

[美] 简·M. 腾格 W. 基斯·坎贝尔 著 付金涛 译
Jean M. Twenge, Ph.D. & W. Keith Campbell, Ph.D.

Online



58 %

The
NARCISSISM
EPIDEMIC

自恋时代

现代人，你为何这么爱自己？

Living in the Age of Entitlement



The
NARCISSISM
EPIDEMIC
自恋时代

现代人，你为何这么爱自己？
Living in the Age of Entitlement



MESSAGES

now

[美] 简·M. 腾格 W. 基斯·坎贝尔 著 付金涛 译

Jean M. Twenge, Ph.D. & W. Keith Campbell, Ph.D.



江西人民出版社
Jiangxi People's Publishing House
全国百佳出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

自恋时代 / (美) 简·M. 腾格, (美) W. 基斯·坎贝
尔著; 付金涛译. — 南昌: 江西人民出版社, 2017.8

ISBN 978-7-210-09518-7

I. ①自… II. ①简… ②W… ③付… III. ①病态心
理学—研究 IV. ①B846

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 143620 号

THE NARCISSISM EPIDEMIC: Living in the Age of Entitlement
by Jean M. Twenge, Ph.D. and W. Keith Campbell, Ph.D.

Copyright © 2009 by Jean M. Twenge and W. Keith Campbell

Simplified Chinese translation copyright © 2017

by Ginkgo (Beijing) Book Co., Ltd.

Published by arrangement with Atria Books, a Division of Simon & Schuster, Inc.
through Bardon-Chinese Media Agency

ALL RIGHTS RESERVED

本书中文简体版由银杏树下 (北京) 图书有限责任公司出版发行。

版权登记号: 14-2017-0349

自恋时代

作者: [美] 简·M. 腾格 W. 基斯·坎贝 译者: 付金涛

责任编辑: 冯雪松 钱浩

出版发行: 江西人民出版社 印刷: 北京盛通印刷股份有限公司

889 毫米 × 1194 毫米 1/32 14.25 印张 字数 322 千字

2017 年 10 月第 1 版 2017 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-210-09518-7

定价: 68.00 元

赣版权登字 -01-2017-499

后浪出版咨询 (北京) 有限责任公司 常年法律顾问: 北京大成律师事务所

周天晖 copyright@hinabook.com

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

如有质量问题, 请寄回印厂调换。联系电话: 010-64010019

序

首版《自恋时代》出版之后，其带来的反响大大超出了我们的预期。很显然，我们触及了人们的文化神经，把许多人心中类似的想法变成了文字。我们想通过这本书，引发一场有关美国文化中的自恋和特权感的全民大讨论。很多人在讨论中，与我们分享了他们的观点和意见，使得我们在实现这一目标的道路上取得了很大进展。在这里，我们想向那些花时间思考过、同我们讨论过，或者彼此之间讨论过这些问题的朋友致以最诚挚的感谢。

几年前，当我们开始着手创作《自恋时代》一书时，我们的很多想法都充满了争议性。在当时的美国，人们正过着养尊处优的生活，自我感觉良好。这使得他们很难察觉到这种表象下潜伏的问题。因此，很多人会问：“自恋、过度自信有什么问题吗？”然而，在过去几年中，这种争议开始逐步弱化。随着信贷泡沫的破裂以及美国经济陷入衰退，民众们已经清晰地感受到了过度自信所带来的副作用。借助于新的科学数据（已添加到第二章），我们如今更加肯定，自恋现象正在呈上升趋势发展。此外，2009年的一份全国性民意调查也发现，有三分之二的大学生承认，与前代人相比，他们这一代更加自恋。能够坦率地承认自身不光彩的一面，这十分可贵。不过，正如我们之前多次表达过的观点一

样，年轻人不是自己把自己养大的。发生在他们身上的这些变化，其实开始于更加直接地塑造了这种文化的老一辈们。此外，使得美国经济陷入破产境地的，也不是如今20岁左右的年轻人，老一代人在经济衰退之路上扮演着更重要的角色。

