

第十二章 社会情境中的人

人类最显著的特性之一就是集群性。中国语言中有“离群索居”这样一个词，但实际上没有谁可以真正做到脱离他人而孤立地成其为人。中国历史上固然有“世外桃源”的传说，可在这桃源中生活的依然是一群人。西方人曾经有最极端的想象，那就是让人遭遇意外流落到茫茫汪洋中的无人荒岛上，例如我们所熟知的《鲁宾逊漂流记》的故事。不过，即使是鲁宾逊，作者最后还是还是要安排一个被称作“星期五”的野蛮人与他做伴。于是，在荒岛上，也还是会发生人与人之间的接触与交流，还是会建立起人与人之间的关系。这就难怪早期的社会心理学大师如麦独孤（W. McDougall）会把集群性视作人类与生俱来的本能。

在正常情况下，作为人类的个体，一出生就降落在繁复细密的人际关系网络里。人类个体最初遇到的人际关系是家庭里的各种亲属关系，如亲子关系、同胞关系等；稍稍长大，又会遇到家庭外的友伴关系、邻里关系等；进入学校后，又有了师生关系、同学关系等；再往后，学业结束走上社会，更多的人际关系纷至沓来。不妨说，人类社会人际关系的形形色色、五花八门，就是专门从事人际关系研究的专家恐怕也难以尽数。

在心理学领域，**社会心理学家**（social psychologist）关心的正是人类的集群性和人类社会中的种种人际关系。说得具体一点，社会心理学家是研究人类个体在与他人相处时、在人际关系中、在群体内等情境下如何感知、如何思考、如何受影响以及如何行动的心理学家。在这里，最基本的几个要素是：**自我**（self）、**他人**（others）和**情境**（situation）。与心理学的其他分支相比，社会心理学更多地关注个体在与他人或社会发生关联的情境下的心理与行为。

本章主要了解如下问题：

1. 什么是自我？
2. 态度是如何形成和改变的？
3. 社会知觉是怎样进行的？
4. 人们按照什么方式去寻找行为背后的原因？
5. 人际沟通有哪些形式？
6. 人际吸引的奥秘是什么？
7. 社会影响的内容有哪些？
8. 文化对人的心理活动有什么影响？

第一节 自我与态度

如前所述，自我是社会心理学中的基本要素，这就需要首先弄清楚什么是自我。但弄清自我并不是一件容易的事，成龙曾经主演过一部《我是谁》的影片，凑巧心理学里也有一个测验叫《我是谁》（Who am I），在这个测验面前，很多人迟迟难以下笔，因为人们平常很少有意识地反思自我。哲学家说“我思故我在”，但社会心理学家更相信自我因与他人对照而凸显，此即梁启超所谓“对他而自觉为我”，也就是库利（C. H. Cooley）所说的**镜像自我**（looking-glass self）。自我在社会化过程中逐步确立，与此同时，人们也获得了对周围的人与事较为稳定的看法，这些看法就是心理学中所说的态度。

一、自我

（一）自我的结构

在心理学中，自我（self）、自我概念（self concept）、自我意识（self consciousness）常在相近的意义上使用，指的是对自己存在状态的觉察。包括自己的生理特征、心理特征、自己与他人的关系、自己在社会中所处的位置等，总之，就是对自己身心状况的认识。自我是在社会交往中产生并在人的生命历程中不断变化的，它为处理关于我们自身的信息提供了一个框架。人们有关自我的知识包含着认知、情感、行为倾向诸成分。

自我可以分为主我与客我两部分，其中主我（或叫主观的我）是对自己活动的觉察者，客我（或叫客观的我）是被觉察到的自己的身心活动。这种区分在英文中十分明显，因为英文单词中有“**I**”和“**me**”，讲的就是主我与客我。二者在中文里都用“我”表示，其区分要根据上下文判断。例如，费孝通在读了别人为他写的传记后曾撰文一篇，标题为《我看人看我》，这里前一个“我”是主观的我，后者则是客观的我。

心理学对自我的研究已经有很长的历史，其中詹姆斯（W. James）在19世纪末做了奠基性的工作，他将自我分为物质自我（material self）、社会自我（social self）、精神自我（spiritual self）三类，物质自我指的是真实的物体、人或地点，包括躯体自我和躯体外自我；社会自我指的是我们如何被他人看待和承认；精神自我指的是我们所感知到的内部心理品质，代表了我们对于自己的主观体验。这种划分方式直到今天还在使用。（布朗，2004，pp.18-22）

（二）自我认识的来源

1. 社会化

我们的自我认识大部分来源于社会化（socialization）。从出生开始，我们的父母、亲友、老师等就会用某种特定的方式对待我们，我们也能感受到周围社会文化的熏染。社会化过程是人们早期经验的核心，随后这些经验逐渐发展，最终成为自我认识的重要组成部分。社会、文化与自我之间的关系，在文化濡化（enculturation）、国民性、代沟、亚文化等研究领域早有揭示（钟年，1993）。

2. 自我知觉和内省

自我知觉（self perception）是说我们可以从自己的行为中推断出自己的一些特征。例如在观察自己的过程中我们会发现自己比较喜欢某些事物、某类活动或某些人。通过观察这些有规律的现象，人们获得了关于自我的知识。此外，内省也是我们熟知的了解自我的方式，它指的是个体向内感知自己的态度、情感、动机等心理活动，古时曾子每日“三省吾身”就是用这种方法来省察自我。

3. 反射性评价

我们获得自我认识的另一个途径观察别人对我们所做出的反应，这种过程叫做反射性评价（reflected appraisals）。例如，在聚会上你讲了一个笑话，并觉察到周围的人都笑了，你就有理由推断自己是一个有幽默感的人。库利提出这一过程的三个步骤：首先，我们对我们在他人眼中的形象进行想象；第二，我们想象这个人如何评价我们；第三，我们因为这种想象里的判断而感觉好或不好（布朗，2004，p.48）。

4. 社会比较

在社会生活中，人们免不了时时将自己与他人进行比较，从自我认识的角度看，与他人进行比较是了解自我的重要途径。一旦我们想要知道在某些具体的品质或能力上自己处于什么位置，我们就会将自己与别人相比。当然，要对自己作出准确的评估，就要选取与自己类

似的个体进行比较。不过，有时候为了获得较高的满意度，我们会找比自己稍逊的人比；而要获取上进的动力时，则会找比自己略强的人比。

（三）自我的发展

人们的自我认识是如何形成和发展的呢？我们在有关人生的全程发展一章里介绍过埃里克森（E. Erikson）的心理社会发展阶段论，他认为尽管自我的形成是一项终身任务，但青少年时期的发展却是最重要的。不过，心理学家的后续研究表明，在中、晚年所发生的很多变化也可以影响人的自我概念。所以，个体自我的发展是终身的。

大体来说，从孩童时期开始的自我发展表现为一个逐步区分的过程。刚出生时，儿童与周围环境浑然一体，通过活动和交往，才慢慢把自我（自己）与非我（环境）区分开。一岁前的儿童，甚至不知道自己身体的存在，他们可以像对待外物一样吮吸自己的手、脚。此后才渐渐区别自己的动作与动作的对象，认识到自己与事物的关系，认识到自己的存在和自己的力量。

自我发展中更重要的标志是语言。心理学家认为，儿童知道自己的名字，把名字理解为自己的信号，这是自我意识的萌芽。譬如一个孩子知道父母喊“宝宝”就是喊他。而在与周围人的共同活动中，从知道自己的名字过渡到会用第一人称代词“我”来指称自己，则表明儿童已完成从自己的表象向抽象的飞跃，此时自我意识真正发生。

二、态度及其形成

1. 态度的含义

态度是一个日常词汇，在社会生活中，我们也常常被要求表态——即表明自己的态度，民意调查（如盖洛普）要了解的也是人们的态度。在心理学中，**态度（attitude）**指的是个体对社会上特定的人、事、物进行评价而表现出来的一种比较稳定的心理倾向。态度具有社会性、主观性、动力性等特点，它有方向、有强度，是较为持久的个人的内在心理结构，是外界刺激与个体反应的中介。我们可以通过态度来预测行为，但态度与行为并不是简单的对应关系，在许多情况下行为并不必然与态度一致。

2. 态度的组成成分

大多数心理学家同意态度由认知、情感、行为三成分组成，其中情感成分的地位和作用尤其重要。**认知成分（cognitive component）**指的是个体对态度对象的认识，包括了解的事实、掌握的知识以及持有的信念等；**情感成分（affective component）**指的是个体对态度对象的所具有的情绪与情感，尤其是正面和负面的评价；**行为成分（behavioral component）**指的是个体对态度对象的行为倾向。例如某人对锻炼身体的态度，就可以包括认为锻炼有益健康（认知成分）、热爱和喜欢锻炼（情感成分）、坚持锻炼（行为成分）。

3. 态度的功能

功能可以从多方面考虑，若与态度组成的三成分相对应，态度具有认知的功能——让个体选择接受有利的信息、情感的功能——给个体带来满足或失望感、行为的或动机的功能——驱使个体趋向或逃避某个对象。

4. 态度的形成

态度的形成不排除有遗传的因素在起作用，不过社会心理学家更多从学习的角度来解释这个过程。学习理论中的经典条件作用、操作性条件作用、观察学习等都可用来说明态度的

形成。例如一个人坚持晨练，可能是父母从小就要求他每天早上就起来锻炼，也可能是他每次早上锻炼了身体就能得到父母的赞扬和奖励，或者是他父母就坚持晨练而且身体健康，榜样的力量让他选择了晨练。

三、态度的改变

前面说过态度具有稳定性，但这并不意味着态度不能改变。实际上，人们研究态度的一个主要目的就是想改变它。想一想在当今社会无所不在的商业广告，它们想获得的回报正是大众的喜爱、认同以及在喜爱、认同之后的行为。态度改变主要包括两个方面，一个是方向上的改变，这是质变，一个是程度上的改变，这是量变。

态度的改变可以在许多情形下发生，但人们更关心的是利用各种媒介信息影响他人最终使其态度改变的过程，这就是说服（persuasion）。第二次世界大战期间，担任美国战争机构首席心理学家的耶鲁大学教授霍夫兰（C. I. Hovland）和他的同事通过研究说服如何影响新兵对战争的态度，从而为战争做出了贡献。战争结束后，他们以耶鲁大学为中心继续研究了说服过程中的各种因素，提出了相关的模型，奠定了态度改变理论的基础（迈尔斯，2006，p.181）。如今我们对于说服过程可以从说服者、说服的信息、说服对象、情境等几方面来分别考察。我们下面就来看一看，当与别人沟通时，人们什么时候会坚持自己原来的态度、什么时候会对说服做出反应并改变自己的态度。

