

人情与面子

中国人的权力游戏

Favor and Face: Power Game of Chinese

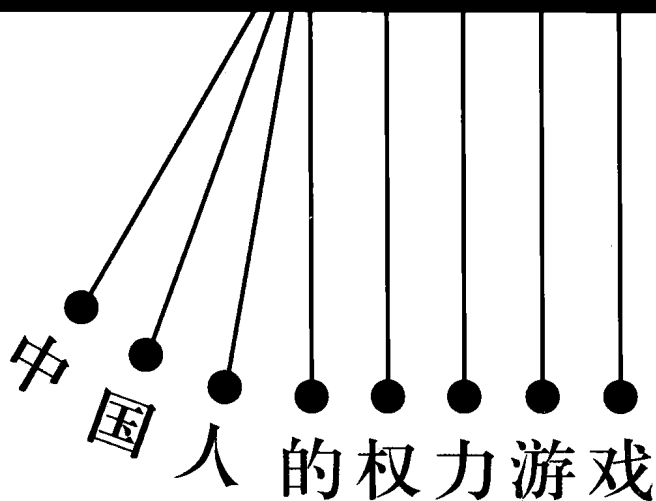
黄光国 胡先缙 等 著 黄光国 编订

“总是要给点面子的嘛！”

这是解开中国人权力游戏的密码！

人情与面子

Favor and Face: Power Game of Chinese



黄光国 胡先缙 等 著 黄光国 编订

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

人情与面子:中国人的权力游戏/黄光国等著.

北京:中国人民大学出版社,2010

ISBN 978-7-300-11911-3

I. ①人…

II. ①黄…

III. ①人间交往—社会心理学—研究—中国

IV. ①C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 201821 号



人情与面子——中国人的权力游戏

黄光国 胡先缙 等著 黄光国 编订

Renqing yu Mianzi

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 发行热线:010-51502011

编辑热线:010-51502017

网 址 <http://www.longlongbook.com>(朗朗书房网)

<http://www.crup.com.cn>(人大出版社网)

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京温林源印刷有限公司

规 格 155 mm×230 mm 16 开本

版 次 2010 年 11 月第 1 版

印 张 18.5 插页 2

印 次 2010 年 11 月第 1 次印刷

字 数 186 000

定 价 26.80 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

新版序言：从《人情与面子》到社会科学的革命

《人情与面子：中国人的权力游戏》这篇论文可以说是我学术生涯中的扛鼎之作。1983年夏天在香港中文大学召开的“现代化与中国文化研讨会”，是海峡两岸分隔三十余年后，双方社会科学工作者首度齐聚一堂的学术研讨会。开会之前，我知道大陆代表将由著名的社会学家费孝通先生领军，所以刻意写成这篇论文，准备和费老提出的“差序格局”对话。就我印象所及，这篇论文当时并没有引起与会人士的热烈讨论，可是它对我个人后来学术生涯的发展却造成了重大的影响。

这篇论文经过数度修改之后，其英文版刊登在1987年出版的*American Journal of Sociology*之上。AJS是美国社会学界的顶尖期刊，有一百多年的历史。在此之前，在这份刊物上发表论文的中国学者，屈指可数。或许是因为这个缘故，这篇论文发表之后，便一直广为国际社会科学界所引用。“人情与面子”的理论问世之后，我以这个理论模式为基础，又写了一系列论文，集结成一本名为《中国人的权力游戏》的专书，1988年由巨流图书公司出版。到了2004年，中国人民大学出版社将这本书所收录的论文略作调整后，改名为《面子：中国人的权力游戏》，在大陆出版简体字版，销路相当畅旺。

在撰写这些论文的时候，我同时投入了杨国枢教授发起的“社会科学本土化运动”。参与这场学术运动的经历，使我深刻体

会到：台湾学术研究水平低落的关键，在于中国学者对于近代西方科学哲学的演变缺乏“相应的理解”，无法真正掌握西方文明中独特的精神意索。在西方的文化传统里，哲学是学术之母，学院中讲求的知识，都是建立在其哲学基础之上。在西方大学中攻读博士学位，不管念的是哪一个学科，最后拿到的学位，都是“哲学博士”(Doctor of Philosophy, Ph. D)，道理即在于此。

