93 ± 0.08	0.97 ± 0.05	0.94 ± 0.07

对数据进行重复测量方差分析，反应时结果显示，字体大小的主效应不显著  $F(1, 32) = 0.41, p = 0.527 > 0.05$ ；词语效价的主效应显著， $F(1, 32) = 5.67, p = 0.023 < 0.05, \eta^2 = 0.15$ ，被试对谦虚性效价强的词汇反应时(864 ms)显著快于谦虚性效价弱的词汇(919 ms)。词语效价和字体大小交互作用不显著， $F(1, 32) = 0.07, p = 0.795 > 0.05$ 。

正确率分析结果显示，字体大小的主效应不显著  $F(1, 32) = 0.39, p = 0.535 > 0.05$ ；词语效价的主效应显著， $F(1, 32) = 4.61, p = 0.039 < 0.05, \eta^2 = 0.13$ ，被试对谦虚性效价强的词汇正确率( $M = 0.9$ )显著低于谦虚性效价弱的词汇( $M = 0.96$ )。词语效价和字体大小交互作用不显著， $F(1, 32) = 2.53, p = 0.122 > 0.05$ 。

## 3. 实验 2 谦虚概念的上下隐喻

### 3.1. 研究方法

#### 3.1.1. 被试

随机选取 34 名在校大学生，年龄  $21.88 \pm 2.19$ ，身体状况良好，无重大疾病。视力或矫正视力正常，

被试均为中国人且母语为中文，右利手。

### 3.1.2. 实验材料

同实验 1。

### 3.1.3. 实验设计

实验为  $2 \times 2$  两因素的被试内设计。自变量一是谦虚性价价，即谦虚性价价高和谦虚性价价弱。自变量二是字体位置，即上方 25% 和下方 75%。呈现字体为 15 号。因变量则是被试判断词汇的反应时及正确率。

### 3.1.4. 实验程序

实验文本在 Psychopy2021 呈现，被试端坐在电脑屏幕前。首先，指示语结束后，电脑屏幕中心会呈现一个红色的“+”注视点 500 毫秒，随后在显示屏上方或显示屏下方会出现一个谦虚性价价词汇，要求被试尽可能快速而准确判断词汇。如果谦虚性价价强按“Q”键，弱则按“P”键，实验采取 block 设计进行按键平衡。正式实验前会有 5 个练习实验，练习结束后被试可选择根据自身状况休息几分钟，为保证实验效果，休息时间不超过 2 分钟。

### 3.1.5. 结果分析

数据收集完毕后，进行检查筛选，首先对错误率大于 20% 的数据进行剔除，然后剔除正确率和反应时在 3 个标准差以外的数据，删除数据占总数据的 5%。将数据导入 SPSS24.0，得到描述性统计结果表 2。

**Table 2.** Mean response times (ms) and correct rates in the above and below conditions for the position of the concept of modesty words

**表 2.** 谦虚概念词语位置上下条件下的平均反应时(ms)和正确率

	谦虚强 + 位置高	谦虚强 + 位置低	谦虚弱 + 位置高	谦虚弱 + 位置低
反应时	858 ± 184	905 ± 187	917 ± 196	932 ± 201
正确率	0.93 ± 0.08	0.94 ± 0.07	0.96 ± 0.05	0.95 ± 0.06

对数据进行重复测量方差分析，反应时结果显示，位置高低的主效应边缘显著  $F(1, 31) = 4.06$ ,  $p = 0.053 > 0.05$ ,  $\eta^2 = 0.12$ ，被试对词语在上方的反应时(890 ms)显著低于在下方的反应时(920 ms)；词语性价价的主效应显著， $F(1, 31) = 4.35$ ,  $p = 0.045 < 0.05$ ,  $\eta^2 = 0.12$ ，被试对谦虚性价价强的词汇反应时(880 ms)显著低于谦虚性价价弱的词汇(930 ms)。词语性价价和位置高低交互作用不显著， $F(1, 31) = 0.98$ ,  $p = 0.33 > 0.05$ 。

正确率分析结果显示，位置高低的主效应不显著  $F(1, 31) = 0.05$ ,  $p = 0.83 > 0.05$ ；词语性价价的主效应不显著， $F(1, 31) = 2.73$ ,  $p = 0.11 > 0.05$ ；词语性价价和位置高低交互作用不显著， $F(1, 31) = 2.98$ ,  $p = 0.094 > 0.05$ 。

## 4. 总讨论

本研究设计 2 个实验来验证谦虚性价价词的空间隐喻。在实验 1 中通过 stroop 范式研究谦虚性价价词的大小隐喻，在实验 2 中通过 stroop 范式研究谦虚性价价词的上下隐喻。研究数据表明，谦虚性价价词与大小、上下之间不存在交互作用，接下来将进一步分析原因。

在实验 1 数据分析中，数据分析结果显示词语性价价的主效应显著，被试对谦虚性价价强的词汇反应时显著快于性价价弱的词汇，这同过往的研究相一致(Meier & Robinson, 2004)，即被试对正向、积极的词汇的

