图书在版编目(CIP)数据

中国社会心理学评论．第30辑／杨宜音主编．
北京：社会科学文献出版社，2026.7.-- ISBN 978-7
-5228-7730-3

Ⅰ.C912.6-0

中国国家版本馆CIP数据核字第20268FB751号

中国社会心理学评论 第30辑

主　　编／杨宜音
本辑特约主编／吴胜涛

出 版 人／张树辉
责任编辑／马云馨
责任印制／岳　阳

出　　版／社会科学文献出版社·群学分社(010)59367002
　　地址：北京市北三环中路甲29号院华龙大厦　邮编：100029
　　网址：www.ssap.com.cn
发　　行／社会科学文献出版社(010)59367028
印　　装／

规　　格／开 本：787mm×1092mm　1/16
　　印 张：　　字 数：　千字
版　　次／2026年7月第1版　2026年7月第1次印刷
书　　号／ISBN 978-7-5228-7730-3
定　　价／　.00元

读者服务电话：4008918866
版权所有 翻印必究

中国社会心理学评论　第 30 辑

2026 年 10 月出版

通往祛魅之路：人类发展与道德现代化（代卷首语）

…… 吴胜涛 / 1

栏目：道德与治理困境

全人类认同负向预测特殊信任

——来自全球调查的证据 …… 张冀琦　刘嘉夫　张笑笑 / 9

道德的“文明”维度及普遍化推理的解释 …… 张彦彦　赵英男 / 27

不合规任务影响员工主动性行为与网络怠工：心理韧性与同事支持的作用

…… 钱慧池　成　瑾　郑丛璟　楼锦秀 / 43

竞争知觉对宜人性个体主观幸福感的影响：有调节的中介模型

…… 牛笑笛　桂文静　郜珍妮　樊秋俊　刘亚楠 / 70

栏目：道德与正义基石

中国人的内隐正义动机：基于内隐联想测验与大语言模型的证据

…… 吴胜涛　胡琬莹　韩布新 / 83

个人正义观对大学生学业倦怠的影响：有调节的中介模型

…… 沈海坤　张　琪　白宝玉　王钰甫 / 100

不公体验与正义感对个体风险决策偏好的影响

…… 白福宝　温　燕　杨莉萍 / 119

栏目：道德与规范劝导

领域理论视域下的青少年教师权威认知研究 …… 刘春琼　刘建金 / 142

内疚情绪对道德决策中功利主义选择的抑制效应
…… 耿晓伟 黎俊良 李纯瑜 张 峰 / 164

栏目：道德与现代进程

作为社会心理学概念的犬儒主义 …… 钟笑宇 郭永玉 / 180
人生目标正向预测幸福感：生命意义感与活力的中介作用
…… 周 静 谢 天 / 196

Table of Contents & Abstracts …… / 216

《中国社会心理学评论》投稿须知 …… / 224

《中国社会心理学评论》“数智社会心态”专辑征稿启事…… / 225

《中国社会心理学评论》“时间社会心理学”专辑征稿启事…… / 227

投稿指引 …… / 230

《中国社会心理学评论》 第 30 辑
第 180~195 页
© SSAP，2026

作为社会心理学概念的犬儒主义

钟笑宇 郭永玉*

摘 要：犬儒主义是在现代化转型中形成的社会心理现象，已成为公共生活建设领域的重要议题。目前学界对犬儒主义的探讨主要集中在哲学、社会学、心理学三个领域。心理学对犬儒主义的界定与哲学、社会学的联系与区别何在？如何对哲学、社会学的研究加以整合，并且从心理学视角阐释犬儒主义？这些问题有待进一步探讨。本文从社会心态的角度看待犬儒主义，通过追溯犬儒主义从古典到现代的发展历程，结合哲学、社会学理论，提出当社会心态具有“犬儒主义”性质时，可称其为“犬儒主义心态”。犬儒主义心态是指因在现代化进程中经历过不彻底的启蒙而产生的以虚无主义、利益至上为主要特征，对人性、系统、道德无原则但有意识地怀疑、批判、嘲讽的社会心态。未来，希冀多一些有关犬儒主义心态的理论与实证研究，从而更好地对此社会心理现象进行解释、预测与干预。

关键词：犬儒主义心态 虚无主义 利益至上

引 言

钱理群先生曾忧心忡忡地指出，我们的高校正在培养一批“精致的利己主义者”，他们有着高智商，善于表演，懂得配合，懂得利用体制的力量达到目的，会最大限度维护一己之私利，“利益”几乎成为他们言行唯一且绝对的直接驱动力。饶毅也曾在《南都周刊》发文称社会上存在一种

* 钟笑宇，南京师范大学心理学院博士研究生；郭永玉，南京师范大学心理学院教授、博士生导师，通讯作者，E-mail：yyguo@ njnu. edu. cn。

“不负责任地讨好强权，不择手段捞取利益，不利国家而寄生于社会”的现象。

钱理群和饶毅分别描述的两种现象，其实都是以有意识的虚假、批判后的顺从、荒诞不经的嘲讽等为典型表现的犬儒主义价值观的鲜明体现。当然，犬儒主义内涵丰富，两种现象展露的都只是该价值观的冰山一角。此外，这两种现象不仅是个别人的人格体现，不只是个体价值观（杨宜音，1998），而是在某些群体中表现出来的较为普遍的态度和行为倾向。这是一种社会共识或情绪基调（徐贲，2019），反映出一种社会价值观（杨宜音，2006）。

