

玛珈山法政文丛

主编：汪全胜 张 铭



17



道德之重：

社会群体刻板印象内容的
维度变化

程婕婷 / 著

Morality and Compensation of Stereotype Content
Based on Chinese Social Groups



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

玛珈山法政文丛

主编：汪全胜 张 铭



17



道德之重：

社会群体刻板印象内容的
维度变化

程婕婷 / 著

Morality and Compensation of Stereotype Content
Based on Chinese Social Groups



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

道德之重：社会群体刻板印象内容的维度变化/程婕婷著. —北京：
知识产权出版社，2017. 12

(玛珈山法政文丛/汪全胜，张铭主编)

ISBN 978 - 7 - 5130 - 5345 - 7

I. ①道… II. ①程… III. ①社会调查—调查报告—中国 IV. ①D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 314216 号

责任编辑：李学军

责任出版：刘译文

装帧设计：刘 伟

道德之重：社会群体刻板印象内容的维度变化

程婕婷 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：北京市海淀区气象路 50 号院	邮 编：100081
责编电话：15611868862	责编邮箱：752606025@qq.com
发行电话：010 - 82000860 转 8101/8102	发行传真：010 - 82000893/82005070/82000270
印 刷：北京中献拓方科技发展有限公司	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：14.25
版 次：2017 年 12 月第 1 版	印 次：2017 年 12 月第 1 次印刷
字 数：235 千字	定 价：65.00 元

ISBN 978 - 7 - 5130 - 5345 - 7

出版版权专有 侵权必究

如有印装质量问题，本社负责调换。

玛珈山法政文丛

编辑委员会

主 编：汪全胜 张 铭

委 员：（以姓氏笔画为序）

王瑞君 刘 军 张 乐

姜世波 姜爱丽 赵 沛

焦宝乾

总 序

山东大学（威海）法学院是年轻的法学院。说它年轻，一是成立的时间很短，比不上动辄百年或者少说几十年历史的法学院，如果从1994年山东大学威海校区筹建法律系招收经济法专科起算，2014年才迎来它的20年诞辰。如果说有“法学院”名称，那也就是不到10年的时间。2004年，威海校区院系整合，设“法学院”，将原马列部的行政管理专业、社会工作专业并到法律系，建法学院，由谢晖教授出任法学院首任院长。二是师资队伍年轻，平均年龄据我估算，可能也就是40岁左右吧。目前，法学院教职员工70余人，除原有师资以外，对学院师资引进作出贡献的有两位人物：一位是从河南大学来山东大学威海校区任法律系主任的陈金钊教授，学科初建、专业方兴，陈金钊教授引进了不少人才；另一位就是谢晖教授，2004年及其后几年，其广纳国内高校的青年才俊。法学院的人才引进不仅引起了国内的注目，更是成效显著。自2004年始，科研产出占整个威海校区文科学科的一半甚至还多，是山东大学威海校区乃至山东大学的增长点。年轻，不等于没有资历。在这20年的发展过程中，一些学科、一些学者在国内渐有声望，法律方法论研究中心2006年被批准为山东省人文社会科学重点基地，逐渐形成了一支职称结构、年龄结构、学历结构、学缘结构都比较合理的学术团队；陈金钊、谢晖、焦宝乾、桑本谦等学者在国内学术界的影响日显，陈金钊、谢晖被称为著名法学家也不为过。山东大学（威海）法学院的声誉、影响力并不比那些有一定历史的法学院低或小，说起山东大学（威海），至少在法学界，会让人联想到山东大学（威海）法学院吧。

