

· 社会、人格与管理 ·

# 建议寻求时的能力 – 热情偏好： 思维模式和信息共享感的作用\*

胡寅凤 毕重增\*\*

(西南大学心理学与社会发展研究中心, 心理学部, 重庆, 400715)

**摘要** 人们的建议寻求意愿及偏好受社会认知的影响。采用情境模拟实验, 通过 2 个研究分别探讨思维模式 (实验 1) 和信息共享感 (实验 2) 对建议寻求时能力 – 热情偏好的影响。结果发现, 寻求他人建议时人们偏好能力对象, 但能力偏好效应依赖于分析思维的启动并受信息共享感的影响; 决策者感知到信息完全共享时, 建议寻求的能力偏好和思维模式的作用与未知共享信息时一致; 决策者感知到信息不完全共享时, 能力偏好逆转为热情偏好, 且依赖于直觉思维的启动。研究不仅明确了建议寻求时的能力偏好效应, 为利益依赖假说提供支持, 还发现了信息不完全共享时能力偏好会转化为热情偏好。

**关键词** 能力 热情 思维模式 信息共享感 建议寻求偏好

## 1 引言

在解决复杂且具有挑战性问题时, 他人建议对人们的决策起着核心作用 (Kämmer et al., 2023)。获取建议的过程中, 决策者需做出三个主要决策: 是否寻求关于特定主题的信息、从谁那里寻求信息以及是否依赖所获得的建议进行决策 (Blunden et al., 2019; Kämmer et al., 2023)。以往研究多聚焦于个体是否选择寻求建议或采纳他人建议, 而对“向谁寻求建议”这一关键问题的探讨相对有限 (Blunden et al., 2019)。寻求对象作为建议寻求发生时的客体, 人们对其印象及认知评价影响建议来源的选择偏好。能力与热情是人们认知他人的基本维度, 能力指代目标对象在完成任务或解决问题上的效率和技巧, 热情反映目标对象的友善程度和社交属性 (Fiske et al., 2002)。现有研究表明, 对寻求对象特征影响建议寻求行为的探讨也都可以归于能力或热情维度。例如, 决策者倾向于征求自信、能够提供准确信息的个体的建议 (Bonaccio & Dalal, 2006), 也即高能力对象更受偏爱; 礼貌和尊重他人的建议者被认为特别有吸引力 (Porath et al., 2015), 也即高热情对

象更受偏爱。尽管这些研究揭示了能力与热情分别在建议寻求中的重要性, 但仅局限于考察能力或热情单一维度特征的影响, 并未探讨决策者对信息提供者总体能力与热情印象的综合偏好。

建议采纳相关研究发现, 相比高热情印象者, 决策者往往更倾向于依赖高能力者提供的建议, 认为其建议更准确和有效 (杜秀芳等, 2023)。然而, 刻板印象内容模型 (stereotype content model, SCM) 指出, 人们对他人的认知常表现为能力与热情维度上的补偿性评价, 即高能力者通常被认为低热情, 高热情者则被认为低能力 (Fiske et al., 2002; Kervyn et al., 2010)。这种矛盾刻板印象广泛存在于现实情境中, 且可能使决策者在建议寻求时面临两难选择: 向高能力者寻求建议可能有被拒绝的风险, 而向高热情者寻求建议可能难以获取有效信息。因此, 建议采纳时的能力偏好能否拓展至主动寻求建议情境仍有待考察。作为建议寻求的主体, 寻求者本身的特征也将影响其对建议对象的选择。思维模式或将发挥作用, 因为向谁寻求建议涉及个体如何决策。除此之外, 寻求建议的直接目的是为了获取更多信息, 那么个体与寻求对象之间的当前信息持有差异

\* 本研究得到西南大学研究生科研创新项目 (SWUB24021) 的资助。

\*\* 通讯作者: 毕重增, E-mail: beech@swu.edu.cn

DOI:10.16719/j.cnki.1671-6981.20260311

(信息共享状态)也可能通过激活不同的认知加工模式进一步影响其选择。为此,本研究聚焦于陌生情境中需高效解决问题时,决策者面对矛盾刻板印象个体的建议寻求行为,综合考察能力-热情偏好及思维模式和信息共享感在其中的作用。研究将有助于解答寻求建议时能力-热情偏好的形成机制,并为如何推动建议寻求行为提供干预思路。

就建议寻求行为的上层概念——求助行为而言,求助者似乎更关注帮助者是否热情。研究发现,热情特征直接影响求助者的情绪及求助意愿(尚雪松等, 2021; Huang et al., 2023; Yagil & Moshe, 2003)。然而,利益依赖假说(闫宜人, 刘宁, 2023)认为,个体的成功依赖于他人成就时,为减轻因他人影响自身结果所带来的威胁感并提升对情境的控制感,人们会优先关注与自身利益相关的信息。建议寻求的目的是获取更多信息以优化自身决策的速度及准确性(Blunden et al., 2019),因而决策者的寻求行为将更加关心如何优化自身利益。建议寻求对象直接关系个体利益,高能力者往往被预期能够提供更准确和具有参考意义的信息。热情个体虽然更乐于提供帮助和建议,但其建议提供的有用性往往被视为不如高能力个体。因此,决策者对能力的重视会超过对热情的关注,更偏好寻求高能力低热情者的建议。

建议寻求不仅受到寻求对象特征的影响,决策者的思维模式(或信息加工类型)及其与任务情境的匹配度也是强有力的预测因素(Phillips et al., 2016)。行为决策领域的双加工理论(Evans, 2010)指出个体存在两种独立的信息加工类型:审慎加工与直觉加工。前者是消耗认知资源、较为缓慢且有意识的分析思维,而后者是基于经验和情绪的自动化、快速的直觉思维(Brosnan et al., 2017; Capraro, 2024)。建议寻求行为多发生于需要解决具有挑战性问题的任务情境,决策者需要优先考虑与决策目标直接相关的因素,因此审慎加工过程或分析思维更可能被激活(Phillips et al., 2016)。当审慎加工被激活时,直觉加工会被掩盖(Evans & Stanovich, 2013; Shenhav et al., 2012),这意味着分析思维成为主导思维模式。在此情况下,为找到最优解决方案,个体往往做出更为理性、功利化的