（一）犬儒主义在社会层面的表现与影响

犬儒主义价值观不仅是微观层面的个体选择倾向，更是个体态度、观念的有组织的深层构念系统；在宏观层面，它还是共享的符号系统，即部分群体形成“表现出犬儒姿态是值得的”这一共识，成为群体认同的重要内容，是一种群体社会心理现象。

从社会变迁的视角来看，在社会变革过程中，个体和群体的价值观均会发生很大变化，而犬儒主义价值观既是社会在现代化转型过程中形成的产物，也是社会转型的重要组成部分，它会作用于个体社会化过程以及社会建设、社会发展历程。

在中国，犬儒主义自身所带有的唯利是图、政治冷漠、道德虚无主义等消极元素已经对民众价值观产生了负面影响，消解了人们对理想信念的畅想与追寻（左路平、吴学琴，2020），使人变得颓废、沉默、萎靡不振。有学者认为，犬儒主义俨然成为当今社会文化痼疾的根本原因，贪污腐败等严重社会问题与此难脱干系（徐贲，2015），而且可以成为社会改革的最大障碍，并可能导致信任结构的崩塌（徐贲，2021）。虚拟网络世界更是受犬儒主义影响的重灾区。我们从各网络平台泛滥的“丧文化”“佛系文化”“摆烂行为”中不难瞥见犬儒主义的身影，自媒体的便捷性、匿名性更是扩大了犬儒主义的影响范围。

在国际社会中，犬儒主义的踪影也随处可见。2014 年 7 月，一篇名为《从“希望”到犬儒主义》（“*From ‘Hope’ to Cynicism*”）的合众通讯社评论谈到，奥巴马对美国的政治犬儒主义充满忧虑；2015 年的一项民调显示，超过 2/3 的美国民众比以往任何时候都更相信政治会受到资本的操纵，个体对此无能为力。犬儒主义甚至会破坏国际信任与合作。2017 年，特朗普决定退出《巴黎气候协定》，有人将此归因为他的犬儒主义态度

(Stavrova et al., 2020)。如何深入理解与剖析犬儒主义，并对其进行批判、消解、遏制，已经成为世界各国文化价值观和公共生活建设领域的重要议题（李艳霞、梅燊，2021）。

（二）对心理学领域犬儒主义研究的评述

目前学界对犬儒主义的探讨主要集中在哲学、社会学、心理学三个领域。其中哲学与社会学主要是从理论层面对其展开探究。虽然能够较为细致、深入且敏锐地认识和把握该现象，但由于哲学和社会学对犬儒主义概念和理论的阐释具有抽象性和间接性，难以对犬儒主义进行可观察、可测量、可操作的界定，且尚未探究犬儒主义的群体特征和群际互动过程。

在心理学界，当前的犬儒主义研究具有以下三个方面特点。第一，大多数犬儒主义的研究均通过人格视角加以阐释。例如，明尼苏达多相人格测验（Minnesota Multiphasic Personality Inventory）中的子维度犬儒主义敌意（cynical hostility），在测验中，当人们赞同诸如“我认为大多数人会为了成功而撒谎”这样的问题时，他们就会被归类为犬儒主义者（Neumann & Zaki，2023）。将犬儒主义仅仅视为人格变量是单薄的、具有局限性的，因为这样难以解释，为何某些群体处于特定情境中，却比其他群体表现得更为犬儒，而且其定义与哲学、社会学理论中的内涵相去甚远。第二，虽然心理学界已经有人性犬儒主义信念（cynical beliefs about human nature）、政治犬儒主义（political cynicism）、组织犬儒主义（organizational cynicism）等相关概念和研究（钟笑宇、郭永玉，2025），但现阶段的研究缺乏系统性和完整性，没有更具备统领性的概念对这些零散的犬儒主义变量加以整合。以组织犬儒主义为例，它是指职员在工作情境下对组织当中的团队成员或组织本身持有消极抵触态度，被定义为稳定的人格特质（Hochwarter et al.，2004）。它作为一个变量被单独提出来，和其他相关的犬儒主义概念产生了割裂。实际上，它与其他概念有紧密的内部联系。以人性犬儒主义信念为例，组织犬儒主义在某种意义上是特殊情境下的人性犬儒主义信念。第三，很难避免心理学研究中的犬儒主义概念缺乏深度，并且容易被人们误解，比如和信任（trust）等类似的心理学概念相混淆。[①]

杜瓦斯（2010）在《社会心理学的解释水平》中划分了社会心理学解

① 有学者指出，犬儒主义不可等同于缺乏信任。信任是指一种对他人抱有积极期望的普遍倾向，犬儒主义则包含了对人性强烈的消极否定，通常集中在对人道德品质的判断上（Neumann & Zaki，2023），更加“直指人心”，更为深层。

释的四种理想型或水平，而每种解释水平分别对应于不同的社会心理过程，生发相应的研究主题：（1）个体内水平（intra-personal or intra-individual level），此乃最微观、最心理学化的解释水平，不直接处理个体与环境间的互动；（2）人际和情境水平（interpersonal and situational level），主要关注特定情境中发生的人际互动过程；（3）社会位置水平（social positional level）或群体内水平，主要研究主题包括大众心理、群体行为等，关注社会行动者在社会位置中的跨情境差异（inter-situational differences）；（4）意识形态水平（ideological level）或群际水平，这是最宏观、最社会学化的解释水平，关注参与者所秉持的信念、表征、评价和规范系统。

