

《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：人之将尽，消费国货？死亡暴露增加国货选择的现象、中介和边界解析

作者：柳武妹，王海忠，何浏

第一轮

审稿人 1 意见：

文章运用恐惧管理理论和自我控制感理论，探讨在特定的恐惧情境下消费者选择国货的行为，具有新意。运用 4 个实验试图说明死亡恐惧下个体会增加国货选择，这一结论针对不同的人群、不同的产品类型以及是否虚拟或实际品牌均成立。同时，作者对背后的作用机制做了探讨，认为，是控制感的缺失导致消费者对内群体的依恋情增强，从而在面临死亡威胁的情况下，更倾向选择国货。论文方法运用得当，研究结论有一定的合理性。论文存在如下问题：

意见 1：实验 1 的结果只表明相对对照组，死亡暴露组更倾向于选择国货。至于到底是什么原因选择国货，实验 1 并不能回答，论文中所谓支持假设 1B，而不支持假设 1A 的结论缺乏根据。同样，实验 2 只是表明针对不同的人群，和产品类别，可以重复实验 1 的结果

回应：谢谢审稿人的宝贵建议。在本次修改过程中，我们结合审稿人的建议重新思考了实验 1 和实验 2。我们发现，的确实验 1 只能反映出主效应（死亡暴露增加国货（vs.外国货）选择），没有探讨中介机制，实验 2 仅是对实验 1 的跨样本和跨品类的重复。考虑到旧稿中的实验 3 和实验 4 不仅检验了是否死亡暴露会增加国货（vs.外国货）选择，还探讨了中介机制，能够解决实验 1 和实验 2 的上述不足。同时，考虑到审稿人在第 4 条修改意见中建议作者对全文内容进行压缩和精简（审稿人 2 也做了类似建议），因此，我们在本次修改稿中去掉了实验 1 和实验 2。但是，为了排除本文结论对特定死亡暴露启动方法的依赖，我们在修改实验 4 时也采用了实验 1 的死亡暴露启动方法（即阅读空难新闻），并且采用了实验 1 所用的虚拟品牌和享乐性产品品类（薯片和蛋糕）。我们期待，去掉实验 1 和实验 2，并结合审稿人的以下几条建议对实验 3 和实验 4 进行完善可以一方面解决实验 1 和实验 2 的不足，另一方面可以精简全文，使全文变得更为紧凑和逻辑性强。

意见 2：实验 3 试图说明是“控制感缺失”这一因素导致实验组倾向选择国货，这有一定的合理性，而且数据似乎也支持这种论断。问题是，如果用别的变量，如“恐惧感的强度”、“对内群体认同感的增加”、“文化价值观支持”等变量来替代“控制感”，也许可以得到类似的研究结果。如果这样，“控制感缺失”也许只是一种可能的解释。

回应：我们在旧稿中仅排除了爱国主义情绪这一可能的中介机制解释，当时没有考虑到其它可能的备则中介机制，因此，谢谢审稿人提出的这些可能的中介解释。结合审稿人的这条修改意见，以及结合作者对文章的认识、对主要支撑理论恐惧管理理论的文献掌握。我们重新收集了旧稿中实验 3（现为修改稿中的实验一）的数据，在设计实验材料时我们不仅测了本文假设的中介变量（个人控制感和自尊），还测了其它可能的中介变量（爱国主义、内群认

同、恐惧感程度)，并且指出了测量这些变量的理论依据，详见修改稿第 12 页第 1 段标注蓝色的文字。关于爱国主义、内群认同、恐惧感强度等变量的测项均来自国际权威杂志上的文章，我们在修改稿 13 页实验一的“3.1.2 实验设计和流程”部分用褐色文字对上述测项的来源进行简介，并在附录部分列出了具体的测项。