学院的发展离不开人才，学科的发展也离不开人才，没有人才或者没有很好的人才成长平台，发展从何谈起?! 山东大学（威海）法学院一方面继续延揽人才，为他们创造良好的成长环境，另一方面对于现有人才也想方设法给他们成长的空间，让他们在威海生活得开心、舒心、放心。威海是最适宜人居的城市，但是仅有这样的自然环境还是远远不够的。这几年，一些人追求更高的平台、更大的发展空间，离开威海。先有主张“华夏多元学术文化格局”，不赞成“大家者流，争聚京华皇城脚下”的谢晖教授北上京城；再有为法律系初建、迎着重重困难顶着种种阻力而发展学科、提升层次的陈金钊教授南下华政；还有如罗洪洋教授、桑本谦教授、谢维雁教授、董学立教授、苗金春教授诸君，或东奔，或西走。诚然，人才流动是一种正常现象，但是对我们山东大学（威海）法学院来说未尝不是一种损失，甚至是巨大的损失。

人才、学科是山东大学（威海）法学院发展的着力点。法学院现已形成了法律方法论重点学科、刑法学科、国际法学科、政治学科、立法学科、行政管理学科等学群，一些青年才俊也迅速成长。2013年，山东大学威海校区启动学科建设资金，对法律方法论学科给予重点扶持。自2014年始，法律方法论作为一个专业，将独立招收博士研究生，这是一个很好的发展机遇，也是我院学科发展的良好平台。法律方法论学科（基地）有了学校的支持，有了该学术团队的精诚合作，我相信，该学科还有更大的发展空间。学校学科政策扶强不扶弱，但对于学院来讲，除了重点学科之外，还有更多其他的学科，也需要有一定的政策与经费支持，不能发展一个学科，其他学科就不再考虑了。目前，除了法律方法论学术团队以外，我院其他各专业、各学科人才成长也很快，每年都有教师博士毕业，或主持省部级以上课题。随之，博士论文或课题成果的出版也面临问题。如何扶植这些成长的学科，如何扶持这些年轻才俊，让他们尽快成长，更重要的是，将这些成果推向社会，扩大法学院的影

响，这些问题亟须规划与考虑。在这样的背景下，法学院学术委员会经过商议，决定设立“玛珈山法政文丛”，资助年轻教师学术著作的出版，以振兴法学院的学术，继续保持或扩大法学院的发展强势。

这里我首先要感谢知识产权出版社的李学军编辑，因为他的促成与努力，我们才能够将出版文丛的想法付诸实施。法学院与知识产权出版社共同策划、出版“玛珈山法政文丛”，每年计划出版3~5本，为我院青年才俊提供成果展示的平台。我相信，“玛珈山法政文丛”的出版，一方面会为我国学术研究增加些许色彩，另一方面也为学界同仁了解山东大学（威海）法学院、山东大学（威海）的学人，提供一个很好的窗口。