为了让国内的年轻学者了解西方科学哲学的演变，我又花了十几年的时间，撰写了一本《社会科学的理路》。介绍 20 世纪里 17 位最重要的哲学家关于本体论、知识论和方法论的主张。这本书分为两大部分，前半部讨论“科学哲学”，主要是侧重于“自然科学的哲学”，尤其强调由“实证主义”到“后实证主义”的转变；后半部则在论述“社会科学的哲学”，包括结构主义、诠释学和批判理论。由于包括心理学在内的许多门社会学科，都同时兼具“自然科学”和“社会科学”的双重性格，一个年轻学者如果想要在自己的研究领域里有所创发，非得要先了解这两种“科学”的哲学基础不可。

从 1997 年暑假起，我开始参加“亚洲社会心理学会”，并在 2003 至 2005 年间，担任该会会长。这段经历又让我深刻体会到：对西方科学哲学缺乏“相应的理解”，造成学术研究水平的低落，并不是中国独有的问题，而是非西方国家共有的问题。因此，我下定决心，以自己的研究为例，说明突破这种困境的途径。

从 2000 年元月，我开始担任“教育部”“华人本土心理学研究追求卓越计划”主持人。在执行卓越计划的八年期间，我殚精竭虑，一面思考跟心理学本土化有关的各项问题，一面从事研究，撰写论文，在国内外学术期刊上发表。收录在本书中的《儒家社会中的道德与面子》，即该段时期内完成的作品之一。该项计划于

2008年初结束之后,我又以将近一年的时间,整合相关的研究成果,撰成《儒家关系主义:哲学反思、理论建构与实证研究》一书,并于2009年出版。

这本书是以“后实证主义”的科学哲学作为基础,强调:本土心理学的知识论目标,是要建立由一系列理论所构成的科学微观世界,既能代表人类共有的心智,又能反映文化特有的心态。基于这样的前提,我一面说明建构“人情与面子”理论模型的理念,并以之作为基础,分析儒家思想的内在结构,再对以往有关华人道德思维的研究做后设理论分析,然后从伦理学的观点,判定儒家伦理的属性,接着以“关系主义”的预设为前提,建构出一系列微型理论,说明儒家社会中的社会交换、脸面概念、成就动机、组织行为和冲突策略,并用以整合相关的实证研究。

2010年7月23—27日,在印度尼西亚日惹 Gadjah Mada University召开的“第一届国际本土及文化心理学会议”上,“亚洲本土及文化心理学会”宣布成立,我被推选为会长。在作主题演讲时,我引述西方学者的研究成果,强烈批评现代世界主流的社会心理学理论,大多是以欧美国家的大学生作为受试者而建构出来的。这种以“个人主义”作为预设的心理学理论,其实是非常“怪异”(WEIRD)而不适用于非西方国家的。亚洲本土及文化心理学会的主要使命,就是以“关系主义”作为预设,建构一系列的理论,来取代西方“怪异的”心理学理论。

从 Thomas Kuhn(1969)“科学革命”的概念来看,建构以“关系主义”作为预设的心理学理论,其实就是要推动一场学术界的“科学革命”,解构目前西方主流的“个人主义”心理学,本书最后一篇论文《发展本土心理学的知识论策略》,便是以《儒家关系主义》一书中建构的理论为例,说明非西方国家的心理学者应当如

何发动这场学术革命,以建立自主的民族心理学。

目前我已经将《儒家关系主义》一书译成英文,并在国际学术期刊上陆续发表一系列论文,希望带动亚洲本土的文化心理学会来进行这场宁静的科学革命。《人情与面子:中国人的权力游戏》的理论模型,正是这场革命的奠基石。我期盼大陆学术界人士审慎思考这场学术革命的意义,大家共同努力,摆脱我国社会科学受西方理论宰制的学术殖民处境!