此外，一直以来，我们都非常好奇“自恋症”是如何成为“诊断”政客的流行语的。这其中就包括（就在最近）深陷婚外情丑闻的前南卡罗来纳州州长马克·桑福德（Mark Sanford）、前美国副总统候选人萨拉·佩林（Sarah Palin）以及美国总统贝拉克·奥巴马（Barack Obama，消息来源于一封广为流传的电子邮件）。我们承认，一个人如果想要治理一个州，甚至统治美国，某种程度上的自恋是必需的。当然，一个集个人魅力、虚荣、不诚实和不贞（请注意，佩林和奥巴马两人都不符合这一描述）于一身的人肯定离变成自恋狂不远了。不过，我们仍然认为，对政客们进行“自恋症”诊断并非开展政治辩论的最佳途径。反之，如果把注意力都放在政客们自身的问题和行为上，那么你可能会找到更多否定他们的理由。

不过，我们的重点是观察近几年的社会变化是如何影响自恋现象的。正如本书第二部分中所描绘的那样，我们设想将社会中的自恋置于一张四条腿的板凳上。其中，第一条“腿”代表发展性，比如宽容的、专注于培养自尊心的教育方式。第二条“腿”是媒体文化所宣扬的肤浅的明星效应。第三条“腿”表示互联网——它在为人类带来诸多好处的同时，也为个体自恋提供了桥梁。最后，宽松信贷使得自恋者的梦想成为了现实，这是第四条“腿”。从文化角度来说，自恋式的自我膨胀和信贷膨胀就像一对孪生兄弟。他们都属于泡沫，只不过是信贷泡沫先破裂罢了。

每一条“腿”都支撑着人们生活在非现实的自恋式幻想中。家长们很少会约束孩子。老师们不停地告诉孩子，他们是“大明星”，是“胜利者”。名人文化和媒体时时刻刻都在引诱人们去追逐名望（所谓名望，常常指的是吸引了多少人的注意，而并非实实在在的成就）。互联网使得人们有机会向全世界展示膨胀的、自我中心的价值观，同时鼓励人们每天花上几个小时的时间打量自己的照片。宽松信贷扮演起了“救星”的角色，令很多人的愿望成为了现实，但这种“美梦”也只能维持到账单到期之前。此外，倘若宽松信贷真的如2007年经济衰退时那样——成为“救星”的话，美国经济想要再从其中恢复过来就很困难了。

自《自恋时代》出版以来，支撑自恋板凳的四条“腿”中，有三条都依然顽强地伫立着，唯独一条“腿”——宽松信贷——被锯掉了几厘米。身为社会科学家，我们很少会通过自然实验的方法来验证我们的观点，但信贷泡沫的破裂恰恰就是这样做的。正如我们在发现宽松信贷是自恋流行病蔓延的原因之一时所预测的那样，物质主义在信贷逐渐收紧时，也开始慢慢消退了。比如，2007至2008年，豪宅销量急剧下降，整形手术率也有所下滑（但是同历史同期相比，依然处于较高水平），甚至连悍马这一品牌，也有可能出售给中国公司，因为选择购买超大型汽车的美国人越来越少了。21世纪初期的这种文化转变使得美国社会从之前的过度追求物质主义，开始向一种更加节制，有时甚至是节俭的思维方式转化。

有人甚至推测，经济衰退与随之而来的文化转变将会给美国社会带来一场永久性变革，同时伴随着更少的债务和物质主义。但在我们看来，现在就下此定论还为时过早，因为支撑自恋板凳

的其他三条“腿”都还完好无损地伫立着。养育子女的方式，或者学校的教育模式尚未发生根本性的转变。比如，我们在更新给婴儿起独特名字（一种判断个人主义和想要与众不同程度的行为指标）的研究数据时发现，出生于2008年的婴儿拥有独特名字的比例在美国历史上高居首位。直到现在，我们的孩子仍然一出生就被当作一片独特的小雪花一样对待。电视真人秀节目依然开展得如火如荼，而且像《真实主妇》（*The Real Housewives*）一样宣扬物质主义的真人秀越发受人欢迎了。互联网行业依旧保持繁荣。社交网站Facebook现在的用户已经突破了2.5亿，这其中增速最快的当属50岁以上人群。

此外，美国政府也制定了鼓励过度消费和借贷的方案。2009年夏天广为人知的“旧车换现金”项目，就是一个最好的例子。在这一项目中，政府通过借款的方式（当然，我们的孩子以后必须偿还），来吸引那些租车开的负责任市民贷款购买新车。之后，政府非但没有把“旧车”赠送给有需求的市民（他们会把这当作天赐之物），反而下令拆毁汽车引擎，然后再将这些旧车当作废品碾碎。没错，这么做也许有利于环保，但与此同时，这一项目也为美国政府和消费者带来了更多债务，而且浪费了很多虽然老旧，但是依旧可以驾驶的汽车。