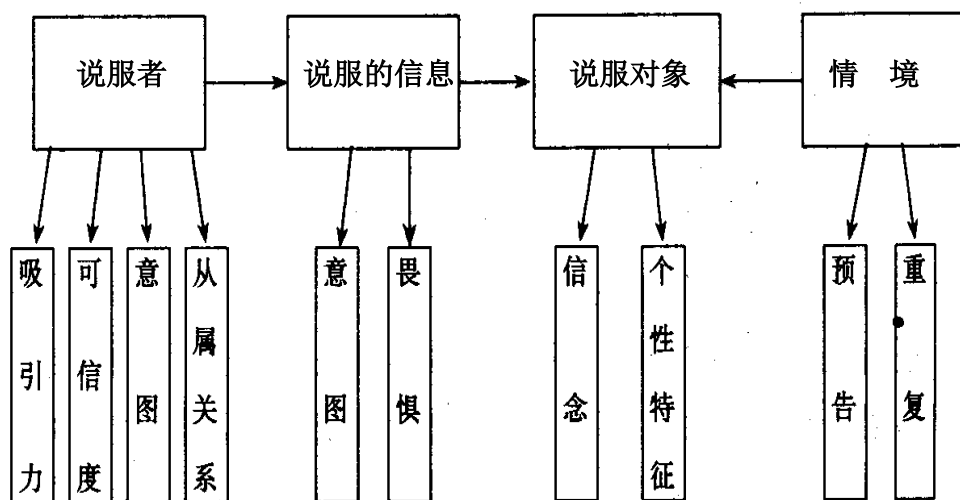


图 12-1 说服模型示意图

1. 说服者

说服者的因素对说服效果有很大的影响。例如说服者的可信度（credibility），我们都知道专家在专业问题上对人们的影响力。如果你的一位朋友看到你时说你有病你会将信将疑，但是一位权威医院的医生对你说同样的话你可能深信不疑。一个人的外在表现能够传达出可信度的信息，那些讲话语气果断、语速较快并直视听众眼睛的人通常被认为更加可信。又如说服者的吸引力（attractiveness），多项研究表明外表漂亮的、可爱的、乐观的人在进行说服时更有效力，广告中充斥着大量影视明星运用的就是这个原理。此外，说服者所持的立场、

说服意图的明显性等也会影响说服的结果。

2. 说服的信息

这里考虑的是说服信息的特点和信息呈现的方式。信息与原有态度的差异大好还是差异小好？先呈现的信息作用大还是后呈现的信息作用大？单方面的说服有效还是双方面的说服有效？面对面的人际传播和大众媒介谁的说服力更强？心理学家发现，这些问题的答案要视具体情形而定。前面提到过态度由认知、情感、行为三成分组成，其中情感成分尤为重要，研究证明信息与情感体验联系在一起更具说服力（迈尔斯，2006，pp.187-189）。譬如愉快的心情或恐惧的感受：吃着美食、喝着可乐、听着音乐的情境下人们更容易被说服（现在应该说中国人喜欢在酒宴上宾主尽欢时做交易是聪明之举了）；当我们试图劝说儿童少吃糖、多刷牙或劝说成人减少吸烟、小心驾驶时，那些能唤起恐惧情绪的信息是有效的。

3. 说服对象

首先我们可以考虑说服对象的人格，依赖性较强、自主判断力较低、易受暗示性高的人容易被说服，自尊心强、自我评价较高的人不容易被说服。我们还可以考虑说服对象的原有态度，如果原有态度已经内化，成为价值或信念系统的组成部分，说服的困难便极大。其他还有说服对象的认知特点、卷入程度、年龄性别差异等都对说服效果有影响。

4. 情境

说服总是在一定情境下进行的，我们通常考虑的情境因素有如下一些。(1)预先警告：如果你对自己的某个立场坚信不移，而你又被告知你将会遇到与之相左的说服沟通，那么你更有可能不被说服。(2)分心：分散听众的注意力，更容易让他们接受某种说辞。(3)重复：西谚曾云“谎言重复一千遍就成了真理”，中国古人也说“三人成虎”，可见重复对说服的作用。但上述情境的作用是复杂的，例如重复，其效果呈倒U形曲线，也就是说重复过多反而使人厌烦降低说服效果，今天中国的家长在子女教育上便常常碰到这种困境。

第二节 社会知觉与归因

社会心理学讨论自我、他人与情境，这就牵涉到对自我、他人与情境的感知，这就是所谓的**社会知觉**（social perception）。当然，社会知觉中运用最多的是对他人的感知，通俗地说是对他人形成一定的印象或看法。在社会生活中，我们既然与他人互动，便会有许多人际关系的事件发生，对其中一些我们认为重要的或特别的事件，我们都会考虑其背后的原因。追寻行为背后原因的倾向，让我们许多人看起来都像个社会心理学家。

一、印象形成

印象形成就是把一个人若干有意义的特性，进行综合、概括，形成一个具有结论意义的特征。我们在日常生活实践中，免不了与人打交道，随时随地都在形成对他人的印象。那么，我们是根据什么来形成对人的印象的呢？

1. 印象形成的模式

中国的哲人孔子曾说过“听其言，观其行”的话，我们在社会知觉过程中主要也是通过言论和行为形成对人的印象的。从时间的先后上看，他人的外表是我们最先得到的信息，男女老幼、高矮胖瘦，这都是对人的印象。然后是行为，有非言语的行为，有言语的行为。譬如我们看到一个人当街吐痰，会对他印象极糟；看到一个人细心地收拾地上的遗弃物，则会对他印象甚佳。一个人的说话当然也会影响到人们对他的看法。如一个美貌女子说脏话，

我们会叹息说她只是个“花瓶”；而一个其貌不扬者显露出不凡的谈吐，会让人立刻刮目相看。从认知心理学的立场看，社会知觉依然是人们对获取信息的综合加工过程。心理学家提出了一些社会知觉的加工模型，其中最著名的是安德森（N. Anderson）等人的**平均模型**（**averaging model**）。安德森认为，人们通常把所获得的信息加以平均以获得对他人的总体评价。如甲与乙第一次见面时，甲发现乙很聪明、有礼貌，但个子较矮，而且穿着随便。那么甲就会把这种正性与负性的信息综合起来进行加工。假设甲认为聪明是很好的品质，给正10分；有礼貌也不错，给正4分；但个子矮甲不太喜欢，给负5分，穿着随便也是甲较烦的，给负5分。然后把这四项特质的得分加起来，最后得正4分，说明甲对乙的印象一般，总的来说，还算是留下了一点好的印象。到了后来，安德森继续完善了他的模型，改名为**加权平均模型**（**the weighted averaging model**），以强调在所有特质平均前会对那些人们认为非常重要的特质赋予较大的权重（泰勒、佩普芳、希尔斯，2004，p.70）。例如某大学招聘教学科研人员，在各项特质中对智力的重视要胜于外表的吸引力，所以平均时给智力的权重要大些；而如果是某个剧组招收女演员，导演对外表的重视一般要高于智商。

2. 第一印象

在所有印象中，人们最初形成的印象是十分重要的。在我们的记忆里，随着时光的流逝，对某个熟人的印象可能已经变换了许多次，前面的印象被后面的印象不断覆盖。但是，对这个熟人的最初的印象，却是最不容易忘记的，并且决定着以后双方交往的过程。因此，心理学家们在研究社会知觉问题时，就很重视研究人与人初次见面时的第一印象。所谓**第一印象**（**first impression**），是指人们在第一次接触时，根据对方的身体相貌以及外显行为所得到的综合性与评鉴性的判断。在我们日常生活中，每次结识一个新人就有机会产生第一印象。现在升学、求职等常有面试，第一印象的重要广为人知，大家都很注意这类场合的穿着打扮、言谈举止，认为这是人际交往中的一个关键。

第一印象的形成会受到许多因素的影响，其中很关键的一个是相貌。相貌是外在的东西，我们都知道一个人的内在品质比外在的形貌更重要，先辈也曾告诫我们对人评判时不应“以貌取人”，但心理学家的研究发现，相貌是影响人们第一印象的重要原因之一。曾有心理学家将一名小学五年级学生的资料卡复印许多张，分别贴上相貌不同者的照片，然后请多位五年级教师，根据照片与卡片的记录，推测学生能力的高低。结果发现教师们不约而同地评定相貌好的学生智力较高。另有心理学家研究发现，一般人居然认为相貌美好的人不但智力较高，而且心地较为善良，生活也比较愉快。此外更有心理学家调查一般人对大学生偷窃行为应如何惩罚的意见时，结果发现一般人居然相信相貌美好的大学生不会有偷窃行为（张春兴，2005，p.422）。由此可见，生就一副漂亮的面庞，会有很多时机占到便宜。美国影片《猫鼠游戏》中的男主角，就因为长得帅，其欺骗行径几乎畅通无阻。我们也经常能听到这样的感叹：“某某长得人模人样的，怎么会干出这种事？”这话里的意思，依然是相貌好的人应该面好心也好。

第一印象的形成还与人们的认知结构有关。这里有必要提到“先入为主”的效应。在根据有限的信息去感知他人时，这种心理倾向是相当普遍的。有这样一个心理学实验：让两组大学生看同样一张德国中年人的照片，但给两组学生的解释截然不同。对A组学生说，此人是当年希特勒手下杀人集团盖世太保的首脑人物之一，在第二次世界大战期间杀害了成千上万的犹太人。对B组学生则说，此人是反纳粹地下组织的领导人之一，在第二次世界大战期间，挽救过成千上万犹太人的生命。然后，分别要两组学生根据照片上的面部表情，描述他们对此人的印象。结果发现：A组学生均将此人描述为面貌凶恶残忍成性的人；B组学生均将此人描述为面容和蔼心怀仁慈的人。对同一人物产生如此悬殊的印象，原因就在研究者的事前说明，对A组与B组发生了不同的“先入为主”作用（迈尔斯，2006，p.74）。这正与中国古代“疑邻人偷斧”寓言说的是同样的道理：你觉得邻居偷了你的斧头，怎么看

