

WENHUA
YU
SHEHUI
XINLIXUE

文化与社会心理学

吴 莹 韦庆旺 邹智敏 / 编著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

文化与社会心理学

吴莹 韦庆旺 邹智敏 编著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

文化与社会心理学/吴莹, 韦庆旺, 邹智敏编著. —北京: 知识产权出版社, 2017. 2
ISBN 978-7-5130-4623-7

I. ①文… II. ①吴… ②韦… ③邹… III. ①文化学—心理学—研究②社会心理学—研究
IV. ①B84-05②C912.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 296876 号

内容提要

随着现代化、城市化与全球化的推进, 社会文化转型成为中国社会面临的现实问题。社会心理学可以从哪些角度表达自己探讨文化现象的学科关注? 本书从社会心理学研究视角去分析文化现象和文化对个人心理及行为的影响, 从文化与规范、文化与价值观、文化与自我、文化与厌恶情绪、文化与认同、文化与社会变迁及文化混搭心理等维度进行展开, 并力图呈现社会转型中文化的多样性与多面向特征。

责任编辑: 石红华

责任校对: 王 岩

封面设计: 智兴设计室·张国仓

责任出版: 刘译文

文化与社会心理学

吴 莹 韦庆旺 邹智敏 编著

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

网 址: <http://www.ipph.cn>

社 址: 北京市海淀区西外太平庄 55 号

邮 编: 100081

责编电话: 010-82000860 转 8130

责编邮箱: shihonghua@sina.com

发行电话: 010-82000860 转 8101/8102

发行传真: 010-82000893/82005070/82000270

印 刷: 三河市国英印务有限公司

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 16.75

版 次: 2017 年 2 月第 1 版

印 次: 2017 年 2 月第 1 次印刷

字 数: 296 千字

定 价: 49.00 元

ISBN 978-7-5130-4623-7

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

序一

文化是宏观社会心理学研究的对象，也是很长时间内经典北美社会心理学较少涉猎的领域。从社会心理学视角研究文化现象，不仅丰富了对文化现象的解析，也拓展了社会心理学自身的边界。

心理学对文化现象研究的自觉起于继上世纪 70 年代席卷学界的“认知革命”之后。明显的一个例子是 1998 年在 The McGraw - Hill Co. Inc 出版的《社会心理学手册》（第四版）中，十分引人注目地在原有两卷七个部分的基础上，增加第八部分，名为“新生的视角”。这一部分包括两章，一章为“进化社会心理学”，另一章以长达 66 页的篇幅专论文化社会心理学，标题为“社会心理学的文化母体”。它叙述了文化心理学不单作为研究领域补充拓展了社会心理学，而且对社会心理学研究是具有革命性意义的全新研究视角，它丰富了社会心理学，为社会心理学深入地解释人类社会行为提供了新的可能。因此它的兴起当之无愧地被称为一场“文化革命”。

近十几年来，社会心理学、本土心理学及跨文化心理学几乎从自己的视角出发，共同关注了文化对于心理过程的意义。在遍及全世界的有关心理学刊物中，这些研究和讨论成为心理学家探究的焦点。例如，持续二十多年的关于“个体主义/集体主义”分析框架的研究和争论，至今还在美国核心期刊《美国心理学家》《美国心理学报》《人格与社会心理学研究》上占有大量篇幅。来自北美与处于所谓边陲地位的发展中国家，特别是亚洲国家的文化心理比较研究、非北美的本土社会心理学研究发现，大大震动了处于当今社会心理学主流地位的北美社会心理学。在这样的背景下，美国的这套《社会心理学手册》增加文化心理学的内容就显得很有新意也非常必要。这一章的四位撰稿人也是文化社会心理学的领军人物，他们是美国加州大学伯克利分校的 A. P. Fiske，日本东京大学的 S. Kitayama，美国斯坦福大学的 H. R. Markus 和美国密歇根大学的 R. Nisbett。

他们在这一章篇首引用了 Wundt 在《民俗心理学》中的一句名言“一切心理科学接触到的现象，的确都是社会共同体的创造”，表达了他们所持的文化心理学的立场，并以四个部分的内容综述和讨论了近年来文化心理学的基本观点和主要发现。