通过对当前研究重点的梳理可知，心理学界主要把犬儒主义限定在个体内水平（人格变量）加以研究，偶尔涉及人际和情境水平（如组织管理情境中的犬儒主义），尚未将犬儒主义作为一种特定的社会心理现象进行探讨，也就远未能得到透彻、全面且系统的阐释。而在宏观层面，无论立足群体认同还是社会变迁的视角，犬儒主义价值观都是这种群体心理现象的深层结构，应当从社会位置水平乃至意识形态水平加以阐释。

如何保留哲学、社会学通过思辨阐释犬儒主义的优势，从心理学的视角重新对犬儒主义进行定义，同时规避心理学界现有犬儒主义研究缺乏系统性、零散的特点，提出一个更有增量贡献的概念？这需要跳出人格变量的解释框架，将犬儒主义作为一个社会心理学概念，从更宏观、更具有概括性的视角对其进行界定。

本研究将梳理哲学和社会学领域有关犬儒主义的概念和研究，从社会心理学的视角出发，提出当社会心态具有“犬儒主义”性质时，可称其为“犬儒主义心态”，以期将该社会心理现象更加具体和直接地展现出来，进而更有利于未来开展实证研究并对其进行干预。

一　犬儒主义：古典与现代的异同

在心理学研究中，作为人格变量的犬儒主义之所以单薄、具有局限性，是因为其仅仅停留在对心理现象的描述上，与哲学、社会学中的犬儒主义概念相比缺乏深度。这就需要回归哲学与社会学理论，追根溯源，梳理犬儒主义概念从古典到现代的发展历程，挖掘其深层含义，廓清概念，以便丰富心理学中“犬儒主义”概念的内涵。

犬儒主义概念在从古希腊至今的流变过程中，其含义发生了极大转变，具有相当的复杂性。原本的古典犬儒主义是有益的，在坚持道德准则

的基础上批判现状；但现代犬儒主义是消极的，它摒弃了道德准则，几乎简单、粗暴、潦草地否定一切事物的积极面。

因此，在界定“犬儒主义心态”概念之前，需要阐明犬儒主义概念的历史发展过程，比较古典与现代犬儒主义的异同，由此使“犬儒主义心态”具有明确指向性。换言之，“犬儒主义心态”描述的就是现代犬儒主义，而非古典犬儒主义。

（一）古典犬儒主义

古典犬儒主义者拥有自己坚持的道德准则与伦理信念，以此作为行动指南来鄙夷和嘲讽人世间的虚伪、势利与骄奢淫逸。他们以严肃的态度展现愤世嫉俗和离经叛道。徐贲（2015）精准概括了古典犬儒主义者的三个特征：第一，倡导随遇而安的无欲望生活方式；第二，否定一切现有价值和秩序；第三，对社会的不合理现状进行戏剧性的冷嘲热讽。

古典犬儒主义发端于古希腊，并且形成了一个哲学派别——“犬儒学派”（The School of The Cynics）。该学派的奠基人是苏格拉底的学生安提斯泰尼（Antisthenes，公元前444—前366年），他提倡舍弃政府、宗教、婚姻以及私有财产，清心寡欲，不被世俗的欲望所束缚。之所以被称为“犬儒”，是因为安提斯泰尼在雅典一个名叫“Cynosarges”的体育场中讲学。“Cynosarges”在希腊语中是“快犬”的意思（杨巨平，2002），这是最常见的解释；另一种解释是，一些具有代表性的犬儒哲学家经常在公共场合放浪形骸，行为如同“犬”一样不顾他人看法，活得逍遥自在（于江霞，2020）。

究其本质，可以发现他们乃是以“犬”之名，行“儒”之实，其中以第欧根尼（Diogenes，约公元前404—前323年）为最典型的代表。第欧根尼倡导“自然”的生活，强调禁欲主义才能达到真正的自我满足，揭露大多数传统标准和信条的虚伪性，号召人们返璞归真，恢复朴素自然的理想生活状态。据说他住在木桶里，过着乞食的生活，有一次亚历山大大帝拜访他，问他需要什么并保证可以兑现，第欧根尼回答：“不要遮挡我的阳光。”（沈宝钢，2021）还有一则逸事是说他在大白天打着灯笼，为的是“寻找一个真正的人”。

这些看起来桀骜不驯、荒诞不经的事迹背后，隐藏着发人深省、耐人寻味的道理。后来，随着以隐忍作为处世原则、把不动心视为最高理想境界的斯多葛学派（Stoicism）的兴起，特别是依托此学派代表人物芝诺（Zeno of Citium，约公元前336年—前264年）的影响力，公元前3世纪后

犬儒学派还有过一小段复兴期（徐贲，2015），之后便几乎销声匿迹了。

（二）现代犬儒主义

虽然古典和现代犬儒主义同样具有“批判”的属性，但后者的价值取向、行为特征、基本内涵都和前者有着天壤之别。当下社会和学术界谈论的“犬儒主义”，只要无特别说明，一般都是指第二次世界大战后西方国家（尤其是美国）盛行的现代犬儒主义，下文所讲的“犬儒主义”就是指这种现代犬儒主义。

现代犬儒主义是在市场深度嵌入的现代社会中，由货币化、世俗化带来的行为动机的物质指向以及终极价值的多元趋势造成的结果（曹东勃，2012；李乾坤，2021）。现代化进程中，社会在不断向前发展的同时难以避免一些负面因素的出现。例如，随着经济的快速繁荣，物质主义和商品拜物教同样甚嚣尘上，它们抽空了现实生活的真实性，真实的生活被虚假的价值所肢解，加重了现代人被社会、被时代抛弃的生存体验，再加上经济分化造成的实质不平等、阶层流动渠道不通畅扭曲了现实生活的意义原则（肖祥，2020），最终导致现代犬儒主义在现代社会的泛滥：个体在市场资本和体制权力的共同倾轧下无能为力，被逼迫、挤压得不得已而最终蜕变成犬儒主义者（操奇，2015）。

