

東亞文明研究叢書 43

儒家關係主義

文化反思與典範重建

黃光國◎著



臺灣大學出版中心

東亞文明研究叢書 43

儒家關係主義

文化反思與典範重建

黃光國◎著



Y 226.1

臺灣大學出版中心

國家圖書館出版品預行編目資料

儒家關係主義：文化反思與典範重建／黃光國著

---初版--- 臺北市：臺大出版中心

2005〔民94〕

719面；15*21公分

含索引

ISBN 986-00-2140-6（平裝）

1. 儒家 - 論文, 講詞等
2. 社會心理學 - 論文, 講詞等

121.207

94016953

統一編號 1009402693

東亞文明研究叢書 43

儒家關係主義：文化反思與典範重建

著 者：黃光國

策劃者：國立臺灣大學東亞文明研究中心

出版者：國立臺灣大學出版中心

發行人：李嗣涔

發行所：國立臺灣大學出版中心

地 址：臺北市 106 羅斯福路四段 1 號

電 話：02-23630231 轉 3914

傳 真：02-23636905

E-mail：ntuprs@ntu.edu.tw

2005 年 8 月

ISBN 986-00-2140-6

定價：新台幣 700 元

自序

從 1980 年代初期，我便致力於發展本土心理學，建構出〈人情與面子〉的理論模式，刊登在 1987 年的《美國社會學刊》之上。在建構這個理論模式的過程裡，我深刻體會到中華文化傳統對華人社會行為的影響，同時也覺察到：現代社會科學是建立在西方哲學基礎之上，因此一方面研究西方科學哲學，一方面鑽研傳統文化經典，希望能為本土社會心理學的發展開拓出一番新局面。

1986 年，我在行政院國家科學委員會的資助之下，前往密西根大學進修，撰成《儒家思想與東亞現代化》，1988 年出版。1993 年，我再度得到國科會的資助，前往夏威夷大學東西文化中心，撰成《知識與行動》，以西方的科學哲學為基礎，詮釋道、儒、法、兵的中華文化傳統，在 1995 年出版。我一直深信：本土社會心理學的開展是以西方科學哲學為基礎，用社會科學方法來研究東亞文明的歷程。本土心理學的發展必須朝向國際化發展，好的本土心理學研究，必然是可以國際化的，因此而開始將自己的作品，投稿到國際學術期刊之上。

在 1999 年底，教育部通過卓越計畫申請辦法，我和許多同仁秉持著這樣的信念，共同提出「華人本土心理學研究追求卓越計畫」，幸蒙教育部通過，並自 2000 年一月起開始執行。我身為「卓越計畫」的主持人，必須劍及履及實踐「本土心理學國際化」的主張，因此嚴格要求自己，努力在國際學術期刊

上發表論文。在這段期間內，黃俊傑教授所主持的「東亞近世儒學中的經典詮釋傳統」研究計畫經常舉行小規模的研討會，參與研討會並閱讀先進們未發表的手稿，竟然成為我在從事本土心理學研究時，啟發靈感的源頭活水，所以這部書納入黃教授所主編的「東亞文明研究叢書」，實有其學術上的因緣。

這本《儒家關係主義：文化反思與典範重建》中所收集的論文大多是我在這段期間完成的作品，曾經得到教育部89-H-FA01-2-4-2「華人本土心理學研究追求卓越計畫」的資助，也大多曾以英文刊登在國際學術期刊上。沒有「卓越計畫」的壓力和幫助，我不可能在短短數年之內在國際期刊上刊登這麼多的論文。在此謹向教育部表達誠摯的謝忱。

國家講座教授

黃光國

2005年8月15日

儒家關係主義：文化反思與典範重建

目錄

自序	i
第一篇 儒家關係主義的理論建構	1
人情與面子：中國人的權力遊戲	1
從社會心理的角度看：儒家文化傳統的內在結構	47
關係與面子：華人社會中的衝突化解模式	97
論華人的關係主義：理論的建構與方法論的考量	133
第二篇 華人社會中的道德、臉面與價值	175
兩種道德：台灣社會中道德思維研究的再詮釋	175
華人社會中的臉面觀	237
儒家價值觀的現代轉化：理論分析與實徵研究	291
第三篇 華人社會中的企業組織	363
華人的企業文化與生產力	363