在分析是否内群认同、恐惧情绪的强度以及爱国主义为备则解释时，为谨慎起见，我们同时采取 Baron and Kenny (1986) 三部曲分析以及 Bootstrap 检验，两种方法得到的结果是一致的：内群认同、恐惧情绪的强度以及爱国主义等均不能解释死亡暴露导致的国货选择现象。具体而言，在进行三部曲检验时，我们将内群认同、恐惧情绪强度以及爱国主义当做协变量放在模型第二层时，发现，这些变量对控制感以及国货选择数量均没有影响，而且也不会中介死亡暴露对国货选择数量的影响。为检验内群认同、恐惧情绪的强度以及爱国主义对国货选择数量的单独解释力度，在进行 Bootstrap 检验（参考 Preacher & Hayes(2008)，采用 5000 个 bootstrap 时），我们将内群认同、恐惧情绪强度以及爱国主义分别放在中介变量的位置（自变量是死亡暴露，因变量是国货选择数量），发现模型 95% 的置信区间均包含 0，这一结果再次证明，内群认同、恐惧情绪的强度等不能解释死亡暴露对消费者国货选择数量的影响。关于三部曲检验的具体结果以及 Bootstrap 检验的具体结果，由于放在正文中会使正文显得冗长，我们将其放在了正文后的附录二中。

最后，审稿人建议测量文化世界观支持，我们重新阅读了恐惧管理理论的起源文献（Rosenblatt, Greenberg, Solomon, Pyszcynski and Lyon (1989) 以及相应的实证研究文献。发现，所有探讨死亡暴露诱发被试采取文化世界观防御的文献都将文化世界观当做一种理论构念来看待，都根据研究目的来对文化世界观进行具体量化操作，而不是直接测量。比如，Greenberg, Pyszcynski, Solomon, Rosenblatt, Veeder, Kirkland, & Lyon (1990) 在实验 1 中让信仰天主教的学生被试在接受死亡暴露的操作后，对天主教徒和犹太教徒的人格特质进行评价，他们发现，接受死亡暴露操纵的被试对天主教徒的评价要显著高于犹太教徒，这一结果表明死亡暴露会增加个体对与自己持有相似文化世界观（具体表现为宗教信仰）的人给予积极评价，启示死亡暴露增加了他们的文化世界观防御倾向。又比如，Rosenblatt, Greenberg, Solomon, Pyszcynski and Lyon (1989) 在实验 2 中先让大学生被试接受死亡暴露的操作，之后让他们对一桩违反道德规范的案件嫌疑人进行态度评价，发现，相比对照组，死亡暴露组对案件嫌疑人的评价更差，这一结果表明死亡暴露会促使个体更加捍卫自己的文化世界观（具体表现为增加对道德规范的遵从）。此外，已有探讨死亡暴露对消费者国货（vs. 外国货）支持的研究（Liu & Smeesters, 2010）没有对文化世界观进行直接测量，他们通过测量被试对国货的偏爱程度来间接反映被试的文化世界观防御程度。综合上述已有研究对文化世界观这一高阶构念的处理，同时考虑到本文中，被试支持文化世界观的具体表现便是支持内群，而支持内群的具体表现便是选择国货，因此本文测量被试的国货选择数量的实质是检验他们是否会支持所处的文化世界观，国货选择数量是对文化世界观支持的具体量化操作。

很抱歉，由于本文的旧稿比较冗长，对文化世界观--（国家）内群支持---国货选择之间的逻辑链条没有简明扼要地体现，因此给审稿人的理解带来不便。我们在修改稿的理论综述部分已对文化世界观--（国家）内群支持---国货选择之间的逻辑关系进行了更为清晰地阐述，并且已明确地指出 TMT 研究通过测量消费者的国货选择数量来对其文化世界观防御进行量化处理的理论依据，这一增补详见修改稿第 10 页用褐色文字标注的部分。

意见 3：根据现有恐惧控制理论，当恐惧情绪处于中等程度时，人们的理性发挥作用，“控制感”会比较强，消费者更有可能按照实际偏好做出选择，意味着消费者更可能选择外国产品。只有当处于极度恐惧时，情绪而不是理性起作用，情绪性防御机制启动，此时消费者更

多不是一类“理性”而是依赖理性之外的因素，处理恐惧情绪，此时更可能选择国货。当然，这只是根据现有情绪理论的一种推断，因为实验 3 和实验 4 并没有测量两个组被试的恐惧情绪强度，所以，没有办法对实验 3 和 4 的结果是否是由于“情绪强度”差异所造成，还是真的如作者所言，是由于“控制感”所导致。当然，这两者并不必然矛盾。但区分恐惧情绪强度所导致的“控制感”变化，与恐惧情绪“内容”所导致的“控制感”变化，仍然是有意义的。对于一个不惧死的人而言，诸如声望与信念所受到的威胁及由此带来的恐惧感，也许更为强烈，从这个意义上，恐惧的强度也许是在此类研究中应予以关注的。