本文丛的出版，得到了知识产权出版社特别是李学军编辑的大力支持与帮助，也得到了山东大学（威海）学科发展经费的资助，在此，特表示诚挚的谢意！

汪全胜

于威海玛珈山下枕涛书斋

2013年11月17日

目 录

第一章 前 言 /

第一节 理论依据 3

一、刻板印象内容模型 4

二、社会认同理论 15

三、系统公正理论 17

第二节 问题提出 20

一、刻板印象内容模型的再探讨 21

二、刻板印象内容的本土化 22

三、补偿性刻板印象 29

四、本研究拟探讨的问题 31

第三节 研究设计 32

一、研究方法 33

二、研究框架 39

第二章 社会群体刻板印象内容的维度完善 40

第一节 社会群体的刻板印象内容模型与偏差地图 40

一、研究一：社会群体刻板印象内容模型与偏差地图 40

二、研究二：刻板印象内容模型预测偏差地图的不稳定性 58

三、研究三：提取不同维度组合的社会群体框架结构 71

四、讨论 78

第二节 刻板印象内容模型的道德维度提取 83

一、研究四：描述群体刻板印象内容的词汇 84

二、研究五：社会群体刻板印象内容维度的探索性因子分析 87

三、研究六：社会群体刻板印象内容维度的验证性因子分析 95

四、讨论 106

第三章 社会群体刻板印象内容的补偿变化 112

第一节 刻板印象内容补偿现象——以农民工群体为例 113

一、研究七：刻板印象内容的维度补偿现象（一） 114

二、研究八：刻板印象内容的共识补偿现象（一） 116

三、研究九：刻板印象内容的时间补偿现象（一） 123

四、讨论 127

第二节 刻板印象内容补偿现象——以大学生为例 131

一、研究十：刻板印象内容的维度补偿现象（二） 133

二、研究十一：刻板印象内容的共识补偿现象（二） 147

三、研究十二：刻板印象内容的时间补偿现象（二） 159

四、讨论 166

第四章 总 论 172

第一节 结 论 172

一、偏差地图分离 172

二、社交性和道德划分中国社会群体框架结构的作用不同 173

三、道德是刻板印象内容的新维度 174

四、内群体的刻板印象内容具有补偿现象 175

第二节 讨 论 178

第三节 创新、意义、不足、展望 186

参考文献 194

附 录 208

后 记 211

第一章 前言

“刻板印象”一词是西方心理学的舶来品，其英文表述“stereotype”源自“stereos”和“typos”两个希腊词语的结合，“stereo”意指坚硬的、稳定的、坚固的，“typos”则表示一种标识、记号，或一种模型，所以，“stereotype”的中文直译为稳定的模型或坚固的记号。本土心理学界将“刻板”和“印象”组合为对应的学术名词，前者兼具印刷模版的明意和呆板无变化的隐喻，体现难以改变的含义，后者表示客观事物落迹于人脑的映像，指出主体对客体的反应效果。从这一概念的中文释义不难看出，刻板印象的内涵包括三个方面：一是刻板印象的稳定性，刻板印象一旦形成难以改变，但未必不能变化；二是刻板印象的主观性，刻板印象是主体对客体的认知，个体多以自身的观念或期望为基础，认识外界的人或事，即使存在认知偏差和错误，恐怕也是“知错难改”；三是刻板印象的互动性，刻板印象是一种静态的社会认知图式，也是个体与个体、个体与群体、群体与群体之间通过语言、非语言、信息等各类符号互动后的结果之一，由此从互动中研究刻板印象亦有可行之处。刻板印象一词的使用最早可追溯到1824年，直至1922年Lippmann的《公众舆论》（*Public Opinion*）问世，学术界才正式认可刻板印象的相关研究。

刻板印象是人们有关某一群体成员的相对固定的观念或期望所构成的认知结构以及特定的社会认知图式，它对人们的社会认知和行为有着重要的指导作用。^{①②③} 比如，个体可能因某些国家对枪支管理的

① Gilbert D T, Fiske S. T., Lindzey G. (Eds.) *Handbook of Social Psychology*. Boston: McGraw - Hill, 1998, 2: 357 - 411.

② Fiske S. T. *Social Beings: A Core Motives Approach to Social Psychology*. John Wiley Sons, 2004, 398 - 400.