总之，现代犬儒主义是一种放弃希望，甚至渴望堕落的意识形态。相比于古典犬儒主义，现代犬儒主义已然蜕变成抛弃道德准则与良心的虚无主义和悲观主义。有学者认为，犬儒主义从古典到现代，历经了从看透真相到看透一切真相、从真诚到虚无、从率真到伪善等根本性转变（刘森林，2022），丧失了古典犬儒主义的直率与真诚。

现代犬儒主义者乐于践行玩世不恭。在他们眼中，一切价值判断都是相对的，甚至认为任何终极价值和生命意义都是虚无的。他们奉行不表态、不争论、难得糊涂、得过且过的信条，对不道德的社会事件持模棱两可的态度，把“假颟顸为浑厚，冒乡愿为中庸”（曾国藩语）当作为人处世的准则；面对丑恶的社会现象说着一些“不黑不白、不痛不痒”的话，在做不道德的事情时不以为耻，反以为荣。他们的口头禅是“不就是”“那又怎样”“怎样都行”。尽管他们也会对现状不满，却仅仅停留在愤世嫉俗上，虽然会表现出对现状的怀疑、批判、嘲讽，但面对不合理现象时却懒于提出建设性意见并加以改进。

要想对犬儒主义这种社会心理现象展开系统而透彻的研究，仅仅停留在对其表现的描述上是不够的；需要在社会科学的框架下，构建其社会心

理学角度的操作性定义，将其作为可观察、可测量的变量加以探索。此外，还要明晰这一社会心态的群体特征和群际互动过程，以及社会环境对它的塑造。这就需要将犬儒主义作为一种社会心态，重新进行概念界定。

二 作为一种社会心态的犬儒主义

犬儒主义何以能作为一种社会心态（social mentality）？社会心态是一个具有高度概括性的概念，是指“在一定时期的社会环境和文化影响下形成的，社会中多数成员表现出的普遍且一致的心理特点和行为模式，并成为影响每位个体成员行为的模板”（许燕，2022）；还有学者将其界定为在某段时间里弥散于整个社会群体/类别当中的宏观社会心境状态（杨宜音，2006）。

犬儒主义是一种“与政治、社会体制紧密关联的表象（representation）系统和观念集合”，并且与人们的日常生活相融合，表现为一种渗透在社会大众思维、行为和言谈里的心态和情绪（徐贲，2015），因此能够被视为一种社会心态。那么，这种社会心态具有什么样的特征？它是在何种社会背景下涌现的？形成这种社会心态经历了怎样的心理过程？它与微观层面的个体心理有什么样的关联？它指向的对象是谁？要对其进行精确的概念定义，这些问题都亟待回答。

（一）犬儒主义的主要特征

犬儒主义的主要特征是虚无主义与利益至上。

一方面，它只有对现存价值体系的解构，却没有建构新的价值体系，因此落入了虚无主义（nihilism）的陷阱。虚无主义是一种全盘否定各种主流或传统价值观念、拒斥一切道德原则的态度或观点（刘丙元，2009；汤迪，2021），它认为世界，特别是人类的存在没有意义和目的，而且也没有可以理解的真相和最本质的价值。

在认识论上，犬儒主义者消解真理，认为对真理的探讨是不值得严肃对待的“虚假”问题；在价值论上，他们用虚无主义解构崇高价值，认为其本质是由“谎言”构成，是社会上别有用心的恶人用来哄骗老实人的假话。除此之外，他们还善于包装低俗的价值，结果崇高只徒有工具性和形式化的外观（刘森林，2022）。在公共生活领域，他们表现出人格分裂的“假面化”倾向，与人交往时当面一套，背后一套，毫不避讳言行不一致。另外，他们几乎毫无参与公共事务的社会责任感，不相信主流价值甚至对

其展开无原则的嘲讽，“我们可以清晰地看到犬儒主义者如何以各种另类文学嘲弄着神圣、解构着高贵，如何以曲意逢迎的方式显示出他们的世故圆滑和少年老成，如何躲避崇高的姿态宣告他们的不屑理想和玩世不恭”（刘宇，2015）。

另一方面，犬儒主义“不仅是虚无主义，而且把虚无主义从对信念和理想的怀疑，变成对现实逃避或功利主义放纵的反思性保护”（汪行福，2013），因此它并不意味着放弃利益，因为恰恰在犬儒主义者眼中，真理是不存在的，所以他们蔑视道德规范，而仅仅将功利价值视为唯一真实的对象加以尊崇，从而可能走向极端利己主义。

犬儒主义者自以为看穿一切，又缺乏崇高追求，因此当世俗化大行其道时，现代人会竭力追求自我保护和安逸舒适（刘森林，2022）。他们秉持“利益至上”的主张，依恋权力并且明哲保身地获取利益；他们注重功利，以获取利益为目的而不论道德的善恶，行动缺乏道德的观照（尚云丽等，2021）。

犬儒主义者享受着欲望满足带来的浅薄的快乐，他们膜拜“快餐式”的感官刺激和欲望的满足。这种满足往往源于忍受不了外部环境的约束，从而退缩到肉体欲望和物质享受的藩篱之中；这个藩篱是一道能够隔绝现实生活的屏障，可以短暂保护个体并使其感到安全（徐贲，2015）。