选择(Pennycook et al., 2015)。尽管高能力低热情的对象很可能拒绝个体的建议寻求,但分析思维能够降低拒绝敏感度(Fan et al., 2022),推动个体优先考虑寻求高能力者以提高决策的准确性。相反,直觉思维占主导时,思维模式与任务情境不匹配,个体的决策更会受到情绪的影响(Evans, 2010; Glöckner & Witteman, 2010; Liang et al., 2021)。两种矛盾刻板印象的消极效价印象(低热情或低能力)均可能引发决策者的负面情绪,导致个体产生对拒绝与评价的恐惧或对建议质量的怀疑,从而消解决策者的建议寻求偏好。因此,本研究提出假设1:个体在寻求他人建议时更重视能力,且能力偏好效应依赖于分析思维的启动。

区别于建议采纳时首先考虑优化决策更加重视能力维度,建议寻求的首要目标是收集多样化信息(Blunden et al., 2019)。个体对自身与他人信息共享状态的感知(即信息共享感)也会影响建议寻求意愿及偏好(Van Swol, 2009)。决策者偏好征求拥有未共享信息个体的建议,因为未共享的信息被认为是重要的、有价值的(Van Swol & Ludutsky, 2007)。只要决策者感知到与寻求对象间存在信息差异,建议寻求行为就可能发生。因此,信息共享感不但影响建议寻求,还可能调节建议寻求时的能力-热情偏好。

决策者对信息共享状态的感知决定着其依据何种线索做出向谁寻求建议的决定。在未知信息共享状态情境下,决策者主要依据印象知觉进行选择。在信息共享时,决策者与寻求对象之间信息对称。个体将更倾向于高能力者的建议,因为高能力者能充分利用信息给出更多见解。也就是说,此时个体仍需依赖印象线索做出抉择,能力偏好效应及思维模式的影响与未知信息共享状态时一致。当感知信息不完全共享时,两类寻求对象均拥有更多未共享信息,可为决策者提供更多的信息。此时,个体将更偏向乐于提供建议者,也即高热情者。信息不对称理论(asymmetric information theory)指出,在交互决策过程中,若一方比另一方拥有更多、更准确或更有价值的信息,这种信息的不平衡会使另一方处于不利地位(Spence, 2002)。处于不利地位的决策者会因此体验到更多不确定和焦虑,采取更加保

守的选择,以避免潜在的高风险(Milan et al., 2015; Wang et al., 2006)。相较于高能力者的低热情印象所带来的被拒绝和评价的高风险,高热情者则给人乐于分享、慷慨和诚信等印象(Berman & Silver, 2022; Brambilla et al., 2021; Cuddy et al., 2008),向其寻求建议的风险将更小。在这种情况下,直觉加工过程或直觉思维更可能被激活,决策者更关注情感因素且倾向于进行快速信息处理,依赖热情印象线索做出决策。相反,分析思维占主导时,由于寻求对象均能在信息提供方面发挥作用,决策者的寻求意愿均较强,不会产生印象偏好。基于此,本研究提出假设2:信息共享感是建议寻求时偏好产生分化的调节因素。具体来说,感知到信息完全共享时,决策者更重视能力,偏好寻求高能力低热情个体的建议,且能力偏好效应依赖于分析思维的启动;感知到信息不完全共享时,决策者更重视热情,偏好寻求高热情低能力个体的建议,且热情偏好效应依赖于直觉思维的启动。

综上,本研究将采用情境想象及建议寻求的人物选择任务,通过两项实验考察决策者在建议寻求情境中的能力-热情偏好及思维模式和信息共享感的作用。实验1旨在考察不同思维模式下,个体如何基于矛盾刻板印象的感知做出建议寻求偏好选择,检验假设1;实验2则在实验1的基础上,同时操纵信息共享状态以改变建议寻求时决策者的信息差感知,进一步考察不同信息共享状态下建议寻求时的能力-热情偏好以及思维模式对偏好的影响,检验假设2。

## 2 研究1 思维模式的作用

研究1旨在通过对比决策者对矛盾刻板印象个体的建议寻求意愿和选择偏好,探讨建议寻求情境中的能力-热情偏好及思维模式对建议寻求偏好的影响。

### 2.1 方法与程序

#### 2.1.1 被试

采用G\*Power 3.1对被试量进行计算(Faul et al., 2007),前人相似研究中采用中等效应量 $f = .21$ (闫宜人,刘宁,2023), $\alpha = .05$ ,2个组别,2次重复测量,达到80%统计检验力共需被试48名。与

上述研究不同,本研究因变量通过主观报告方式测量,而社会心理学研究中采用问卷的研究通常呈现小到中效应量(Richard et al., 2003)。因此,最终将效应量设置为.15,达到90%统计检验力,预估最小样本量为120名。为了提高研究结果的稳健性,实际招募163名被试(女生102名,男生61名),年龄18~29岁( $M = 22.18$ 岁, $SD = 2.45$ 岁)。其中,分析思维组84名,直觉思维组79名。

#### 2.1.2 实验材料

为避免无关因素对变量关系产生干扰,本研究采用在陌生情境中向非熟人寻求建议的任务设计。参考Winet等(2022)的寻宝游戏范式及建议寻求研究领域的任务情境(Van Swol & Ludutsky, 2007),被试需完成密室逃脱情境想象任务。在此过程中被试了解到自己正在参加某个线下密室逃脱游戏,也已经获得了一些线索,但对下一步应该怎么做比较迷茫。与此同时,另外两个游戏玩家和被试同处一个空间,且两位玩家与被试是同一年级的同学,三者之间仅认识而没有深度交往。

矛盾刻板印象的操纵材料。矛盾刻板印象操纵材料依据杨晓莉等(2023)研究改编。具体内容:“依据先前对二者的了解,你知道:玩家A是个聪明、学习效率高的人,同时也是个悲观、待人冷漠的人。玩家B是个积极乐观、待人友善的人,同时也是个愚笨、学习效率低的人。”具体实验时,平衡玩家描述呈现顺序。

思维模式的操纵材料。借鉴柳武妹和王璐(2024)的研究,通过文字启动及控制思考时间相结合的方式操纵思维模式。具体而言,在浏览有关玩家A与玩家B信息的同时,分析思维组被试会浏览到“请你聚焦于向玩家寻求建议的优缺点,根据理性分析思考1分钟后做出是否向某个玩家寻求建议的决定”,且页面停留60s后方可进入下一页;直觉思维组被试则会浏览到“请你聚焦于向玩家寻求建议时的情绪和情感,根据直觉和感觉做出是否向某个玩家寻求建议的决定”,且被试被要求“点击下一页立即作答”(系统设置至多停留在该页面10s)。

