

网络游戏群体社会认同评定量表的编制

李强, 徐玮, 谭华

(南开大学社会心理学系, 天津 300350)

【摘要】 目的:编制网络游戏群体社会认同评定量表。**方法:**该量表在已有社会认同相关量表的基础上, 结合访谈法收集条目, 并通过项目分析、探索性因素分析和验证性因素分析等统计方法, 编制《网络游戏群体社会认同评定量表》。**结果:**量表共 25 个项目, 包含行动承诺, 群体身份维系, 内群偏好, 群体心理归属, 关联现实等五个维度。总量表及各维度的内部一致性系数在 0.736–0.942 之间, 重测信度为 0.913, 与效标间的相关系数为 0.518, 验证性因素分析表明本量表结构良好。**结论:**该量表信效度良好, 可作为网络游戏群体社会认同的测量工具。

【关键词】 网络游戏群体; 社会认同; 量表编制

中图分类号: R395.1

DOI: 10.16128/j.cnki.1005-3611.2016.03.011

Development of the Social Identity Rating Scale for the Online Game Groups

LI Qiang, XU Wei, TAN Hua

Department of Social Psychology, Nankai University, Tianjin 300350, China

【Abstract】 Objective: To develop the Social Identity Rating Scale for the Online Game Groups. **Methods:** The original items of the scale were based on the relevant scales and the interview results of the study. Item analysis, parallel analysis, exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were used to develop the Social Identity Rating Scale for the Online Game Groups. **Results:** The scale included 25 items and 5 distinct factors: Behavior Commitment, Group Identity Maintaining, In-group Favoritism, Group Psychological Belonging, and Reality Relevance. The internal consistency reliability of the scale and its factors were 0.736–0.942, the test-retest reliability was 0.913, the correlation coefficient of criterion was 0.518, confirmatory factor analysis showed that the scale construction was good. **Conclusion:** The Social Identity Rating Scale for the Online Game Groups has good reliability and validity, and can be used as a tool for the social identity for the online game groups.

【Key words】 The online game groups; Social identity; Scale development

社会认同指“个体知晓他/她归属于特定的社会群体, 而且他/她所获得的群体资格会赋予其某种情感和价值意义。”^[1]该理论由 Tajfel 等人在 20 世纪 70 年代提出, 在丰富的群体研究实践中不断深入和发展, 已经成为群体心理和行为研究领域最具有影响力的研究理论之一。其以自我分类论为基础, 清晰地解释了多种类型的群体内、群体间行为^[2]。

互联网技术不断提高, 网络社会作为对现实社会的扩展和延伸, 蓬勃发展起来。网络游戏群体已经成为网络生存时代下不容忽视的群体类型和群体力量, 对其进行研究与探讨具有较强的现实价值。以著名游戏“魔兽世界”为例, 其游戏内的主要组织“公会”已成为了网络社会乃至非网络社会中较为有代表性的群体, 其存在意义不再仅仅局限于游戏本身, 而是成为了一种新的网络群体形式甚至社会现象。而社会认同理论作为社会心理学中的经典群体理论, 以该理论为基础, 可以很好地解释游戏环境甚

至网络社会中的各类游戏群体行为。并且本研究通过访谈发现, 网络游戏群体的群体认同结构也更为复杂: 玩家多是由于游戏设定不得不加入“公会”; 玩家是否参与群体活动和任务是认同水平的主要表现之一, 但同时考虑到游戏设定的限制, 情感联接、群体归属感也是其群体认同中的重要方面; 并且作为线上虚拟群体, 玩家是否愿意将其与自己的线下生活相联系, 也是其对于所属网游群体认同水平的标志之一。因此, 对网络游戏群体的群体认同问题进行讨论, 不仅拓宽了网络游戏领域的研究视角, 将网络游戏中的各类行为上升至群体层面进行分析, 同时也能够更为深入的理解个体的网络游戏活动。并且已有研究表明社交功能是参与网络游戏及网络游戏成瘾的主要动机之一^[3], 而网络偏差行为的成因同样可能与社会认同相关^[4], 因此从临床心理学角度来看, 探讨网络游戏爱好者的群体认同问题同样具有一定的理论价值和临床意义。