③ 管健：“刻板印象从内容模型到系统模型的发展与应用”，载《心理科学进展》2009年第4期，第845~851页。

规定而提升对该国的危险性评价，也可能对女性群体存在数学能力低于男性群体的印象而预判个别女性的相关能力，此二者分别是地域刻板印象和性别刻板印象的一种表现。此外，人们还普遍存在职业、年龄、种族、文化等多种刻板印象的类别。针对一系列的刻板印象，纵观该领域的研究历程，大致分为四个阶段：（1）刻板印象的概念界定以及不同群体刻板印象的描述，刻板印象一般被归入观念的范畴，比如，Katz 和 Braly 研究种族刻板印象时认为，刻板印象主要是个体主观认定和观察的结果，客观事实多被忽略^①。Vinacke 界定刻板印象为个体感知特定对象或人的经验性总结^②。（2）刻板印象的作用，如何参与并影响个体其他心理现象和活动。比如，使偏见态度合理化的功能，影响注意、行为、决策、知觉等社会信息加工过程，并以简化作用为主。（3）刻板印象的产生和加工机制，包括社会认同理论、社会认知理论和社会环境理论的理论解释，纯抽象模型（Pure Abstraction Models of Stereotypes）、纯样例模型（Pure Exemplar Models of Stereotypes）、混合模型（A Mixed Model of Stereotypes）和联结模型（Patterns that Connect the Connectionist Perspective）的表征组织结构模型，以及来自 ERP 和 fMRI 脑成像研究体现刻板印象的抑制、注意偏向、语意表征等认知成分和前扣带回—背外侧前额皮层、杏仁核、内侧前额皮层及颞顶联结区等脑区参与的认知加工。（4）刻板印象的内容，对社会群体的刻板印象内涵实现结构化，建立刻板印象内容模型的同时，对不同群体的情绪和行为、社会框架进行预测。

对于上述研究，如果仅以弄清刻板印象的来龙去脉为目标，恐怕有损刻板印象的社会价值体现。种族、性别、地域、年龄等多种类别的刻板印象存在也好，个体情绪、行为和社会互动受刻板印象影响也罢，刻板印象究竟以怎样的情形根植于个体的心理和行为之中？又能以怎样的可操作性面孔被社会大众所接受并应用于日常生活之中？这些应该成为刻板印象领域实现“接地气”的部分研究目标。一直以来，心理学者普遍面临的尴尬是用晦涩难懂的学术语言解释个体习以

① Katz D., Braly K. W., Racial Prejudice and Racial Stereotypes. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1935, 30 (2): 175.

② Vinacke W. E., Stereotypes as Social Concepts. *The Journal of Social Psychology*, 1957, 46 (2): 229 - 243.

为常的生活现象，加之专业的学术研究成果超出个体对自身行为层面的理解，心理学逐渐成为既与人类密切相关，又令人类倍感神秘的学科之一。所以，本书试图回归刻板印象研究的最表层内容——刻板印象是什么，从刻板印象内容表征的变化规律着手，结合已有研究发现的认知补偿现象，分析群体处于不利于自身的社会环境下，刻板印象调节个体心理和行为的作用。

第一节 理论依据

刻板印象最初被认为是个体认同，即个体依据周围环境而对某社会群体形成初步信念，继而影响个体与该群体成员的互动。例如，Lippmann 认为刻板印象是个体看待社会世界时，在头脑中所形成的图像（picture in our heads）^①，反映个体在社会化过程中习得的文化、语言和思考方式；Ashmore 和 Del Boca 将刻板印象定义为关于某一群体的个人属性的观念的结构性集合^②；Mackie 认为刻板印象是人们刻画一种社会类别是否具有高度一致属性的观念^③。这种个体认同论的刻板印象定义往往都以认知图式（cognitive schema）为理论基础，因为图式作为界定概念的特征与性质的概括性知识结构，它既能将社会信息意义化，并进一步加工处理过于简化的重要信息^{④⑤}，还可以在个体记忆层面说明刻板印象的保持与实际应用的机制。

伴随着主流社会心理学的个体取向受到抨击，学者普遍认为社会心理学的研究不能忽略和遗忘人类思想中的社会的、集体的、意义的特性，应关注社会中的个体以及个体与社会之间的互动。因此，一种

① Lippmann W. Public Opinion. Transaction Publishers, 1932.

② Ashmore R. D., Del Boca F. K. Sex Stereotypes and Implicit Personality Theory: Toward a Cognitive—Social Psychological Conceptualization. Sex Roles, 1979, 5 (2): 219—248.

③ Mackie M. Arriving at “Truth” by Definition: The Case of Stereotype Inaccuracy. Social Problems, 1973, 20: 431—447.

④ Fiske S. T., Taylor S. E. Social Cognition, 1991. Social Cognition (2nd Ed.). xviii, 717 Pp. New York, NY, England: McGraw—Hill Book Company, 1991.