#### 2.1.3 设计与程序

采用2(矛盾刻板印象:高能力低热情、高热

情低能力) × 2 (思维模式: 分析、直觉) 的两因素混合实验设计。矛盾刻板印象为被试内变量, 思维模式为被试间变量。因变量为建议寻求意愿及选择偏好。

该实验通过 PsychoPy 2021.2.3 软件呈现, 每名被试单独进行。首先, 被试同意参加实验后, 需阅读情境材料进行想象任务。随后, 被试被随机分配到不同启动组, 启动不同的思维方式, 同时需回答向两位玩家寻求建议的意愿程度 (“相比继续自己推理, 你向玩家 A/ 玩家 B 寻求建议的意愿有多强?”, 7 点评分), 并在二者之间做出偏好选择 (“你更偏向于向谁寻求建议?”)。之后, 评估对两位玩家特征的赞成程度 (“玩家 A/B 非常有能力” “玩家 A/B 非常热情”, 7 点评分) 以及思维模式的有效性检验问题 (“您是采用什么方法在两位玩家间做出选择的?” 1 = 依赖直觉很快决定, 7 = 依赖理性思考花时间决定) (Woolley & Liu, 2021)。最后, 回答注意力检测题目并填写个人信息。

## 2.2 结果与讨论

### 2.2.1 操纵有效性检验

矛盾刻板印象的操纵有效性检验。以认知维度感知评分为指标进行重复测量方差分析。结果发现, 被试对高能力低热情个体的能力评价 ( $6.01 \pm .77$ ) 显著高于高热情低能力个体 ( $2.87 \pm 1.20$ ),  $F(1, 162) = 605.54, p < .001, \eta_p^2 = .79$ ; 且对高热情低能力个体的热情评价 ( $6.11 \pm .72$ ) 显著高于高能力低热情个体 ( $1.79 \pm .82$ ),  $F(1, 162) = 1729.20, p < .001, \eta_p^2 = .91$ 。此外, 配对样本  $t$  检验发现, 被试对高能力低热情个体的能力评价显著高于热情评分,  $t(162) = 41.30, p < .001, \text{Cohen's } d = 3.24$ ; 被试对高热情低能力个体的热情评价显著高于能力评分,  $t(162) = 26.53, p < .001, \text{Cohen's } d = 2.08$ 。实验操纵获得了与预期相符的高低评分模式, 说明矛盾刻板印象的操纵有效。思维模式、矛盾刻板印象、认知维度的三项的交互作用不显著,  $F(1, 161) = 2.92, p > .05$ , 进一步表明感知矛盾刻板印象程度在组间也是匹配的。

思维模式的操纵有效性检验。独立样本  $t$  检验发现, 分析思维启动组评分 ( $5.43 \pm 1.44$ ) 显著高于直觉思维启动组 ( $4.53 \pm 1.66$ ),  $t(161) = 3.68, p < .001, \text{Cohen's } d = .58$ , 说明操纵有效。

### 2.2.2 矛盾刻板印象对建议寻求意愿的影响：思维模式的作用

对建议寻求意愿进行 2 (矛盾刻板印象: 高能力低热情、高热情低能力) × 2 (思维模式: 分析、直觉) 的重复测量方差分析。其中, 矛盾刻板印象为重复测量因子, 思维模式为组间因子。结果发现 (见图 1), 矛盾刻板印象的主效应显著,  $F(1, 161) = 4.09, p < .05, \eta_p^2 = .03$ , 被试对高能力低热情个体的建议寻求意愿 ( $4.80 \pm 1.48$ ) 显著高于高热情低能力个体 ( $4.36 \pm 1.51$ )。思维模式的主效应不显著,  $F(1, 161) = .23, p > .05$ 。矛盾刻板印象和思维模式的交互作用显著,  $F(1, 161) = 7.58, p < .01, \eta_p^2 = .05$ 。简单效应分析表明, 分析思维启动组中, 被试向高能力低热情个体寻求建议的意愿 ( $5.06 \pm 1.47$ ) 显著高于高热情低能力个体 ( $4.06 \pm 1.61; p < .001$ ); 直觉思维启动组中, 被试向高能力低热情 ( $4.53 \pm 1.46$ ) 与高热情低能力个体 ( $4.68 \pm 1.34$ ) 寻求建议的意愿无显著差异 ( $p > .05$ ); 对于高能力低热情个体, 分析思维组被试的建议寻求意愿显著高于直觉思维组 ( $p < .05$ ); 对于高热情低能力个体, 分析思维组被试的建议寻求意愿显著低于直觉思维组 ( $p < .01$ )。

### 2.2.3 思维模式对建议寻求偏好的影响

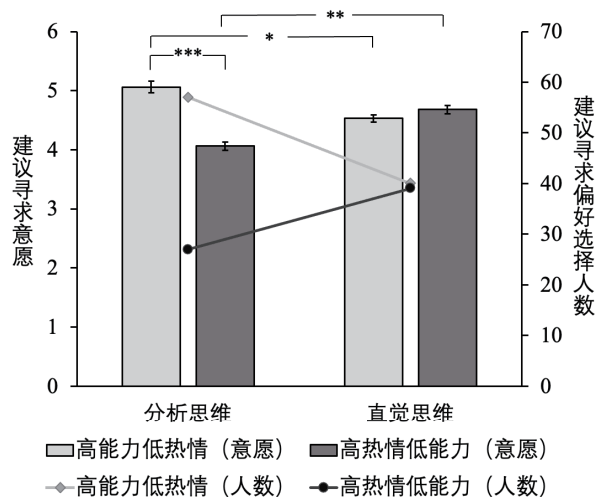


图 1 思维模式启动对向矛盾刻板印象个体建议寻求意愿及选择偏好的影响

注: \* 表示  $p < .05$ , \*\* 表示  $p < .01$ , \*\*\* 表示  $p < .001$ 。

以思维模式为自变量, 选择不同矛盾刻板印象个体的人数为因变量进行卡方检验, 结果发现 (见图 1), 思维模式对建议寻求偏好存在显著影响,

$\chi^2(1) = 5.01, p < .05$ 。具体而言,分析思维组对高能力低热情个体 ( $f_0 = 57$ ) 的选择偏好显著高于高热情低能力个体 ( $f_0 = 27$ ),  $\chi^2(1) = 10.71, p < .001$ ; 直觉思维组对高能力低热情个体 ( $f_0 = 40$ ) 与高热情低能力个体 ( $f_0 = 39$ ) 的选择偏好无显著差异,  $\chi^2(1) = .01, p > .05$ 。