作者指出，根据近年来的研究发现，许多基本的心理过程实际上都依赖文化的意义与文化的实践。在不同于欧美的其他文化中，心理过程会与欧美文化中生活的人有极大的不同。例如，欧美人强调社会行为基于个人特性，而另一些文化中的人则以社会角色、责任和情景因素来解释人的行为。欧美人一般强调自己是唯一的、与众不同的、超过他人的；而在东亚，人们强调自己是普通的、与他人没有什么大差别的。运用这些发现，心理学家正在研究文化与心理之间共同具有的动力性的构造。这一研究背后的假定是，为了加入任何社会生活世界，人们必然将文化模式、文化意义和文化实践并入他们的基本心理过程之中。这些心理过程反过来又限制、再生产和改变文化系统。因此，当每一文化被很多心理过程相互作用而建构的同时，这些心理过程本身也被它们所作用的特定文化所引发、建构和促动。于是，那些一向被视为社会心理学基础的发现，不过也是某一文化框架下的特有功能。那些看来反常的，在其他文化中无法重复验证的所谓标准的现象，一旦我们认识到，人们的思想、情感、判断和行为都与文化模式有关，就变得不难理解了。

1998 年以后，对文化的社会心理学研究以及文化视角下的社会心理学研究都呈现出方兴未艾的态势。例如，2006 年华人社会心理学家赵志裕、康萤仪合作出版了《文化社会心理学》（*Social psychology of culture*, 2006）一书。他们以文化的定义、描述文化的策略、文化的心理基础、文化的功能、文化作为思维习惯、文化的表征、文化知识的组织与应用、文化再生产与变革、多元文化接触、全球化与多元文化认同、文化过程的科学研究为全书脉络，整合跨文化心理学、文化心理学及认知心理学等相关学科的研究成果，系统地探讨了文化与社会心理过程相互建构的动态关系。这些内容，不仅带领读者透过文化看社会心理，即看社会心理上的文化差异，也带领读者透过社会心理来看文化的生产与再生产、文化间交融与文化变迁。随后，《理解文化》（*Understanding culture: Theory, research, and application*）一书在 2009 年编辑出版，编者之一的康萤仪在书中明确提出了“动态文化建构论”（dynamic constructivist approach to culture），以完成从描述文化到解释文化的任务（Hong, 2009）。书中以 52 位学者撰写的 26 章的篇幅，系统呈现了有关文化、社会、个体之间的心

理联系及其过程的研究成果。本书作者特别对比了具有鲜明特征的欧美与东亚文化的社会特性，并指出独立与依赖是两种文化组织的原则。从“自我”“基本归因错误”“分析式—整体式思维方式”“内外动机与控制点”“道德判断”等方面的跨文化比较研究的结果来说明文化与社会心理的相互建构关系。

社会心理学视角下的文化研究的目的也越来越清晰：第一，辨明各种文化的意义和实践，以及与之相连的心理结构和过程；第二，发现使社会与心理被文化模式化后而具有多样性这一事实背后的系统原则；第三，描述心理与文化相互建构的过程，说明文化如何创造和支持了心理过程，而这些心理倾向如何反过来支持、再生产甚至是改变文化系统的。人类的心理是与文化相联系的，然而这一联系是遵循普遍性原则的。

吴莹、韦庆旺、邹智敏三位年轻社会心理学者所撰写的这本《文化与社会心理学》正是在上述背景下成稿的。他们不仅以自己敏锐的观察和思考紧随学科发展的步伐，而且将文化社会心理学的研究视角对准中国文化与变迁社会，探索出自己的研究思路和选题。比如将厌恶情绪与民族之间的文化理解和接触联系起来。又比如在全球化背景下，不同权力关系下两种文化接触后引发的不同反应。再比如聚焦文化价值观变迁的可能类型和演变规律。

这些将社会心理学视角聚焦中国社会现实和文化特征的努力非常珍贵，也体现了作者的勃勃朝气、勇气和热情。本书提供的理论和引用的研究成果很新，研究者很年轻，没有固守传统教科书的知情意行的套路，这也形成了一种特色和一种扑面而来的青春气息。希望有更多的社会心理学者与他们一起在这一领域耕耘，承前启后，继往开来，与这一学科共同成长。

杨宜音（中国社会心理学会会长）

2016年9月5日

文献来源：

1. Friske, Kitayama, Markus & Nisbett. The cultural matrix of social psychology, In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, and G. Lindzey. (Eds.). The Handbook of Social Psychology (4th). Boston: McGraw-Hill, 1998: 915-980.
2. 赵志裕, 康萤仪. 文化社会心理学 [M]. 刘爽, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.