⑤ Markus H., Zajonc R. B. The Cognitive Perspective in Social Psychology. Handbook of Social Psychology, 1985, 1: 137—230.

有别于个体认同论的社会认同论 (Social Identity Theory)^① 开始建构, 刻板印象则作为群际过程和群体过程现象而被置于一种非还原主义的研究策略之中。尽管刻板印象依然被视为个体信念, 但这些信念不再是独立于个体, 而是关于他(她)从属于某一社会群体, 以及对作为社会成员的他(她)而言具有显著感情和价值的东西。这一点既能解释群体成员持有相同或近似的刻板印象, 又表明了个体附属并投身于他们所属特定社会群体之中的过程。社会认同的意义就在于此。

一、刻板印象内容模型

刻板印象内容模型 (Stereotype Content Model, SCM) 由 Fiske, Cuddy, Glick 和 Xu 于 2002 年提出, 是以热情 (warmth) 和能力 (competence) 为基础界定二维模型的两个维度, 进而假设它们对外群体分布的决定作用。根据社会认知领域的研究, 热情 (warmth) 维度的提出意图对群体的敌友性 (friend-foe) 进行分辨, 明确其帮助或伤害他人的程度, 并通过能力 (competence) 维度判断该群体是否具备实践这种帮助或伤害的相关条件。具体来讲, 热情维度涵盖友善、乐于助人、真诚、诚信和道德等方面, 能力维度则涉及智力、技能、创造力和效能等领域^②。

刻板印象内容模型先后得到德国、法国、英国、意大利、荷兰、保加利亚、美国、挪威、西班牙、比利时、墨西哥、中国香港、韩国、日本、多米尼亚、哥斯达黎加、犹太和穆斯林的以色列地区等十余个国家和地区的跨文化研究验证。此外, 该模型还在不同的群体, 如亚裔美国人群体、女性群体、精神疾病群体、种族群体、移民群体、老年群体、同性恋群体以及黑人群体中得到了验证。可见, 刻板印象内容模型的跨文化稳定性及其影响力不容忽视。

(一) 刻板印象内容模型与偏差地图

刻板印象内容模型主要提出了如下四个前提假设:

第一, 大多数刻板印象是混合的, 即群体在热情和能力两个维度

① Tajfel H., Turner J. C. The Social Identity Theory of Inter-group Behavior. In S. Worchel L. W. Austin (Eds.), Psychology of Intergroup Relations. Chicago: Nelson-Hall, 1986.

② Fiske S. T., Cuddy A. J., Glick P. Universal Dimensions of Social Cognition: Warmth and Competence. Trends in Cognitive Sciences, 2007, 11 (2): 77-83.

的评价上存在显著差异,呈现“此高彼低”的混合印象。

第二,群体的社会处境可以预测刻板印象,表现为不同群体的社会处境与其刻板印象内容保持稳定的关联性,即群体的社会地位可以显著预测其能力值,群体的竞争性可以显著预测其热情度。而这种地位和竞争性主要体现为群际之间的相对差异,并不强调某一群体在社会生活中所获得的绝对社会地位和竞争性。

