



心即理 PSYCHOPEDIA

第二十八期



頭條 聞

所謂「上莊」，就是成為大學學生組織或學會內閣的幹事成員。隨着學會選舉期的來臨，不少候選內閣的幹事都正在密鑼緊鼓地展開着他們的宣傳攻勢。在籌備期間，他們無不廢寢忘餐地開會商議和準備各式各樣的宣傳品。而在宣傳期正式開始之後，他們更是馬不停蹄地於四周張貼海報和派發傳單。其實大家有沒有想過，「上莊」有着甚麼的意義？而「上莊」當中的種種「習俗」和「傳統」又是從何而來？到底通宵達旦地製作宣傳品又是否有用？現在就讓我們透過心理學的理论，一起來窺探一下「上莊」的奧秘吧！

「上莊」令我找到了自己的身份和價值！

相信很多同學在上大學之前，都聽過「上莊乃大學生涯必做之事」的這種說法。因此，或許不少新生甫進校園大門，都希望踴躍一試，從而證明自己已經蛻變成爲一個朝氣勃勃的大學新生。再者，「上莊」亦是一個絕佳的途徑，讓同學適應大學這個陌生的環境和增加歸屬感 (Hogg & Vaughan, 2014)。簡而言之，「上莊」可以令我們更融入自己所屬的團體，例如是學系和書院等等，從而驅使自己對團體的運作更為投入，並藉此確立社會性認定身份 (Social identity)。此外，我們更會從這社會性認定身份中，建構自己的身份認同 (Ashforth & Mael, 1989)。所以，「上莊」的同學們不惜一切地為學會的名譽而奮鬥，亦絕非是空穴來風的。若然所屬的學會一蹶不振，他們的自我身份認同亦只會隨之而遭受挫敗。另外，同學在決定參加那一個學會的時候，亦往往會基於一直以來建立的自我概念 (Self concept)，選擇出與之最為相近的，從而進一步肯定和加強自我身份。





解構「上莊」的傳統承傳

同

學在「上莊」之後，很可能都在不自覺的情況下為自己作了一個**自我分類 (Self categorization)**，因而往往會

做一些他們認為「上莊」所需要做的事情 (Tajfel, 1982)，例如是進行通宵諮詢會議和在戶外叫喊口號等等，從而確保自己正在跟隨着大學生「上莊」的**社會規範 (Norm)**。此外，有鑑於新環境的不確定性，剛「上莊」的同學**傾向模仿其他「上莊」同學的行為**，來給予自己一種肯定，從而降低困惑。因此，「上莊」傳統中的一些古怪行為，就這樣一直被保存及「傳承」下去。而這種「上莊」的傳統，或許亦成為了同學們一直甘願為學會犧牲和付出的動力之一。

儘管如此，「上莊」的同學其實不一定會被這種傳統牽着鼻子走。反之，他們心力交瘁，含辛茹苦地工作和付出，很可能是為了得到一份滿足感。



籌辦活動的經驗和與人相處的技巧，對同學來說都是極珍貴且無價的得着。種種摻雜着淚水和喜悅的經歷累積起來，能為同學帶來一種自我價值的肯定，並從而提升他們的**自尊 (Self esteem)**。

歸根究底，其實「上莊」所帶來的價值，對每位同學來說都可能不盡相同。無可否認地，「上莊」期間的經歷不一定盡善盡美，但亦正正是這些失敗和挫折，為同學提供了學習和成長的寶貴機會。因此，在此祝福和希望各位有「上莊」的同學，都能盡情投入參與，並從箇中領略不能言喻的樂趣和意義吧！

莊出沒注意

一浪接一浪的宣傳攻勢！

相信各位近日在中大校園之內，都不難找到學會候選內閣宣傳品的蹤跡。這些宣傳品的種類繁多，款式層出不窮，實在令人為之驚嘆。這些美輪美奐的宣傳品，無論是海報、橫額、易拉架、宣傳單張，抑或是卡片，書籤和文件夾等紀念品，都是同學們的心血結晶。他們花費不少人力資源和時間準備這些宣傳品，加上「洗班」和網上宣傳等手法，都是為了展開鋪天蓋地的宣傳攻勢，務求令大家留意和支持他們所屬的候選內閣。





這是因為，當我們曝露在同一個事物的刺激次數和頻率愈高，就愈可能對其產生好感 (Zajonc, 1968)，而這個現象亦被稱為**屢見效應 (Mere exposure effect)**。因此，我們在長時間接觸各式各樣的宣傳品之後，都會不自覺地提升了對這些宣傳品的好感，亦因而增加了對該候選內閣的熟悉程度及好感。再者，宣傳品所表達的內容通常是帶有正面訊息的，所以我們很可能會把候選內閣和一些正面特質連繫起來，變相令我們增加了對該候選內閣的喜愛程度。

其實，「上莊」的同學精心預備宣傳品，並非空有一腔熱誠，亦絕非只是鬧着玩而已。他們都很希望自己的付出沒有白費，並得到各位同學的支持。所以說，若然各位想對他們的努力表示肯定的話，請不要吝嗇你們手中神聖的一票，快點給予他們一些支持和鼓勵吧！