邻居就像个小偷；可等你斧头找到了，再看邻居，怎么看也不像小偷了。

二、社会知觉中的几种效应

1. 首因效应与近因效应

社会知觉中信息出现的次序在印象形成中也有很大的作用。**首因效应** (primacy effect) 是指人们比较重视最先得到的信息，据此对他人做出判断。**近因效应** (recency effect) 则是指最新得到的信息对他人的印象形成起较强作用的现象。这两种效应说明输入信息的顺序的重要性，关注的是什么时候接受的信息对人的影响最大。

社会心理学家曾设计过如下实验，来验证首因效应和近因效应：研究者编写了两段短文，描述一个男孩的日常活动。在第一段短文中把他描述成一个热情而外向的人，在另一段短文中把他描述为一个冷漠而内向的人。两段短文按照两种组合方式呈现给被试。一种顺序是先第一段，然后第二段；另一种顺序是先第二段，然后第一段。读完后要求被试评定这个男孩的性格特质类型。实验结果证实了首因效应。当第一段在前时，大多数被试把这个男孩评定为外向型的人。当第二段在前时，大多数被试把这个男孩评定为内向型的人。但是，如果在两段描述之间插入某些其他活动，则较近的信息有更大影响，这时就会出现近因效应。假定上个月你在一次晚会上认识了一个人，给你的第一印象并不太好，但是本周内你又碰上了他，这次给你的印象却是好的，那么你对他的印象可能是好的 (Rathus & Valentino, 2006, pp.688-690)。这个结果给我们传递了两个信息。首先，第一印象是十分重要的，在人际交往中应予特别注意。其次，第一印象也不是不能改变的，我们可以通过努力来对以前的印象进行修正。

2. 光环效应

光环效应 (halo effect)，也叫**晕轮效应**，指人对他人的多数判断最初是根据好坏得出来的，一个人被认为是好的，他就被一种积极的光环所笼罩，从而也就被赋予其他好的特质，正如俗语所说“一俊遮百丑”。例如，在影视作品中扮演正面人物的演员，人们往往相信他在各方面都会表现好。当然也有相反的情况，即**负光环** (negative halo) 效应，如果一个人被认为是坏的，他就被一种消极的光环所笼罩，从而也就被赋予其他不好的特质。

3. 正性偏差

正性偏差 (positivity bias)，指的是人们对他人的判断往往是正面评价超过负面评价的倾向。这或许与人们向往美好的心理有关，大家希望自己周围的人都是好人，这样就能生活在一个良好的环境里。社会文化的因素可能也起着作用，虽然不同文化的价值观不同，但各种文化都会鼓励它所认为积极的、正面的东西。

4. 定型

定型 (stereotype) 也译为**刻板印象**，指的是对某些特定人群较为简单化、固定化的看法。例如中国幅员广阔，不同地方的民性颇有差异，当提到“东北人”、“河南人”、“上海人”、“广东人”这些名称的时候，人们心目中都有对他们的特定看法。定型不一定全对，也不一定全错，但它常常会对社会知觉产生影响。

三、归因与归因偏向

归因 (attribution) 就是个体根据获得的信息，对自己或别人所表现的行为或事件为何发生的原因所做的解释和推论。我们在讨论动机的章节中介绍过归因理论，这里着重分析几

种作为社会心理现象的归因偏向。就是说人们的归因往往不见得正确，通常会犯这样或那样的错误。心理学家在研究中发现了一些经常出现的归因偏向（attribution bias）。

1. 基本归因错误

基本归因错误（fundamental attribution error），说的是在个人行为的归因上，人们倾向于高估个人或内因的作用，低估情境的作用。也就是只重视性格因素而忽视情境对行为造成影响的带偏向性的解释。设想一个学生高考没有考好，我们会怎样说他呢？第一种说法是，这个学生没有努力；另一种说法是，这个学生可能学习条件不够好。事实上，我们更倾向于第一种说法，所以社会心理学家罗斯（L. Ross）将这种情况叫做基本归因错误（Gerrig & Zimbardo, 2003, p.490）。导致这种情况是因为我们有一种信念，认为人们应对自己的活动结果负责，因而多从内因去评价结果，而忽视外因对结果的影响。另一个原因是情境中的行动者往往比情境中其他因素更突出，突出的东西引起更多的注意。

2. 行动者与观察者效应

人们并不总是认为自己要对自己的活动结果负责，做这种归因取决于说自己还是说别人。与基本归因错误相联系的有**行动者与观察者效应（actor-observer effect）**，说的是行动者倾向于作外部归因，强调情境的作用；观察者倾向于作内部归因，强调行为者的特点的作用。一般人解释自己的行为较偏向情境归因，而以性格归因解释他人行为。也就是说，如果自己考试没考好，通常会认为是自己的学习条件不够好（情境归因）；而别人考试没考好，则多半会认为是他自己不努力（性格归因）。之所以出现这种情况，可能是知觉特点造成的。当你是一个行动者时，你会更多注意情境；当你是一个观察者时，你更会多注意行动者。如果行动者和观察者能站在对方的位置上，会减少观察者和行动者之间归因的差别，这就是我们常说的换位思考。婚姻咨询者很重视这一点，他们致力于说服争吵的夫妻从对方的观点去看待问题。

3. 自利偏向

看来，立场不同，观点就不一样。从自己这个立场出发，行为者与观察者之间的差异实际上是寻找对自己有利的解释。人们在归因时常常有**自利偏向（self-serving bias）**，所谓自利偏向，就是在归因时人们愿意把积极的结果归因于自己，把消极结果归因于情境。还是用考试做例子，考得好，会说“这是因为我有实力”；考得不好，会说“这次题目太偏了”或者“今天考场闹哄哄的”之类的话。

第三节 人际沟通与人际吸引

人类是集群性的动物，集群性的生活要想不出问题，就必须进行沟通。《圣经》中有一个巴别（Babel）塔的故事，说的是大洪水后人类的口音语言都一样，曾商议建造通天塔，上帝见此情形，忧虑日后人类语言一样，便没有做不成的事情，遂下地变乱人们的口音。这样一来，人类缺乏沟通，建造通天塔的壮举告吹。这个故事从反面说明了沟通对人类的重要性。此外，在社会交往中，人与人之间不仅在认知层面上相互沟通、相互知觉，而且也会形成一定的情感联系，这种情感联系便集中表现在人际吸引上。

一、言语沟通

1. 言语沟通的含义

言语沟通（verbal communication）是人际沟通的主要手段，是通过语言这种媒介而实现

的信息交流，它包括书面语言和口头语言。利用言语交流信息时，首先在信息发送者的头脑里要有一个想表达的观念，其次要有一套语言材料和语言规则，观念用材料表达、按规则转换，通过书面或口头的形式发送出去。信息接收者利用视觉或听觉系统接收这些信号，再按一定程序转换成观念。心理学家关心的是在言语沟通过程中人们的心理活动，如言语的产生和言语的理解。言语的产生指说写者使用语言把想表达的观念转换成话语的心理过程；言语的理解指听读者理解话语的心理过程。人们注意到，只要参与交流的各方对情境的理解高度一致，所交流的意义就损失得最少。所以，社会心理学家研究言语沟通的重点放在说写者和听读者怎样合作以及对信息的理解怎样依赖于沟通情境和社会背景。

2. 语义

心理学家在研究人际沟通时十分注重对语言所表达的意义即**语义**（semantic meaning）进行分析。这里考虑语义是与人联系在一起的，因为人与人之间是有个体差异的，他们的知识结构、人生经历、文化背景等都可能不同，所使用的语词的意义自然也可能有所不同。例如，同样是一个“狗”字，中国人和美国人在使用时所赋予的意义就会有差异，它所引发的情感过程也很不相同。此外，语词的意义还会随着社会文化的变迁而发生变化。我们想一想汉语里“小姐”这个词在半个多世纪中的遭遇就不难明白这一点。

3. 语境

言语沟通能否产生意义还依赖于沟通发生时的**语境**（context）。实际上，人们通常不是靠词典而是靠词汇在语境中的使用来理解其意义的，要理解脱离前后文的孤立的词汇或者句子是相当困难的，有时甚至是不可能的。假如有这样一句话——“你真聪明！”它表达的是什么意思呢？在不同的语境中，这句话可以有多种解释：当某人解决了一个长期困扰人的问题时，表达的是由衷的钦佩；当一个学龄前儿童算对了一道两位数加法题时，传达的是长辈的鼓励；当一个人为了自身利益出卖朋友时，流露的是强烈的讽刺。

4. 语境框架

与语境相关的还有**语境框架**（contextual frames）问题，也可以视作一种谈话的规则。这里说的不是语法规则，而是社会文化的规则，这些规则通常是不成文的共同的默契，言语沟通的双方都要遵循。语境框架下的谈话行为有一些普遍性的规则，例如一方讲话时对方应注意倾听而不要轻易打断对方的谈话；一个时间内只能有一个人讲话，某个人想讲话必须等别人把话讲完等等。当然谈话规则在不同社会、不同文化、不同团体和不同职业之间有所差别。

5. 语言与思维

这是一个古老的问题，在语言学和心理学研究中有著名的**萨皮尔—沃尔夫假说**（Sapir-Whorf Hypothesis），说的是语言在不知不觉中影响着人们的思维方式，于是，语言的局限就成了认知世界的局限。对此假说，学术界有很多争议，我们这里只是说语言确实对心理能够产生影响。据说曾国藩当年与太平军交战时开始老打败仗，他给朝廷上书自述“屡战屡败”，但他的师爷大笔一挥改成了“屡败屡战”，虽然只是次序的变更，感受却大不一样：前者昏庸无能，后者百折不挠。再以翻译为例，如果将 Martha 译为“马撒”，我们会觉得是一位男性，如果译成“玛莎”，则我们就会觉得是一位女性。从这些例子里，我们不难感受到语言对认知的制约作用。

二、非言语沟通

非言语沟通（nonverbal communication）是通过语言以外的媒介（例如面部表情、目光交换、身体姿式、肌肤接触乃至人们说话的音调、速度等）而实现的信息交流，是言语沟通

的补充形式，有时也单独使用。非言语沟通具有许多功能，可以提到的至少有以下六种（马兰德罗和巴克，1991，pp.13-15）：补充言语信息、替代言语信息、强调言语信息、否定言语信息、重复言语信息、调节言语信息。

