



定的人格倾向,潜在的影响着个体的合作与竞争行为。但是在 Kelley 和 Stahelski 的理论中,合作与竞争是同一维度的两极,是两个相互冲突的概念。以两难游戏为范式的研究结果也认为个体要么表现为高合作倾向,要么表现为高竞争倾向,在同一个体身上同时存在高合作倾向和高竞争倾向是不可能的。

但是,经济学领域研究的竞争已经从对抗的竞争到宽容的竞争,NOVELL公司的创始人雷鲁达甚至创造了一个新的词汇——coopeition 中文翻译为“合争”或竞合。合争的含义是竞争的同时未必要消灭你的竞争者;也不因为合作而放弃自身的利益。也就是说,你和竞争者之间可以实现双赢。

在心理学领域,虽然主流的研究范式仍然是两难情景,但是也有一些学者从其他角度进行了研究。著名社会心理学家 Agye 认为通过实验游戏来定义合作竞争过于狭窄,他扩展了前人对合作的定义,将其修改为:在工作、闲暇或社会关系中,为追求共同的目标,享受共同活动带来的快乐,或只为了加深彼此关系,而以一种协调的方式一起行动<sup>[7]</sup>。具体到工作情景中,合作指为了成功地完成相互依赖性的组织任务,员工愿意贡献的自己的努力。或者合作可以被描述为,即便是没有正式的要求,员工也愿意与他人一起工作;以及希望以单独还是群体的方式给予报酬的偏好<sup>[8]</sup>。以上定义不仅仅是行为层面的描述,还涉及到了人格、价值观、动机等各个层面。关于竞争, Rychman 等人(1996)提出了过度竞争态度(Hyper competitiveness)和个人发展竞争态度(Personal development competitiveness)两个概念,并开发编制了相应的测量工具。所谓过度竞争是指个体为了保持或提高自我价值感,而不惜以任何代价进行竞争和争取胜利(以及避免失败)的一种普遍需要,同时个体有意识地在各种情境下操纵和压制他人。个人发展竞争指不是以赢得胜利为主要目的,而是通过竞争性经验来提高个人的成长水平。持有这种竞争态度的个体关心自我发现与自我提高,而不是与他人比较。这种态度的焦点是不压制他人,他人不是个人发展路上的绊脚石,而是可以给个体提供学习和发现机会的帮助者。这种人希望获得胜利与成功,但这种成功不是以牺牲他人为代价的<sup>[9]</sup>。上述概念的提出为本研究提供了一定的参考依据。

现实的发展为心理学在合作领域的研究提出了新的要求,因此,有必要重新界定合作与竞争的定义,并且提出更符合组织用途的测量方法。本研究

希望从人格的角度出发,通过编制量表验证合作与竞争的二维假设,并在此基础上进一步探讨两个分量表的结构;在修订量表的基础上,对量表进行效度研究,界定和分析高合争者、高竞争者、高合作者和低合争者,并对其特征进行分析。

## 2 合作与竞争人格倾向量表的编制

### 2.1 人事访谈

2.1.1 访谈对象 北京市知名企业人事主管 13名,男性 4名,女性 9名。其中 11名为面对面的半结构化访谈,2名通过电子邮件回答问题。所有被访者都有较长时间的人事管理经验,年龄在 28到 40岁之间。

2.1.2 方法 首先,对北京市知名企业的 13名人事主管进行半结构化的访谈,希望通过访谈了解企业对员工合作竞争表现的具体要求。访谈提纲包含三个问题,首先询问被访者对于企业员工在合作与竞争方面的表现及其评价;然后要求被访者给出具体实例以证明自己的观点;最后询问被访者关于合作与竞争人格的定义。

2.1.3 结果与分析 访谈结果从定性的角度验证了研究者关于合作与竞争人格倾向是两个独立维度的假设。所有被访者都认为这两者是可以共存的,他们强调:竞争并非你死我活,而可以是合作的竞争、双赢的竞争;而具有高度竞争倾向的员工往往具有较强的成就动机与责任心。