研究 1 的结果支持了假设 1, 人们在寻求他人建议时, 倾向于选择高能力低热情矛盾刻板印象个体, 说明在征求他人建议时更加重视能力维度。此外, 建议寻求意愿与偏好选择的结果一致表明, 这种寻求他人建议时对能力的偏好以分析思维为条件, 直觉思维启动时没有明显的偏好。

研究 1 验证了建议寻求时存在能力偏好且受思维模式的影响, 研究 2 将在研究 1 的基础上, 同时操纵信息共享状态以改变建议寻求时决策者的信息差感知, 探讨信息共享感是否影响建议寻求时的能力-热情偏好以及不同信息共享状态思维模式对建议寻求偏好的影响。

### 3 研究 2 信息共享感的作用

#### 3.1 方法与程序

##### 3.1.1 被试

采用 G\*Power 3.1 对被试量进行计算 (Faul et al., 2007), 设置  $f = .15$ ,  $\alpha = .05$ , 4 个组别, 2 次重复测量, 达到 90% 统计检验力共需被试 164 名。实际招募 315 名被试 (女生 195 名, 男生 120 名), 年龄 18~29 岁 ( $M = 22.09$  岁,  $SD = 2.36$  岁), 完全共享信息情境组 158 名 (分析思维组 73 名, 直觉思维组 85 名), 不完全共享信息情境组 157 名 (分析思维组 80 名, 直觉思维组 77 名)。

##### 3.1.2 实验材料

除了增加有关信息共享状态的描述外, 其他同实验 1。参考 Van Swol 和 Ludutsky (2007) 的研究, 完全共享信息情境描述为“分别与玩家 A、玩家 B 进行简单交流后, 你得知: A、B 两位玩家已获得的线索均和你完全相同”; 不完全共享信息情境描述为“分别与玩家 A、玩家 B 进行简单交流后, 你得知: 除了拥有你已获得的线索, 两位玩家均获取了一些其他的线索”。

##### 3.1.3 设计与程序

研究采用 2 (矛盾刻板印象: 高能力低热情、高热情低能力)  $\times$  2 (思维模式: 分析、直觉)  $\times$  2 (信息共享感: 完全共享、不完全共享) 的三因素混合实验设计。矛盾刻板印象为被试内变量, 思维模式与信息共享感为被试间变量。因变量为建议寻求意愿及选择偏好。

该实验流程与研究 1 基本相同, 除了在情境想象任务后提供给被试有关信息共享状态的描述, 以及实验结束增加对信息共享感的操纵有效性检验 (“交流中得知, 两位玩家获得的信息你都知道” “交流中得知, 两位玩家与你完全共享相同的信息”, 7 点评分  $\alpha = .80$ )。

#### 3.2 结果与讨论

##### 3.2.1 操纵有效性检验

矛盾刻板印象的操纵有效性检验。以认知维度感知评分为指标进行重复测量方差分析。结果发现, 被试对高能力低热情个体的能力评价 ( $5.98 \pm .93$ ) 显著高于高热情低能力个体 ( $3.10 \pm 1.29$ ),  $F(1, 314) = 821.90, p < .001, \eta_p^2 = .72$ ; 且对高热情低能力个体的热情评价 ( $6.11 \pm .93$ ) 显著高于高能力低热情个体 ( $2.06 \pm 1.06$ ),  $F(1, 314) = 1822.70, p < .001, \eta_p^2 = .85$ 。此外, 配对样本  $t$  检验发现, 被试对高能力低热情个体的能力评价显著高于热情评分,  $t(314) = 45.15, p < .001, \text{Cohen's } d = 2.54$ ; 被试对高热情低能力个体的热情评价显著高于能力评分,  $t(314) = 30.47, p < .001, \text{Cohen's } d = 1.72$ 。实验操纵获得了与预期相符的高低评分模式, 说明矛盾刻板印象的操纵有效。思维模式、信息共享状态、矛盾刻板印象对象、认知维度四项的交互作用不显著,  $F(1, 311) = .28, p > .05$ , 则表明感知到的矛盾刻板印象程度也是组间匹配的。

思维模式的操纵有效性检验。独立样本  $t$  检验发现, 分析思维启动组评分 ( $5.18 \pm 1.66$ ) 显著高于直觉思维启动组 ( $4.15 \pm 1.98$ ),  $t(313) = 5.04, p < .001, \text{Cohen's } d = .61$ , 说明操纵有效。

信息共享感的操纵有效性检验。独立样本  $t$  检验发现, 完全共享信息组的信息共享感知评分 ( $5.88 \pm 1.11$ ) 显著高于不完全共享信息组 ( $3.55 \pm 1.65$ ),  $t(313) = 14.63, p < .001, \text{Cohen's } d = 1.65$ , 说明操纵有效。

### 3.2.2 矛盾刻板印象对建议寻求意愿的影响：思维模式和信息共享感的作用

以建议寻求意愿为因变量，进行2（矛盾刻板印象：高能力低热情、高热情低能力）×2（思维模式：分析、直觉）×2（信息共享感：完全共享、不完全共享）的重复测量方差分析。其中，矛盾刻板印象为重复测量因子，思维模式和信息共享感为组间因子。结果发现，矛盾刻板印象的主效应不显著， $F(1, 311) = .89, p > .05$ 。思维模式的主效应不显著， $F(1, 311) = 2.09, p > .05$ 。信息共享感的主效应不显著， $F(1, 311) = 3.03, p > .05$ 。思维模式与信息共享感的交互作用不显著， $F(1, 311) = .08, p > .05$ 。矛盾刻板印象与思维模式、信息共享感的三重交互作用不显著， $F(1, 311) = .05, p > .05$ 。

矛盾刻板印象与思维模式的交互作用显著， $F(1, 311) = 9.75, p < .01, \eta_p^2 = .03$ 。简单效应分析表明，分析思维启动组中，被试对高能力低热情（ $4.83 \pm 1.52$ ）与高热情低能力个体（ $4.51 \pm 1.52$ ）的建议寻求意愿无显著差异（ $p > .05$ ）；直觉思维启动组中，被试对高热情低能力个体（ $5.08 \pm 1.57$ ）的建议寻求意愿显著高于高能力低热情个体（ $4.48 \pm 1.46; p < .01$ ）。此外，对于高能力低热情个体，分析思维组的建议寻求意愿显著高于直觉思维组（ $p < .05$ ）；对于高热情低能力个体，直觉思维组的建议寻求意愿显著高于分析思维组（ $p < .01$ ）。