序二

长江后浪推前浪、文化新潮接旧潮

世道与人心相生相成，互相转化，互相促进。它们间的关系，错综复杂，千丝万缕，该如何梳理？有关文化与社会心理学的论述，众说纷纭，千头万绪，又该从何说起？

千里之行，始于足下。能为启程者提供简要的导览和航海图，需要睿智，需要积学。《文化与社会心理学》的三位作者——吴莹、韦庆旺、邹智敏，是当代中国社会心理学的青年才俊。他们长期潜心于中外文化，融会东方与西方学理，贯通科学与人文。他们的学问，既不是西学的附庸，也非锁国的蛙见，却处处表现出在传统与现代、东土与西洋广阔的学术空间纵横驰骋的名家风范，让读者感受到文化新潮接旧潮的澎湃气势，令中国学坛惊叹青年学者后浪逐前浪的实力。

《文化与社会心理学》一书共九章。前两章概述文化心理学的学科范畴、发展与研究方法。第三至第六章阐释文化如何规范行为和情感，塑造人们的价值和自我意识。第七章反客为主，讨论人们如何认识、认同文化。全书强调文化的动态过程，除了陈述不同文化如何影响行为和情绪表达外，还不断提醒读者现代人生活在多元和变迁中的文化之中。本书的一大亮点是：它综述了人们如何运用和驾驭不同文化；如何利用多元文化传承赋予的知识和智慧，改良和革新当时当地的文化生活；如何穿梭于古今中外的文化传统，定义自己的身份。在全书最后两章，作者画龙点睛，重点探讨文化变迁、文化间的互动和个体心理如何互相转化，倡导一门能积极面向中国社会变迁的动态文化心理学，令人耳目一新。

本书作者积学深厚，在每章中皆能糅合前沿理论与中外科研成果，成一家之言。并能就近取譬，因境设喻，引用国人熟悉的社会现象、时人时事，阐述深邃的理论，深入浅出，文笔流畅，烛见分明。

我有缘与三位作者认识，目睹了他们的文化社会心理学的学养，如佳酿在



几番蒸馏后倍感香浓，如精钢反复锤炼后更为坚韧。荀卿曰：“木受绳则直，金就砺则利。”绳砺之功，诚可观也！

赵志裕（香港中文大学社会科学学院院长）

2016年6月15日序于杭州黄龙饭店

目 录

第一章 社会心理学中的文化研究	1
第一节 社会变迁与社会心理学的关怀	1
第二节 社会心理研究中的文化议题	7
第二章 社会心理学如何研究文化	19
第一节 社会心理学研究文化的范式	20
第二节 心理测量与跨文化比较	27
第三节 实验法与文化过程研究	35
第四节 社会心理学研究文化的新方法	43
第三章 文化与规范	50
第一节 规范的定义	50
第二节 规范形成的认知机制	59
第三节 规范的文化整合功能	69
第四章 文化与价值观	74
第一节 文化价值观的跨文化心理学取向	76
第二节 文化价值观的本土心理学取向	88
第三节 对文化信念的价值取向	95
第五章 文化与自我	107
第一节 自我的文化意义	107
第二节 自我的跨文化研究	117

第三节	自我的本土化研究	125
第四节	自我构念的情境性	132
第六章	文化与厌恶	138
第一节	厌恶情绪的文化属性	138
第二节	厌恶情绪的文化整合性	146
第三节	厌恶情绪的其他特性	155
第七章	文化与认同	160
第一节	社会认同理论	162
第二节	多元文化情境中的身份认同	169
第三节	现实情境中的身份认同	179
第八章	文化变迁	187
第一节	文化变迁的概念与研究主题	188
第二节	文化变迁模式	198
第三节	文化变迁机制	211
第四节	对文化变迁的认知	221
第九章	文化混搭心理研究	232
第一节	全球化与文化混搭现象	232
第二节	文化混搭中的排斥与融合反应	239
后 记		256