黄光国

2010年8月18日

目 录

- 新版序言：从《人情与面子》到社会科学的革命 … 黄光国 (1)
- 人情与面子：中国人的权力游戏 …… 黄光国 (1)
- 中国人的面子观 …… 胡先缙 (45)
- 儒家社会中的道德与面子 …… 黄光国 (71)
- 华人社会中的脸面与沟通行动 …… 黄光国 (127)
- 中国政治联盟特殊关系的初步模式：
台湾乡镇中的人情和关系 …… Bruce J. Jacobs (155)
- 科举制度下的权力游戏：《儒林外史》中
“范进中举”的社会行为分析 …… 黄光国 (197)
- 帝制中国官僚体系中的暗盘管理 ……
……… Richard L. A. Sterba (221)
- 儒家关系主义与华人企业的组织文化 …… 黄光国 (239)
- 发展本土心理学的知识论策略 …… 黄光国 (258)

人情与面子：中国人的权力游戏^①

黄光国

西方有关人际行为及交易法则的研究应当扩大其视野，不应单只假设每个社会的社会化都是要求个人依据自我的利益做出理性的决定。最近的研究结果显示：中国社会与其他类似的社会所遵循的法则与西方迥然不同。这些社会十分重视“报”的规范，这些规范又因人们在差序性“关系网”中所处的相对位置、彼此间“义务”的性质以及双方长期刻意操作面子及其他观念所造成的义务不同而有所改变。这些特殊的文化象征以及有权力的领导者在历史上长期垄断有价值的资源，可能有助于解释这些行为形态的产生。有些外来的力量可能使它们发生变化，可是同时也有一些因素会使这些行为形态不因政治及经济环境的变迁而有所改变。

长久以来，强调社会和谐性及人际关系的合理安排一直被认为是中国文化最显著的特性之一（Abbott, 1970）。许多社会科学

^① 本文最早于1983年3月在香港中文大学所举办的“中国文化与现代化研讨会”上宣读。经数度修改后，其英文版曾刊登于《美国社会学刊》上。英文版之题目及出处为“Face and Favor: The Chinese Power Game,” *American Journal of Sociology*, Vol. 92, No. 4, January 1987, 944—974。

家曾经注意到,在中国语言中有些本土性的概念常为人们用以定义人际关系之安排的合理性。他们曾经试图阐释诸如“人情”(金耀基,1980)、“面子”(Ho,1974;Hu,1944;King and Myers,1977)、“关系”(乔健,1982;Jacobs,1979)与“报”(文崇一,1982;Yang,1957)等本土性概念的意义及重要性,他们的努力对于深入了解中国人的社会行为的确有所贡献。不过,以往的研究大都偏重于厘清其中一两个概念,而未曾整合这四个概念。

本论文的目的,是以社会交易理论为基础,发展出一套理论架构来解释这些概念之间的动力关系。笔者认为,这个理论架构不仅描绘出中国社会中社会行为的原型,同时也可以作为解释大多数文化中社会互动过程的一般性模式,尤其适用于“集体主义”的文化。许多研究“正义理论”的学者主张,在群体里,人们经常根据三种法则来进行社会交易或分配社会资源,它们是“公平法则”、“均等法则”和“需求法则”。

“公平法则”认为每个人都应当依其贡献比例的大小,获得相当的报酬。在“以经济生产力为主要目标的利益导向的情境中”(Deutsch,1975,P.143),在“接受者的主要责任是有效率地完成工作”(Leventhal,1976 b:P.216),或者当“互动双方不把对方当做个人,而只要考虑彼此所扮演的角色关系”时(Lerner,1975;1977),此一法则最常为人所引用。

“均等法则”不管每个人客观贡献的大小,要求大家一律平均分摊利润及损失。它适用于重视分工合作、团结和谐的情境下,强调“促进或维系和乐之社会关系”的场所(Deutsch,1975,P.146),当“接受者之间的和谐及团结十分重要”的时候(Leventhal,1975 a:P.218),或者当个人视对方为“人”,而不是某一社会地位之占有者的时候。

“需求法则”认为利润、成果或其他利益的分配应该满足接受者的合理需求，而不管他们个别的贡献大小。它适用于一个亲密的社会团体中，每个成员均热衷于“促进团体的福利与发展”的情境(Deutsch, 1975)，“成员间关系非常亲密的时候”(Greenberg and Cohen, 1982; Lerner, 1975, 1977; Leventhal, 1976 a)，或者个人和他人间感情深厚而有亲密的“同一关系”时(Lerner, 1975; 1977)。