1. 面部表情

人的情绪可以清楚地反映到面部表情上，这些表情一般是非随意的、自发的，但也是可以控制的。在社会生活中，人们常常有意控制自己的面部表情，以达到加强人际沟通的效果。对表情的研究有很长的历史，达尔文就曾写过《人类与动物的表情》这样的名著，他寻找到人类基本面部表情与动物的渊源关系，也就是说，表情基本上是遗传决定的，与文化的关系不大。

从判断上看，一个人的面部表情是真情的流露还是伪装很难分辨。演技出色的演员，他们所装扮的面部表情完全可以乱真。此外，面部表情与内在心理活动的对应关系也不是单一的，这就使得同一种表情可以有不同的含义。例如，哭泣可以是悲伤的表示，也可能是表达同情，还可以是由幸福和喜悦而引发。面部表情所传达的具体含义受多种因素影响，它既与沟通情境有关，也和沟通者的习惯特征有关。

2. 目光交换

这是非言语沟通的主要信息来源，至少可以表明交谈的双方对交谈感兴趣。通常目光交换可以表达爱、喜欢和关心的感情。不愿意有目光交换表达的则是相反的感情。对讨厌的人，我们会说“走开，别让我再看见你”。确实，亲密伴侣之间比一般人之间有更多的对视行为，此即所谓“四目相视，脉脉含情”。

目光交换所传递的信息是复杂的，有时能表达似乎完全矛盾的含意——友爱和敌意、幸福和痛苦、恐吓和害怕。在人际沟通中要根据语境来判断目光的意义。但频繁的和长时间的目光交换起码表明沟通者的卷入程度很高，情绪比较强烈。更细微的反应可以从瞳孔中看到，瞳孔扩大是情绪唤起、感到兴趣和受到吸引的表现，说明人们喜欢所注视的事物：男人和女人发现有吸引力的异性时瞳孔会扩大，父母看到自己的孩子时也是这样。

有时人们也会有意闭上眼睛这扇心灵之窗，避免目光的接触。人们在向别人报告坏消息或者说一些痛苦的事情时往往避开对方的眼睛。有时沟通者由于害羞、恐惧或说谎而避免目光接触。我们从小接受的教育说，长时间盯着人看是不礼貌的。当然，看不看人以及看人时间的长短有文化差异。阿拉伯人交谈时喜欢有面对面、眼看眼的接触，其距离之近常常能感受到对方呼出的气息。美国人谈话时也伴随着目光交换，似乎这样更坦诚，但他们没有阿拉伯人靠得那么近。日本人说话时目光交流就少得多了，在短暂的目光接触以后，他们更倾向于把眼神停留在对方的颈部。

3. 身体姿态

人际沟通中身体的运动和姿态常用来传达信息或强调所说的话，被称为体态语言，对体态语言的研究已经形成一门专门的学问，叫做**体态学**（kinesics）。例如，挥手表示再见、点头表示同意、摇头表示否定、拱手表示招呼等等皆为人们所熟知。当然体态语言所传达的含义也是复杂多样的，它依赖于沟通情境、沟通者的习惯以及沟通者所处的文化等多种因素。

4. 身体接触

握手、拍肩、摸头、拥抱等身体接触也起着沟通信息的作用。亲密的人之间有较多的身体接触，而陌生人之间过分亲密的接触可能意味深长。身体接触还可以反映出双方的身份、地位、角色等。例如，摸头常常是长辈对晚辈，拍肩一般是上级对下级，握手的次序、时间、力量，都可能标志着沟通者之间不同的关系水平。

5. 语音和语速等

说话的语音大小、语调高低、语速快慢等都有一定的意义，从而成为人们理解言语表达内容的线索。同一句话用不同的语音、语调、语速去表现，就可能具有不同的含义。语音和

语速等与意义的关系也存在着不确定性。从个体差异上看,发出信息者说话时的语音和语速等受个人的习惯和特性制约,就有不同的表现。同样的,接收信息者也从个人的习惯和特性出发去理解对方语音、语速等所包含的意义。有意思的是,最有效的发音行为可能是不发音——停顿,谈话中的停顿具有强调的功能,让听话者对停顿前后的谈话内容予以特别的关注。停顿的这种效果,是对“此时无声胜有声”的绝妙诠释。

6. 人际距离

人际距离在沟通中有一定的含义。一般说来,关系越密切,距离越近。人类学家霍尔(E. Hall)在这方面有创造性的研究,他曾把人际距离分为亲密的、个人的、社会的和公众的4种类型。例如,霍尔提供了美国人的嗓音随着具体距离范围的变化而产生的相应变化,从中可以窥见人际距离与谈话内容、亲密程度之间的关系(霍尔,1995, pp.164-165)。

三、人际吸引

1. 人际吸引的含义

人际吸引(interpersonal attraction)说的是人与人之间相互形成的积极态度(彼此注意、欣赏、仰慕等)或喜爱的情感,它是人际关系进一步发展的前提。人际吸引过程遵循一些基本的原则,例如强化原则(我们喜欢能给予我们奖励的人)、联结原则(我们喜欢与美好经验联结在一起的人,厌恶与不愉快经验联结在一起的人)、社会交换原则(我们对于一个人喜欢与否,是基于成本与利益所做的评价)。

人际吸引有一个发展的过程,它的顶点,应该就是被人视为神秘而神圣的爱了。合群需要是人际吸引发展的基础,但合群仅指愿意与他人在一起的倾向,并不涉及是否喜欢他人,更不涉及对他人品质的评价积极与否。吸引则是一种积极的评价,它的一般形式是喜欢或友谊,它的强烈形式是爱或爱情。社会心理学家曾发展出测量群体内人际吸引和排斥的**社会测量(sociometry)**方法,这些方法过去主要是描绘群体内人际吸引和排斥的现实情况,当前的研究则侧重于了解人际吸引产生的心理机制。

2. 影响人际吸引的因素

(1) **个人特质** 外表和能力是个人特质中最重要的内容。人们一般喜欢外貌美的人,外貌对于第一印象的形成十分重要。外貌美也可以产生一种光环效应,人们通常认为外貌美的人也具有其他实际上并不一定具有的优良品质。于是,美的东西是好的,好的东西也被认为是美的。与此相应,一个具有高尚道德和才智的人,也往往被认为外貌也是有吸引力的。另一方面,人们一般会喜欢比较聪明、比较有能力的人,不过,这聪明和能力也得有个度,太聪明的人,会让人觉得高高在上、不好接近,所谓“敬而远之”。阿伦森(E. Aronson)等人做过一个著名的实验,很好地说明了这一点(阿伦森,2001, pp.373-374)。实验准备了四个人的讲话录音让每个被试听,经过一些设计安排,让这四个人听上去一个几乎为完人、一个是犯错误的“完人”、一个是平庸的人、一个犯错误的庸人。然后被试要根据对他的印象和他看上去的可爱程度等对他进行评价。实验得到的结果是:犯错误的“完人”被视为最有吸引力的人;犯同样错误的庸人被认为最无吸引力;完美的人(未犯错误)的吸引力居第二位;平庸的人(未犯错误)处于第三位。很明显,犯错本身不具有吸引力。因为固然它使一个完美的人多了一个惹人喜爱的方面,使他更具有吸引力,但它也使一个平庸的人更显得平庸,使他更缺乏吸引力。实验表明,能力非凡可以使人富有吸引力,难免犯错的证据使其吸引力又增加了一层,这一发现被称为**犯错误效应(pratfall effect)**。

(2) **邻近性** 在其他条件相等时,人们倾向于喜欢邻近的人。不妨想一想我们的熟人、朋友,肯定有不少是因为邻近的原因造成的。费斯廷格(L. A. Festinger)研究一个宿舍区内

人们建立友谊与其居住关系的情况，证实住得最近的人最容易建立友谊。这里的居民刚刚搬来时全不相识，最后交上的一些朋友几乎都与邻近性相关：或是近邻，或是住在同一层楼的人，或是信箱靠近的人，或是走同一个楼道的人（张春兴，2005，p.429）。邻近性与交往频率有关，邻近的人自然常常见面，容易产生吸引。

(3) **相似性** 人们往往喜欢那些与自己相似的人，中国有句老话“物以类聚，人以群分”，讲的就是这层道理。这里所说的相似性有客观上的相似，但更多是主观上心理上的相似，即人们感知到的相似性。感知到的相似性包括信念、价值观、态度和个性品质的相似性，外貌吸引力的相似性，年龄的相似性，以及社会地位的相似性等。相似性导致人际吸引可能有如下原因。首先心理上的相似会使大家参加相似的活动，从而增加相遇的机会；其次在相遇后心理上的相似更容易产生共鸣。可以设想，相似的人肯定了我们自己的信念、价值观和个性品质，起着正强化作用，结果造成人们喜欢相似的人。

(4) **互补性** 相似并不排斥互补，在人际吸引中，互补性原则常常也起着重要作用。互补性指的是人们喜欢那些与自己个性品质相反的人。例如一个学理工的人可能与一个学人文的人成为好朋友，一个主动的支配型男性和一个被动的顺从型女性彼此间有吸引力。选择与自己个性品质相反的人可以起到互补的作用，相互满足需要。婚姻上的“郎才女貌”是一种互补，朋友里的“刚柔相济”也是一种互补。互补有时候是一种心理上弥补缺憾的意识在起作用，譬如学理工的人失去了学人文的机会，交一个这样的朋友，心理上能得到一些补偿。

(5) **相互性** 相互性指的是人际之间的相互报偿。我们一般会喜欢那些也喜欢我们的人，不喜欢那些不喜欢我们的人。一种满意的关系是双方的自我都受到支持的关系。积极的、正面的反馈对人际交往的继续十分重要，每个人自己都能体会到这样一层意义。所以，在实际社会生活中，对他人多表达一些赞美、多表现出一些喜欢，是促进人际吸引的有效途径。

四、亲密关系

1. 亲密与自我表露

人际吸引导致人际关系的建立，这种关系的正向发展是让人们由一般性关系进入到亲密关系。友谊和爱情都是亲密关系，朋友、爱人、夫妻就是有着亲密关系的一对对角色。亲密关系的亲密，是建立在感情基础上的，发展到极致，大有“虽非同年同月同日生，但愿同年同月同日死”的味道。这时互有关系的双方，如果是同性，便是莫逆之交，如中国古代的管鲍、羊左、刘关张；如果是异性，便是生死之恋，如中国传说中的梁祝或西方传说中的罗密欧与朱丽叶。