第一章 社会心理学中的文化研究

社会变迁与社会心理学的关怀

社会心理研究中的文化议题

文化与社会心理研究的碰撞

寻求解释力与外部效度

本书概览

第一节 社会变迁与社会心理学的关怀

2015年2月25日，上海大学在读博士生王磊光的一篇文章《一位博士生的返乡笔记：近年情更怯，春节回家看什么》在微信等社交媒体中被疯狂点击和转载。这篇文章以个人亲身经历，非常感性地指出中国当下农村社会发生的变迁：情感纽带的断裂、农村社会文化的衰败，以及物质主义在农村社会的蔓延，对个人情感、人际、价值观等方面的影响。以下节选原文谈及农村青年婚姻状况及财产观念的部分，可以从中看出一点端倪。

博士春节返乡记

.....

妻子。这一点主要是针对农村的男青年来说的。在今天的社会，农村男青年在本地找媳妇越来越难。一来，这是由中国男多女少的现状决定的。而且，农村稍微长得好看点的女孩子，基本都嫁到城里去了，愿意嫁在农村的女孩子越来越少。二来，农村青年讨媳妇，要具备的物质条件很高，现在普遍的一个

情况是：彩礼六到八万，房子两套，在老家一栋楼，在县城一套房。这个压力，并不比城市青年讨老婆的压力小。

过年的时候，打工的青年男女都回来了。只要哪一家有适龄女孩子，去她家的媒人可谓络绎不绝。这在乡村已成了一门生意，农村说亲，几乎到了“抢”的地步。如果初步说定一个，男方至少要给媒人五百块，最终结婚时，还要给上千的报酬，有的甚至要给到两三千。

传统的农村婚姻，从相亲到定亲到结婚，要三四年时间，男女双方有一个了解和熟悉的过程。现在却不同，年里看对的，过了年，马上定亲，然后女青年跟着男青年出去打工，等到半年过去，女方怀孕了，立刻奉子成婚。

房子。刚才已经说了，现在农村人娶老婆要房子两套，一套在家里，一套在县城。其实县城的那套房，平时都空着，只是过年时回来住，但对年轻人来说，那就是城市生活的一种代表。过年时，有的也会把父母接到县城过年，但父母住不惯，在县城过了大年，初一就赶回来了。在老家的生活是“老米酒，苑子火，除了神仙就是我”，而在县城除了那套房，什么都没有。但是，为了添置这两套房，将来给儿子娶媳妇，很多家庭是举全家之力在外打工。

车子。近些年来，对在外打工五年以上的农村青年来说，对一种东西的渴求，可能比对房子和妻子更为强烈，那就是车子。车子不一定要多么好，五万，八万，二十万，各种档次的都有。老百姓不认识车子的牌子，不知道车子的价位，只知道这些车叫“小车”。不管什么小车，关键是要有！在农村，房子是一个媒介，车子更是一个媒介——是你在外面混得好，有身份的代表，房子不能移动，车子却可以四处招摇，表示衣锦还乡。很多二代、三代农民工，当下最大的期待就是买一个车子。尤其对那些好些年没回家的人来说，他再次回家，必须要有辆车，否则他怎么证明自己？^①

城市化与蒙古族“祭火”习俗的消失

农历腊月二十三是蒙古族祭火日，以祭火祈福平安，表达对火及大自然的崇敬与尊重。蒙古族祭火习俗已经沿袭千年，至今还在发挥着它的功能。祭火习俗传承到了今天，民间有一种说法是，腊月二十三日是送火神上天的日子，火神在这一家住了一年的时间了，要上天去汇报关于这一家人好坏善恶的情况，因为草原牧人日常生活中离不开火，因此火能看到人的全部行为。牧民们

① 王磊光. 博士春节返乡记 [EB/OL]. 新华网, http://www.hn.xinhuanet.com/2015-02/26/c_1114442280.htm.