笔者虽然同意这些行为的法则几乎是普遍适用于任何文化的，然而笔者认为，它们仍然不足以解释我们在某些文化中观察到的令人疑惑的行为现象。由于每种文化都是独特的结构情境，也各有一组特殊的文化分类体系，它们会使个体用不同的方式来思考人际关系，世界各地的人处理社会关系的方式也会有所差异。在面对高度工业化、都市化、教育普及和快速资讯交流的情况下，这些差异虽然可能逐渐消失，但其速度仍然十分缓慢。

中国的“人情”概念，虽然可视为普遍性的“均等法则”之一例，但以之与其他文化比较，“人情”的含义却更为复杂，它与相互性的“报”之观念也有更为紧密的关系。它强调在差序性结构的社会关系内，维持人际和谐及社会秩序的重要性。换言之，“人情法则”不仅是一种用来规范社会交易的准则，也是个体在稳定及结构性的社会环境中可以用来争取可用性资源的一种社会机制。

在其他集体主义的文化中也可以发现类似的行为模式。例如，日本文化中“恩”的概念也蕴涵着一种类似的相互性交易。当一个施恩者因为施恩于他人，而产生一种“恩”的关系后，接受者便有义务回报“恩”，以恢复两者关系之平衡(Benedict, 1946; Lebra, 1969, 1976)。

为了解释人情及面子的社会机制及其在中国社会中的作用，

首先要讨论人情、关系及面子等概念在中国语言体系中的意义，以及说明它们之间的关系。然后，本文将回顾以往有关中国人心理及社会心理历程的实证研究，以作为佐证，作为支持此一理论模型的主要论据。最后，将讨论可能促使个人使用“人情”及“面子”机制的某些社会情境。

即使东亚某些地区仍然顽强地抗拒变迁，但这些观念无疑是在改变之中。由于都市化及西化的结果，中国香港、中国台湾、新加坡以及世界各地的华侨社区都逐渐由共同社会转变成为利益社会(Tonnies, 1940)。社会结构的机械联结变得愈来愈有机化(Durkheim, 1933)。这种社会变迁会不可避免地改变生活于这些社会中的中国人之人格结构及社会行为。本文中的模式也将考虑中国人行为形态的这种改变。

一、中国人权力游戏的社会机制

在分析人情和面子的权力游戏之前，我们必须先对权力下一个清楚的定义。所谓权力，是社会交往过程中，一方以社会道德的说服或群体的压力加诸另一方，使其改变态度、动机或行为而表现出顺从的力量。有些社会心理学者认为，个人以权力影响他人的过程，基本上也是一种“社会交易”的过程(Cook and Emerson, 1978; Baldwin, 1978)。

个人之所以会用权力来影响别人，主要是这样做可以让他获得对方所能支配的某种社会资源，来满足自己的需要。同样的，对方之所以愿意接受个人的影响，也是因为他预期这样做能带给他某种报酬，或帮助他避开他所嫌恶的某种惩罚。