（二）犬儒主义与启蒙

犬儒主义与现代启蒙思想关联密切，彼此难以割裂。从历史发展的角度看，犬儒主义心态是社会现代化进程中形成的产物，亦是现代社会环境的组成部分，它是阶段性的社会心态，其自身的变化构成了社会转型和变迁之特征。要对其进行概念界定，需要探讨这种社会心态与现代启蒙思想的关系。

按照康德的观点，启蒙是人类摆脱不成熟状态的极其重要的途径。所谓不成熟状态也就是如果脱离他人的引导就不能够靠自己的自主性来使用理智的状态（康德，1784/2020）。启蒙是为了“祛魅”，使人类摆脱愚昧与无知的状态，扭转头脑中根深蒂固的偏见，形成成熟且健全的理性能力。启蒙主义强调理性精神与自觉性，强调对现有话语体系、现有秩序持有不懈质疑的态度，并同时为实现自身价值勇敢地不懈奋斗。

不难看到，西方近代的启蒙主义不惜突破旧秩序、旧道德的桎梏，勇于打破思想禁锢，倡导人类解放自身。此外，启蒙还意味着个体在素质、能力、自信、自尊上成为能够扮演公民角色的人（徐贲，2015），主动承

担起建设社会的责任，参与公共事务。这需要具备公共说理、人际交流的能力，即与他人沟通、对话，相互了解、信任，以体现社会性、公共性。

然而，由于人性的种种弱点，个体在实现自我价值、发挥公民作用的过程中会面临重重阻碍。有学者从人性论视角提出隐藏在犬儒主义背后的人性辩证法结构：人性是启蒙理性与犬儒主义缠绕在一起的双螺旋体，也就是说人性并不是黑白分明的，而往往是智慧和愚蠢、善良和邪恶、理智和欲望这几种相反的东西难舍难分地交织在一起。人性的一半为“儒”，另一半为“犬”，既有“自我立法、自我立命、自我救赎”等与启蒙理性相关联的部分，也有“追求快感、满足欲望、趋利避害”等滑向犬儒主义的机制（操奇，2015），它就像一个左右摇晃的钟摆，既有可能摆向“儒”，也有可能摆向“犬”，这取决于人如何与外部环境进行互动。

当个体面临无法克服的力量时，启蒙意识就可能促使其实施防御性的自我保存（个体的内在状态不依赖于与其他存在的关系），并且实行对外界有意识的逃避和拒绝（李艳霞、梅燊，2021；汪行福，2012）。当犬儒主义者承受不了巨大的外部压力时，就会选择回避现实，悲观而绝望地“蜷缩”回内心，拒绝与他人平和理性地交流对话，用一种消极防守的“鸵鸟”姿态面对世界。

总之，犬儒主义是一种用看似“理性”的看穿、看透、怀疑来面对世界，实际却被情绪性看法左右和摆布的生活态度（徐贲，2019）。归根结底，这是理性能力不足所导致的。因此，虽然犬儒主义与现代启蒙思想有着较强关联度，但它是个体经历过不彻底的启蒙的产物。斯洛特戴克在《犬儒理性批判》一书中将它定义为“启蒙的虚假意识”（an enlightened false-consciousness）（汪行福，2012；徐贲，2018），即明白人的迷思或错误行为，犬儒主义“是现代化的不幸意识，在它身上，启蒙的努力既成功，又不成功。它在启蒙中学到一些教训，但它并没有，也许也不能将其投入实践”（李乾坤，2021），因此充其量只能算“半截子”的启蒙。

（三）个体心理与社会心态的“互构”

无论是分析犬儒主义的特征还是它与启蒙的关联，都是从哲学和社会学角度加以阐释。若要考察犬儒主义心态形成的心理机制与过程，则需要从社会心理学的视角加以理解。

犬儒主义心态并非凭空产生，它是由一些单元（微观层面的社会心态核心要素）及其关系所构成。那么这个从微观到宏观的转换过程是怎样的？此外，个体的犬儒主义价值观亦非自发形成，它是不同人群类别之间

群际互动，以及受到宏观社会环境影响的产物。那么这个由宏观影响微观的过程又是如何发生的？换言之，个体心理与社会心态的互动过程，即杜瓦斯（2010）所言社会心理不同解释水平之间（主要指个体内水平与社会位置水平、意识形态水平）的“互构”是怎样发生的？

社会心态可视为个体心理之延伸，乃是个体心理汇集、聚合在一起的总体分布形态。在微观层面，个体的需要、认知、情绪、价值观和行为之间的关系是社会心态的核心要素，无论是人际互动还是群体内互动，或者是群体间互动，甚至于社会运行，皆是以这些核心要素为基础的（许燕，2022）。而个体心理的变化又受制于特定情境的影响，进而牵动整体社会心态发生变化。

有学者从人际关系（interpersonal）、群体内（intragroup）、群体间（intergroup）三个视角解释了人和人之间、群体和群体之间的互动，以及群体氛围对个人的影响如何使个体成为犬儒主义者（Neumann & Zaki，2023），澄清了外部社会环境怎样影响个体形成犬儒主义。以群体氛围影响个人为例，当一个群体中的犬儒情绪上升时，它会使犬儒主义水平较低的个体以更自利的方式行事，这进一步强化了群体成员的犬儒主义程度。此过程是通过心理传染（psychology contagion）完成的，即由个体通过言语等媒介扩散和感染到整个群体（Hejmadi et al.，2004；Nemeroff & Rozin，2000），使得群体形成充满犬儒文化的氛围。