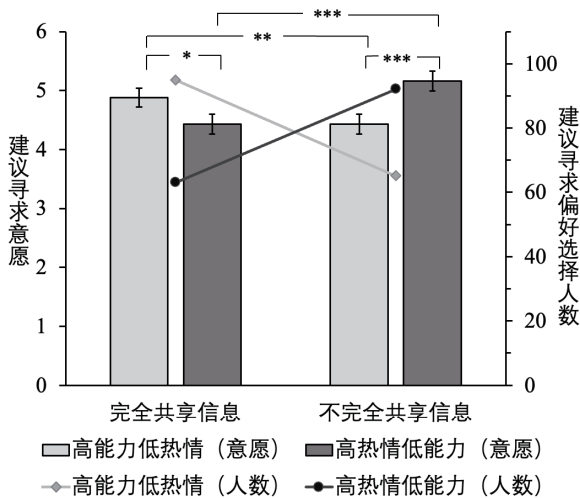


图2 信息共享状态对向矛盾刻板印象个体建议寻求意愿及选择偏好的影响

注：\*表示 $p < .05$ ，\*\*表示 $p < .01$ ，\*\*\*表示 $p < .001$ 。

矛盾刻板印象与信息共享感的交互作用显著， $F(1, 311) = 15.39, p < .001, \eta_p^2 = .05$ 。简单效应分析表明（见图2），完全共享信息情境下，被试向高能力低热情个体寻求建议的意愿（ $4.88 \pm 1.46$ ）显著高于高热情低能力个体（ $4.43 \pm 1.55; p < .05$ ）；不完全共享信息情境下，被试向高热情低能力个体寻求建议的意愿（ $5.16 \pm 1.51$ ）显著高于高能力低热情个体（ $4.43 \pm 1.50; p < .001$ ）。此外，对于高能力低热情个体，完全共享信息组的建议寻求意愿显著高于不完全共享信息组（ $p < .01$ ）；对于高热情低能力个体，不完全共享信息组的建议寻求意愿（ $5.16 \pm 1.51$ ）显著高于完全共享信息组（ $p < .001$ ）。

基于本实验的目的，分析不同信息共享状态思维模式对建议寻求偏好的影响，结果发现两种信息共享条件下，矛盾刻板印象和思维模式的交互作用都显著（ $ps < .05$ ）。简单效应分析发现（见图3），完全共享信息时，分析思维组更倾向于向高能力低热情个体寻求建议（而不是高热情低能力）；而不完全共享信息时，直觉思维组更倾向于向高热情低能力个体寻求建议（而不是高能力低热情），如表1。

### 3.2.3 信息共享感对建议寻求偏好的影响

以信息共享感为自变量，选择不同矛盾刻板印象个体的人数为因变量进行卡方检验。结果发现（见图2），信息共享感对建议寻求偏好存在显著影响， $\chi^2(1) = 11.05, p < .001$ 。具体而言，完全共享信息情境下对高能力低热情个体（ $f_0 = 95$ ）的选择偏好显著

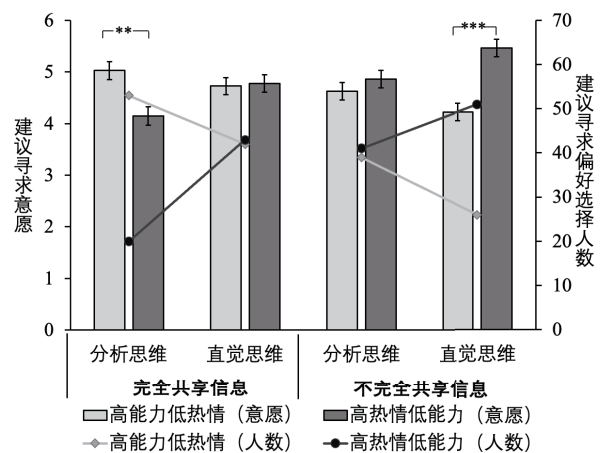


图3 不同信息共享状态思维模式对向矛盾刻板印象个体建议寻求意愿及选择偏好的影响

注：\*\*表示 $p < .01$ ，\*\*\*表示 $p < .001$ 。

表 1 不同信息共享状态思维模式对建议寻求偏好的影响

信息共享状态	思维模式	高能力低热情	高热情低能力	交互作用			简单效应		
		$M \pm SD(f_0)$	$M \pm SD(f_0)$	$F$	$P$	$\eta_p^2$	$F$	$P$	$\eta_p^2$
完全共享	分析思维	5.03 ± 1.47(53)	4.15 ± 1.45(20)	4.32	< .05	.03	8.21	< .01	.10
	直觉思维	4.73 ± 1.44(42)	4.72 ± 1.59(43)				< .01	> .05	
不完全共享	分析思维	4.63 ± 1.54(39)	4.86 ± 1.52(41)	5.55	< .05	.04	.54	> .05	
	直觉思维	4.22 ± 1.44(26)	5.45 ± 1.46(51)				17.12	< .001	.18

高于高热情低能力个体 ( $f_0 = 63$ )， $\chi^2(1) = 6.48, p < .05$ ；不完全共享信息情境下对高热情低能力个体 ( $f_0 = 92$ ) 的选择偏好显著高于高能力低热情个体 ( $f_0 = 65$ )， $\chi^2(1) = 4.64, p < .05$ 。

以思维模式为自变量，选择不同矛盾刻板印象个体的人数为因变量进行卡方检验。结果发现（见图 3），完全共享信息情境下，思维模式对建议寻求偏好存在显著影响， $\chi^2(1) = 8.81, p < .01$ 。具体而言，分析思维组对高能力低热情个体 ( $f_0 = 53$ ) 的选择偏好显著高于高热情低能力个体 ( $f_0 = 20$ )， $\chi^2(1) = 14.91, p < .001$ ；直觉思维组对高能力低热情个体 ( $f_0 = 42$ ) 与高热情低能力个体 ( $f_0 = 43$ ) 的选择偏好无显著差异， $\chi^2(1) = .01, p > .05$ 。不完全共享信息情境下，思维模式对建议寻求偏好的影响边缘显著， $\chi^2(1) = 3.63, p = .057$ 。具体而言，分析思维组对高能力低热情个体 ( $f_0 = 39$ ) 与高热情低能力个体 ( $f_0 = 41$ ) 的选择偏好无显著差异， $\chi^2(1) = .05, p > .05$ ；直觉思维组对高热情低能力个体 ( $f_0 = 51$ ) 的选择偏好显著高于高能力低热情个体 ( $f_0 = 26$ )， $\chi^2(1) = 8.12, p < .01$ 。