人们经常会问，增强自信、告诉孩子他们很特别、“关于我自己”课程，或者以其他形式（也许是无意之举）传递自恋的课程是否有遭到过抵制。面对这样的问题，我们的回答通常是“没有”。事实上，就在我们为本书写序的当天，简收到了一封女儿就读的幼儿园发来的邮件，告诉了她幼儿园下一周的课程计划。“亲爱的学生家长，”邮件中这样写道，“下周我们的课程主题是

‘关于我自己’和‘我是特别的’。这些主题将会涉及孩子们成长过程中的一些重要技能和概念，比如，认识（邮件原文如此）和学习我们的名字、情感和个人卫生（例如刷牙），当然最重要的是知道我们每个人都是独一无二的、特别的。围绕‘关于我自己’和‘我是特别的’这两个主题，我们会举办很多活动，从而让孩子可以发现、欣赏他们的才艺和技能。”关于这一计划，我们最喜欢的部分是教孩子刷牙，尽管它最终得出的结论是，做一个特别的人要比注意个人卫生更加重要。

以上这个例子，以及其他许多仍在持续发展的趋势都表明，对于这种极度追求个人主义的文化，人们并没有真正地表现出反对态度。与之相反，许多家长和老师似乎还完全没有意识到，“觉得自己很特别”实际上就等于自恋。诸如“我很特别”之类的信息非但不会带来好处，反而会造成很多不利影响。尤其是对于3岁的孩子们来说，他们每天应该记住的是彼此之间要懂得分享、不要打架——那些觉得自己很特别的孩子是不太可能做到这两点的。

想要从根本上让我们的社会朝着积极方向转变，光靠变革信贷市场是远远不够的。父母可以没收一个追求物质享受的少女的信用卡，但是一旦她拿回信用卡，便会立刻开始肆意挥霍。在这一点上，多数美国人都很相似——只要经济稍微复苏，便会开始过度消费。因此，从根本上来讲，我们需要的是一场关于“我们是谁，要到哪里去”的全民大讨论。而且，我们需要从成年人的角度来看待这场讨论。

因此，我们也为本书的读者们设置了一项挑战：仔细想想我们的文化该朝哪个方向发展，我们自己想成为怎样的人。我们可以选择自恋这条路——也就是我们现在所处的路。在这条路上，

我们会看到贪婪、自我中心主义、人情冷漠、爱慕虚荣、社会孤立、虚假经济繁荣、政府救助以及推诿指责。或者，我们可以选择一条不同的道路，一条以自身、家庭和社会责任为重的道路。这条路注重那些为我们自己带来快乐，但同时又不会伤害到他人的事物，比如亲密的关系、强大的社会、辛勤工作和充满热情的爱好。这些事物崇尚个性自由，但又不失责任感。这条路注定走得更加艰辛，因为它建立在现实，而非幻想的基础之上——这是一条路，而不是某个目的地，因为生活本无完美——但从长远来讲，这才是正确的道路。我们希望在旅途中能看到你的身影。

——简·M. 腾格博士，W. 基斯·坎贝尔博士于2009年9月写于加利福尼亚州
圣地亚哥市和佐治亚州雅典市

引言：美国文化中日益滋长的自恋现象

自恋随处可见，并不难找。

在电视真人秀节目中，一个女孩为了筹划自己的16岁生日聚会，想要封锁一条主干路，以便在她盛装走上红毯的时候，一支军乐队可以在前面开路。如果妈妈们为了追随“妈妈大变身”潮流而选择做整形手术的话，一本名为《我的漂亮妈妈》(*My Beautiful Mommy*)的书会向孩子们解释什么是整形手术。如今，你可以雇一个冒牌狗仔队，在自己晚上外出时跟踪、抓拍——你甚至可以将一本以这些照片为封面的假名人杂志带回家。一首流行歌曲丝毫没有讽刺意味地唱道：“我相信世界应该围着我转！”人们会贷款购买昂贵的房子，即使这远远超出了自身的偿还能力——或者至少在次贷危机爆发前偿还得起。婴儿们戴着绣有“超级模特”或者“万人迷”字样的围嘴，吮吸着“珠光宝气”的奶嘴，聆听着父母从《逛普拉达的小猪》(*This Little Piggy Went to Prada*)一书中选出的充满现代气息的儿歌。人们极力想要打造一款“个人品牌”(也称作“自我品牌”)，把自己包装得像是一件待售的商品。金融理财服务广告宣扬，退休可以帮助你重返童年，追寻自己的梦想。高中生们挥拳打向自己的同学，然后将打人视频放到YouTube视频网站上，以此吸引人们的注意。虽然这些现象看