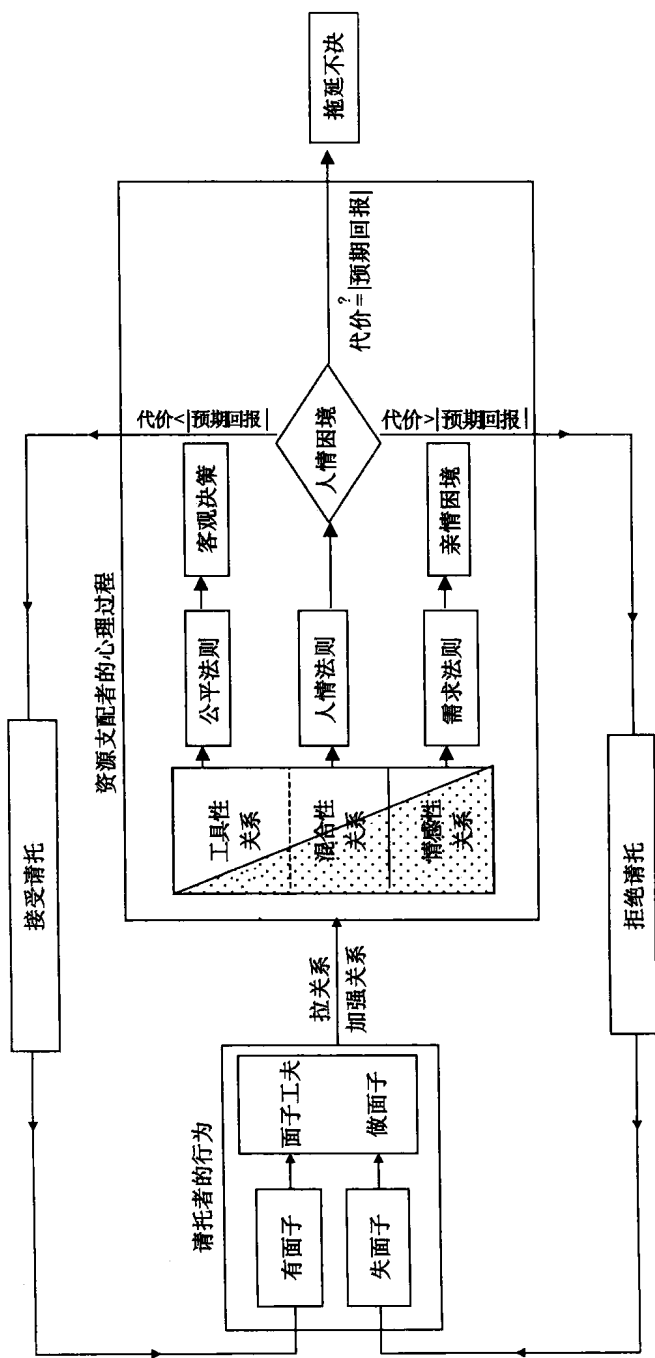
为了说明上的方便，兹将请托者的行为和资源支配者的心理过程绘如图 1 的理论模式，用以说明中国人如何以人情和面子的社会机制影响他人。由于人情、面子、关系和“报”都是流传于中国民间的本土性概念，在图的下方，我们特地以与其对应的西方心理学术语来加以解释。

图 1 的理论架构将社会行为化约成为双人互动的形式，只不过是为了方便读者的理解。其实，此一架构也可以用来解释三人以上的社会行为。更值得强调的是：此一理论架构将交往双方区分为资源支配者和请托者，亦是为了说明的方便。在实际的社会互动情境中，互动双方都可能掌握某些能够满足对方需求的社会资源，也都可能期望对方将其掌握的资源作有利于自己的分配。因此，在交往过程中，交往双方中的任何一方都可能在某些时候扮演资源支配的角色，在其他时候又扮演请托者的角色。以下各节将对图 1 各阶段的心理过程做更为详尽的说明。

二、关系判断：支配者在权力游戏中的第一步

在某些情况下，诸如公平、均等或需求等法则均可能被视为是合乎正义的交易法则 (Deutsch, 1975; Sampson, 1975; Leventhal, 1976a, 1976b, 1980)，而且个人会以不同的交易法则和关系不同、亲密程度不同的人交往 (Lerner, 1975, 1977; Greenberg and Cohen, 1982)，这些都是社会心理学中广为人所接受的普遍性原则。然而，受中国文化影响的社群却较其他地区更强调这些原则。

传统中国人非常讲究社会关系中的“差序格局”，他们常常用



1.自我概念 2.印象整饰 3.角色套系 1.关系判断 2.交换法则 3.心理冲突

图1 人情与面子的理论模式 (Hwang, 1987: 948)

不同的标准来对待和自己关系不同的人(费孝通,1948;Hsu,1953;Nakamura,1964)。如果有人向掌握有某种社会资源之支配权的他人要求:将他所掌握的资源作有利于请托者的分配,资源支配者首先会考虑的问题是,对方和自己之间具有什么样的关系?这种关系又有多密切?

