

# 中国传统文化取向管理人员的成败归因风格研究\*

杜林致 乐国安

(南开大学 社会心理学系,天津 300071)

**摘 要** 选用台湾杨国枢先生编制的《传统性量表》和自编《管理成败归因风格问卷》,随机选取 542 名企业管理人员,调查研究中国传统文化取向管理人员的成败归因风格特征。研究发现:1)“孝亲敬祖”和“宿命自保”文化取向的人,成功外归因的倾向显著地高于成功内归因倾向。2)男性优越、“权威守成”、“宿命自保”文化取向的人,失败不可控外归因倾向显著地高于失败内归因倾向。

**关键词** 传统性 归因风格

**中图分类号** B848

**文献标识码** A

**文章编号** 1003-5184(2008)01-0063-04

## 1 引言

西方归因理论把自我服务归因偏见视为人类普遍具有的一种思维倾向,即认为人们普遍地把成功归因于自己内在的、稳定的因素,如能力、努力等,而把失败归因于外在的、不可控的因素,如运气、任务难度等<sup>[1-3]</sup>。这一理论观点在西方文化背景下被大量的实证研究所证实。但是在非西方文化背景中,它是否依然具有这种普遍性呢?有一些研究从跨文化比较的角度对此进行过一些探讨。如 Kashima 等(1992)研究指出,日本学生比美国学生较少倾向于表现出自我服务归因偏向,至少在成就领域的某些方面是如此<sup>[4]</sup>。Chandler, Shama, Wolf, Planchard 和 Takata(1981)的研究则发现,在成功归因于内在原因而失败归因于外在原因上,美国被试表现出自我服务的偏见,亚洲人特别是日本人则表现出相反的偏见(如自我消隐)<sup>[5]</sup>。不过,也有研究得出相反的结论,如 Yu 和 Murphy(1993)研究发现,中国大陆被试的自我服务偏见和西方被试的典型的自我服务偏见是相似的<sup>[6]</sup>。David S. Crysta(1999)对美国和日本 5 年级和 11 年级学生的自我服务归因偏见的对比研究发现,美国学生的自我服务归因趋向总体上来说并不比日本学生强,积极和消极的自我概念与自我和异常榜样(攻击、抑郁、敌对和学校恐惧者)之间的相似性,两国被试表现一样<sup>[7]</sup>。在国内,从文化比较

的角度对自我服务归因偏见的研究尚未见到。文章以管理人员为对象,研究中国传统文化价值取向的管理人员进行管理成败归因的特点,从而检验西方自我服务归因偏见在中国文化背景下的适用性。

## 2 研究方法

### 2.1 研究工具

研究使用了两个调查问卷,一个是台湾心理学家杨国枢先生编制的《传统性量表》,用来考察被试的中国传统文化价值取向;另一个是自编的《管理成败归因风格情景问卷》,用来考察被试的成败归因特点。《传统性量表》有很好的信度和效度,可以很好地检测中国人的传统文化价值取向<sup>[8]</sup>。自编《管理成败归因风格情景问卷》以著名企业家史玉柱的传奇管理成败经历为案例,请被试对史玉柱的成功和失败原因,进行归因分析。根据维纳成就归因理论三个维度:内外性、稳定性、可控性,问卷设计了 9 个因素:能力、长期努力、一时努力、他人帮助、环境因素、机会、运气、任务难度、命运,请被试进行选答。

### 2.2 研究对象

在南京、上海、广州、西宁等城市随机选取企业管理人员发送两份调查问卷,共发送问卷 800 份,回收有效问卷 544 份,有效回收率 68%。样本基本情况如表 1 所示。

\* 基金项目 教育部规划项目(06JA840010),天津市“十一五”社科研究规划课题(TJXX06-2-001)