经典的社会认同研究范式为“最简群体范式”^[5], 即将被试随机分为两组, 采用实验设计的方法讨论群体认同与其他心理学变量间的关系。问卷研究则

【基金项目】 2012 年国家社科基金重大项目 (12&ZD218) “基于大规模网络实际测量的个体与群体行为影响分析研究”

通讯作者: 谭华, bibith@163.com

种类繁多,多翻译自国外学者的相关问卷或采用自编问卷。已有问卷或从社会认同的经典理论出发,为具有普遍适用性的社会认同量表,例如杨秀木、齐玉龙、申正付等采用的由 Doosje, Ellemers 和 Spears 编制的《团队认同问卷》^[6],叶娜编写的《群体认同量表》^[7],或结构简单、维度单一,例如有研究者采用的“绘图测验”^[8],即用图形间的距离关系代表自己与群体间的认同程度。鉴于网游群体依托于网络社会,具有很强的虚拟性,较不适宜采用实验研究。同时考虑到该群体的特殊性,且鲜有成熟的针对网络游戏群体的群体认同测量问卷,本研究在已有研究的基础上,结合网络游戏群体的特点,编制网络游戏群体社会认同评定量表,为该群体的社会认同研究提供有效的研究工具。

1 方 法

1.1 项目收集

本问卷的项目来源主要包括以下三种:①社会认同理论的内涵。社会认同是通过分类、自我范畴化和社会比较过程实现的个体基于群体身份的心理状态。社会认同会带来个体对内群体的偏爱和对外群体的歧视,对内群体的情感上的归属,对内群体规范的遵从等表现,这些都是本量表需要涵盖的内容。②国内外已有相关研究成果。在查阅了大量社会认同和网络群体的相关研究的基础上,本研究主要借鉴了国外商品品牌虚拟社区认同研究^[9-12]及国内其他不同群体的社会认同量表^[13-17]中的与本研究内容相关联或类似的维度及其具体条目设置。③访谈资料。本研究选取了8位资深网络游戏玩家,在对其讲解了社会认同的基本概念后,让其自由谈论自己与所属的网络游戏群体间的关系及这种关系主要体现在哪些方面。结果表明,对于网络游戏玩家而言,自己是否经常参加所属网游群体的活动、对所属网游群体的忠诚度、网络游戏群体是否与其线下生活产生关联等是都是评价自己与网络游戏群体间关系的重要内容。在以上工作的基础上,对已收集到的进行条目进行筛选、合并及评定,得到36个初始题目,形成初版网络游戏群体社会认同评定量表。

1.2 被试

网络调查问卷具有可控制其登陆地点、填答时间、易于进行数据录入等特点。网络游戏群体的产生依托于网络,因此该群体更乐于接受网络调查的形式。且相比较于线下环境,该群体样本更容易在网络环境中寻得。鉴于此,本研究委托专业网络调

查公司采用网络问卷的方式收集数据。在问卷开始部分,被试需要确认自己是否为网络游戏玩家并填写最常参与的网络游戏名称,符合本研究标准的被试才可进入问卷页面进行填写。本问卷在施测阶段设置了测谎题目,即在问卷的不同位置放置某题目的正向与反向叙述的两个版本。同时,根据本问卷的项目数量和结构特点,填答时间过短或有连续6个以上的相同填答,会被视为无效问卷。

本研究分为初测与正式施测两个阶段。在初测阶段,选取了337位被试进行问卷调查,共回收有效问卷297份,女性96名,男性201名,该部分数据被用来对问卷进行探索性因素分析。同时,共有852位被试参与正式测试,有效问卷699份,其中女性被试218名,男性被试481名,该部分数据被用来进行问卷结构的验证性因素分析。