图1中,代表资源支配者之心理过程的方块里,以一个长方形代表不同的人际关系。长方形的对角线将其分成两部分,斜线部分代表人际关系中的情感性成分,空白的部分代表其工具性成分。长方形中的一条实线和一条虚线将该长方形分隔成三部分,分别代表中国社会中个人可能拥有的三大类人际关系,即情感性关系,混合性关系和工具性关系。这两条线的性质代表划分这三类人际关系之心理界限的可渗透性:虚线表示属于工具性关系的个人较容易改变成为混合性关系,实线的意思是混合性关系与情感性关系之间的相互转换比较困难。图1显示,上述三种人际关系都是由工具性成分和情感性成分所构成的,其间差异仅在于,不同关系中两种成分所占比例不同而已。以下将解释,中国社会中,这三种人际关系的性质及其相关的社会行为法则。

(一)情感性的关系

情感性的关系通常都是一种长久而稳定的社会关系。这种关系可以满足个人在关爱、温情、安全感、归属感等情感方面的需要。像家庭、密友、朋侪团体^①等主要社会团体中的人际关系,都

^① 朋侪团体:台湾社会术语,泛指同辈人之间形成的一些关系紧密的社会性团体。——编者注

是情感性关系之例。当然,除了满足情感方面的需要之外,个人也可以用这种关系作为工具,来获取他所需要的物质资源。不过,在这类关系中,情感性的成分仍然大于工具性的成分。

在传统中国社会中,家庭可以说是对个人最重要的主要社会团体。典型的传统中国家庭具有政治、经济、宗教、教育等多重功能,能够满足个人各种不同的需要(Hsu,1967;Lang,1946;Levy,1955;Winch,1966)。传统中国家庭的理想是把家庭成员整合在一起,成为一个共同的收支单位。这个收支单位的特色有三:(1)每个人的劳动所得皆归公库(妇女的私房钱除外);(2)每个人的生活所需皆由公库支出;(3)家庭的财富由家中成员所共享(Shiga,1978)。换言之,在未分家之前,中国式家庭中主要的社会交易和资源分配法则是“各尽所能,各取所需”的“需求法则”。依照此一法则,每一成员都应当为家庭尽力,家庭也应当供给他生活所需之资源。

子女幼小时,父母不仅有抚养他们的义务,而且有教导他们的责任。他们通常会训练儿童压抑下任何形式的攻击行为,并且要互相帮忙以增进家庭中的团结与和谐(Scofield and Sun,1960;Wolf,1964;Wolf,1970)。当父母年老不能工作时,子女亦有赡养父母的责任。

当然,家庭成员彼此以需求法则交往且分配资源,并非意指中国家庭中的成员很少发生人际冲突。从以往的研究来看,对大多数中国人而言,其人际困扰的主要原因乃是家庭内的人际冲突(例如:Chin,1948;Hwang,1978)。在本文的理论架构中,我将引起这类冲突的情境称为“亲情困境”。由于这种家庭内的困境不是本文所要处理的对象,故对这个问题不再多加讨论。

(二)工具性的关系

在图 1 的长方形中,和情感性关系相对者是工具性关系。个人在生活中和家庭外的其他人建立工具性关系的目的是,主要是为了获得他所希冀的某些物质目标。更具体地说,个人和他人维持情感关系时,维持关系本身便是最终目的;可是,个人和他人建立工具性关系时,不过是以这种关系作为获得其他目标的一种手段或一种工具,因此,这种关系基本上是短暂而不稳定的。譬如:店员和顾客、公共汽车司机和乘客、大医院中的护士和门诊病人,双方都以和对方交往作为达到自身目标的手段,双方交往时,彼此可能不知道对方的姓名,其间纵然带有情感成分,亦属十分有限。

像其他文化一样,中国人和属于工具性人际关系的其他人交往时所遵循的法则是讲究童叟无欺的公平法则。这是一种普遍性而非个人化的法则,凡被个人划归为工具性关系的对象,个人都会一视同仁地以同样的原则与之交往。当个人以公平法则和他人交往时,双方都会根据一定的比较水准来衡量:自己可以从对方获得多少报酬?为了获得这些报酬,自己必须付出多少代价?报酬减去代价后的结果是否与对方获得的结果不相上下(Blau,1967;Homans,1961;Emerson,1976)?

由于工具性关系中的情感成分甚为微小,个人以公平法则和他人交往时,比较能依据客观的标准,做对自己较为有利的决策。如果他认为某项交易关系的结果对自己不利,他可能提出条件和对方讨价还价;对于对方不合理的要求,他可能严词拒绝;如果对方不接受自己的条件,他还可能终止这项交易,而不以为意(Adams,1976)。