社会心态本质上是在某种社会情境中主体间形成的“共识”，是集体表征与个体认同的互动而产生的结果（周晓虹，2016）。根据莫斯科维奇的“社会表征理论”（Theory of The Social Representations），社会心态源于特定时空背景下社会成员共享的意象、观念和社会知识（管健、乐国安，2007；王俊秀，2014），这些都是有意义的符号或系统。而根据“共享现实”（Shared Reality）理论，社会心态源于人与人之间对所处世界的主观感知与体验的“共享”（Echterhoff et al.，2009），这是个体与社会现实之间相互建构和作用的过程（侯静，2022）。

（四）犬儒主义心态指向的对象与具体表现

犬儒主义指向的对象既可以是他人，也可以是制度，还可以是信仰体系或意识形态。犬儒主义这种社会心态的特点是具有“溢出效应”（spill-over effect），也就是在一个领域中形成的情绪性格，也容易发生在别的领域。例如，犬儒主义表现出的对公共权威的极度不信任，容易变成对其他领域的事物（如普遍价值、道德原则、人性的良善、是非的辨别等）都一

概不信任和拒绝（徐贲，2019）。

基于犬儒主义的内涵，结合哲学、社会学和心理学的现有研究，可以归纳出犬儒主义心态通常指向三个维度：人性（humanity）、系统（system）、道德（morality）（钟笑宇、郭永玉，2025）。其中，“人性”是指他人的品质和行事的动机；“系统”是指现存的社会秩序（existing social arrangements）或者现状（the status quo），可以指国家、经济体、执政政府，也可以指个体所在的单位或组织；“道德”是指现有的道德准则、主流价值。

犬儒主义往往包含着“嘲笑”（ridicule）和“非议”（admonishment）（徐贲，2018），而嘲笑和非议正促使犬儒主义者在行为上体现为批判现实、玩世不恭、愤世嫉俗。持有犬儒主义心态的个人或群体往往会对人性、系统、道德这三者进行无原则但有意识的怀疑、批判、嘲讽，这里的“无原则”是指没有作为自身行动准则乃至信仰的道德标准或理想信念。因此，犬儒主义者往往在评估与检验公共真实性价值前，就已经拒绝相信，他们只愿意相信人类行为受自私动机驱使，因此往往不分青红皂白地否定善意、善举的可能，而朝着邪恶、阴谋诡计的方向去猜测、确认他们看到的事物。与此同时，犬儒主义者却又清醒地知道自己的所作所为（徐贲，2015），意识到自我处在知行分裂、人格分裂状态，并欣然接受这种状态（汪行福，2013），还能够意识到自己所做事情产生的后果，即使对社会是有害的，他们却依旧坦然为之。

综上所述，本研究提出“犬儒主义心态”这一概念，指因在现代化进程中经历过不彻底的启蒙而产生的一种以虚无主义、利益至上为主要特征的，对人性、系统、道德无原则但有意识地怀疑、批判、嘲讽的社会心态。

三 总结与展望

本研究从社会心理学的视角出发，将犬儒主义作为一种社会心态进行考察。通过借鉴、整合哲学与社会学的相关理论，提出了犬儒主义这一具有特殊情绪基调、价值取向的社会心态概念。相较于犬儒主义的现有心理学研究，本研究跳出人格变量的解释框架，从宏观的角度阐述了该社会心理现象，为今后的相关研究提供了一定的理论基础。未来可以根据本研究提出的概念，结合其内容结构（分为人性、系统、道德三个维度，包含“与他人的疏离感”“与系统的疏离感”“不拒绝的理解”等子维度）编制犬儒主义心态量表（钟笑宇、郭永玉，2025）。

（一）犬儒主义心态的成因

犬儒主义心态是现代化转型的产物。换言之，它是前现代性与现代性的混合物，常常使人陷于“矛盾”和“纠结”的境地，故此应当多从这个角度分析其成因。犬儒主义心态成因可以从三个不同层面展开初步探讨。

在个人层面，习得性无助（learned helplessness）似乎能提供较为有力的解释。如果个体在社会活动中，某种预期被一再否定，无助感将逐渐累积，可能就不再对人性、系统与道德怀有期望，进而产生犬儒主义心态。

在社会层面，既有研究通常用公平理论（equity theory）来解释组织犬儒主义的成因，即雇员若遭受不公平待遇，就不再信任组织（丁桂凤，2014）。若推广到宏观社会系统，则体现为社会制度与个体的关系：当个体感知到社会制度不能给其付出带来相应的回报却又无力抵抗时，或许就会对系统彻底失望，萌生犬儒主义心态。

在文化层面，权力距离（power distance）似乎存在一定解释力。权力距离是霍夫斯泰德（Hofstede，1980）提出的文化维度理论（culture dimensions theory）中的一个维度，指个体对社会或组织中权力分配不均的接纳和预期的程度（Tang et al.，2020）。在社会发展进程中，个体一方面受自由、民主、平等、个人解放等启蒙价值观的影响，另一方面却又囿于对权力的畏惧，在“看穿”现状后随波逐流、同流合污，逐渐认同不合理的社会现象。这就是犬儒主义心态前现代性与现代性相混合使人陷于矛盾困境的典型例子。

（二）犬儒主义心态的后效

至于犬儒主义心态产生的后效，可以从它对个体经济状况、社会善念、亲社会行为等常见心理学变量的影响进行探讨。在智能时代，尤其应当关注互联网上的犬儒主义现象及其负面效果。互联网时代乃是一个“我们联网”和“情绪联网”的时代，不仅是信息联网，更是个体之间的情绪、情感的紧密联结。这使得信息和个人感受的传播、感染变得高效而便利，亦使得许多人在网络上发表言论远比日常生活夸张、激烈和极端（徐贲，2019）。