认为火是上天的使者，火神所说的话关系着来年的丰收、运气、财富等。

传统祭火仪式是这样：农历腊月二十三早上起来先把院落打扫得干干净净，厨具都擦洗干净。下午，先准备好羊胸脯肉（煮熟的），蒸的大枣米饭、黄油、奶豆腐、白酒、蒙古果子，当太阳落山之时在火撑子（平时用来做饭、烧水的四脚铁架）前摆放一张小桌，桌子中间放一盘羊胸脯肉，酒盅内倒满白酒，桌子四角放四碗大枣米饭，米饭中间插入羊毛卷成的小棍（羊毛缠绕小木棍，并在羊毛上倒入黄油，点燃），此外桌上还放有成块黄油、羊肥肉、奶豆腐，并在火撑子上的四个角挂上羊肥肉，撑子内点燃火，点火用柳树或杨树的木头，准备工作完成。

然而，这一传统的祭火仪式随着城市化进程，“村改居”的进展，牧民与农民住上楼房，并没有足够空间在每年农历二十三进行这样的祭火仪式，祭火这一习俗也随着社会变迁而渐渐被简化、替代甚至消失了。^①

微信红包与春节拜年

一到春节，家长都会在红包里面装好压岁钱，发给孩子“压岁”，微信红包在今天的春节中占据了一席之地。微信红包兴起之后，这些红包的接收对象就不再是孩子。他们可能是你的同学、朋友、同事甚至陌生人。电子红包取代了传统的实物红包发放，只需要你准备一张银行卡，绑定在微信上面，也不用跑去银行取钱，也不需要去买红包，简单快捷。打开微信两个人的聊天就先从发放红包开始。可以是几百、几块，也可以是几毛甚至几分，整个聊天的过程都能让人沉浸在拆红包的愉悦感里。

今年20岁的李女士说：“我觉得这种新的拜年方式很有意思，即使抢到的红包不多，也总能让人沉浸在拆红包的乐趣里。”每年的春节晚会结束后，网络上总是会流出各种版本的“吐槽”，但是今年关于春晚最大的话题似乎就是“抢红包”。将微信升级到最新的版本，在观看春晚的时候打开微信上的“摇一摇”，就可以参与其中的抢红包环节。有人四肢并用，有人用上了甩脂机，有人将新买的iPhone6摇坏。随着微信用户的迅速崛起，朋友圈更新的日新月异，各种商家都不会放弃这个新的宣传模式。派送一定数额的红包，网民在抢红包的时候无形之中就关注了商家的公众号，给商家做了推广。^②

① 悠然我思. 蒙古族的祭火习俗的传承及迁变 [EB/OL]. 天涯论坛, <http://bbs.tianya.cn/post-909-2588-1.shtml>.

② 微信红包逐渐成春节拜年新方式 [EB/OL] 齐鲁晚报, 2015-3-3, <http://news.163.com/15/0303/15/AJPS988T00014AED.html>.

2月13日,微信公布了猴年春节期间的(除夕到初五)的红包整体数据,微信红包春节总收发次数达321亿次。总计有5.16亿人通过红包与亲朋好友分享节日欢乐。相较于羊年春节6天收发32.7亿次,增长了近10倍。在地域上,微信红包正将影响力从一二线城市向三四线城市乃至更下级城市用户渗透。数据显示,最喜欢发红包的省份是广东,江苏和浙江紧随其后,最喜欢发红包的前三个城市是北京、深圳和广州。在发红包排名前二十的城市中,三四线城市数接近一半。^①

互联网+提升老年人自我效能感

“回家吃饭”作为一个互联网应用平台,旨在挖掘小区里的民间美食达人,以外卖配送、上门自取等多种方式,为忙碌的上班族提供安心可口的家常菜,解决对健康饮食的需求与富余生产力的对接问题。现在北京、上海、广州、深圳、杭州5个开放城市,有很多老年人在该平台上被称为家庭厨师,并在这个平台上通过自己的厨艺与分享获得相应的报酬与社会交往。

张师傅,男,66岁,已退休4年,现在是“回家吃饭APP”的家厨。退休前为某工厂职工,退休几年一直赋闲在家。直到去年听朋友介绍有这个APP,遂在儿子的帮助下,注册成为该公司家厨,并开始在网上做菜出售给上班的年轻人。张师傅说“自己刚退休的那几年感觉每天特别闲,每天也没什么事情可以做,待着特别无聊,甚至有点烦躁。做了这个(“回家吃饭”家厨)以后感觉每天充实多了,早上去买菜回来煮,下午等有人下单后做好了有快递员给他们送去。有时候,特别是周末经常会有一些上班族直接到家里堂食,还可以和孩子们聊聊天感觉特别有意思,做了几个月感觉自己年轻了几岁。”张师傅表示,之前自己退休后没想过自己还可以再做点什么,就想着就这样子度过下半生。直到做这个后才把自己原来藏着的那股自己都没意识到的不服输的劲完全激发了出来,现在每天都干劲十足。同时通过这个还能赚到不少钱,留存给儿子。有空时还可以和来家里吃饭的年轻小伙子聊聊天,听听他们工作上的事情。看着他们喜欢吃自己煮的东西也觉得特别开心。觉得这种退休生活丰富有意义多了。^②