回应：谢谢审稿人的这一建议，这一视角是以前我们没有想到的。结合审稿人的第 2 条修改意见（建议测量恐惧感程度是否为备则的中介机制解释）以及本条修改意见，我们在旧稿中的实验 3（即修改稿中的实验一）中测量了恐惧感程度/恐惧情绪强度（我们不能确定是否审稿人第 2 条意见中提到的恐惧感强度与本条修改意见中提到的恐惧情绪强度是同一构念，但直觉和文献阅读都表明两者是同一构念）是否为死亡暴露导致国货选择的备则解释，三部曲中介分析结果和 Bootstrap 检验结果都排除了这一可能（详见第二条修改意见的回答以及附录二）。同时，由于旧稿的实验 4 并没有测量被试的恐惧情绪强度，因此我们新增了恐惧情绪强度的测项并重新收集了实验 4（即修改稿的实验二）的数据。实验结果与实验一是一致的：恐惧情绪强度不能解释死亡暴露导致的国货选择现象。具体结果详见修改稿第 16 页“3.2.3 操作核查与结果”用未加粗的褐色标注的文字。

同时，为了检验死亡暴露的操纵引发的是实验组（即死亡暴露组）和对照组在恐惧情绪强度上的差异还是恐惧内容上的差异，我们在修改稿实验一和实验二中都探讨了这一问题。具体而言，在实验一中，我们对死亡暴露组和对照组在开放式问题“想到你生命即将终结（vs. 即将做牙科手术）时，你会有哪些情绪反应？”上的回答进行内容分析。结果发现，死亡暴露组（ $M = 3.54$, $SD = 1.39$ ）和对照组（ $M = 3.51$, $SD = 1.67$ ）体验到的恐惧情绪均较为强烈（大于均值 3），且程度相似， $F(1,70) = .01$, $p = 0.942$ ，表明死亡暴露的操纵没有导致被试在恐惧情绪的强度上存在差异。为进一步检验两组被试在恐惧内容上有无差异，我们对被试在上述开放式问题上的回答进行再次分析，发现，在死亡暴露组提及恐惧的被试（ $n = 26$ ）中，有 25 人（96.2%）表达的恐惧都与死亡相关（如，怕失去生命，怕死后被人遗忘等）；而在对照组提及恐惧的被试（ $n = 29$ 人）中，有 28 人（96.6%）表达的恐惧都与牙痛有关（如，怕牙痛，怕做牙齿手术等）。这一结果表明，死亡暴露的操纵会引发被试在恐惧内容上的差异。

在实验二中，我们也对死亡暴露组被试和对照组被试在开放式问题“看到此则新闻时你有哪些情绪反应？”上的回答进行内容分析。发现，两组在恐惧情绪强度上得分相似， $M_{\text{暴露}} = 3.50$, $SD = 1.58$ vs. $M_{\text{对照}} = 3.42$, $SD = 1.62$; $F(1,119) = 0.07$, $p = 0.794$ ，说明利用空难（vs. 牙科手术）新闻操纵死亡暴露的方法也不会引起被试在恐惧情绪强度上存在差异。为进一步检验两组在恐惧内容上有无区别，我们对被试在上述开放式问题上的回答再次进行内容分析，发现，在死亡暴露组提及恐惧的被试（ $n = 48$ ）中，有 45 人（93.8%）表达的恐惧都与死亡相关（如，现场恐怖、血腥，害怕空难等），而在对照组提及恐惧的被试（ $n = 40$ 人）中有 38 人（95%）表达的恐惧都与牙科手术有关（如，害怕看牙医，觉得拔牙很血腥和恐怖等）。这一结果与实验一相同：均说明死亡暴露的操纵会引发被试在恐惧内容上的差异。

关于实验一和实验二对死亡暴露引发的是被试恐惧情绪强度上的差异还是恐惧内容上的差异这一问题的回答，详见实验一（第 14 页）和实验二（第 16 页）标注红色的文字。