「上莊」總離不開會議



一個學會的內閣或是幹事會，往往是由超過十名同學組成的。在他們開會商議事項的時候，最理想的情況當然是能夠達成共識。然而在現實環境中卻往往事與願違，每人所持的意見都可能互有衝突，所以我們往往都處於**團體思考 (Groupthink)**的模式，但求維持團體的和諧及凝聚力，而避免提出可能引起成員衝突的意見 (Myers, 2009)。

這種思考模式，有以下數項常見的特徵：

1. **合理化作用 (Rationalization)**：為團體辯護，並合理化所有決定。
2. **從眾壓力 (Conformity pressure)**：不敢提出反對或質疑的意見。
3. **不易受損害的錯覺 (Illusion of invulnerability)**：對團體面對的潛在問題視而不見。

如何令會議更有效率？

的而且確，過度依賴團體思考或會令人變得**思想封閉 (Closed-Mind)**。要避免這種情況發生，鼓勵團體的**小眾成員 (Minority)**發表意見是個值得一試的好方法。研究指出，小眾影響 (Minority Influence) 可以促使其他成員運用擴散式的思維 (Nemeth & Wachtler, 1983)，並且利於尋找更好的對策，甚至能提升整個團體的創新能力 (Peterson & Nemeth, 1996)。然而無可否認地，小眾成員往往很難有機會表達自己的意見。因此，領導者在此便需要擔當着作為團體溝通橋樑的角色，並運用適當的策略來協助這些小眾成員，從而提升會議的效率和成果。



中西文化對對碰：你是[🐑]嗎？

「羊群心理」——一個對大家來說絕對不會感到陌生的詞彙。它在心理學上的名稱為**從眾 (Conformity)**，泛指個體在受到群體主流的影響或引導下，懷疑及改變自己原有的觀點，判斷和行為，以達到迎合主流的目的 (Hogg & Vaughan, 2014)。從眾效應的影響力非常強大，在某些情況下甚至能誤導別人「指鹿為馬」。社會心理學家 Asch 的研究便顯示，實驗對象大多在測試期間被從眾影響判斷和動搖信心，並在最終選擇了明顯是錯誤的答案 (Asch, 1956)。

從眾的影響力亦視乎並取決於**虫籍文化** (Bond & Smith, 1996)。研究指出，在奉行集體主義地區的人，比推崇個人主義地區的人更容易受他人影響 (Han & Shavitt, 1994)，亦因此較常出現從眾效應。所以，比較重視集體主義的香港人 (Lau, 1992) 很容易受到從眾效應影響，因而導致團體思考等問題的頻生。有見及此，希望各位精明的讀者都能好好培養獨立和批判性的思考，以免變成一隻隨風擺柳的迷途羔羊啊！



是次出版蒙香港中文大學心理學系許展明教授作顧問，特此鳴謝。

主要參考資料：

- Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, 70, 1-70.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20-39.
- Bond, R., & Smith, P. B. (1996). Culture and conformity: A meta-analysis of studies using Asch's (1952b, 1956) line judgment task. *Psychological Bulletin*, 119, 111-137.
- Gerrig, R. J., & Zimbardo, P. G. (2010). *Psychology and life* (19th Ed.). Boston: Person.
- Han, S. P., & Shavitt, S. (1994). Persuasion and culture: Advertising appeals in individualistic and collectivistic societies. *Journal of Experimental Social Psychology*, 30, 326-350.
- Hogg, M.A., & Vaughan, G.M., (2014). *Social psychology* (7th Ed.). Harlow: Pearson.
- Lau, S. (1992). Collectivism's individualism: Value preference, personal control, and the desire for freedom among Chinese in Mainland China, Hong Kong, and Singapore. *Personality and Individual Differences*, 13, 361-366.
- Myers, D. G. (2009). *Social Psychology* (11th Ed.). New York: McGraw-Hill.
- Nemeth, C. J., & Wachtler, J. (1983). Creative problem solving as a result of majority vs minority influence. *European Journal of Social Psychology*, 13, 45-55.
- Peterson, R. S., & Nemeth, C. J. (1996). Focus versus flexibility majority and minority influence can both improve performance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 14-23.
- Tajfel, H. (1982). *Social Identity and Intergroup Relation* (2nd Ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1-27.

圖片來源：

- <http://www.clker.com/cliparts/e/4/8/7/13280460782141411990Cartoon%20Sheep.svg.med.png>
- <http://photo.elsoar.com/wp-content/images/funny-eid-ul-adha-sheep-cartoon-picture-8.jpg>
- <http://blog.istore.pl/>
- http://andyremitter.com/?attachment_id=637
- <http://modifylifestyle.com/tag/peer-pressure/>
- <http://gaokao.hujiang.com/yuedu/gy/p267043/>
- <http://trusu.ca/2014/10/meeting-participation-workshop/>
- <http://www.clker.com/clipart-26194.html>
- <http://www.freepik.com/free-photos-vectors/ocean-waves>
- <http://www.toopen.com/view/261173.html>