以上故事可以让我们深刻感受到中国社会当下发生的巨大变化,从城市到

① 2016猴年春节微信红包整体数据公布:总收发321亿次[EB/OL] 腾讯科技,2016-2-13, <http://www.ithome.com/html/it/206140.htm>.

② 何其乐.“互联网+”背景下老年人角色转换的支援研究[D].北京:中央民族大学学士学位论文,2016.

农村,从青年到老年,不同地区、不同群体的人们都感觉生活方式、价值观念、社会习俗发生变化,都对社会发生巨大变化有真实、切身的体会。

在社会科学领域,城市化率是描绘某一社会发展状况的重要量化指标。社会地理学家诺瑟姆(R. M. Northam)提出的城市化S型曲线更形象地描绘了世界范围内社会发展的总体趋势。“诺瑟姆曲线”是1979年诺瑟姆对英、美等国家一二百年城市化率变化趋势的总结。该理论指出,世界各国发展过程的轨迹都可以被看作一条拉长的S型曲线。根据这条变化曲线,城市化过程分为三个阶段。一是初级阶段,指城市化率在30%以下,它对应经济学家罗斯托(W. W. Rostow)所划分的传统社会阶段,即农业占国民经济绝大比例,且人口分散分布,城市人口只占很小部分。二是加速阶段,特征是城市人口从30%增长到50%乃至70%,经济社会活动高度集中,第二、三产业增速超过农业且占GDP比重越来越高,制造业、贸易和服务业的劳动力数量也持续快速增长。三是成熟阶段,特点是城市人口比重超过70%,但仍然有乡村从事农业生产和非农业来满足城市居民的需要,城市化水平达到80%的时候就会变得缓慢。^①

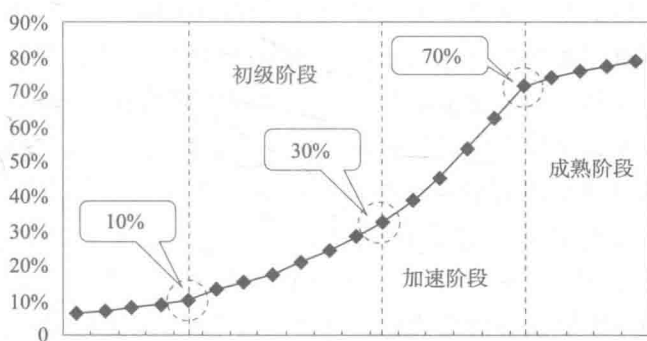


图 1-1 城市化进程与诺瑟姆曲线

这个过程包括两个拐点：当城市化水平在30%以下，代表经济发展势头较为缓慢的准备阶段，这个国家尚处于农业社会；当城市化水平超过30%时，第一个拐点出现，代表经济发展势头极为迅猛的高速阶段，这个国家进入工业社会；城市化水平继续提高到超过70%之后，出现第二个拐点，代表经济发展势头再次趋于平缓的成熟阶段，这时这个国家也就基本实现了现代化，进入

^① 陈明星,叶超,周义.城市化速度曲线及其政策启示:对诺瑟姆曲线的讨论与发展[J].地理研究,2011,30(8).