1.3 效标工具

本研究采用“绘图测验”及玩家每周参与游戏的时间作为网络游戏群体社会认同量表的效标题目。

“绘图测验”用大圆圈代表网络游戏群体,小圆圈代表玩家个体,二者间的内含、相交和相离关系及二者之间的距离则代表玩家与网络游戏群体间的关系。该题目为五点计分,其中大圆与小圆相切计分为1,二者小部分相交、一般相交及大部分相交分别计2-4分,完全包含则计分为5。同时,网络游戏领域已有研究表明,玩家对其所在网络游戏群体的认同程度与其游戏动机密切相关^[17],而后者则直接表现在其游戏时间的长短^[3],故玩家每周的游戏时间也被作为本量表的效标题目之一。

1.4 统计方法

采用Spss19.0和Amos22.0对数据进行统计分析。

2 结 果

2.1 项目分析

根据问卷总分大小将样本进行排序,其中前27%定义为高分组,后27%定义为低分组,将高分组与低分组在每一题上的得分进行独立样本 t 检验,以确定项目的区分度。结果显示,其中项目5的得分在高低分组中的差异不显著,故删去。然后将余下每个项目的得分与总分做相关性分析,删去得分与总分间相关系数小于0.30的题目,共2题,分别为项目27和项目32,最终得到33个项目。

2.2 探索性因素分析

以初测阶段的297份问卷为样本,对量表进行Bartlett球形性检验,KMO为0.939, χ^2 为4368.62,达到

统计学显著水平($P=0.000$),说明本样本适宜进行探索性因素分析。采用主成分分析法抽取因子,并用最大方差法对因子进行旋转,选取特征根大于1的因子共5个,累计方差贡献率为53.14%。同时去除掉因子负荷小于0.4和交叉载荷较大的项目,重复多

次后,共删除8个项目,项目号分别为2、8、10、13、15、20、21和22。将剩余的25个题目再次进行探索性因素分析,初步确定5个因子分别为:行动承诺,内群偏好,群体身份维系,群体心理归属,关联现实,累计方差贡献率为55.97%。具体结果如表1。

表1 网络游戏群体社会认同量表探索性因素分析结果

| 行动承诺 | | 内群偏好 | | 群体身份维系 | | 群体心理归属 | | 关联现实 | |
|------|-------|------|-------|--------|-------|--------|-------|------|-------|
| 原项目号 | 载荷 | 原项目号 | 载荷 | 原项目号 | 载荷 | 原项目号 | 载荷 | 原项目号 | 载荷 |
| 6 | 0.526 | 1 | 0.485 | 11 | 0.495 | 12 | 0.436 | 33 | 0.698 |
| 7 | 0.647 | 3 | 0.767 | 16 | 0.641 | 23 | 0.595 | 34 | 0.779 |
| 9 | 0.574 | 4 | 0.760 | 17 | 0.693 | 24 | 0.640 | 35 | 0.776 |
| 28 | 0.614 | 14 | 0.444 | 18 | 0.588 | 25 | 0.653 | 36 | 0.721 |
| 29 | 0.624 | | | 19 | 0.688 | 26 | 0.533 | | |
| 30 | 0.513 | | | | | | | | |
| 31 | 0.597 | | | | | | | | |

2.3 验证性因素分析

选取正式施测时的699份样本,运用Amos22.0对已有量表结构进行验证性因素分析。同时提取与行为等主观意愿层面相关的维度“行动承诺”“群体身份维系”和“关联现实”为二阶因子“行为意愿”,与情感、感受性等有关的维度“内群偏好”“群体心理归属”为二阶因子“情感认知”,设置该二阶两因子结构为竞争模型。结果显示,一阶五因子模型与二阶两因子模型各项拟合指标均达到统计学标准。其中二阶模型较一阶模型增加了4个自由度,更为简洁,但也同时造成了模型卡方的增大。与此同时,一阶模型除RMR指标与二阶模型相同外, χ^2/df 、GFI、NNFI、IFI、CFI和RMSEA均在不同程度上好于二阶模型。综合考虑,本量表最终采用一阶五因子模型。验证性因素分析的具体拟合指数见表2。