儒家倫理與專業倫理：矛盾與出路	391
第四篇 華人社會中的心理健康與心理治療	415
身體化、情緒表達與儒家倫理	415
華人的世界觀與心理治療	461
禪坐與氣功：宗教經驗研究的科學基礎	487
第五篇 本土心理學的方法論與知識論	507
現代性的不連續假說與建構實在論：論本土心理學的哲學 基礎	507
全球化與本土化：論心理學本土化的意涵	549
從「現代性」到「本土化」：論「個人現代性」研究的方 法論	589
華人道德思維的研究典範：後設理論分析	633
文化的反思—典範的重建	685
名詞索引	713

第一篇 儒家關係主義的理論建構

人情與面子：中國人的權力遊戲

長久以來，強調社會和諧性及人際關係的合理安排一直被認為是中國文化最顯著的特性之一（Abbott，1970）。許多社會科學家曾經注意到：在中國語文中有些本土性的概念常為人們用以定義人際關係之安排的合適性。他們曾經試圖闡釋諸如「人情」（金耀基，1980），「面子」（Ho，1976；Hu，1944；King and Myers，1977），「關係」（喬健，1982；Jacobs，1979），與「報」（文崇一，1982；Yang，1957）等本土性概念的意義及重要性，他們的努力對於深入瞭解中國人的社會行為，的確有所貢獻。不過，以往的研究大都偏重於釐清其中一、二個概念，而未曾整合這四個概念。

本論文的目的，是以社會交易理論為基礎，發展出一套理論架構來解釋這些概念之間的動力關係。筆者認為：這個理論架構不僅描繪出中國社會中社會行為的原型，同時也可以作為解釋大多數文化中社會互動過程的一般性模式，尤其適用於「集體主義」的文化中。許多研究「正義理論」（Justice theory）的學者主張：在群體裡，人們經常根據三種法則來進行社會交

易，或分配社會資源，它們是「公平法則」(equity rule)、「均等法則」(equality rule)以及「需求法則」(need rule)。

「公平法則」認為每個人都應當依其貢獻比例的大小，獲得相當的報酬。在「以經濟生產力為主要目標的利益導向的情境中」(Deutsch, 1975: 143)，在「接受者的主要責任是有效率地完成工作」(Leventhal, 1976b: 216)，或者當「互動雙方不把對方當做個人，而只要考慮彼此所扮演的角色關係」時 (Lerner, 1975; 1977)，此一法則最常為人所引用。

「均等法則」不管每個人客觀貢獻的大小，要求大家一律平均分攤利潤及損失。它適用於重視分工合作、團結和諧的情境下，強調「促進或維繫和樂之社會關係」的場所 (Deutsch, 1975: 146)，當「接受者之間的和諧及團結十分重要」的時候 (Leventhal, 1976a: 218)，或者當個人視對方為「人」，而不是某一社會地位之佔有者的時候。

「需求法則」認為利潤、成果或其他利益的分配應該滿足接受者的合理需求，而不管他們個別的貢獻大小。它適用於一個親密的社會團體中，每個成員均熱衷於「促進團體的福利與發展」的「情境 (Deutsch, 1975)」，「成員間關係非常親密」的時候 (Greenberg and Cohen, 1982; Lerner, 1975, 1977; Leventhal, 1976a)，或者個人和他人間感情深厚而有親密的「同一關係」(identity relation) 時 (Lerner, 1975; 1977)。

筆者雖然同意：這些行為的法則幾乎是普遍而適用於任何文化的，然而筆者以為：它們仍然不足以解釋我們在某些文化

中觀察到的令人著迷的行為現象。由於每個文化是都是獨特的結構情境，也各有一組特殊的文化分類體系，它們會使個體用不同的方式來思考人際關係，世界各地的人處理社會關係的方式也會有所差異。在面對高度工業化、都市化、教育普及和快速資訊交流的情況下，這些差異雖然可能逐漸消失，但其速度仍然十分緩慢。