反应时要快于对反向、消极的词汇的反应时。出现这种情况原因可能是个体对词汇进行加工处理过程中存在“负性偏向”，即与正性积极的词汇相比较时，个体对负性消极的词汇会给予更多的注意力，因此在该实验中，个体的注意资源在谦虚效价弱的词汇上会停留更长的时间。此外发现谦虚效价高词用小字体呈现时其反应时更快，正确率更高，因此可以推测谦虚效价高词与小字体存在隐喻联结架构，即谦虚效价高词更容易被知觉为小。谦虚效价低词与谦虚效价高词一样用小字体呈现更快，这与实验预期相反，出现此类结果可能是因为虽然我们在日常生活中习惯用“大”来表示骄傲，但这种行为在道德意识上却容易知觉为“小”。它与谦虚概念相反，在表现形式上，谦虚表现为“小”，骄傲表现为“大”，但在实质内核上他们表现形式相反。但另一种可能是加工层次较浅，被试没有对大小概念进行加工或只进行了简单的加工，因此没能成功激活大小概念隐喻。

在实验 2 数据分析中，谦虚效价高词对比效价低词反应时更快，这同实验 1 结果相一致。谦虚效价高词或效价低词呈现在上方时其反应时比在下方呈现时更快，这符合个体向上的优势反应倾向。实验数据表明人们对谦虚效价高的词汇比效价低的词汇反应时更快，但未发现交互作用。出现这种结果有以下几种原因，一是虽然人们在生活中常用与下相关的表示谦虚，但在北宋苏辙《龙川别志》卷上中写到“上以谦虚为贤，下以傲诞为高”。以及《周易》中的“谦，亨。天道下济而光明，地道卑而上行。谦尊而光，卑而不可逾”，这是否可以理解为虽然我们日常用语把“下”这个概念与谦虚相联系，但它的行为表现形式却与概念表现形式相反，表现为下。二是个体向上的优势反应倾向，因此被试对谦虚效价高词或效价低词呈现在上方时其反应时比在下方呈现时更快。

从古至今，谦虚的基因就烙印在我们的血脉，如“下官”、“微臣”、“在下”等谦词，“高龄”、“尊容”、“前辈”等敬词。谦虚对自身是持一种现实的、安全的、开放的态度，但对他人是价值和贡献的欣赏(Chancellor & Lyubomirsky, 2013)。谦虚含有重要的人际交往利益，它与亲社会取向存在一定联系(Davis et al., 2017; Exline & Hill, 2012; Kruse et al., 2017; Nadelhoffer & Wright, 2017; Van Tongeren et al., 2018; Wang et al., 2017)，具体表现为与谦虚程度较低的人相比较，谦虚程度较高的人群会表现出更强的亲社会倾向(Exline & Hill, 2012; Farrell et al., 2015)。因此谦虚的人比起不谦虚的人在人群中更容易受到欢迎(Davis et al., 2013)，此外它还包括更健康良好的社会关系(Peters et al., 2011)、更多的利他主义(LaBouff et al., 2012)，更大的幸福感(Krause et al., 2016)和心理韧性(Davis et al., 2013)。结合谦虚以往研究(叶友才等, 2021)，从另一种层面说，谦虚与正性评价恐惧相关，为了缓解正性评价带来的危险与竞争，人们就产生了正性评价恐惧的适应机制。而谦虚正是它采取的一种行动，可以归结为“卑己以高人”。在《周易》中有这样一句话“满招损，谦受益，实乃天道”，从中可窥谦虚就是顺应天道，位于“上”，但这一点并没有在实验中体现出来。因此，在之后的实验中可以再去探讨加工意识的深度是否会影响人们对谦虚词的判断。

## 5. 结论

本研究得出如下结论：1) 谦虚效价高的词汇反应时比谦虚效价低的词汇更短。2) 对于呈现在上方的词语比呈现在下方的词语反应时更快。3) 在浅层次加工中谦虚概念与“上下”、“大小”概念均不具有联系，在以后的研究中可以探讨更深层次加工中它们是否存在联系。

## 参考文献

- 吕军梅, 鲁忠义(2013). 为什么快乐在“上”, 悲伤在“下”——语篇阅读中情绪的垂直空间隐喻. *心理科学*, 36(2), 328-334.
- 王程, 鲁忠义(2013). 道德概念的垂直空间隐喻及其对认知的影响. *心理学报*, 45(5), 538-545.  
<https://doi.org/10.3724/sp.J.1041.2013.00538>