人际关系要达到亲密这一步，交流中的**自我表露**（self-disclosure）是相当重要且十分有效的。自我表露是说一个人向别人说心里话，与他人共享内心的感受及信息。人们通过自我表露让他人在相当程度上了解自己，敢于自我表露，是一个人心理健康的表示。自我表露是一个信号，告诉对方我很信任他，愿意与他进一步交往。同时，自我表露的行为可以引发对方的自我表露，从而加深相互的了解和信任，促进关系的发展。

2. 爱情

异性的亲密关系就是爱了。**爱**（love）或**爱情**是比人际吸引更复杂更高层的概念，包括审美、激情等心理因素及生理唤起和共同生活愿望在内的一种强烈的情感状态。人们在爱的时候伴随着多种心理活动，例如依附、关怀、信任及自我表露等。卷入爱的双方最普遍的感受是有强烈的幸福感。爱情和喜欢是不同的，但喜欢是爱情的基础，影响喜欢的因素也影响爱情。所以，相似性、邻近性、接触频率、外貌吸引力、互补性等也都是决定一个人最终选择谁作恋人或爱情伴侣的重要条件。

爱是心理学研究的新课题，也是热门话题。有人认为，爱是一个较宽泛的概念，包括对人民、对父母、对师长等的爱，而爱情则一般专指男女之间的亲昵关系。还有人把爱区分为恋爱和友爱。恋爱是一种用不同爱情术语解释的强烈生理状态，一种混合的情感，包括温柔和性感、兴奋和苦恼、焦虑和欣慰、利他和嫉妒等，这是一种与他人结合的强烈愿望。相互的恋爱伴随着满足和狂喜，单恋则伴随着空虚、焦虑或失望。恋爱往往包含把对方理想化的倾向，往往是盲目的不可控制的情绪状态。友爱则是不那么强烈的情绪，包括友好感情和深刻理解，其特点是友好、谅解、关心对方幸福。它比较现实的，把对方视为现实的人，不象恋爱那样把对方理想化。

心理学家鲁宾（Z. Rubin）是较早用科学方法讨论爱情的，他把喜欢与爱区别开来。他认为，爱的因素是对对方负责、温柔体贴、自我揭示、排他性。喜欢则指为他人所吸引、尊重对方、认为对方与自己相似。他制定了测量“喜”和“爱”的量表，希望能把二者区别开来。研究结果显示，在预测男女爱情发展上，“爱”量表比“喜”量表更有预测力（瑞文和儒本，1993，pp.172-173）。

斯腾伯格（R. J. Sternberg）提出的爱情的三角形理论或曰爱的三成分论（triangular theory of love）是最为著名的爱情理论，他认为爱包含着三个成分：激情（passion）、亲密（intimacy）和承诺（commitment），它们分别涉及到情绪、动机和认知的层面。其中激情是指双方关系中令人兴奋激动的部分，包括性的吸引；亲密是指双方相处的情况，即是否有相互喜欢、亲近的感觉；承诺是指愿意爱对方并且保持关系、长相厮守的决定。这三种成分以不同的比例相组合，可以得到八种不同类型：(1)无爱——三成分都没有；(2)迷恋的爱——只有激情成分；(3)喜欢（友谊）——只有亲密成分；(4)空洞的爱——只有承诺成分；(5)浪漫的爱——有亲密、激情而无承诺；(6)伴侣的爱——有亲密、承诺而无激情；(7)愚昧的爱——有激情、承诺而无亲密；(8)完美的爱——同时包含激情、亲密和承诺三种成分（Sternberg, 1998，pp.482-483）。当然，人们所向往和推崇的是完美的爱，这可说是爱的最高境界了。

爱的体验也受文化因素的影响。我们曾经提到独立自主（个人主义的）与相互依赖（集体主义的）这一文化维度：具有独立自我的文化更看重个人而不是集体，相互依赖的文化则更看重共同的文化目标而不是个人目标的价值。这一点如何应用于个体的爱的经验中呢？如果你选择生活伴侣时依据的是自己对爱的感受，那么你表现出对你个人目标的偏好；如果你选伴侣时还留心对方是否能融入你家庭结构和兴趣之中，那么你正在更多地调整到集体目标。跨文化研究已经获得充分的概括结论，独立自主类型文化中的成员对爱要重视得多（Gerrig & Zimbardo, 2003, p.504）。

第四节 社会影响

在一定意义上，我们可以说社会心理学就是研究社会影响的一门学问。社会心理学的奠基人之一奥尔波特（F. H. Allport）便声称社会心理学的任务是了解和解释个体的思想、情感、行为如何受他人存在的影响而发生变化，他更指出他人的影响有现实的影响、隐含的影响和想象的影响三种形式。我们有时候夸奖人，会说他人前人后一个样，其实我们心里都明白，没有哪一个人能真正做到人前人后一个样。他人出现在面前，我们的心理与行为难免受影响，下面要谈到的社会助长、社会浪费、从众、服从、助人、攻击以及其他诸多社会心理现象，莫不如此。

一、社会助长与社会浪费

1. 社会助长

我们在生活中都有这样的经验,当我们在一个群体中与其他人一起跑步时往往会比自己单独时跑得更快。这是群体对个体行为产生影响的一个明显例子,即个体在完成某项工作时由于其他人在场而提高工作绩效的现象,心理学中称之为**社会助长**或**社会促进**(social facilitation)。他人在场可以是与个体结伴,也可以是作为观众。为什么他人在场会对我们的工作产生促进呢?有研究者提出,他人在场会提高我们的唤醒水平和动机水平。此外,社会助长还可能受到**评价担忧**(evaluation apprehension)的影响,即我们在群体中的行为因担忧他人正在对我们实施评价而受到影响。当然,这些因素的影响不一定是单向的,例如高唤醒水平会提高我们在简单任务中的表现,但在复杂工作任务中却不利于水平的发挥(Rathus & Valentino, 2006, p.707)。

2. 社会浪费

中国民谚云:“一个和尚挑水吃,两个和尚抬水吃,三个和尚没水吃。”这样的说法有道理么?心理学家不仅仅是从自己的经验出发来对照这种说法,而是进一步设计出实验来研究。其实,实验并不复杂,就是让被试尽全力拉绳,然后用测力器测量拉绳时的力量。假如将被试分为一人组、两人组、三人组和八人组,最初的实验结果是:两人组的拉力只是单独拉绳时二人拉力总合的 95%,三人组的拉力只是单独拉绳时三人拉力总合的 85%,八人组的拉力只是单独拉绳时八人拉力总合的 49%。也就是说,人们在集体中工作时常常会“放松”自己的努力,由此造成社会浪费或叫做**社会懈怠**(social loafing)。后续的研究发现,在拉绳以外的许多事情中都可以看到社会浪费,而且这种现象是跨文化的(坎特威茨等, 2001, pp.4-5)。造成社会浪费的原因主要是责任分散,即中国人所熟悉的“大锅饭”,每个人都不需要对结果负明确的责任。我们还可以结合前面提到的评价担忧来考虑,在社会浪费的情形下,当事人不存在评价担忧。

二、从众与服从

1. 从众

假如你在街头发现许多人聚集在一起抬头注视对面一幢建筑物的某扇窗户,你会停下来和他们一起看么?再假如你身边的人都开始朝一个方向奔跑,你会加入他们的队伍吗?很可能你会,因为即便是孔子这样有自己见解的人也说过“吾从众”。**从众**(conformity)说的是个体改变自己的行为或态度而与群体保持一致。

说到从众,就不能不提到阿施(S. Asch)的那个著名实验。该实验设计了一个团体压力对从众行为影响的场景,其大致过程如下。某位参加实验的被试来到实验室,被告知要参与一项视觉辨别力的研究,任务很简单,只要每次从三条线中选出一条与标准线段一样长的线。这位被试与其他六位被试围坐在一张桌子旁边,他刚好被安排在倒数第二的位置。在前几次测试中,大家的回答完全一致,这位被试发现实验确实不难。但接下来的一次出现了意外,这位被试明明觉得第二条线与标准线段一样长,可排在他前面的五个人却宣称第一条线与标准线段一样长。在此情景下,这位被试会如何回答呢?其实,在参加实验的被试中,其他六个人都是实验者的同伙,他们有时会故意给出错误的回答。但几乎没有真正的被试会识破这是个“骗局”,因此,阿施实验中产生的团体压力是非常真实的。实验发现,真正的被试中,有 37%的回答是从众的,四分之三的人至少有过一次从众行为(迈尔斯, 2006, pp.156-157)。如图 12-2,左起第 6 位被试(真被试)在听到他前面的 5 位被试(研究者同谋)给出的错误答案后,表现出不安和犹豫(左下图中)。

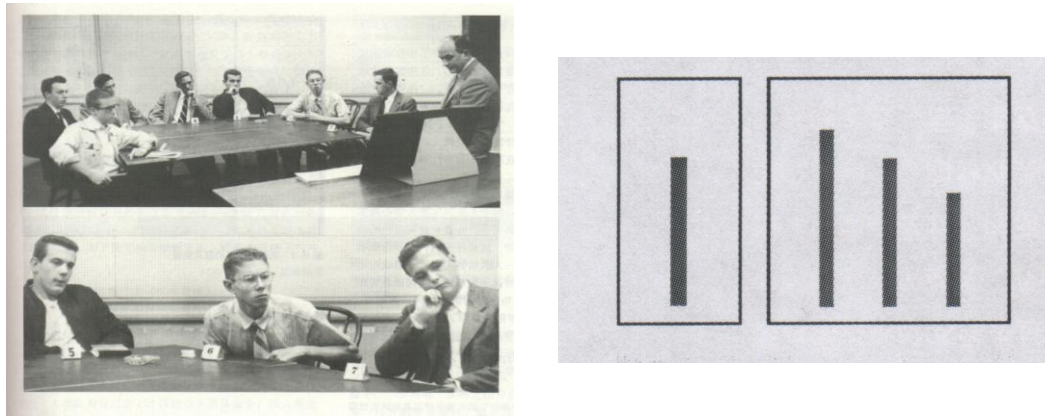


图 12-2 从众实验情境

影响从众的因素有许多种。例如人们寻求行为参照的要求，在不明确的情境中，多数人的行为最具有参照价值。想一想我们在正式场合平生第一次吃西餐会怎么做？稳妥的办法当然是先看看大多数人怎么吃再动刀叉。还有个体对偏离群体的的恐惧，与群体中其他成员不一致，就很可能受到群体规范的制裁。此外，群体的凝聚力、群体的规模、问题的难易度、人格、性别、文化差异等也都会对从众产生影响。