最后，审稿人提出疑惑：旧稿中实验 3 和实验 4 的结果无法回答死亡暴露组和对照组在控制感程度上的差异是源自恐惧情绪强度的差异，还是源自恐惧内容的差异。我们在修改稿实验一和实验二中都对这一疑惑进行了解答。在实验一和实验二中，我们都将死亡暴露组和

对照组中提及恐惧的被试筛选出来，并对两组的控制感得分进行描述性统计，利用 Cohen's d 计算器，我们计算出了两组在控制感程度上的差异程度（Cohen's d 值和效应值 r ），并且参考 Cohen(1992)(此文献已补充在参考文献部分) 计算出了 t 值。具体而言，在实验一中，我们将死亡暴露组中提及恐惧死亡的被试 ($n_1=25$) 以及对照组中提及恐惧牙痛的被试 ($n_2=28$) 分别筛选出来，对两组的控制感得分都进行描述性统计。发现，提及死亡恐惧的被试的控制感得分的均值（标准差）为 2.56 (1.09)，而提及牙痛恐惧的被试的控制感得分的均值（标准差）为 2.13(0.99)，Cohen's $d = 0.41$ ，效应值 (effect-size) $r = .20$ 。根据 Cohen(1992), $df = 2(N-1)$, Cohen's $d = 2t/\sqrt{df}$ ，得出， $t = 2.09 > 1.98, p < .05$ 。在实验二中，我们采取与实验一相同的被试筛选以及数据分析和计算方法，发现，提及死亡恐惧的被试的控制感得分的均值（标准差）为 2.87(0.80)，而提及牙痛恐惧的被试的控制感得分的均值(标准差)为 2.44(0.90)，Cohen's $d = 0.50$, effect-size $r = 0.25$; $t = 3.20 > 2.58, p < 0.001$ 。综上，两个实验的结果是一致的：死亡恐惧组和对照组在控制感程度上的差异源自恐惧内容的差异，即死亡恐惧要比牙痛恐惧更能降低被试的控制感，进而会促使这些缺乏控制感的被试去选择国货以补偿个人控制感的缺失，获取国家内群的代理控制。关于两个实验的上述具体结果详见修改稿第 14 页和第 16-17 页用黑色加粗的部分。

意见 4： 论文篇幅较长，文字不甚简练，而且某些地方翻译色彩明显，读起来流畅性稍差
回应： 针对审稿人的这一条建议，我们进行了如下修改：

首先，我们已仔细通读全文，对文章的文献回顾与假设推理部分进行了文字的精简和压缩，使得假设推理部分更加逻辑严密、紧凑、直截了当。

其次，在实证研究部分，结合审稿人的第 1 条修改意见（实验 1 和实验 2 的不足和相互重复）以及第 3 条修改意见（建议测除个人控制感外的备则解释），我们去掉了旧稿中的实验 1 和实验 2，保留了实验 3 和实验 4（即修改稿中的实验一和实验二），并依据审稿人的第 2-3 条意见对这两个实验进行了完善。在文字写作上，对这两个实验的介绍也适当地简洁介绍。

最后，在总讨论部分，我们在保留旧稿精华的基础上尽可能地压缩和精简了篇幅。

为了便于审稿人查看，我们在修改稿中的文献回顾与假设推理部分（第 10-12 页）、实证研究部分（第 13-17 页）以及总讨论部分（第 17-19 页）都用蓝色文字标注了对这一条建议的修改。

做完上述修改之后，我们再次通读了全文，对一些有翻译色彩和冗长的句子进行了修改和精简，同时对全文中出现的错字和别字进行了修改，对参考文献也进行了精简，以增加本文阅读的流畅性。此外，我们对英文摘要进行了语言校对，对冗长的句子也进行了精简。再次谢谢审稿人的上述 4 条建议。参考文献和英文摘要所做修改也见蓝色文字部分。

.....