第三,评价者倾向给予自身所属群体较高的评价,即参照群体偏好,包括对内群体和社会原型群体,表现为能力与热情的评价分值普遍高于其他群体。

第四,评价者倾向给予自身所属群体之外的群体较低的评价,即外群体贬抑,表现为能力与热情中至少有一个维度的评价分值会明显低于参照群体。

刻板印象内容模型的基本框架结构为依据热情和能力将社会群体归类于四个群体丛:高热情—高能力群体丛(High Warmth - High Competence, HW - HC)、高热情—低能力群体丛(High Warmth - Low Competence, HW - LC)、低热情—高能力群体丛(Low Warmth - High Competence, LW - HC)和低热情—低能力群体丛(Low Warmth - Low Competence, LW - LC)。群体成员的偏见类型在这四种独特的群体位置认知过程中得以体现。例如, Fiske 等人通过大量的实证研究发现,美国中产阶级等是高热情—高能力的代表群体;犹太人、富人和亚裔美国人是低热情—高能力的代表群体;残疾人、老人等是高热情—低能力的代表群体;流浪汉、吸毒者和乞丐等是低热情—低能力的代表群体^①。Carlsson 等人采用传统的内隐联想法同样证实大学生被试对幼儿园教师和律师两个群体的混合刻板印象,以及内群体偏好^②。

偏差地图可谓是刻板印象内容模型的扩展与丰富。尽管刻板印象内容模型对于刻板印象的研究起到了深化作用,并将其引入实践应用之中,但刻板印象作为个人内部心理活动的表征,必然脱离不开外在

① Fiske S. T., Cuddy A. J. C., Glick P. S., Xu J. A Model of (often mixed) Stereotype Content: Competence and Warmth Respectively follow from Perceived Status and Competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002, 82: 878 - 902.

② Carlsson R., Björklund F. Implicit Stereotype Content: Mixed Stereotypes Can Be Measured with the Implicit Association Test. *Social Psychology*, 2010, 41 (4): 213.

情绪及行为的体现，而刻板印象内容模型却只能停留于内部表征的层面。基于此，Cuddy, Fiske 和 Glick 集刻板印象内容模型、群际情绪、行为反应为一体，开创性地建立了刻板印象的偏差地图：群际情绪—刻板印象—行为趋向系统模型（Behaviors from Intergroup Affect and Stereotypes Map, BIAS Map），以弥补刻板印象内容模型在解释矛盾行为方面的不足^①。因为 SCM 认为人们存在矛盾的刻板印象，他们针对四个群体丛会产生四种不同的群体情绪，依次表现为：高热情—高能力群体唤醒的钦佩情绪（Admiration），如自豪和赞美；低热情—高能力群体唤醒的嫉妒情绪（Envy），如忌妒和羡慕；高热情—低能力群体唤醒的怜悯情绪（Pity），如可怜和同情以及低热情—低能力群体唤醒的轻视情绪（Contempt），如嫌弃和贬低^②。尤其是对于高热情—低能力群体丛，老人、残疾人等会被喜欢但却不值得敬佩，与此相反，引发嫉妒情绪的低热情—高能力群体丛，如富人、亚裔美国人等虽然能干却不讨人喜欢。而矛盾刻板印象必然与更为复杂的行为系统相联结。这一点上，刻板印象内容模型对此解释的空白恰好被偏差地图所弥补，即不同的偏见被认为均包含二元因素——否定层面和肯定层面，二者均根植于群体对社会结构的评价。认知维度（刻板印象）、情感维度（情感偏见）和行为维度（歧视）三者同样具有系统性、功能性和预测性。情绪比行为更能有效地预测刻板印象^③。

尽管偏差地图基于刻板印象内容模型而建立，但它却假定热情为首要维度，能力居于次要地位。具体表现为首先由热情的高低确定行为的积极性与否，如果群体被判定为热情的，则引发主动助长行为，即帮助或保护，明显体现让该群体从中获益的意向，否则便导致主动伤害行为，即攻击或反抗，以损害其利益为目的。随后才是在能力维度上，高能力群体唤起被动助长行为，如合作或联系；低能力群体引发被动伤害行为，如忽略与漠视。图 1.1 详细展现了在刻板印象内容基础上进一步细化的偏差地图。

① Cuddy A. J. C., Fiske S. T., Glick P. The BIAS Map: Behaviors from Intergroup Affect and Stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2007, 92: 631-648.