在访谈资料分析的基础上,同时结合前人研究中对合作与竞争的定义,综合得出本研究关于合作人格倾向与竞争人格倾向的定义:

合作:为追求共同的目标,个体愿意与他人进行协作的倾向性,在这一协作过程中,个体能够顾及他人利益,并从中体验因人际协调而带来的愉悦感。

竞争:在挖掘自身潜力、追求自我成长或达成某一目标的过程中,个体力图比他人表现得更加优秀、超越他人的倾向性。

### 2.2 合作与竞争人格倾向量表的形成

2.2.1 初测量表构成 项目来源分为两个部分:人事主管的深度访谈,以及前人有关合作-竞争测量量表中的部分条目。条目筛选的方法严格按照本研究关于合作竞争的定义,研究者首先对访谈记录进行详细分析,由两名研究生分别抽取条目,然后将两人的结果合并讨论,最后确立了 45个项目(其中合作项目 23个,竞争项目 22个);另一方面,研究者收集来自正式发表的有关合作竞争的英文量表中的项

目  
来源  
(2  
mc  
(15  
1938  
Ryck  
F  
1990  
1999  
量  
究生进  
2 2 2  
管理等  
144个  
程度, 4  
删除重  
合作 2  
分法, 所  
2 2 3  
著名高

编号	
7	在
0	在
3	工
	在
	在工
	我相
	一个
	任何
	为了
	与大
	在工作
	我喜欢

在工作中合作比竞争更有助于提高成绩

0.649

测问卷中项目的编号。

因子 1 描述了合作倾向中的包容性维度:主要表现为在与他人共同活动中,个体能够顾及到他人的利益,考虑他人意见。该因子解释方差百分比为 37.56%。

因子 2 描述了互惠性维度:即意识到别人的付出是成功的必要条件,为达成目标应该而且必须与他人一同努力。该因子解释方差百分比为 12.36%。

因子 3 描述了合群意愿维度:即在与他人协作过程中,个体能够享受共同活动所带来的愉悦感。

该因子解释方差百分比为 9.59%。

对竞争分量表的 25 个项目进行主成分分析,方差最大旋转后,获得 7 个特征值大于 1 的因子。抽取 1 到 7 个因子都是合理的。分别抽取 2、3、4、5、6、7 个因子,发现三个因子的模型是最理想的。同时综合考虑在研究一中对竞争的定义,决定抽取 3 个因子。最后保留了 10 个项目,分为 3 个因子,累计解释方差 56.77%。具体项目以及项目在因素上的载荷参见表 2。

表 2 竞争分量表的结构

编号	项目	因素 1	因素 2	因素 3
16	当我的竞争者由于他们的成绩获得奖励时,我会嫉妒	0.770		
18	我不能容忍自己在争论中输掉	0.759		
12	当我在运动竞赛中失利,我会非常伤心	0.704		
2	如果别人表现得比我好,会让我烦恼	0.597		
21	我喜欢竞争,因为它给我一个发现自身潜能的机会		0.775	
26	我喜欢与他人竞争所带来的挑战		0.722	
35	我喜欢竞争,因为它能够让我发挥最佳状态而非获得胜过别人的感觉		0.700	
7	只有比其他同事表现得更好,才能够证明我的价值			0.749
9	有时我将考试视为一次证明我比其他人更聪明的机会			0.738
6	即使在一个团队中为了共同的目标一起工作,我也希望能超过团队中的其他人			0.659