审稿人 2 意见：

作者的研究问题比较新颖，而且有一定的创新性，研究方法比较规范，研究结果可靠，但是有以下两个小问题，

意见 1： 建议将所有研究假设都放在第二章文献综述和假设提出章节，更系统，逻辑也更紧凑。

回应：谢谢审稿人的建议。我们已将所有的研究假设都放在了第 2 章文献综述与假设推理部分，并对这一部分通过小标题的形式增强了各分支内容间的逻辑关系，对多余的文字进行了删减，以增强行文的紧凑感。这些修改详见修改稿第 10-12 页文献回顾与假设推理部分标注蓝色的文字。

意见 2：建议所有的实验补充操纵检验数据

回应：我们已按审稿人的建议，对所有的实验都做了操纵检验。其中，死亡暴露的操纵检验参考 Nelson, Moore, Olivetti and Scott (1997)，对被试在开放式问题上的回答做内容分析，以检验死亡暴露组和对照组中是否有相似比例的被试都提及恐惧体验。具体而言，在实验一中，我们对被试在第一个开放式问题（想到你生命即将终结（vs.即将做牙科手术）时，你会有哪些情绪反应？）上的回答进行内容分析。结果发现，死亡暴露组（n= 37）中有 26 人（70.3%）提及恐惧,对照组（n=35）中有 29 人（82.9%）提及恐惧,两组差异不显著（Pearson $\chi^2 = 1.58$, $p = .209$ ），表明死亡暴露的操纵成功，死亡暴露组和对照组都体验到了恐惧情绪。在实验二中，我们对被试在第三个开放式问题（看到此则新闻时你有哪些情绪反应）上的回答进行内容分析。发现，死亡暴露组（n= 62）中有 48 人（77.4%）提及恐惧,对照组（n=59）中有 40 人（67.8%）提及恐惧,两组差异不显著（Pearson $\chi^2 = 1.41$, $p = 0.235$ ），表明死亡暴露的操纵成功，死亡暴露组和对照组都体验到了恐惧情绪。关于两个实验对死亡暴露操纵有效性的检验结果已补充在实验一和实验二中，详见修改稿第 14 页和第 16 页用褐色文字加粗的部分。

尽管人际归属启动的参考文献（Cox, Arndt, Pyszczynski, Greenberg, Abdollahi, & Solomon, 2008）没有进行操纵核查检验，但为慎重起见，我们对被试在开放式问题（事情发生时你的感受）上的回答进行了内容分析。如果被试在答案中提及温暖、爱、感动、鼓励、支持等字词，则编码为 1，如果没有提及这些字词，则编码为 0。发现，在启动人际归属感组（n=62）中,有 43 人（69.4%）提及这些感受，而在未启动人际归属感组（n=59）中,仅有 3 人（5.1%）提及这些感受，两组差异显著，Pearson $\chi^2 = 52.99$, $p < 0.00001$ 。这一结果说明人际归属感的启动成功。关于实验二对人际归属感启动的操作核查的方法及结果，我们已补充在了修改稿的实验二中，详见修改稿第 16 页”3.2.3 操作核查及结果”第二段用褐色文字加粗的部分。

.....

第二轮

审稿人 1 意见：

同意发表

.....

审稿人 2 意见：

同意发表

.....

编委复审意见：

谢谢你的认真修改！你的理论说明进一步加强了研究假设和推断，实证研究数据较为严

格地证明了研究假设。文章可以发表

.....

主编终审意见：

阅读全文后，我对该文的主要发现“死亡暴露会增加发展中国家消费者的国货选择”有 2 点疑问。

意见 1：作者实际对比的是“国产品牌 vs 欧美“洋”品牌”。欧美“不等于国外品牌（i.e., 亚非拉“土”品牌也是国外品牌），如果对比的是“国产洋”品牌 vs 亚非拉“土”品牌”，还能得出原结论吗？

回应：谢谢主编的提醒，主编的建议我们之前没有考虑到。出于谨慎起见，此次稿件修改时，我们又重新做了一个实验，以检验本文研究结论是否适用于亚非拉“土”品牌。

具体而言，经过前测（ $N=20$ ），我们筛选出了对大学生被试而言性价比和熟悉度相似的几对国产“洋”品牌和亚非拉“土”品牌组合。这些品牌组合是：1、上岛咖啡（国产品牌）vs. 伊瓜苏咖啡（巴西（拉丁美洲）品牌）；2、红旗汽车（国产品牌）vs. TATA 汽车（印度（亚洲）品牌）；3、雪花啤酒（国产品牌）vs. Chibuku 啤酒（非洲品牌）；4、名典咖啡（国产品牌）vs. 非洲咖啡（非洲品牌）。