互联网成为情绪的放大器，可能加剧社会当中的“聚众”、“群殴”和“比嗓门”现象，促使人们有样学样、同声相应。正是由于“情绪联网”，犬儒主义的扩散变得很广泛，只要一句能引起共鸣的讽刺挖苦、诅咒谩骂、插科打诨，便能将人的情绪极大调动起来。

此外，社交圈容易出现“回音室效应”（echo chamber effect），即在高选择性的网络环境中，人们更愿意也更容易浏览并参与持相同或相似的观点（王晰巍等，2024），从而造成信息封闭、窄化（杨权等，2024），陷入信息相对孤立的境地之中（Sunstein，2006）。其后果是持有相同观点者“抱团”，加入意见与态度相符的社群并分享看法与观点，最终形成同质化社群。

犬儒主义者由于缺乏健全的理性，容易被情绪性看法摆布。在同质化社群内借助夸张的情绪宣泄进行怀疑、批判、嘲讽，可能导致个体态度极化（Cinelli et al.，2021）、固守既有观点，并偏执地笃信自己的主张，只愿意接受同样带有犬儒情绪的论断。

在群体层面，互联网上的犬儒主义心态极有可能带来撕裂、敌意，进而导致网络欺凌（Oksanen et al.，2020）、公共政策信任危机（Tsai et al.，2020）。此外，它自身带有的道德虚无主义、无原则怀疑一切的色彩还可能让民众信奉阴谋论。阴谋论信念（conspiracy beliefs）正是指相信某些社会事件是由某些强大的秘密团体暗中行动而造成的结果（Biddlestone et al.，2025）。这种信念往往经不起逻辑推敲，并非理性的产物。这与犬儒主义心态中“不彻底的启蒙”是相通的。

（三）结语

除了探讨犬儒主义心态的形成机制和后效，还应当在此基础上探寻减少此心理现象的方案。启蒙理性正是抑制犬儒主义的一剂良药，因此本研究最后需要重申启蒙与犬儒主义之间密不可分的关系。

犬儒主义是启蒙的“半成品”：虽然拥有“批判意识”与“怀疑主义”的皮囊，却虚有其表，没有批判与怀疑精神的实质内涵。犬儒主义者未曾形成成熟且健全的理性能力，虽然受到了现代启蒙思想一定程度的影响，但“误入歧途”，蜕变成了虚无主义者、利益至上者。在某种程度上说，犬儒主义是启蒙的怪胎、病变都不为过。因此，犬儒主义者需要继续经历启蒙，进入正确的道路。而启蒙的本意和目标，也就是充分实现人的潜能和自由是永无止境的（郭永玉，2022），最终要摆脱蒙昧的、幼稚的状态，获得成熟且健全的理性能力，勇于承担责任，成为有“独立之精神，自由之思想”的人，成为能够胜任公民角色、擅长公共说理的人。

说到底，启蒙的根本问题就是人性与观念的问题。相较于哲学、社会学、政治学等其他人文社会学科，心理学（特别是人格与社会心理学）应当是距离启蒙最近的学科，因为它所探究的核心问题就直接涉及人性问

题、观念问题。故而人格与社会心理学领域的研究理应承担起启蒙的重任，扬启蒙理性之善，抑犬儒主义之恶，充分挖掘人的潜能，实现人的自由，弘扬人性中“自我立法、自我立命、自我救赎”的积极部分，唤醒埋藏在犬儒主义者内心深处的责任感与道德理想。