- 吴诗玉, 杨枫(2014). 隐喻理解加工中概念构建的内在理路及其作用机制研究. *外语学刊*, (2), 45-52. <https://doi.org/10.16263/j.cnki.23-1071/h.2014.02.014>
- 杨惠兰, 何先友, 赵雪汝, 张维(2015). 权力的概念隐喻表征: 来自大小与颜色隐喻的证据. *心理学报*, 47(7), 939-949. <https://doi.org/10.3724/sp.J.1041.2015.00939>
- 叶友才, 林荣茂, 严由伟(2021). 树大招风: 社交焦虑者的正性评价恐惧. *心理科学进展*, 29(6), 1056-1066. <https://doi.org/10.3724/sp.J.1042.2021.01056>
- 张潮, 刘赛芳, 隋玲, 乔园园(2019). 宽容概念的大小隐喻表征双向性及社会性. *心理与行为研究*, 17(6), 824-830.
- Chancellor, J., & Lyubomirsky, S. (2013). Humble Beginnings: Current Trends, State Perspectives, and Hallmarks of Humility. *Social and Personality Psychology Compass*, 7, 819-833.
- Davis, D. E., Hook, J. N., McAnnally-Linz, R., Choe, E., & Placeres, V. (2017). Humility, Religion, and Spirituality: A Review of the Literature. *Psychology of Religion and Spirituality*, 9, 242-253. <https://doi.org/10.1037/rel0000111>
- Davis, D. E., Worthington, E. L., & Hook, J. N. (2010). Humility: Review of Measurement Strategies and Conceptualization as Personality Judgment. *The Journal of Positive Psychology*, 5, 243-252. <https://doi.org/10.1080/17439761003791672>
- Davis, D. E., Worthington, E. L., Hook, J. N., Emmons, R. A., Hill, P. C., Bollinger, R. A., & Van Tongeren, D. R. (2013). Humility and the Development and Repair of Social Bonds: Two Longitudinal Studies. *Self and Identity*, 12, 58-77. <https://doi.org/10.1080/15298868.2011.636509>
- Exline, J. J., & Hill, P. C. (2012). Humility: A Consistent and Robust Predictor of Generosity. *The Journal of Positive Psychology*, 7, 208-218. <https://doi.org/10.1080/17439760.2012.671348>
- Farrell, J. E., Hook, J. N., Ramos, M., Davis, D. E., Van Tongeren, D. R., & Ruiz, J. M. (2015). Humility and Relationship Outcomes in Couples: The Mediating Role of Commitment. *Couple and Family Psychology: Research and Practice*, 4, 14-26. <https://doi.org/10.1037/cfp0000033>
- Krause, N., Pargament, K. I., Hill, P. C., & Ironson, G. (2016). Humility, Stressful Life Events, and Psychological Well-Being: Findings from the Landmark Spirituality and Health Survey. *The Journal of Positive Psychology*, 11, 499-510. <https://doi.org/10.1080/17439760.2015.1127991>
- Kruse, E., Chancellor, J., & Lyubomirsky, S. (2017). State Humility: Measurement, Conceptual Validation, and Intrapersonal Processes. *Self and Identity*, 16, 399-438. <https://doi.org/10.1080/15298868.2016.1267662>
- LaBouff, J. P., Rowatt, W. C., Johnson, M. K., Tsang, J.-A., & Willerton, G. M. (2012). Humble Persons Are More Helpful than Less Humble Persons: Evidence from Three Studies. *The Journal of Positive Psychology*, 7, 16-29. <https://doi.org/10.1080/17439760.2011.626787>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors We Live by*. University of Chicago Press.
- Meier, B. P., & Robinson, M. D. (2004). Why the Sunny Side Is Up: Association between Affect and Vertical Position. *Psychological Science*, 15, 243-247. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.00659.x>
- Meier, B. P., Sellbom, M., & Wygant, D. B. (2007). Failing to Take the Moral High Ground: Psychopathy and the Vertical Representation of Morality. *Personality and Individual Differences*, 43, 757-767. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.02.001>
- Nadelhoffer, T., & Wright, J. C. (2017). The Twin Dimensions of the Virtue of Humility: Low Self-Focus and High Other-Focus. In W. Sinnott-Armstrong, & C. Miller (Eds.), *Moral Psychology: Virtues and Happiness* (Vol. 5, pp. 309-371). Bradford Books.
- Peters, A. S., Rowat, W. C., & Johnson, M. K. (2011). Associations between Dispositional Humility and Social Relationship Quality. *Psychology*, 2, 155-161. <https://doi.org/10.4236/psych.2011.23025>
- Schubert, T. W. (2005). Your Highness: Vertical Positions as Perceptual Symbols of Power. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 1-21. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.89.1.1>
- Van Tongeren, D. R., Davis, D. E., Hook, J. N., Rowatt, W., & Worthington, E. L. (2018). Religious Differences in Reporting and Expressing Humility. *Psychology of Religion and Spirituality*, 10, 174-184. <https://doi.org/10.1037/rel0000118>
- Wang, F., Edwards, K. J., Hill, P. C., & University, B. (2017). Humility as a Relational Virtue: Establishing Trust, Empowering Repair, and Building Marital Well-Being. *Journal of Psychology and Christianity*, 36, 168-179.