起来只是一些随机挑选出的流行趋势，但是实际上，它们都深深根植于大众心理中的一项根本转变：美国文化里肆意增长的自恋心态。如今，不仅自恋者比以前更多，而且日益强调物质财富、外表长相、明星崇拜以及引人注目的价值观，这也在不断引诱着那些不自恋的人。人们的价值观标准已经发生转变，谦逊的人也渐渐被卷入追逐浮华的旋涡中，开始想方设法地装饰自己的社交网站首页、选择去做整形手术等。一首非常流行的舞曲一遍又一遍地重复着“金钱、成功、名望、光鲜”这些字眼，同时宣告其他价值观“要么不再为人信服，要么已被彻底摧毁”。

如今的美国正忍受着“自恋流行病”的折磨。对于“流行病 (epidemic)”一词，《韦氏大词典》(Merriam-Webster's Dictionary) 将其定义为一种折磨——“有可能会影响到……超出寻常数量的大批人口”。自恋显然非常符合这一描述。我们收集到的来自3.7万名大学生的数据显示，自20世纪80年代至今，自恋型人格特质的增长速度同肥胖症不相上下，其中女性的增长尤其明显。自恋的增长速度越来越快，其中21世纪初期的增速较之前几十年更快。截至2006年，有四分之一的大学生承认，自恋特质标准测量中的绝大部分项目都在他们身上有所体现。更严重的是，自恋型人格障碍 (Narcissistic Personality Disorder，简称NPD)——临床医学对于自恋特质的诊断——也比人们过去认为的更加常见。在20岁左右的美国人中，将近十分之一的人会出现自恋型人格障碍的症状；而在所有美国人中，这一比例则是十六分之一。然而，这些惊人的数字也只不过是冰山一角，潜伏在更深层的是，自恋型文化正在将越来越多的人拖入自恋的“深渊”。自恋流行病如今已经蔓延至整个美国文化，既影响着自恋者，也影响着那些自我

中心程度较低的人。

就像疾病一样，自恋也是由某些特定因素引起的，会通过特殊的渠道进行传播，显现出不同的症状，也可以通过预防性措施和各种疗法得以治疗。自恋是一种心理文化上的问题，而不是生理上的疾病，但是两者的模式却极为类似。本书的编排就是以这种模式为基础，逐一说明自恋流行病的诊断、根源、症状和预防措施。

如同肥胖流行病一样，自恋流行病影响人的方式也不尽相同。越来越多的人开始患上肥胖症，就像越来越多的人变得自恋一样，但仍然有人坚持锻炼，保持着健康的饮食习惯，也仍然有人保持谦逊，并且懂得关心他人。不过，即使是那些自我中心程度较低的人，也会发现那些充斥在电视、网络，以及亲友、同事交谈中的自恋行为。引发2008年金融危机的次贷危机，其中部分原因就是过于自负的购房者们自认为可以买得起超出负担能力的昂贵房子，同时贪婪的贷款机构愿意拿别人的钱来冒险。不管怎样，自恋流行病已经深深地影响了每一个美国人。

过去几年间，“自恋”已经演变成一个流行语，用来描绘人们的行为：从经常招嫖的前纽约州州长艾略特·斯皮策（Eliot Spitzer），到以博出位而出名的帕丽斯·希尔顿（Paris Hilton）都包含在内。其他人则开始了自我诊断：前美国总统候选人约翰·爱德华兹（John Edwards）为婚外情事件辩解时这样说道：“在几次竞选活动过程中，我开始相信自己很特别，变得愈发自我中心和自恋。”正如《纽约时报》（*The New York Times*）所说的那样，自恋“已经成为专栏作家、博客主和电视心理学家惯用的说法。我们喜欢为他人的冒犯行为贴上标签，以区分自己与他们的不同。‘自恋狂’