中國的「人情」概念，雖然可視為普遍性的「均等法則」之一例，但以之與其他文化相較，「人情」的含意卻更為複雜；它與相互性的「報」之觀念也有更為緊密的關係。它強調在差序性結構的社會關係內維持人際和諧及社會秩序的重要性。換言之，「人情法則」不僅是一種用以規範社會交易的準則，也是個體在穩定及結構性的社會網絡下可以用來爭取可欲性資源的一種社會機制（**social mechanism**）。

在其他集體主義的文化中也可以發現類似的行為模式。例如，日本文化中「恩」的概念也蘊涵著一種類似的相互性交易。當一個施恩者因為施恩於他人，而產生一「恩」的關係後，接受者便有義務回報「恩」，以恢復兩者關係之平衡（**Benedict, 1946; Lebra, 1969, 1976**）。

為了瞭解「人情」及「面子」的社會機制及其在中國社會中的作用，首先要討論「人情」，「關係」及「面子」等概念在中國語文體系中的意義，以及說明它們之間的關係。然後，本文將回顧以往有關中國人心理及社會心理歷程的實徵研究，以作為佐證，來支援此一理論模型的主要論據。最後，將討論可

能促使個人使用「人情」及「面子」機制的某些社會情境。

即使東亞某些地區仍然頑強地抗拒變遷，這些觀念無疑是在改變之中。由於都市化及西化的結果，香港、新加坡，台灣以及世界各地的華僑社區都逐漸由共同社會（*Gemeinschaft*）轉變成為利益社會（*Gesellschaft*）（*Tonnies*，1940）。社會結構的機械連結（*mechanical solidarity*）變得愈來愈有機化（*Durkheim*，1933）。這種社會變遷不可避免的會改變生活於這些社會中的中國人之人格結構及社會行為。本文中的模式也將考慮中國人行為型態的這種改變。

一、中國人權力遊戲的社會機制

在分析「人情」和「面子」的「權力遊戲」之前，我們必須先對「權力」下一個清楚的定義。所謂「權力」是：社會交往歷程中，一方以社會道德的說服或群體的壓力加諸另一方，使其改變態度、動機、或行為而表現順從的力量。有些社會心理學者以為：個人以「權力」影響他人的歷程，基本上也是一種「社會交易」的歷程（*Cook and Emerson*，1978；*Baldwin*，1978）。

個人之所以會用權力來影響別人，主要是這樣做可以讓他獲得對方所能支配的某種社會資源（*social resources*），來滿足自己的需要。同樣的，對方之所以願意接受個人的影響，也是因為他預期這樣做能帶給他某種酬賞（*rewards*），或說明他避

開他所嫌惡的某種懲罰（punishments）。

為了說明上的方便，茲將請託者的行為和資源支配者的心理歷程繪如圖 1 的理論模式，用以說明中國人如何以「人情」和「面子」的社會機制影響他人。由於「人情」、「面子」、「關係」和「報」都是流傳於中國民間的本土性概念，在圖的下方，我們特地以與其對應的西方心理學術語來加以解釋。

圖 1 的理論架構將社會行為化約或成為雙人互動的形式（dyad interaction），只不過是為了方便讀者的理解。其實此一架構也可以用來解釋三人以上的社會行為。更值得強調的是：此一理論架構將交往雙方區分為資源支配者和請託者，亦是為了說明的方便。在實際的社會互動情境中，互動雙方都可能掌握某些能夠滿足對方需求的社會資源，也都可能期望對方將其掌握的資源作有利於自己的分配。因此，在交往過程中，交往雙方中的任何一方都可能在某些時候扮演資源支配的角色，在其他時候又扮演請託者的角色。以下各節將對圖 1 各階段的心理歷程做更為詳盡的說明。

二、關係判斷：支配者在權力遊戲中的第一步

在某些情況下，諸如公平、均等、或需求等法則均可能被視為是合乎正義的交易法則（Deutsch, 1975；Sampson, 1975；Leventhal, 1976a, 1976b, 1980），而且個人會以不同的交易法則和關係不同、親密程度不同的人交往（Lerner, 1975, 1977；