未来，希冀多一些犬儒主义心态的心理学理论与实证研究，以期更好地对该现象进行解释、预测和干预，并对社会治理、舆论引导、道德教育等实践工作发挥一定的指导作用。

参考文献

操奇，2015，《启蒙的天敌：犬儒理性论略》，《哲学研究》第 6 期，第 91~96 页。

曹东勃，2012，《通向犬儒之路：人类价值系统的现代嬗变》，《现代哲学》第 4 期，第 14~21、40 页。

丁桂凤，2014，《解析职场中的犬儒主义：基于心理学的视角》，《南京师大学报》（社会科学版）第 6 期，第 108~115 页。

杜瓦斯，2010，《社会心理学的解释水平》，赵蜜、刘保中译，北京：中国人民大学出版社。

管健、乐国安，2007，《社会表征理论及其发展》，《南京师大学报》（社会科学版）第 1 期，第 92~98 页。

郭永玉，2022，《弗洛姆人本主义精神分析的启蒙价值》，《心理学报》第 2 期，第 205~218 页。

侯静，2022，《社会转型中社会心态的理论内涵、逻辑建构及变迁》，《北京社会科学》第 4 期，第 117~128 页。

康德，1784/2020，《康德历史哲学论文集》，李明辉译注，桂林：广西师范大学出版社。

李乾坤，2021，《马克思对现代犬儒主义的批判》，《哲学动态》第 3 期，第 19~29 页。

李艳霞、梅燊，2021，《现代犬儒主义概念解析：思想溯源、本质属性与行为特征》，《学习论坛》第 1 期，第 53~60 页。

刘丙元，2009，《道德虚无主义的价值论》，《济南大学学报》（社会科学版）第 19 卷第 6 期，第 40~44、90 页。

刘森林，2022，《马克思与犬儒主义批判》，《哲学研究》第 3 期，第 16~25、125 页。

刘宇，2015，《论中国社会转型中的犬儒主义及其扬弃》，《理论与现代化》第 6 期，第 76~81 页。

饶育蕾、丁庆锋、陈地强，2022，《儒家文化与公司高管-员工薪酬差距——基于权力距离的视角》，《厦门大学学报》（哲学社会科学版）第 2 期，第 47~60 页。

尚云丽、陈丽、刘雪婷，2021，《高等教育的后现代犬儒主义困境及其超越——基于生存哲学视角的审视》，《理论导刊》第 9 期，第 110~116 页。

沈宝钢，2021，《梳理与补遗：“犬儒主义”的历史回溯、中国传播和当下呈现》，《江苏科技大学学报》（社会科学版）第 2 期，第 16~22 页。

汤迪，2021，《道德虚无主义的理论形态及其批判》，《社会科学家》第2期，第33~39页。

汪凤炎，2019，《中国文化心理学新论（下）》，上海：上海教育出版社。

汪行福，2012，《理性的病变——对作为“启蒙的虚假意识”的犬儒主义的批判》，《现代哲学》第4期，第1~6页。

汪行福，2013，《现代社会秩序的道义逻辑：对中国改革价值取向的思考》，上海：复旦大学出版社。

王俊秀，2014，《社会心态：转型社会的社会心理研究》，《社会学研究》第1期，第104~124、244页。

王晰巍、孙哲、姜奕冰、李玥琪，2024，《社交媒体网络辟谣回音室效应分析模型及实验研究》，《现代情报》第10期，第3~17页。

肖祥，2020，《当代犬儒主义的现实样态及其伦理矫治》，《江西社会科学》第10期，第5~13、254页。

肖翔尹、徐佳琪，2025，《情境策略：微观互动中当代大学生“躺平”实践的差异化呈现》，《中国青年研究》第3期，第111~118页。

徐贲，2015，《颓废与沉默：透视犬儒文化》，北京：东方出版社。

徐贲，2018，《犬儒与玩笑：假面社会的政治幽默》，香港：牛津大学出版社。

徐贲，2019，《人文的互联网：数码时代的读写与知识》，北京：北京大学出版社。

徐贲，2021，《批判性思维的认知与伦理》，北京：北京大学出版社。

许燕，2022，《社会心理研究（下册）》，上海：华东师范大学出版社。

杨巨平，2002，《古希腊罗马犬儒现象研究》，北京：人民出版社。

杨权、牛更枫、孙晓军，2024，《不同自我同一性状态大学生的回音适应行为表现》，《心理与行为研究》第3期，第338~345页。

杨宜音，1998，《社会心理领域的价值观研究述要》，《中国社会科学》第2期，第82~93页。

杨宜音，2006，《个体与宏观社会的心理关系：社会心态概念的界定》，《社会学研究》第4期，第117~131、244页。

于江霞，2020，《第欧根尼的“无耻”之辨正》，《伦理学研究》第3期，第77~84页。

钟笑宇、郭永玉，2025，《犬儒主义心态的内容结构》，《心理科学》第2期，第414~424页。

周晓虹，2016，《社会心态、情感治理与媒介变革》，《探索与争鸣》第11期，第32~35页。

左路平、吴学琴，2020，《社会现代犬儒主义的中国样态及其应对》，《思想教育研究》第10期，第98~102页。

Biddlestone, M., Green, R., Douglas, K. M., Azevedo, F., Sutton, R. M., & Cichocka, A. (2025). Reasons to believe: A systematic review and meta-analytic synthesis of the motives associated with conspiracy beliefs. *Psychological Bulletin*, 151 (1), 48–87.

Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118 (9), e2023301118.

Echterhoff, G., Higgins, E. T., & Levine, J. M. (2009). Shared reality: Experiencing commonality with others' inner states about the world. *Perspectives on Psychological Science*, 4 (5), 496-521.

Hejmadi, A., Rozin, P., & Siegal, M. (2004). Once in contact, always in contact: Contagious essence and conceptions of purification in American and Hindu Indian children. *Developmental Psychology*, 40 (4), 467-476.

Hochwarter, W. A., James, M., Johnson, D., & Ferris, G. R. (2004). The interactive effects of politics perceptions and trait cynicism on work outcomes. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 10 (4), 44-57.

Hofstede, G. (1980). Culture and organizations. *International Studies of Management & Organization*, 10 (4), 15-41.

Nemeroff, C., & Rozin, P. (2000). The makings of the magical mind: The nature and function of sympathetic magical thinking. In K. S. Rosengren, C. N. Johnson, & P. L. Harris (Eds.), *Imagining the impossible: Magical, scientific, and religious thinking in children* (pp. 1-34). New York: Cambridge University Press.

Neumann, E., & Zaki, J. (2023). Toward a social psychology of cynicism. *Trends in Cognitive Sciences*, 27 (1), 1-3.

Oksanen, A., Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M., & Ellonen, N. (2020). Cyberbullying victimization at work: Social media identity bubble approach. *Computers in Human Behavior*, 109, 106363.

Stavrova, O., Ehlebracht, D., & Vohs, K. D. (2020). Victims, perpetrators, or both? The vicious cycle of disrespect and cynical beliefs about human nature. *Journal of Experimental Psychology: General*, 149 (9), 1736-1754.

Sunstein, C. R. (2006). *Infotopia*. Oxford: Oxford University Press.

Tang, G., Chen, Y., van Knippenberg, D., & Yu, B. (2020). Antecedents and consequences of empowering leadership: Leader power distance, leader perception of team capability, and team innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 41 (6), 551-566.

Tsai, W. H. S., Tao, W. T., Chuan, C. H., & Hong, C. (2020). Echo chambers and social mediators in public advocacy issue networks. *Public Relations Review*, 46 (1), 101882.