是我们现在最喜欢用的词”。

尽管目前“自恋”已经成为广为流行的标签，但是除了学术期刊文章以外，有关自恋我们却很难找到经过科学证实的其他信息。大多数有关自恋的网站都建立在猜想、个人经验以及生涩难懂的心理学分析理论基础之上。克里斯托弗·拉什（Christopher Lasch）⁰¹于1979年出版的畅销书《自恋文化》（*The Culture of Narcissism*）尽管十分引人入胜，但在其成书之时，有关自恋者人格类型和行为的严肃研究尚未开始。之后，一些著名的心理治疗师通过对自恋型人格障碍的个体案例研究，创作了《自恋》（*Why Is It Always About You?*）、《让自己远离生活中的自恋者》（*Freeing Yourself from the Narcissist in Your Life*）等有关自恋研究的著作。这种方法虽然很重要，但在很大程度上忽略了科学数据在研究中的重要性。

在本书中，我们采用了一种不同的方法，描述在广泛的科学研究之中，自恋者的真实状况以及他们行为背后的原因。我们认为，对待自恋这样复杂的问题，首先应该从实证研究着手。

“自恋”是一个容易引起人们注意的字眼，因此我们不会轻易使用它。在书中，我们讨论了一些有关自恋型人格障碍的研究，但焦点主要还是关于一般人的自恋人格特质，即那些远没到必须进行临床诊断，但是会给个体本身和他人带来危害的行为和态度。实际上，这种所谓的“一般型”自恋由于较为常见，带来的危害可能会更大。当然，我们在书中讨论的大部分内容对于那些患有自恋型人格障碍的人也同样适用。

01 美国当代著名历史学家与社会心理学家。

自恋绝非仅仅是一种自信的态度，或者对于自我价值的健康感受。就像我们在第二章和第三章中所探讨的那样，自恋者所表现出来的是自负，而不只是自信，并且——与绝大多数自尊心较强的人不同——自恋者对于情感上的亲密关系一点儿也不在乎。在书中，我们也会讨论关于自恋的一些讹传，比如“自恋者缺乏安全感”（他们通常是不会的），“在当今社会，自恋是取得成功的必备要素”（长期来看，自恋在大多数情况下往往会成为成功之路上的绊脚石）。

了解自恋流行病非常重要，因为从长远角度考虑，自恋会给整个社会带来灾难性后果。美国文化对于自我欣赏的关注，已经导致整个社会开始逃离现实，去追求浮夸的幻想。比如，我们有很多虚假的富人（所拥有的只是抵押贷款和累累债务）、伪造的美人（靠整形手术和化妆品来维持靓丽的外表）、作假的运动员（靠使用兴奋剂来增强体能）、冒牌名人（靠真人秀和YouTube而蹿红）、有水分的天才学生（成绩注水）、虚假的国民经济（欠有高达11万亿美元的政府债务）、孩子们自欺欺人的特殊感（来源于注重培养自尊心的子女养育方式和教育方式），以及虚假的朋友（借助于社交网络的爆炸式发展）。以上这些幻想或许都会让人感觉良好，但不幸的是，最终现实总会战胜幻想。次贷危机的爆发与随之而来的金融危机，便是膨胀的欲望终究会坍塌的最好例证。

据汤姆·沃尔夫（Tom Wolfe）⁰¹于1976年发表的文章《唯我的十年和第三次伟大觉醒》（*The Me Decade and the Third Great Awakening*）与拉什的《自恋文化》所记载，美国文化对自我欣赏

01 美国记者、作家、新新闻主义发起人。

的重视始于20世纪70年代——个人主义文化开始成为关注焦点的时候。自那之后的30年时间里，自恋现象开始以这些作者从未想象过的速度蔓延开来。于是，60年代“追求更好生活”的奋斗目标，到了80年代就演变成了“事事都要争第一”。父母对子女的教育变得更加纵容，偶像崇拜之风开始滋长，电视真人秀节目则成了自恋者展示自我的平台。互联网在带来实用技术的同时，也使得一夜成名成为可能，造就了“快看我！”这种心态。肉毒杆菌可以抚平面部皱纹，维持永远年轻的面庞，进而衍生出了一个巨大的产业。宽松信贷使得人们的经济状况看起来比实际上富足得多。简的第一本书《我一代》(*Generation Me*)，探讨了以自我为中心的文化转变影响着60年代之后出生的人们，尤其是80、90年代生人——因为这种转变保持着增长的趋势。在本书中，我们将把注意力扩展到美国所有年龄段的人身上，也扩及整个文化之中。年轻人首当其冲承受着文化转变所带来的冲击，因为他们只了解这个世界。但是，那些许诺退休后便能过上奢华生活（拥有自己的葡萄园！）的退休广告却表明，自恋这一流行病已经蔓延到了中老年人身上。虽然我们在书中用数据证明了自恋者的数目正在增长，但我们的注意力主要还是放在研究文化性自恋上，即那些反映自恋文化价值观的行为和态度的变化，无论个体本身是自恋者，还是仅仅被社会趋势所裹挟。