Greenberg and Cohen, 1982)，這些都是社會心理學中廣為人所接受的普遍性原則。然而，受中國文化影響的社群卻較其他地區更強調這些原則。

傳統中國人非常講究社會關係中的「差序格局」，他們常常用不同的標準來對待和自己關係不同的人（費孝通，1948；Hsu, 1953；Nakamura, 1964）。如果有人向掌握有某種社會資源之支配權的他人要求：將他所掌握的資源作有利於請託者的分配，資源支配者首先會考慮的問題是：對方和自己之間具有什麼樣的「關係」？這種「關係」又有多強？

圖 1 中，代表資源支配者之心理歷程的方塊裡，以一個長方形代表不同的人際關係。長方形的對角線將之分成兩部份，斜線部份代表人際關係中的情感性成份，空白的部份代表其工具性成份。長方形中的一條實線和一條虛線將該一長方形分隔成三部份，分別代表中國社會中個人可能擁有的三大類人際關係，即情感性關係（*expressive ties*），工具性關係（*instrumental ties*）和混合性關係（*mixed ties*）。這兩條線的性質代表劃分這三類人際關係之心理界線的可滲透性：虛線表示，屬於工具性關係的個人較容易改變成為混合性關係；實線的意思是：混合性關係與情感性關係之間的相互轉換，比較困難。圖 1 顯示：上述三種人際關係都是由工具性成份和情感性成份所構成的，其間差異僅在於：不同關係中兩種成份所占比例不同而已。以下將解釋：中國社會中，這三種人際關係的性質及其相關的社會行為法則。

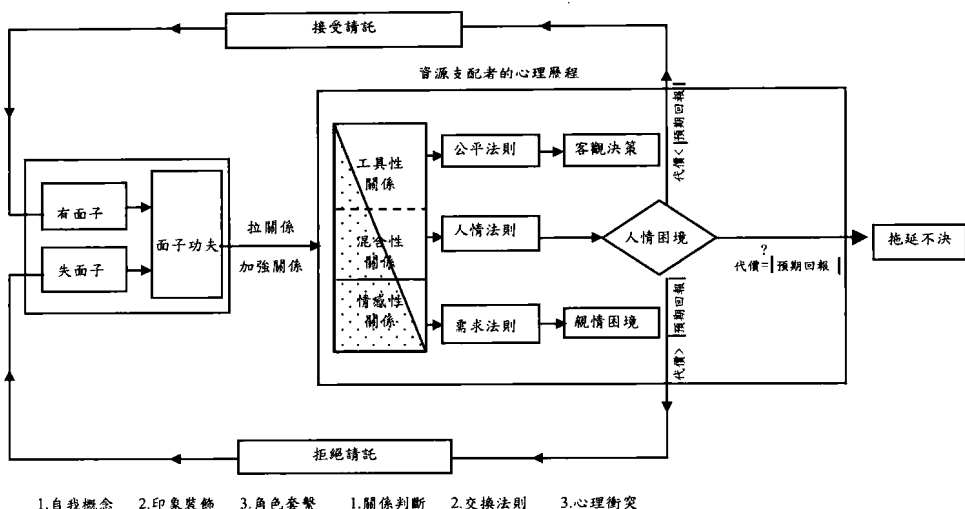


圖 1：人情與面子的理論模式

(一) 情感性的關係

情感性的關係通常都是一種長久而穩定的社會關係。這種關係可以滿足個人在關愛、溫情、安全感、歸屬感等情感方面的需要。像家庭、密友，朋儕團體等原級團體（primary groups）中的人際關係，都是情感性關係之例。當然，除了滿足情感方面的需要之外，個人也可以用這種關係為工具，來獲取他所需要的物質資源。不過，在這類關係中，情感性的成份仍然大於工具性的成份。

在傳統中國社會中，家庭可以說是對個人最重要的原級團

體。典型的傳統中國家庭具有政治、經濟、宗教、教育等多重功能，能夠滿足個人各種不同的需要（Hsu, 1967；Lang, 1946；Levy, 1955；Winch, 1966）。傳統中國家庭的理想是把家庭成員整合在一起，成為一個共同的收支單位。這個收支單位的特色有三：（1）每一個人的勞力所得皆歸公庫（婦女的私房錢除外）；（2）每一個人的生活所需皆由公庫支出；家庭的財富由家中成員所共用（Shiga, 1978）。換言之，在未分家之前，中國式家庭中主要的社會交易和資源分配法則是「各盡所能，各取所需」的「需求法則」（need rule），依照此一法則，每一成員部應當為家庭盡力，家庭也應當供給他生活所需之資源。