表2 网络游戏群体社会认同量表的验证性因素分析结果

| 模型 | χ^2 | df | χ^2/df | GFI | NNFI | IFI | CFI | RMR | RMSEA |
|----|----------|-----|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 一阶 | 596.91 | 265 | 2.252 | 0.932 | 0.922 | 0.932 | 0.931 | 0.032 | 0.042 |
| 二阶 | 620.12 | 269 | 2.305 | 0.928 | 0.917 | 0.926 | 0.925 | 0.032 | 0.043 |

2.4 信效度分析

2.4.1 信度 统计结果显示,总问卷的Cronbach α 系数为0.942,分半信度为0.891。本研究选取了45位网络游戏玩家作为重测信度被试,两次测验时间间隔为15天,共收集到均有效问卷40份,其中男性26位、女性14位。结果显示,总量表的重测信度为0.913。详见表3。

表3 网络游戏群体社会认同量表的内部一致性系数

| | 行动承诺 | 内群偏好 | 群体身份维系 | 群体心理归属 | 关联现实 | 总量表 |
|-------------------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|
| Cronbach α | 0.817 | 0.762 | 0.771 | 0.736 | 0.815 | 0.942 |
| 重测信度 | 0.659 | 0.742 | 0.626 | 0.673 | 0.601 | 0.913 |

表4 各维度与总分间的相关分析结果

| | 行动承诺维度 | 内群偏好维度 | 群体身份维系维度 | 群体心理归属维度 | 关联现实维度 | 总分 |
|----------|---------|---------|----------|----------|---------|----|
| 行动承诺维度 | 1 | | | | | |
| 内群偏好维度 | 0.616** | 1 | | | | |
| 群体身份维系维度 | 0.627** | 0.593** | 1 | | | |
| 群体心理归属维度 | 0.651** | 0.615** | 0.573** | 1 | | |
| 关联现实维度 | 0.512** | 0.449** | 0.487** | 0.476** | 1 | |
| 总分 | 0.827** | 0.810** | 0.809** | 0.804** | 0.767** | 1 |

注:* $P<0.05$,** $P<0.01$,*** $P<0.001$

2.4.2 效标关联效度分析 统计结果显示,本问卷与“绘图测验”题目间的相关系数为0.518($P<0.01$),与玩家每周的游戏时间间的相关系数为0.153($P<0.001$)。

2.4.3 结构效度分析 将六个维度的得分与总分

之间进行两两相关分析,其中各维度间的相关分别为0.449至0.627之间,说明各维度之间存在关联但又相互独立。且各维度与问卷总分间的相关为0.767至0.827,说明问卷整体性较高,各维度与总分间有较强的一致性,具体相关分析结果见表4。

3 讨 论

本研究参考不同群体类型的社会认同量表的维度设计和具体条目,社会认同经典理论内涵,并结合对资深游戏玩家就社会认同的深度访谈,进行了网络游戏群体社会认同量表的维度和测量条目的设计。结合调查研究数据,采用项目分析、探索性因素分析和验证性因素分析等方法进行问卷维度的检验和问卷研究适用性的检验。最终问卷共25个项目,分别为行动承诺,群体身份维系,内群偏好,群体心理归属,关联现实5个维度,各量表的信效度均符合心理测量学标准。其中各维度的具体涵义为:行动承诺维度,个体对群体内动向的关注和对群体内活动的参与;群体身份维系,个体对群体身份的重视和维系群体身份的努力;内群偏好,个体对所在群体内其他的成员的偏爱;群体心理归属,个体对群体的情感归属和作为群体内成员的情感体验;关联现实,个体将网络游戏群体身份在现实生活公开和使用的意图和行动。其中“群体身份维系”与“群体心理归属”维度中均有与他人评价相关的内容。“群体身份维系”维度着眼主观意愿,例如“我非常在意其他成员对我的看法”,“群体心理归属”维度则着重于情感评价,例如“其他群体成员觉得我是个很好的人”。