2. 服从

服从也可以看作是某种形式的从众，不过如果要强调区别的话，则从众是自愿的，而服从（obedience）是在他人明确命令下被迫发生的行为改变。在服从的问题上，米尔格拉姆（S. Milgram）曾作过一个经典的实验研究。

米尔格拉姆他公开招聘到 40 名自愿参加者，告诉他们将参加一项学习和记忆的实验，要求两人一组，用抽签的方式决定其中一人当学生，另一人当教师。学生在记忆学习时如果出错，教师就通过按电钮给学生以电击作为惩罚。事实上，每次抽签的结果总是真正的被试做教师、研究者的同谋做学生。实验过程中当学生的假被试和当教师的真被试被分别安排在不同的房间，他们之间通过声讯方式联系。教师面前有“电击发生器”，上面的一排开关标明从 15 伏到 450 伏的不同档次。当然，这些电击也都是假的，但作为真被试的“教师”是不知道的。在实验中，每当学生出错，研究者就命令教师施与电击，而且要不断增加强度。随着电击强度的上升，学生也由呻吟、叫喊、怒骂逐渐到哀求、讨饶、踢打，最后昏厥。若被试表现犹豫，主试则严厉地督促他们继续实验。实验的结果如何呢？实验前作过一个调查，没有一个人预测电击强度会超过 300 伏，但在实际的实验中，40 名被试中有 26 个（占 65%）服从了实验者的命令，坚持到 450 伏（迈尔斯，2006，pp.158-159）。

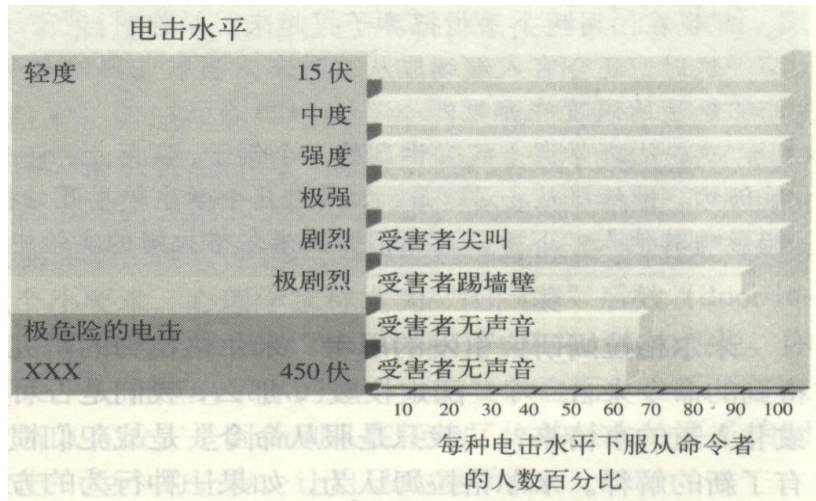


图 12-3 米尔格拉姆服从实验结果

服从实验的结果令人吃惊，那么，是哪些原因导致了服从呢？这里有权威的合法性、发布命令者是否在场、行动者与“受害者”的情感距离、服从者的个性等因素。服从实验以较为极端的形式揭示了社会力量对人的影响——大多数人是很容易在强有力的情景作用下表现出顺从行为的。

三、助人与攻击

1. 真实的事件

这是一个发生在 1964 年的真实事件。透过自家的窗户，纽约皇后大街上 38 个安分守法的公民目睹了一个歹徒三次用匕首去追杀一个妇女的惨案，整个行凶过程持续了半个多小时。在这期间，这些旁观者的惊叫声和他们卧室里的灯光曾两次阻止了歹徒的暴行并把他吓跑。然而每一次歹徒又发现无人干预又跑回来继续追杀受害者。在攻击的过程中没有一个人打电话给警察，只有一个目击者在该妇女死后给警察打了电话。关于吉诺维斯(K. Genovese)遭歹徒袭击的报道震惊了美国，人们不能够接受的是，这些有责任的公民竟会如此冷漠和铁石心肠 (Gerrig & Zimbardo, 2003, p.512)。

2. 亲社会行为

上述事件中的旁观者真如人们所认为的是冷漠和铁石心肠么？心理学家拉塔内和达利 (Latane & Darley, 1970) 对此进行了一系列助人行为的研究。结果发现，情境的作用相当大，旁观者介入(bystander intervention)——人们想帮助处于麻烦中的陌生人的愿望——是和情境的许多特性相关的。大致来说，在紧急事件背景下，在场的人越多，个人对特定事件负责的意识就越低，即出现了责任分散 (diffusion of responsibility)，而独自一人时帮助别人的可能性最大 (Coon, 2004, pp.791-794)。

具体来说，有许多因素导致人们是否发生助人这种亲社会行为。首先，是否注意到事件的发生；其次，对事件的性质的解释，即是否判定为紧急和危机事件；再次，确定责任，即自己是否应该干预——这时旁观者的存在会降低个人提供救助的可能性；最后，审视自己是否有能力帮助以及用什么方式帮助。

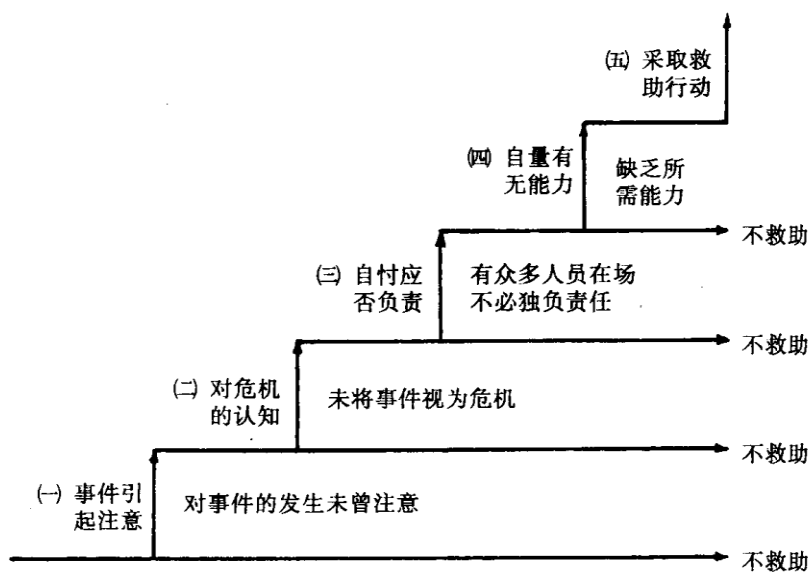


图 12-4 助人行为示意图（采自张春兴，2005，p.448）

3. 攻击

攻击 (aggression) 是有意伤害别人且不为社会规范所许可的行为，是一种反社会行为。弗洛伊德 (S. Freud)、洛伦茨 (K. Lorenz) 曾从本能论角度解释攻击行为。站在社会影响的立场看，挫折—攻击假说 (frustration-aggression hypothesis) 认为攻击行为是由于受到挫折而引发的，不过也有研究者指出挫折并不必然导致攻击。目前更为流行的解释是社会学习理论 (social learning theory)，认为学习是攻击的主要决定因素，攻击通过观察其他人的攻击行为而习得的，也可以通过新的学习过程予以消除。这种说法提醒人们注意电视等大众传媒中的暴力对公众 (尤其是儿童) 的不利影响。在大众传媒无孔不入的今天，我们确实应该考虑利用传媒来帮助人们培养亲社会行为、消减反社会行为。

第五节 文化心理学

文化心理学 (cultural psychology) 是心理学近 20 年来发展最快的领域之一。简而言之，文化心理学关心的是在文化情境下人们的心理活动和行为表现。既然说到文化，就无法回避不同文化间的不同理解，这在对待文化心理学的问题上也是一样。以中国人的思维方式和语言特性，“文化心理学”起码可以从三个层面来理解：首先，这是对“文化心理”的研究；其次，是对“文化”的心理学研究；最后，是对“文化”与“心理”之间关系的研究(钟年、彭凯平，2005)。以上三个层面的理解，也许还不能囊括文化心理学研究的所有取向，但都应该是文化心理学家的重要任务。

一、心理学对文化的关注

1. 日常生活中对文化的理解

“文化”是人们在日常生活中熟悉的一个词汇，是大家常挂在嘴边的。因此，谈到文

化，很多人会觉得是个简单的问题。那么，大家对这个熟悉的词汇是怎样认识的呢？在大众的认识里，一种解释是把“文化”等同于文学艺术，我们的行政机构中不是有文化部、文化厅、文化局吗？这些机构所管理的，大致就是文学艺术这些内容。另一种解释是把“文化”等同于知识水平，日常生活里说某某有文化，主要就是指他学历高、知识多。

上述解释有一定的道理，也都触及到了文化的某些方面，但离我们要讨论的文化还差得很远，可以看作是对文化的狭义的理解。当然，对文化广义的解释也有，在市面上一般性的工具书中，我们可以看到这样的解释：文化是人类所创造的物质财富和精神财富的总和。但这样的界定，我们依然不太满意，例如“财富”二字，就带有价值判断，实际上人类文化中有许多不是财富的东西，我们不是常讲对传统文化要“取其精华、弃其糟粕”么？可见文化中是有糟粕的，可糟粕归糟粕，我们却不能否认它是文化。

2. 学术界对文化的定义

为了说清楚什么是文化，学术界做了很多的努力。现在大家公认的最早的对文化的界定，是英国人类学家泰勒（E. B. Tylor）提出的。他在 1871 年出版的《原始文化》一书中开篇即写道：“文化（culture），或文明（civilization），就其广泛的民族志意义来说，是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”（泰勒，1992，p.1）在这个定义中，泰勒凸显了文化的项目或曰构成（知识、信仰、艺术等），注意到了文化的共享性和习得性，更重要的是指出了文化的整体性，这一点为后世多数学者所赞同。