研究 2 结果支持了假设 2。建议寻求意愿与偏好选择的结果一致表明，完全共享信息情境与未知共享信息情境（研究 1）的结果相似，不完全共享信息情境则存在热情偏好，直觉思维启动组偏好寻求高热情低能力个体的建议，分析思维启动组未显示明显的偏好。该结果表明，决策者对信息差的感知影响其首先依据何种线索选择寻求对象，进而影响建议寻求偏好。

#### 4 总讨论

本研究通过对比决策者对矛盾刻板印象对象的建议寻求意愿和选择偏好，探讨建议寻求情境中的

能力 - 热情偏好及思维模式和信息共享感的作用。研究 1 验证了建议寻求时存在能力偏好，且分析思维是能力偏好的直接解释。研究 2 明确了信息共享感是建议寻求时能力 - 热情偏好的调节因素，当感知到信息完全共享时，建议寻求存在能力偏好；感知到信息不完全共享时，建议寻求存在热情偏好。

#### 4.1 建议寻求时的能力偏好及思维模式的作用

建议寻求情境是一种具体的利益依赖情境，建议寻求行为发生时，决策者寻求更多信息的欲望和动机较强，需要更多有益于问题解决的信息，甚至专家信息（Kämmer et al., 2023）。利益依赖假说（闫宜人，刘宁，2023）提出，利益互相依赖关系是热情优先转化为能力优先的关键条件。在利益相互依赖关系情境中，他人的能力直接关系到自我利益，因此人们会更重视能力。研究 1 对比决策者对矛盾刻板印象个体的建议寻求意愿及偏好，将建议采纳时的能力偏好（杜秀芳等，2023）拓展到建议寻求情境中，为利益依赖假说提供了支持。

此外，研究 1 发现分析思维启动时，个体更倾向于寻求高能力低热情印象个体的建议，而直觉思维启动时则没有表现出明显的偏好。该结果表明，分析思维促使个体在建议寻求情境中对能力维度产生偏好。依据调节匹配理论，个体的动机导向与其采取的策略之间的匹配能够增强个体的参与感和决策效果（Higgins, 2000）。分析思维是一种理性且逻辑性强的决策方式，个体激活该模式时会表现出更高的认知需求，倾向于系统地评估信息，并优先关注与目标直接相关的因素（Pennycook et al., 2015）。这意味着，决策者在分析思维启动时通常具有促进导向，追求目标的实现和问题的有效解决，并对信息的质量要求更高。高能力者通常能够提供更为详细、准确的信息，满足决策者在解决复杂问

题时的认知需求。因此，分析思维启动时，建议寻求行为表现出对高能力者的偏好。与此相对，直觉思维启动时个体的情感需求更高，依赖于情感线索进行快速决策，且通常基于全局印象而非细致分析（Evans, 2010; Glöckner & Witteman, 2010）。而矛盾刻板印象均存在与建议寻求意愿相悖的消极效价印象（低热情或低能力），促使个体产生对拒绝和评价的恐惧或对建议质量的怀疑。因此，在这一模式激活时，除了关注优化决策准确性的能力维度外，个体同样对寻求对象的热情敏感，没有明显的建议寻求偏好。

#### 4.2 信息共享感调节建议寻求时的能力-热情偏好

研究2结果显示，完全共享信息情境下，决策者在寻求建议时更倾向于选择高能力低热情个体；不完全共享信息情境下，决策者则表现出对高热情低能力个体的偏好。这一发现表明，信息共享感作为一个关键因素，在决策者的建议寻求过程中起到调节作用。当决策者感知到信息共享时，寻求对象与决策者之间信息完全对称，决策者主要依据对他人的印象做出建议寻求抉择。建议寻求行为发生时，决策者所面对的复杂问题促使其分析思维占主导，倾向于基于逻辑和理性做出选择（Wen et al., 2020），高能力者被预期能够提供更多信息，因此建议寻求时存在能力偏好。

相比之下，不完全共享信息的感知强化了决策者对寻求对象热情的关注。个体在不确定环境下更容易基于直觉思维进行决策，依赖情感与人际关系线索来辅助选择（Raue & Scholl, 2018）。当决策者感知到信息不完全共享时，不管寻求对象掌握的信息是否多于决策者，信息不对称可能导致决策者在面对任务完成的信息差时感受到更大的不确定性，由此更可能做出或接受次优决策（Lin et al., 2023）。此外，寻求建议面临着被拒绝和评价等风险，热情被视为重要的社会信号，能够激发决策者的情感共鸣和信任（Dupree & Fiske, 2017; Oleszkiewicz & Lachowicz-Tabaczek, 2016）。因此，在此情境下，决策者更加关注寻求对象的可信度和意图，倾向于选择热情的对象，以寻求情感支持和降低人际风险。这种能力偏好到热情偏好的转变可被视为一种应对策略，旨在降低不确定性并增强决策信心。值得注

意的是，两个研究均发现被试对所有对象的建议寻求意愿较高，这可能是由于被试在任务场景中面临着被困风险且求助代价较低以及高能力和高热情者均是建议寻求的优质对象。此外，本研究中研究1与研究2矛盾刻板印象与思维模式交互作用相反的模式为表面矛盾。该现象主要源于研究2新增了“信息共享感”这一变量，而信息共享感在其中起到了分化的作用。当信息共享感充分时，刻板印象与思维模式的交互作用与研究1一致。当信息共享感不充分时，二者的作用模式会发生逆转。研究2探讨的问题正是在不完全共享信息情况下决策偏好是否发生逆转，即包含了产生逆转的条件在其中。

#### 4.3 研究贡献与展望

先前研究主要聚焦于建议寻求中对象单维度特质的影响，并未对决策者有关于信息提供者的总体能力与热情印象偏好差异进行对比探讨。本研究在建议寻求任务情境中，对现实生活中普遍存在的两种矛盾刻板印象进行寻求意愿及偏好对比，丰富了建议寻求领域的研究。此外，研究结果将建议采纳时的能力偏好拓展至主动寻求建议情境中，为利益依赖假说（闫宜人，刘宁，2023）提供直接支持，补充了该假说的具体适用情境。本研究解释了在建议寻求过程中，信息共享状态能够激活决策者不同的认知加工模式，进而影响其对能力和热情的偏好选择。通过整合双加工理论和信息共享状态相关研究，拓展了双加工理论的应用范围，并为未来的建议寻求研究提供了新的视角和框架。研究结果对于建议寻求对象的印象管理和决策者的决策行为均具有启发意义。信息提供者应根据具体的情境进行印象管理，充分了解建议寻求者的思维模式，据此展现自己的能力或热情特征，以提高寻求者的寻求意愿。建议寻求者应有意识地培养自己的分析思维，克服面对高能力者时的被评价与被拒绝恐惧，从而增强决策的有效性、提高解决问题的能力。