网络游戏群体的群体规模不断大幅增长,使用人群的人口学背景从过去以青少年为主,逐渐扩散到各个年龄段和职业类型,使用人群构成复杂和多样化。网络游戏群体的群体心理和行为状态是具有现实意义和理论意义的研究领域,对网络游戏群体社会认同的研究,能够有效地理解网络游戏群体的心理状态和群体互动、群体行为,能够对网络游戏的使用体验和网络游戏的使用行为做出相关的分析。同时随着网络游戏的大量普及,网络游戏成瘾行为也愈发得到社会各界的重视,相关研究表明,同伴的网络使用行为会对个体产生影响^[18,19],并且在网络世界中的良好人际关系是个体沉迷网络游戏的动机之一。因此网络游戏群体社会认同与个体的网络游戏成瘾行为之间可能会存在某种联系,但这还需要进一步的研究证实。

参 考 文 献

- 1 Tafel H, Turner JC. The social identity theory of intergroup-behavior. In: Worchel S, Austin W(eds). Psychology of Inter-

- group Relations. Chicago: Nelson Hall, 1986. 7-24
- 2 张莹瑞,佐斌. 社会认同理论及其发展. 心理科学进展, 2006,14(3):475-480
- 3 张锦涛,陈超,刘凤娥,等. 网络游戏动机量表在中国大学生中的初步修订. 中国临床心理学杂志,2013,21(1):13-16
- 4 李冬梅,雷雳,邹泓. 青少年网上偏差行为的特点与研究展望. 中国临床心理学杂志,2006,16(2):95-97
- 5 迈克尔·A·豪格,多米尼克·阿布拉姆斯. 社会认同过程. 中国人民大学出版社,2011. 9-12
- 6 杨秀木,齐玉龙,申正付,等. 乡村医生心理资本、组织认同、工作绩效和主观幸福感的关系. 中国临床心理学杂志,2015,23(2):350-353
- 7 叶娜. 群体认同的结构与动机研究. 华中师范大学,2009
- 8 柴民权,管健. 代际农民工的社会认同管理:基于刻板印象威胁应对策略的视角. 社会科学,2013,11:54-65
- 9 Alesheimer R, Dholakia UM, Herrmann A. The social influence of brand community: Evidence from European car clubs. Journal of Marketing, 2005, 69: 19-34
- 10 Carlson BD. Brand-based community: the Role of identification in developing a sense of community among brand users. Oklahoma State University, 2005, 26(3): 25-38
- 11 Cole H, MD Griffiths. Social interactions in massively multi-player online role-playing gamers. Cyberpsychology & Behavior, 2007, 10(4): 575-583
- 12 Zhang SK, Jiang H, John MC. Social identity in facebook community life. International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 2010, 2(4): 66-78
- 13 亓昕. 农民工社会认同的形成——基于建筑业农民工的考察. 人口与经济,2013,1:37-43
- 14 张祝平. 新生代农民工的生存状态、社会认同与社会融入:浙江两市调查. 重庆社会科学,2011,2:59-65
- 15 王春光. 新生代农村流动人口的社会认同与城乡融合的关系. 社会学研究,2001,3:63-76
- 16 王毅杰,倪云鸽. 流动农民社会认同现状探析. 苏州大学学报,2005,2:49-53
- 17 Looy JV, Courtois C, Vocht MD. Player identification in on-line games: Validation of a scale for measuring identification in MMOGs. Media Psychology, 2012, 15(2): 197-221
- 18 张锦涛,陈超,刘凤娥,等. 同伴网络过度使用行为和态度、网络使用同伴压力与大学生网络成瘾的关系. 心理发展与教育,2012,28(6):634-640
- 19 汪涛,魏华,周宗奎,等. 同伴玩家比例、非适应性认知与网络游戏成瘾的关系. 中国临床心理学杂志,2015,23(3):487-489

(收稿日期:2015-11-30)