在泰勒之后，对文化的界定迅速增加起来。据说，美国著名人类学家克罗伯（A. L. Kroeber）和克拉克洪（C. Kluckhohn）在 1952 年讨论文化概念时，便已罗列出 160 余种有影响的文化定义。到了今天，大概已经没有人可以计算清楚到底有多少个文化定义了。不过，文化的定义虽然多，但也有一些规律可循，就是几乎都指出文化具有“共”和“公”的特性，也就是说，文化是公认的、是分享的、是公共的，是和群体、社会联系在一起的东西。

3. 心理学对文化的认识

如前所述，最早对文化进行科学界定的是人类学家，在文化研究方面贡献最多的也是人类学家，所以“文化”可以说是人类学的**关键概念**（key concept）。但随着文化心理学的兴起，“文化是什么”也越来越成为心理学家关心的问题。其实，在克罗伯、克拉克洪总结文化定义的时候，将以往的界定分成六大类，有一类便是“心理性的”。那么，心理学家是如何认识文化的呢？简单地说，在心理学家的认识里，文化可以被看成是一群人所共有的行为模式，或者是这群人所分享的认知体系，也有人表述为特定群体的无意识结构，或者是一种公共的价值观，或者是大家共同具有的一种认同。总之，文化是人类群体为了保证其生存而建立的一个动态的规则的系统，这些规则既有外显的和也有内隐的，涉及到态度、价值、信仰、规范和行为。此外，文化具有相对稳定性，它在世代与世代之间传承，但是随着时间的推移也有变化的潜在可能。

4. 文化心理学发展的内外原因

20 世纪 80 年代以来的国际心理学界，尤其是占世界心理学大半份额的美国心理学界，对文化问题表现出越来越浓厚的关心。这种关心有学科外部的影响因素：美国等西方国家社会上多元文化的现实，使人们能真切感受到文化问题在身边的存在；前苏联和东欧国家的社会巨变，使福山（F. Fukuyama）等人提出“历史终结论”，认为意识形态的对抗终结了，取而代之的应该是文化的对垒；美国哈佛大学的亨廷顿（S. Huntington）更提出引起巨大争议的“文明冲突论”，预测未来的世界格局将是不同文明之间的冲突。美国的“9.11”事件更让震惊不已的美国人感觉到文明的冲突已经降临。此外，当今在世界上其他一些地方的民族宗教战争，也让人感受到文化的力量。

当然，我们更应该关注的是学科内部的因素。近一二十年来，一些心理学家发表文章提

出质疑，认为多年来心理学研究的对象主要是美国中产阶级的白人，因此所反映的只是以这些人为基础的西方的人性，而不是全人类的心理学。这种对“白人”心理学的反思，是促使心理学转而关注文化的一个重要原因。不过，需要指出的是，此类反思在心理学内部有深远的思想脉络可以追寻，只是这一脉络在相当长的时期里成了被忽略的传统。

学过一点心理学的人都知道，现在的科学心理学是德国人冯特（W. Wundt）在 1879 年创立的。还是在当年创建科学心理学的时代，冯特本人就对心理学的领域做了大致的二分。一个是个体心理学或曰实验心理学，研究的是人类心理更靠近生理一端的内容；另一个是民族心理学，研究的是人类心理更靠近社会文化一端的内容。冯特在其生命的最后 20 年倾全力做的事情就是建构民族心理学的体系，从 1900 年 3 月至 1919 年 9 月，他写成了 10 大卷的《民族心理学》。所谓民族心理学，从今天的眼光来看，就是文化心理学，因为里面讨论的内容，就是我们称之为文化的那些东西。

从冯特的民族心理学，我们可以看到心理学起源的人类学的渊源，这是以往心理学史常常忽略的内容。人类学与心理学的合作在 20 世纪 30、40 年代曾掀起一个高潮。人类学家林顿（R. Linton）等人以哥伦比亚大学为基地，引进卡迪纳（A. Kardiner）等精神分析学家，开始了人类学与心理学的合作，形成了“文化与人格”的研究领域。这一研究领域在第二次世界大战前后又发展出民族性或曰国民性的研究（national character studies），人们所熟知的研究日本国民性的《菊花与军刀》就是此期的成果。二战以后，跨文化比较（cross-cultural comparison）的技术得到广泛运用，这方面研究的最终结果，是促成了许烺光等人提倡的心理人类学。随着心理学领域内认知革命（cognitive revolution）的发生，人类学领域内认知人类学（cognitive anthropology）的研究也日渐成熟起来（钟年，1996）。

5. “第二心理学”

谈论文化心理学的学术脉络，我们不妨提到“第二心理学”的概念。所谓“第二心理学”（second psychology）是相对于人们熟悉的科学心理学而言的。事实上，早在 20 世纪以前，许多著名的学者就提出，要想全面深入地认识人类的心理现象，恐怕需要两种不同规范的心理学。一是人们熟悉的自然主义的心理学，它把心理现象看成由感觉、观念、联结、反射或感觉运动图式组成的结构来进行分析；一是人们不太熟悉的“第二心理学”，它把高层次的心理现象看作由语言、神话以及个体生活于其中的社会实践所形成的实体来展开描述。第二心理学很难指望得出普世性的结论，因为高级的心理过程是受文化塑造的，在不同的社会中这些心理过程会有不同的表现（White, 2000, p.12）。冯特的民族心理学就是“第二心理学”，文化心理学也与“第二心理学”密切相关。所以，我们说心理学应该研究文化，这不仅有着学科外各种社会文化因素的促动，也是学科内历史和逻辑发展的必然要求。

二、研究领域

1. 文化心理学的视角

心理学的历史告诉我们，对人类心理和行为的研究有多种有效途径。前已提及，在心理学领域，近 20 年来最引人注目的变化之一就是文化心理学的兴起。我们知道，人类文化的一个重要表现就是多样性，以文化为研究主题的文化心理学恐怕也难免带上多样化的色彩。所以，我们可以说文化心理学是包容跨文化心理学、心理人类学、民族心理学、普通心理学、文化人类学等各类相关学科的综合性研究。目前，在文化心理学领域有不同的研究取向，不同学科背景的学者对这门学科的界定有各异的表述，一个较为经典的说法是：文化心理学研究文化传统和社会实践如何规范、表达、改造、变更人类的心理，即文化对心理、行为的影响、塑造。关心的问题有主体与客体、自我与他人、心理与文化、个人与情境、对象与背景、

实践者与实践等等的相互作用、共生共存及动态地、辩证地、共同地塑造对方的方式 (Shweder, 1990)。

文化心理学的研究领域是十分广泛的。正如美国前心理学学会主席津巴多 (P. Zimbardo) 等人在《心理学与生活》这本教材中所指出的,文化的观点可以被用在几乎每一个心理学研究的题目上:“人们对世界的知觉是受文化影响的吗?人们所说的语言影响他们体验世界的方式吗?文化如何影响儿童向成人发展的方式?文化态度是如何塑造老年经验的?文化如何影响我们的自我感觉?文化影响个体进行特定行为的可能性吗?文化影响个体表达情感的方式吗?文化影响心理失常人的比例吗?”(Gerrig & Zimbardo, 2003, pp.11-12)换句话说,心理学研究的各个方面,例如感知、情绪、动机、语言、思维、人格等等,都可以“文化与某某”的方式纳入到文化心理学的视野。

2. 文化心理学已有的成绩

具体来看,文化心理学经过一段时间的发展,主要在下面一些领域中取得了令人瞩目的成绩。

(1) 集体主义文化与个人主义文化 文化心理学中卓有成绩的一个研究领域是对**集体主义文化与个人主义文化**(collectivism and individualism)的探究。文化心理学家通过调查、问卷、实验等方式,区分出了这两种文化类型。集体主义文化看重的是个体所在的诸如家庭、社区这类社会群体的需要和动力,个人主义文化看重的是个体的自我需求和驱力。这些倾向性造成了个体心理与行为的差异。此领域的研究成果在跨文化情境下的组织、管理等方面有广泛的应用。

(2) 文化与自我 第二个领域是**文化与自我**(culture and self),是对文化如何影响个人的自我概念、自我动机以及与自我相关的认知和情绪的研究。许多学者描述了文化形塑自我的方式,尤其集中于两种类型:独立自主的自己和相互依赖的自己。以中美两种文化为例,中国人主要表现为相互依赖的自我,因此中国人的自我概念里包含着父母、同胞、朋友等相互关联的他人,而美国人主要表现为独立自主的自我,因此他们的自我概念里很少有父母、同胞、朋友等的位置。

(3) 本土心理学 第三个领域是**本土心理学**(indigenous psychology),研究者倾向于在一个相对特殊的层面上去确认和研究特定的心理学理论与实践,这个特定的层面是与族群的、文化的特定背景联系在一起的。这个领域里面堪称典范的是我国台湾的心理学家杨国枢倡导的中国本土心理学运动,杨先生和他的学生在华人本土心理学方面已经积累了相当多的成果。其中颇具影响的成果有对面子、缘、忍、报、人情、中庸、孝道、关系取向、家族主义等的心理学研究。

(4) 文化与认知 还有一个蓬勃发展的领域是**文化与认知**(culture and cognition)的研究。这类研究不仅仅涉及文化对人们外显的行为的影响,更关注文化对内隐认知的作用。其研究在一些理论假设上与前述领域颇为相似,而讨论话题的多样性表现得更为明显。例如,这一领域的研究涉及存在于文化中成员心目中的文化模型、宇宙观、社会表征、文化表征、朴素的存在论、朴素的认识论以及民俗心理学、民俗生物学、民俗社会学、民俗物理学等等内容。描述这些样貌的一种途径,是去考虑在特定社会中的人们隐含的关于世界的看法的同异程度。

3. 不同文化的思维差异

不同文化中的人在思维和认知方面会表现出许多差异,我们可以举个例子来说说文化心理学在这方面的研究。研究者出示下面这样的测试题:

请选择——谁和谁更靠近？

- | | | | |
|----|----|----|----|
| 1、 | 熊猫 | 竹子 | 老虎 |
| 2、 | 老师 | 医生 | 作业 |
| 3、 | 马路 | 汽车 | 飞机 |