值得注意的是，本研究关注陌生情境中需高效解决问题时，建议寻求的能力偏好及其逆转条件。能力-热情偏好还受任务性质、求助者特征、关系类型等因素影响，未来研究可从任务、寻求者、提供者等角度探讨，完善偏好产生及转换机制的框架。此外，本研究虽并未发现思维模式和信息共享感对

建议寻求时能力-热情偏好的联合作用,但并不排除这种可能性。这可能与任务性质、决策者的目标与动机有关,后续研究可进一步探讨二者如何共同影响建议寻求偏好及其作用机制。另一方面,本研究仅关注补偿效应下的矛盾刻板印象对建议寻求意愿的影响,印象知觉还存在正向和正交关系等各类关系,未来可在更广泛的印象知觉背景下探讨建议寻求意愿及偏好。在方法上,后续研究将通过引入奖励机制增加明确的利益关联设计,在多种真实任务情境下开展现场研究,进一步验证研究结果的适用性和推广性。最后,未来研究可对负性评价恐惧和拒绝敏感性等因素在思维模式和信息共享感影响建议寻求偏好中的中介作用进行探讨。

## 5 结论

本研究考察了思维模式和信息共享感对建议寻求时能力与热情偏好的影响,结果发现:

(1) 寻求他人建议时人们偏好能力对象,但能力偏好效应依赖于分析思维的启动并受信息共享感的影响;

(2) 感知到信息完全共享时,建议寻求的能力偏好和思维模式的作用与未知共享信息时一致;感知到信息不完全共享时,决策者更重视热情,仅在直觉思维启动时存在热情偏好,分析思维启动时没有明显的偏好。

### 参考文献

- 杜秀芳,袁晓倩,徐政.(2023).建议者印象和基于动机的个体差异特征对建议采纳的影响.《心理科学》,46(3),719-725.
- 柳武妹,王璐.(2024).流浪动物慈善救助中的“远狗近猫”效应及其机制探析.《心理学报》,56(6),777-805.
- 尚雪松,陈卓,陆静怡.(2021).帮忙失败后我会被差评吗?好心帮倒忙中的预测偏差.《心理学报》,53(3),291-305.
- 闫宜人,刘宁.(2023).热情还是能力?合作关系中的热情-能力偏好.《心理科学》,46(3),594-602.
- 杨晓莉,邹妍,周文文,王源,王芳.(2023).遵从排斥者的心理代价与补偿行为:被排斥者热情和能力的调节作用.《中国临床心理学杂志》,31(6),1281-1287.
- Berman, J. Z., & Silver, I. (2022). Prosocial behavior and reputation: When does doing good lead to looking good? *Current Opinion in Psychology*, 43, 102-107.
- Blunden, H., Logg, J. M., Brooks, A. W., John, L. K., & Gino, F. (2019). Seeker beware: The interpersonal costs of ignoring advice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 150, 83-100.
- Bonaccio, S., & Dalal, R. S. (2006). Advice taking and decision-making: An integrative literature review, and implications for the organizational sciences. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 101(2), 127-151.
- Brambilla, M., Sacchi, S., Rusconi, P., & Goodwin, G. P. (2021). The primacy of morality in impression development: Theory, research, and future directions. *Advances in Experimental Social Psychology*, 64, 187-262.
- Brosnan, M., Ashwin, C., & Lewton, M. (2017). Brief report: Intuitive and reflective reasoning in autism spectrum disorder. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 47, 2595-2601.
- Capraro, V. (2024). The dual-process approach to human sociality: Meta-analytic evidence for a theory of internalized heuristics for self-preservation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 126(5), 719-757.
- Cuddy, A. J., Fiske, S. T., & Glick, P. (2008). Warmth and competence as universal dimensions of social perception: The stereotype content model and the BIAS map. *Advances in Experimental Social Psychology*, 40, 61-149.
- Dupree, C. H., & Fiske, S. T. (2017). Universal dimensions of social signals: Warmth and competence. In J. K. Burgoon, N. Magnanat-Thalman, M. Pantic, & A. Vinciarelli (Eds.), *Social signal processing* (pp. 23-33). Cambridge University Press.
- Evans, J. S. B. (2010). Intuition and reasoning: A dual-process perspective. *Psychological Inquiry*, 21(4), 313-326.
- Evans, J. S. B. T., & Stanovich, K. E. (2013). Dual-process theories of higher cognition: Advancing the debate. *Perspectives on Psychological Science*, 8(3), 223-241.
- Fan, Z., Chen, M., & Lin, Y. (2022). Self-control and problematic internet use in college students: The chain mediating effect of rejection sensitivity and loneliness. *Psychology Research and Behavior Management*, 15, 459-470.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G\* Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., and Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Separate dimensions of competence and warmth respectively follow from status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878-902.
- Glöckner, A., & Witteman, C. (2010). Beyond dual-process models: A categorisation of processes underlying intuitive judgement and decision making. *Thinking and Reasoning*, 16(1), 1-25.
- Higgins, E. T. (2000). Making a good decision: Value from fit. *American Psychologist*, 55(11), 1217-1230.
- Huang, X., Bei, L., Yinyin, W., Xin, L., & Miao, C. (2023). Effect of visual warmth of counseling room on primary school students' willingness to psychological help-seeking: The role of intimacy and cognitive style. *Psychology in the Schools*, 60(12), 5004-5024.
- Kämmer, J. E., Choshen-Hillel, S., Müller-Trede, J., Black, S. L., & Weibler, J. (2023). A systematic review of empirical studies on advice-based decisions in behavioral and organizational research. *Decision*, 10(2), 107-137.
- Kervyn, N., Yzerbyt, V., & Judd, C. M. (2010). Compensation between warmth and competence: Antecedents and consequences of a negative relation between the two fundamental dimensions of social perception. *European Review of Social Psychology*, 21(1), 155-187.