② 管健：“刻板印象从内容模型到系统模型的发展与应用”，载《心理科学进展》2009 年第 4 期，第 845~851 页。

③ 同上。



图 1.1 刻板印象内容模型与偏差地图的示意图

(引自: 管健, 2009)

值得注意的是, 偏差地图中的四种行为方式暗含着两个基本维度——主动—被动与助长—伤害。主动与被动的区别具体表现为直接与间接、外在与隐蔽、强烈与不强烈、公然与回避, 如歧视领域中的鄙视、公然反对与抵抗就是主动行为体现, 而委婉地拒绝提供帮助和给予雇佣机会则是被动且隐蔽式的偏见。在第二个维度上, 助长引发表面的赞同行为, 伤害则顾名思义会对群体产生有害结果。具体来说, 主动助长是积极性情感主义取向, 合作、支持、帮助等行为都是基于有意的目标; 主动伤害却促使偏见合法化, 伤害目标; 被动助长行为是典型的工具主义取向, 为了谋求长远的共同利益而不得不进行合作; 被动伤害是不作为的消极应对。

偏差地图已经在不同群体, 甚至经过不同方法进行了验证性研究。如 Maddux, Galinsky 和 Cuddy 等人利用偏差地图研究亚裔群体刻板印象中较为负面或否定的态度、情感和行为之间的关系, 发现现实主义威胁在其中具有重要机制。结果显示, 亚裔美国人在美国白人眼中是积极与消极的混合体, 积极表现为聪明、努力、勤奋和自律, 消极表

现为狡猾、自私、排斥公共事务等^①。在解释消极表现时，Maddux 等人强调亚裔群体所属的外群体给美国白人所带来的现实主义威胁，使其认为增强了社会生活中的教育、工作、经济等资源的竞争性^②。Lin, Kwan、Cheung 和 Fiske 等人通过比较美国白人对亚裔群体和黑人群体的刻板印象发现，这两种刻板印象完全不同，对黑人是完全轻蔑的人种偏见，而对亚裔则是矛盾性偏见，即认为亚裔能力高但社交性很弱^③。因而，基于偏差地图的研究表明，被试对两个群体的情绪唤醒和行为反应是完全不同的。

（二）认知神经机制

从认知机制上看，刻板印象是大脑对社会信息的一种自动的类别化加工过程^④。对此，刻板印象内容模型的热情和能力二维结构划分社会群体框架，四类群体从刺激刻板印象认知加工的脑区反应存在差异。尽管刻板印象内容模型的发展特点为探究认知（刻板印象）、情感（情感偏见）和行为（歧视与污名）元素的三维整体化，但近期研究主要集中在刻板印象内容和情感偏见两者间的关系上，发现前额皮层（prefrontal cortex, PFC）、岛叶（insula）、前扣带回（anterior cingulate cortex, ACC）、杏仁核（amygdala）等涉及刻板印象认知加工或情绪加工的脑区，对于不同群体成员存在激活差异。

内侧前额皮层（medial prefrontal cortex, mPFC）是参与社会互动和社会认知的重要脑区，与刻板印象表征的关系密切，一般伴随两种认知过程产生激活状态与差异，一种是个体对自我或他人进行认知判断，另一种是个体对人与物的区别感知。前者是研究 mPFC 与社会认知关系的主要方法，涉及心理理论、社会推断与决策、情绪认知、道德判断、自我认知等多种社会认知研究。后者是在前者基础上，将非

① Maddux W. W., Galinsky A., Cuddy A. J. C., Polifroni M. When Being a Model Minority Is Good... and Bad: Realistic Threat Explains Negativity toward Asian Americans. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2008, 34: 74-89.

② 同上。

③ Lin M. H., Kwan V. S., Cheung A., Fiske S. T. Stereotype Content Model Explains Prejudice for an Envied Outgroup: Scale of Anti-Asian American Stereotypes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2005, 31 (1): 34-47.

④ 贾磊、罗俊龙、肖肖、张庆林：“刻板印象的认知神经机制”，载《心理科学进展》2010年第12期，第1909-1918页。