对这样的测试，你会如何回答呢？文化心理学家发现，你的回答，与你所处的社会文化环境有很大的关系。如果你是中国人，你的答案很可能是“熊猫和竹子”、“老师和作业”、“马路和汽车”；如果你是美国人，你的答案则很可能是“熊猫和老虎”、“老师和医生”、“汽车和飞机”。为什么呢？因为中国人的思维看重事物之间的关系，熊猫吃竹子，所以熊猫和竹子放在一类；美国人的思维看重事物本身的特性，熊猫和老虎都是动物，所以熊猫和老虎放在一类。你看，文化就是这样以它独特的方式影响着我们的基本认知。

三、中国人的可能贡献

文化心理学的兴起很可能为中国心理学的崛起提供了一个难得的契机。在文化心理学的前身心理人类学领域，华人学者许烺光就有开创之功，潘光旦、费孝通等做的许多研究从今天的立场看就相当于文化心理学，台湾的杨国枢、黄光国等在本土心理学研究方面的领先地位也为世所公认。

以我国著名社会学家人类学家费孝通先生为例，其许多研究成果就带有浓重的心理学色彩，究其原委，或许与他的导师马林诺夫斯基（B.Malinowski）有关，因为马氏早期的思想深受精神分析等心理学理论的影响。在费先生的众多作品中，有一本薄薄的加上前言后记也不过 6 万来字的《乡土中国》（费孝通，1985），但这本书篇幅虽小份量却不轻，问世半个多世纪以来一直为研究中国社会文化的学者所珍视，它是人们公认的费先生的代表作。从性质上看，《乡土中国》是一本谈论中国社会结构、文化格式的书，更是一本探讨中国国民性、中国人文化心理的作品。（钟年，2003）费先生在该书的写作缘起中交代，《乡土中国》是在美国民族心理学派的代表人物米德（M.Mead）的启发下创作出来的。如果我们书写中国文化心理学的学术前史，《乡土中国》是当之无愧的里程碑式的作品。而费先生的一些代表作，早已是世界各国中国问题研究专家的必读书。

再以我国台湾的心理学为例，在著名心理学家杨国枢先生的带动下，华人本土化心理学的推行和研究已经进行了大约 30 年，在国内外出版的论文和专书颇多，在理论建构和实证研究两方面均有良好表现。据杨先生总结（杨国枢，2005），本土化心理学研究的主要课题约有 50 多项，分属 5 大研究领域：1、人格与社会心理学（面子心理、缘的心理、忍的心理、报的心理、义的心理、人情心理、中庸心理、辩证思维等）；2、组织与管理心理学（家族主义与组织行为、华人领导模式、父权式领导等）；3、发展与家庭心理学（道德与道德发展、耻感发展、孝道心理等）；4、临床与咨商心理学（本土化治疗理论与方法等）；5、异常与犯罪心理学（青少年异常行为等）。这批研究成果已引起国际心理学界的广泛关注。

著名社会心理学家彭迈克（M. Bond）曾经说过这样的话：“心理学不幸是由西方人创建的，结果，西方的心理学研究了太多的变态心理和个性行为。如果心理学是由中国人创建的，那么它一定是一门强调社会心理学的基础学科。”（彭凯平、钟年等，2004，主编的话）作为社会心理学重要分支的文化心理学的情形正是如此。我们前面那个小测验就简洁地说明了中国人的思维看重关系，这正是社会心理学、文化心理学的学科特点。所以，中国人很可能在这个领域做出自己独特的贡献，从而增强中国人攀登世界学术高峰的自信心。

阅读链接

文化与归因

近年来，在归因研究方面颇有建树的美国社会心理学家尼斯伯特（R. E. Nisbett）与他的学生在“文化与归因”这个题目下又做了一系列的工作，使归因理论得到一些新的发展，从中我们也可以看到华人学者对心理学的贡献。

这方面的研究是由一个实际社会生活事件引发的。1991年11月，美国依阿华大学的中国留学生卢刚在校园开枪杀死5人重伤1人后自杀，此事震惊了美国校园乃至全美。对这一事件有关事实本身，人们并没有什么争议，但对事件发生的原因却有不同的解释。例如，一家著名的美国报纸《纽约时报》（New York Times）认为，卢刚的性格古怪、脾气暴躁，是一个心理极不正常的人，他之所以做出杀人这样的反社会行为正是他的人格所决定的。但是，另一家在美国发行的著名中文报纸《世界日报》（World Journal）则注意到卢刚与导师紧张的关系以及在华人圈中被孤立的事实，推测卢刚像很多亚洲学生一样，过分追求学业上的成功而感受到太大的压力，成了“尖子学生”教育政策的牺牲品。此外，《世界日报》还强调了美国枪支泛滥在这个事件中的影响作用。大致上，可以将《纽约时报》作为美国文化的代表，将《世界日报》作为中国文化的代表。不难看出，这两家报纸对这起悲剧发生的原因所进行的分析是大相径庭的。客观地说，卢刚事件和许多类似的事件一样，其发生既有内因的作用也有外因的作用，具体说是既有人格因素也有环境因素，但是，代表不同文化背景的英文报纸和中文报纸关注的重点却不一样：美国报纸强调的是人格因素，就像基本归因错误所显示的那样，中文报纸强调的则是环境因素。

这一事件引起了文化心理学家的注意。在文化心理学领域，人们讨论过个人主义文化（individual culture）和集体主义文化（collective culture）的差异。在个人主义文化色彩较浓的地方（如美国），人被视作独立的个体，他们的行动是按照个人的意愿做出的，他们自己对自己的成功或失败负责；在集体主义文化色彩较浓的地方（如中国），人被视作社会群体中的一员，他们的行动是按照集体的规范和旁人的期望做出的。

莫里斯和彭凯平（Morris & Kaiping Peng, 1994）在“文化与原因”的标题下对卢刚事件以及其他实验室情景作了系统的研究，其研究表明，西方人（如美国人）强调或倾向于从个人的心理品质来解释社会事件的发生，即多作内部归因。这是个人主义文化的归因方式。而亚洲人（如中国人）则强调或倾向于从环境的角度来解释社会事件的发生，即多作外部归因。这是集体主义文化的归因方式。也就是说，人们对事件的归因模式随文化不同而变化。他们把心理学的以及人类学的关于归因方式的观点综合起来，提出了“文化差别的内隐推测设想”（culture differ in implicit theories），即文化的差别以内隐的方式制约着人们对行为信息所进行的编码与表征，因此文化的差别不仅可以表现在言语的报告上，而且可以表现在归因知觉水平上。

在研究方法上，莫里斯和彭凯平等人针对了以往研究的缺陷运用了新的设计。过去通常是美国人对他们熟悉的美国人行为作归因，中国人对他们熟悉的中国人行为作归因，这样一来，文化的差别与归因对象（熟人）的差别就可能会混淆起来。他们采用文化启动研究（cultural priming study）的范式来研究中国人和美国人在归因上的不同。心理学家海德在归因研究中曾通过向被试呈现一些与社会和文化现象无关的动物图片让不同文化中的人反应，这种方法在一定程度上避免了具体的人和事可能造成的被试的反应偏差。他们借鉴了海德的这种设计，以鱼群为启动刺激，探讨中国人与美国人的归因倾向。这种较为抽象性的设计，能获取文化差别的较纯净的测量，其有效性得到人们

的充分肯定，很可能启动试验在揭示内隐的文化差异方面是其他方法所无法相比的（参见朱滢主编，2000：491-497）。

在实验室研究中，莫里斯和彭凯平制作了一些鱼群在水中游动的卡通片让中国被试和美国被试观看，每个卡通片上都有5条不同颜色的鱼，其中蓝色鱼的游动轨迹与其他4条鱼不同。这些卡通按其类型分为3组。1、强制型。即每个卡通片中蓝色鱼逼近4条鱼或4条鱼逼近蓝色鱼并迫使其游走。强制型又被分为和谐的带走（包括集体带走和单个带走）与不和谐的攻击（包括集体攻击和单个攻击）。2、联系型。即每个卡通片中蓝色鱼与4条鱼要么游在一起，包括集体加入和单个加入，要么分开，包括集体离开和单个离开。3、聚集型。即每个卡通片中4条鱼由四周向中心游拢或由中心向四周分散游，蓝色鱼或者在中心或者在周边上。卡通片中的鱼表现了两类运动轨迹或社会关系。“集体带走”和“单个带走”、“集体加入”和“单个加入”等卡通的共同特点是，蓝色鱼与其余4条鱼最终游在一起，这一特点符合中国的社会动力过程（大团圆、合的结局），代表着中国的社会关系，因此这些卡通被称为中国型鱼群。而“集体攻击”和“单个攻击”、“集体离开”和“单个离开”这些卡通也有一些共同的特点，即蓝色鱼与其余4条鱼最终分开，这一特点符合美国的社会动力过程（分的结局），代表着美国的社会关系，因此它们被称为美国型鱼群。观看了卡通片放映后，研究者要求被试回答如下问题：1、蓝色鱼像是鱼群的重要伙伴吗？2、在多大程度上蓝色鱼的游动受内部因素的影响？3、在多大程度上蓝色鱼的游动受鱼群的影响？4、在多大程度上鱼群的游动受蓝色鱼的影响？最后的结果是：中国被试在各种类型的鱼群卡通中都更多地知觉到对蓝色鱼运动的外部影响，即他们更多地把蓝色鱼的运动归因为外部力量；而美国被试更多地知觉到影响蓝色鱼运动的内部因素，即他们更多地把蓝色鱼的运动归因为内部力量。

莫里斯和彭凯平还让密西根大学的中国学生（留学生）和美国学生对卢刚事件进行评判，得到的结果是，中国学生认为环境的因素更重要，而美国学生认为个性的因素更重要。这样，对于真实的社会事件以及用鱼群卡通模拟的社会事件，美国人与中国人归因的重点都是不同的。这项研究以及尼斯伯特为首的学术群体围绕文化问题所做的一系列心理学研究让人们慎重考虑文化的重要性。就以归因问题而论，从跨文化的视野来看，所谓的基本归因错误还能称得上是“基本的”么？以往在心理学领域人们考虑文化的作用时，通常只是把它当作一个具体的自变量，而没有把它看作是一个整体性的认知环境，实际上人们的心理表征都是镶嵌在这个认知环境中的。这样的观点，在人类学中早就有相似的提法，如今，心理学中的严格实验研究让人们从另一个角度感受到了文化这个认知环境的真实存在。