- Liang, F., Tan, Q., Zhan, Y., Wu, X., & Li, J. (2021). Selfish or altruistic? The influence of thinking styles and stereotypes on moral decision-making. *Personality and Individual Differences, 171*, 110465.
- Lin, M. S., Sharma, A., Pan, B., & Quadri-Felitti, D. (2023). Information asymmetry in the innovation adoption decision of tourism and hospitality SMEs in emerging markets: A mixed-method analysis. *Tourism Management, 99*, 104793.
- Milan, G. S., Bebbler, S., Toni, D. D., & Eberle, L. (2015). Information quality, distrust and perceived risk as antecedents of purchase intention in the online purchase context. *Journal of Management Information System and E-commerce, 2(2)*, 111–129.
- Oleszkiewicz, A., & Lachowicz-Tabaczek, K. (2016). Perceived competence and warmth influence respect, liking and trust in work relations. *Polish Psychological Bulletin, 47(4)*, 431–435.
- Pennycook, G., Fugelsang, J. A., & Koehler, D. J. (2015). Everyday consequences of analytic thinking. *Current Directions in Psychological Science, 24(6)*, 425–432.
- Phillips, W. J., Fletcher, J. M., Marks, A. D., & Hine, D. W. (2016). Thinking styles and decision making: A meta-analysis. *Psychological Bulletin, 142(3)*, 260–290.
- Porath, C. L., Gerbasi, A., & Schorch, S. L. (2015). The effects of civility on advice, leadership, and performance. *Journal of Applied Psychology, 100(5)*, 1527–1541.
- Raue, M., & Scholl, S. G. (2018). The use of heuristics in decision making under risk and uncertainty. In M. Raue, E. Lerner, & B. Streicher (Eds.), *Psychological perspectives on risk and risk analysis: Theory, models and applications* (pp. 153–179). Springer.
- Shenhav, A., Rand, D. G., & Greene, J. D. (2012). Divine intuition: Cognitive style influences belief in God. *Journal of Experimental Psychology: General, 141(3)*, 423–428.
- Spence, M. (2002). Signaling in retrospect and the informational structure of markets. *American Economic Review, 92(3)*, 434–459.
- Van Swol, L. M. (2009). Factors affecting decision makers' preference for unshared information. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice, 13(1)*, 31–45.
- Van Swol, L. M., & Ludutsky, C. L. (2007). Tell me something I don't know: Decision makers' preference for advisors with unshared information. *Communication Research, 34(3)*, 297–312.
- Wang, X. L., Shi, K., & Fan, H. X. (2006). Psychological mechanisms of investors in Chinese stock markets. *Journal of Economic Psychology, 27(6)*, 762–780.
- Wen, W., Li, J., Georgiou, G. K., Huang, C., & Wang, L. (2020). Reducing the halo effect by stimulating analytic thinking. *Social Psychology, 51(5)*, 1–7.
- Winet, Y. K., Tu, Y., Choshen-Hillel, S., & Fishbach, A. (2022). Social exploration: When people deviate from options explored by others. *Journal of Personality and Social Psychology, 122(3)*, 427–442.
- Woolley, K., & Liu, P. J. (2021). How you estimate calories matters: Calorie estimation reversals. *Journal of Consumer Research, 48(1)*, 147–168.
- Yagil, D., & Moshe, I. (2003). Helpers' characteristics and problem intimacy as determinants of emotions associated with help-seeking. *Counselling Psychology Quarterly, 16(3)*, 223–228.

# Competence vs. Warmth?: Thinking Styles and Information Sharing Perceptions Shape Advice-Seeking Preferences

*Hu Yinfeng, Bi Chongzeng*

(Research Center for Psychology and Social Development, Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing, 400715)

**Abstract** Research has shown that the impressions and cognitive evaluations individuals form of others influence their willingness to seek advice and whom they prefer to ask. For example, people tend to seek advice from those they perceive as competent or warm individuals (e.g., confident or polite). However, it is unclear whether competence or warmth is the preferred trait when seeking advice. Most relevant studies have focused on how an advisor's impression affects advice-taking, and these studies have typically examined only a single dimension, overlooking the fact that ambivalent stereotypes—where individuals may be seen as both competent and lacking in warmth, or vice versa—are more commonly formed in real life. Accordingly, the present study examined individuals' willingness and preferences for seeking advice from high competence-low warmth (HC-LW) and high warmth-low competence (HW-LC) individuals to test whether competence or warmth is more valued. In decision-making, thinking styles play a critical role in shaping outcomes. The different cognitive and emotional needs of decision-makers, depending on their mode of thinking, can influence their advice-seeking preferences. Since the goal of seeking advice is often to gather new information, decision-makers tend to prefer advisors with unique insights. The level of information sharing between decision-makers and advisors determines how well these needs are met, which affects their preference for competence or warmth. This study also investigates how thinking styles and perceptions of information sharing impact advice-seeking preferences.

Experiment 1 investigated the impact of thinking styles on advice-seeking preferences using an escape room scenario task. A total of 163 participants were assigned to a 2 (ambivalent stereotypes: HC-LW, HW-LC)  $\times$  2 (thinking styles: analytical, intuitive) mixed experimental design, with 84 participants engaged in analytical thinking and 79 in intuitive thinking. All participants read advice-seeking scenarios and assessed their willingness to seek advice from two individuals representing ambivalent stereotypes, as well as their preference between the two. The results showed that participants generally preferred seeking advice from HC-LW individuals. However, a clear preference for competence emerged only when analytical thinking was activated, while no preference for competence or warmth was observed under intuitive thinking.

Experiment 2 further examined how advice-seeking preferences are influenced by thinking styles under different information sharing states. A total of 315 participants were randomly assigned to a 3-factor mixed experimental design: 2 (ambivalent stereotypes: HC-LW, HW-LC)  $\times$  2 (thinking styles: analytical, intuitive)  $\times$  2 (shared information states: fully shared information, incompletely shared information). Of these participants, 158 were in the fully shared information group (73 engaged in analytical thinking, and 85 engaged in intuitive thinking), and 157 were in the incompletely shared information group (80 engaged in analytical thinking and 77 engaged in intuitive thinking). The experimental procedure was similar to that of Experiment 1, except participants received information about the state of shared information between the decision-maker and the advisor after the contextual imagery task. The findings revealed that the fully shared information scenario produced results similar to those observed in Experiment 1, in which no specific information about sharing was provided. In contrast, the incompletely shared information scenario led to a greater preference for warmth, with the intuitive thinking group favoring advice from HW-LC individuals, whereas the analytical thinking group showed no preference between the two ambivalent stereotype individuals.

This study clarifies the competence preference effect when people seek advice from others, provides direct support for the “interest-interdependence hypothesis”. In addition, this study explores how two key variables, thinking styles and perceptions of information sharing states, affect the competence preference effect, and identifies the conditions under which competence preference disappears or reverses, providing new insights into the mechanisms of preference change in the process of advice seeking.

**Key words** competence, warmth, thinking styles, information sharing perception, advice-seeking preferences