在观察文化转变，尤其是消极转变时，有把年龄上的衰老误认为是真正的文化转变的风险。老年人很难接受改变，因此容易妄下结论，认为整个世界就要这么完蛋了。为了避免这样的偏见，我们一直在努力寻找更多的确切数据，尽可能将多方因素纳入考虑范畴。很显然，许多文化转变都是可以量化的：短短10年间，整

形手术总量就翻了五倍；名人八卦杂志发行量大幅增长；人们花的钱比自己挣的还要多，欠下了大量债务；住宅面积变得越来越大；给小孩起特殊名字的风气日渐盛行；民意调查数据显示，名利的重要性与日俱增；婚姻出轨的人数也越来越多。除数据研究以外，我们也通过 www.narcissismepidemic.com 网站开展在线调查，收集故事和意见（在某些情况下，我们修改了参与者的名字和个人信息）。在这本有关文化的书中，我们也探讨了一些重大的新闻事件、流行文化趋势，以及互联网现象。同时，我们也与自己的学生对话，以了解年轻一代的看法。说实话，当我们发现许多研究生——多数都在25岁左右——认为很多事情在他们这一代变得更加糟糕时，我们多少感到有些震惊。与研究生们相比，本科生虽然更能接受当下这种文化，但也常常表示，他们面临着巨大的压力——为了在这个追求物质享受的世界中推销自己，不落后于他人。

1999年，我们在克利夫兰的凯斯西储大学地下办公室中，萌生出创作这本书的想法。当时我们都是博士后（一种介于研究生和准教授之间的研究职位），在著名社会心理学家罗伊·鲍迈斯特（Roy Baumeister）的实验室工作。在克利夫兰，我们并没有多少事可做，尤其是冬天，于是我们经常在办公室里聊天。有些时候，我们纯粹是为了打发时间，比如简就回想起了一次有关减肥的对话。当时，我们的博士后同事朱莉·伊斯林（Julie Exline）告诉我们，有一款减肥药丸据说含有绦虫。还没等她说完，基斯就大声叫道：“都市传说！”然后开始在当时刚刚兴起的互联网上搜索这两个单词（结果发现他是对的）。不过，绝大多数时候，我们是在交流彼此的想法。基斯会阐述他对自恋人群行为研究的最新成果，简也会谈到一些美国文化的发展趋势，以及这些趋势是如何

在人格特质中得以体现的。我们当时几乎立刻就想到可以观察一下自恋现象的发展趋势，但在1999年，自恋的标准量度才出现仅仅10年，这么短的时间显然还不足以让我们开展一场可信的自恋变化研究。

就这样，这项研究直到2006年夏天才开始提上日程，当时简怀有7个月的身孕，每天除了盯着电脑，几乎没什么事可做。那时我们都已结婚，在不同的地方工作（基斯在佐治亚州立大学工作，距离他长大的加利福尼亚州南部很远；简在圣地亚哥州立大学工作，距离她长大的明尼苏达州和德克萨斯州也很远）。这一项目的共同作者包括著名的自恋与攻击行为研究者布拉德·布什曼（Brad Bushman），以及我们之前的两名学生（现已成为教师）约书亚·福斯特（Joshua Foster）和萨拉·康拉特（Sara Konrath）。几代大学生身上的自恋现象增长之势是显而易见的，以至于当我们在2007年2月发布研究成果时，美联社与其他多家新闻媒体纷纷对其进行了报道。休完4个月产假回来上班的第一天，简就遇见了一件有趣的事。当时，一个电视台摄制组正在拍摄一张有关“走路”的标准照，他们要求简拿上自己的公文包，以“看起来更职业一点”。“朋友们，”简回答道，“那可不是什么公文包，而是我的吸奶器。”

那天晚上简回到家时，才意识到这件趣事所带来的全面影响：全国广播公司（NBC）的《晚间新闻》（*Nightly News*）、福克斯新闻频道和美国国家公共广播电台都对其进行了报道，脱口秀主持人杰·雷诺（Jay Leno）和柯南·奥布莱恩（Conan O'Brien）也都在拿这件事揶揄一番。美联社的报道被全美100多家报纸转载，引发了大量的社论、报纸专栏和邮件的讨论。虽然多数反馈都是正