接下来，63 名大学生（男性 37 人，女性 26 人，平均年龄 22.1 岁）首先完成了与一审修改稿中实验一相同的死亡暴露启动操作（即死亡暴露组想象自己被诊断患有无法治愈的传染病，生命即将终结，而对照组想象自己即将做牙科手术），随后对前测筛选出的 4 对品牌组合进行二选一。

进行统计分析时，将选择亚非拉土品牌编码为 0，将选择国产洋品牌编码为 1，将 4 对选择加总，形成新的因变量国货选择数量（ $M = 2.02$ ， $SD = 1.20$ ）。单因素方差分析发现，与对照组相（ $M = 1.68$ ， $SD = 0.98$ ）比，死亡暴露组（ $M = 2.34$ ， $SD = 1.31$ ）的国货选择数量显著更多， $F(1,61) = 5.20$ ， $p = 0.026$ 。这一结果与一审修改稿中 2 个实验的结果是一致的，说明死亡暴露会降低消费者对国外品牌的购买，增加国产品牌的购买，此处的国外品牌不仅局限于来自欧美的洋品牌，也适用于来自较为落后的亚非拉的土品牌。

我们在终审修改稿的总讨论部分简要地介绍了上述实验过程和结果。详见第 23 页“研究总结论和应用”中第一段标注红色的文字。

意见 2：中国被试在多大程度还能说是发展中国家的被试？若没有证据，似乎该研究也就是一个简单的重复验证的研究。请作者做出回应。

回应：谢谢主编提出这一疑问。关于中国在多大程度上还是发展中国家这一问题，我们查了一些官方数据，发现，不管是中国领导人自身，还是中国官方，都基于一些客观存在的经济指标承认中国是发展中国家。具体而言，

1、2014 年 4 月 1 日，国家主席习近平在比利时布鲁日欧洲学院发表演讲，对中国的界定之一是“中国是世界上最大的发展中国家，中国目前的中心任务依然是经济建设”。

2、世界银行则是根据人均国民总收入，将经济体划分为低收入、中等收入和高收入三类。截至 2011 年 7 月 1 日，低收入经济体指其 2010 年平均收入在 1005 美元以下，中低收入则是 1006-3975 美元；中高收入为 3976-12275 美元，高收入为 12276 美元以上。低收入

和中等收入经济体通常又称为发展中经济体。2010 年中国人均国民生产总值为 4700 美元。在世界银行的分类中，中国属于中等收入国家，因而是发展中国家（资料来源：2011 年 12 月 23 日 16:30 新华网）。

3、衡量一个国家的真实发展水平，既要看其经济总量的大小，也要看人均水平的高低。经过新中国成立 60 多年特别是改革开放 30 多年的快速增长，至 2010 年中国 GDP 达到了约 5.9 万亿美元的水平。如果仅从总量看，中国经济规模的确不小，已位居全球第二。但如果用 13 亿人口一除，中国的发展水平与发达国家相比就显示出巨大差距，表现出明显的发展中国家特征。根据世界银行数据，从人均生产水平看，2009 年中国人均 GDP 只有 3744 美元，不到世界平均水平 8594 美元的一半，不到美国、日本等发达国家的 1/10；从人均消费水平看，2009 年中国人均消费 1306 美元，不及世界平均水平 5093 美元的 1/3，仅为美国的 4.0% 和日本的 5.5%（资料来源：新华网，2011 年 06 月 01 日 09:47:26，摘自《求是》）。

综上，中国人口庞大、幅员辽阔、贫富差距明显，从经济总量来看，中国目前的经济发展接近初级发达国家水平，但是从人均收入而言，中国依然是发展中国家。本文觉得人均收入要比经济总量更能反映出一个国家的经济发展现状。因此，结合上述官方数据，本文认为中国目前依然是发展中国家，本研究并不是一个简单地重复西方发达国家学者的研究，而是本土化的研究，旨在检验现象并探讨理论机制。

意见 3：罕见 H/She 这种表达；Each of us are （is? ? ）inevitably exposed to death everyday

回应：谢谢审稿人的提醒。本次修改中，我们已对英文摘要进行了通读和校对，对审稿人提出的 H/She 以及 Each of us are 等表达进行了更改，对摘要的其它细节也进行了查看和修改。具体修改详见摘要中标注红色的地方。

.....