注:表中的编号为量表初测版本中项目的编号。

因子 1 描述了竞争人格倾向中过度竞争的成分:个体有意识地不惜压制和操控他人以争取胜利。该因子解释的方差百分比为 18.71%。

因子 2 描述了自我成长的成分:个体关注自身的成绩,努力让自己做到最好。该因子解释的方差百分比为 17.60%。

因子 3 描述了超越他人的成分:与他人比较,个体希望自己表现得更加优秀。该因子解释的方差百分比为 15.46%。

合作分量表信度为 0.8557,竞争分量表的信度为 0.7116。所有项目的项目鉴别度指数均大于 0.30,绝大多数项目的鉴别度指数在 0.40 以上。项目与所属维度总分之间的相关都在 0.60 以上,且所有相关的显著性水平皆为  $p < 0.01$ 。合作分量表 3 个子因子之间存在中等程度的两两相关,包容性与互惠性相关为 0.384,包容性与合群意愿相关为 0.521,互惠性与合群意愿相关为 0.469。所有相关的显著性水平皆为  $p < 0.01$ 。竞争分量表中除自我成长因子与过度竞争因子相关水平较低 ( $r = 0.133$ ) 外,超越他人因子与这两个因子均存在中等程度的显著相关 ( $r = 0.294$  和  $0.349$ )。

## 3 量表结构的验证

### 3.1 被试

北京、四川、重庆三地大型企业的在职管理人员。共发放问卷 340 份,收回 318 份 (93.5%),有效问卷 297 份 (87.4%)。其中男性 174 人,女性 103 人。年龄基本集中在 20 到 40 之间。教育水平以大学为主 (74%),硕士以上学历的被试人数相对较少 (5.8%),工作时间在 10 年以上的被试占多数 (42.4%)。

### 3.2 方法

经过修订的合作竞争人格倾向问卷,采用 9 点评分。1 表示非常不同意,9 表示非常同意。

### 3.3 结果

修正后的合作分量表 13 个项目,信度为 0.85,竞争分量表 10 个项目,信度为 0.71。

我们分别进行了合作竞争两个因素的验证性因素分析,以及两个分量表三个因子的验证性因素分析。分析采用 LISREL 软件,最大似然法。

对量表 23 个条目进行两因素的验证性因素分

斤,各  
 $\chi^2$  k  
NFI  
量表

项  
 $\chi^2$  k  
NFI=  
标如  
36 C  
RM  
子结  
分析  
好

4

4

竟见  
司多  
金  
人  
情  
的











- cus of consistency in personality. *Current Directions in Psychological Sciences* 2002, 11(2): 50~54
- 13 Voronov M, Singer JA. The myth of individualism collectivism: A critical review. *The Journal of Social Psychology* 2002, 142(4): 461~480
- 14 O'Connor B P, Tindall D B. Attributions and Behavior in a Commons Dilemma. *The Journal of Psychology* 1990, 124: 485~494
- 15 James R, David A F. Facilitating cooperation in a social dilemma: A persuasion approach. *The Journal of Psychology* 1998, 132(2): 143~153
- 16 Spector P E. Method variance as an artifact in self-reported affect and perceptions at work: myth or significant problem. *Journal of Applied Psychology* 1987, 72: 438~443
- 17 Mooman R H, Podsakoff P M. A meta-analytic review and empirical test of the potential confounding effects of social desirability response sets in organizational behavior research. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 1992, 65(2): 131~149

## The Measurement of Cooperative and Competitive Personality

Xie Xiaofei<sup>1</sup>, Yu Yuyuan<sup>1</sup>, Chen Xi<sup>1</sup>, Chen Xiaoping<sup>2</sup>

(<sup>1</sup>Department of Psychology, Peking University, Beijing 100871, China)

(<sup>2</sup>Department of Management and Organization, School of Business, University of Washington, USA)

### Abstract

Analyzing cooperative and competitive phenomenon in organizations in personality perspective, this study explored the cooperative and competitive personalities with both qualitative and quantitative techniques. And we developed the first scale to measure personal cooperative and competitive personality in China. This study was composed of two parts. First based on the in-depth interview, we developed and revised the scale of cooperative and competitive personality (CCPS). Exploratory factor analysis (EFA) showed that cooperative personality and competitive personality both have three sub-dimensions that form a cooperative and competitive personality 3-dimensions model. Second, we analyzed the validity of this scale using new sample and made a confirmatory factor analysis (CFA). The result showed that this scale has satisfactory reliability and validity and satisfactory SEM model fit.

**Key words** cooperation, competition, competition, personality.