后工业社会。

根据中国国家统计局公布的数据,中国在1998年第一次城市人口比例达到30%;时隔15年,2013年城市化率超越50%,达到53.7%。有研究者指出,50%是城市化过程的节点,超过这个节点社会发展将会达到较高水平,城市文化普及最快,城市辐射力最强,城市问题与社会矛盾不断积累并被激化。^①依据这一指标,中国当下进入快速社会变迁的时代,也是社会心理学需要发挥其独特学科功用的时代,如何深入系统地探究这一社会变迁过程中人们的心态及行为变化,应当成为社会心理学研究者思考的问题。

关注社会发展带来的心理变化是社会心理学独特的学科聚焦。宏观的经济水平变化、制度的转型、自然环境变化都是反映社会变迁的客观指标,这些客观变化在个体心理上又能烙下怎样的印记?引发怎样的主观心理变化?这是近几十年世界范围内社会心理学家苦苦探索的内容。以社会发展为例,城市化过程带来的社会情境变化是社会学关注的内容,而社会发展阶段导致个人心态、信念、价值取向、规范遵从等方面的变化却是社会心理学家特有的研究范围。

美国政治科学家罗纳德·英格尔哈特(Ronald. Inglehart)通过多年数次世界价值观调查(World Values Survey,简称WVS)发现,现代化进展给人们带来物质的丰裕,而物质满足与生存安全保障将会改变人们的人生目标、信念与价值取向,引导人们的生活追求从满足基本生存需要,到追求更高级的个性化需求(详细内容请参见本书第四章“文化与价值观”)。这一世界范围内的大型价值观调查始于1981年,最近一次完成于2014年,范围之广,覆盖了全球93个国家。在这一系列的价值观调查基础上,英格尔哈特认为可以从两个维度来解析现代化及社会变迁带给人们的心态及价值取向的影响。

- 维度之一是传统价值观—世俗理性价值观。一端是指持有传统价值观的社会更强调宗教、父权、国家权威性,对堕胎、安乐死、自杀、离婚等社会失范行为的容忍度较低,另一端是指更开放、限制更少的社会情境,称之为世俗理性社会。

- 维度之二是生存价值观—自我表达价值观,一端是指经济水平低下、物质匮乏的社会使人们埋头追逐生存需求的满足,尽可能多地追求多于他人的

① 高珮义. 中外城市化比较研究 [M]. 天津: 南开大学出版社, 2004.

生存资源，形成防范、竞争、打压和排斥的行为策略，支持保护现有利益的专制主义统治；另一端是物质富足使人们摆脱生存及物质分配的压力，用包容、信任、互惠、合作的方式与人共处，开始追求个人权利、自主性、独立和尊严，在价值观上完成从“物质主义”到“后物质主义”的过渡。^①

这一视角更富有社会心理学的学科关注，侧重于社会发展与变迁对个人行为、信念、认知与价值观的影响。从诺瑟姆曲线中将城市化率作为衡量社会发展的重要指标，到英格尔哈特对物质主义—后物质主义社会类型，及生存价值观—自我表达价值观的区分，可以看到对社会发展的描述，不同学科关注不同：相比社会学重视外在社会形态的描述，社会心理学更关注这种社会发展对个人内心及行为方式的影响。这种社会发展视角，相比传统社会心理学重视即刻情境对个人心理行为的研究，也提供了纵向的、历史性的社会发展视角，拓宽了社会心理学的学科解释范围。

第二节 社会心理研究中的文化议题

文化对于社会心理学来说，并不仅是作为研究对象那么简单。纵观近五十年来全球社会心理学的发展历程，文化曾作为扩展学科视野的重要线索，同时也是美国之外的社会心理学家摆脱美国“怪异”（weird）的^②个体主义社会学束缚，关注在地和本土社会问题的重要载体。这段学科历史回顾可参考本书第二章“社会心理学如何研究文化”，在此不再赘述。本节将从两个方面展开：一是四种不同社会心理学研究范式中的文化解读；二是以社会生态视角为例，探讨重视文化研究在拓展社会心理学解释力中的应用。

一、文化与社会心理研究的碰撞——四次研究浪潮

在全球化的进程中，文化的交流越发频繁、深入。同时，文化互动同样带给社会心理学研究者深刻体验与冲击，各国社会心理学家一边学习接受美

① 陈咏媛，康莹仪．文化变迁与文化混搭的动态：社会生态心理学的视角 [M] // 赵志裕，吴莹．中国社会心理学评论：第九辑．北京：社会科学文献出版社，2015：224-263．

② Weird 是 western education industrialized rich democratic 的英文缩写，是指在以欧美发达国家中等收入人群中流行的文化，心理学曾被批判为是这种怪异文化的产物，缺少对不同文化的、低收入的、欠发达社会，或者集体主义文化心理状态的关注。