子女幼小時，父母不僅有撫養他們的義務，而且有教導他們的責任。他們通常會訓練兒童壓抑下任何形式的攻擊行為，並且要互相幫忙以增進家庭中的團結與和諧（Scofield and Sun, 1960；Wolf, 1964；Wolf, 1970）。當父母年老不能工作時，子女亦有奉養父母的責任。

當然，家庭成員彼此以「需求法則」交往且分配資源，並非意指：中國家庭中的成員很少發生人際衝突。從以往的研究看來，對大多數中國人而言，其人際困擾的主要來源乃是家庭內的人際衝突（例如：Chin, 1948；Hwang, 1978）。在本文的理論架構中，作者將引起這類衝突的情境稱為「親情困境」。由於這種家庭內的困境不是本文所要處理的對象，故對這個問題不再多加討論。

（二）工具性的關係

在圖 1 的長方形中，和情感性關係相對者，是工具性關係。個人在生活中和家庭外的其他人建立工具性關係的目的，主要是為了要獲得他所希冀的某些物質目標。更具體的說，個人和他人維持情感關係時，維持關係本身便是最終目的；可是，個人和他人建立工具性關係時，不過是以這種關係作為獲得其他目標的一種手段或一種工具，因此這種關係基本上是短暫而不穩定的。譬如：店員和顧客，公車司機和乘客，大醫院中的護士和門診病人，雙方都以和對方交往作為達成自身目標的手段，雙方交往時，彼此可能不知道對方的姓名，其間縱然帶有情感成份，亦屬十分有限。

像其他文化一樣，中國人和屬於工具性人際關係的其他人交往時所遵循的法則是講究「童叟無欺」的「公平法則」(equity rule)。這是一種普遍性而非個人化的法則，凡被個人劃歸為工具性關係的對象，個人都會一視同仁地以同樣的原則與之交往。當個人以公平法則和他人交往時，雙方都會根據一定的比較水準 (comparison level) 來衡量：自己可以從對方獲得多少酬賞 (rewards)？為了獲得這些酬賞，自己必須付出多少代價 (costs)？酬賞減去代價後的結果 (outcome) 是否與對方獲得的結果不相上下 (Blau, 1967；Homans, 1961；Emerson, 1976)？

由於工具性關係中的情感成份甚為微小，個人以公平法則和他人交往時，比較能依據客觀的標準，做對自己較為有利的

決策。如果他認為某項交易關係的結果對自己不利，他可能提出條件和對方討價還價；對於對方不合理的要求，他可能嚴詞拒絕；如果對方不接受自己的條件，他還可能中止這項交易關係，而不以為意（Adams，1965）。

有些實徵性的研究顯示，當中國人和陌生人交往時，往往傾向於斤斤計較而儘量作出理性的行為。Bond 和 Leung（1983）曾做過一項文化比較的實驗，以 96 位女性作為受試者，其中 48 位是來自香港的中國人，另外 48 位是美國人。他們要求每位受試者與每一位陌生人（其實是位研究者）一起作加法的工作。受試者必須以其較不常用的手從一份本國文字的文稿及另一份外文稿件中抄寫資料。最後，受試者發現她所完成的工作是同伴的兩倍或只有一半。然後，實驗者要求受試者分配一筆款項給她自己及同伴作為酬勞。結果顯示：中國受試者往往比美國受試者更能衡量客觀情勢而採取較公平的策略來分配酬勞。

社會學者通常假設：在像中國這樣的集體主義社會中，個人對社會親和的需求，在既定的群體內已經可以獲得充分的滿足。個人可能只在這些群體中積極擴展社會關係，他和陌生人交往時所關心的是公平與否，而不是以平等主義的方式和對方分配資源。

同樣的理由也可以用來解釋中國人在幫助陌生人時為何猶疑不前。在一個文化比較的田野實驗中，實驗者在台北市及新墨西哥艾爾布寇市的街道上擋住陌生的受試者，要求他們幫