表 1 调查样本基本情况

	性 别		年 龄				教育水平					
	男	女	2030	3040	4050	50 以上	初中	高中	专科	本科	研究生	
<i>n</i>	325	217	353	129	52	8	13	49	165	294	23	
%	60	40	65.1	23.8	9.6	1.5	2.4	9.0	30.3	54.0	4.2	
	行业类别		公 司 性 质			婚 姻 状 况			居 住 地			
	服务业	生产业	国营	私营	合资	独资	未婚	已婚	离异	市区	郊区	农村
<i>n</i>	329	205	214	212	80	35	291	232	16	438	94	10
%	61.6	38.4	39.6	39.2	14.8	6.5	53.7	42.8	3.5	80.8	17.3	1.8

注:由于有的被试未注明上列个人基本情况,但问卷题目回答完整,不影响其他统计分析,故予以保留,由此出现此表中人数与总体人数不相符的情况。

2.3 数据处理

研究的所有数据,都使用社会科学统计分析软件包 SPSS 13.0 在计算机上统计处理。使用的统计方法主要有:因素分析、独立样本 t 检验等。

3 研究结果

3.1 传统性量表成分的因素分析

对《传统性量表》的题目进行因素分析,采用主成分提取因子法和标准化斜交旋转法,保留特征值大于 1、有且只有一个因子负荷大于等于 0.4 且其余因子负荷均小于 0.3 的题目,得到 19 个题目,提取出 4 个因子。这 19 个题目的 KMO 值为 0.776,巴特利特(Bartlett)球状检验的显著性水平小于 0.01。各题目的因子负荷见表 2。

表 2 传统性题目因素分析

因子 1		因子 2		因子 3		因子 4	
项目	载荷	项目	载荷	项目	载荷	项目	载荷
29	0.765	3	0.678	61	0.693	57	-0.731
9	0.755	33	0.673	45	0.678	17	-0.704
19	0.671	23	0.656	35	0.676	47	-0.596
69	0.649	73	0.542	75	0.604	37	-0.553
59	0.532	83	0.454	41	0.409		

根据原始题目的含义,对照杨国枢原量表中对传统性因素的分类,把提取出来的四个因素分别命名为:“男性优越”(题目 29, 9, 19, 69, 59);“孝亲敬祖”(题目 3, 23, 33, 73, 83);“宿命自保”(题目 17, 37, 47, 57);“权威守成”(题目 61, 45, 35, 75, 41)。四个因子共解释总方差的 44.36%。该问卷总体和经因素分析抽取出的 4 个因子的克伦巴赫  $\alpha$  系数分别为:总体(0.713)、男性优越(0.722)、孝亲敬祖(0.574)、宿命自保(0.593)、权威守成(0.642),可见该问卷具有较好的内部一致性信度。

3.2 成败归因项目的因素分析

用同样的方法,把成功归因的 9 个项目和失败

归因的 9 个项目也分别进行因素分析,得到结果如表 3、表 4 所示。

表 3 成功归因项目因素分析

因子 1		因子 2	
项目	载荷	项目	载荷
7	0.815	2	-0.757
6	0.715	1	-0.709
5	0.607	3	0.706
9	0.523		
8	0.497		
4	0.455		

表 4 失败归因项目因素分析

因子 1		因子 2		因子 3	
项目	载荷	项目	载荷	项目	载荷
16	0.798	11	0.755	14	-0.707
18	0.775	12	0.709	17	-0.651
15	0.567	10	0.485	13	-0.618

表 3 中,项目 1、2、3 是成功内归因,项目 4、5、6、7、8、9 是成功外归因。表 4 中,项目 10、11、12 是失败内归因,项目 13、14、17 是失败外在可控归因,项目 15、16、18 是失败外在不可控归因。

3.3 文化取向与归因方式差异的分析

用成功内归因项目的平均数减去成功外归因项目的平均数,前者大于后者则视为成功内归因组,后者大于前者则视为成功外归因组。同理,区分出失败内归因组、失败可控外归因组、失败不可控外归因组。把成功内归因组和成功外归因组配对,失败内归因组与失败可控外归因组配对,失败内归因组与失败不可控外归因组配对。然后,分别以文化取向各因素为因变量,以各配对组为自变量,进行 t 检验,结果如表 5 所示(这里只列出差异达到统计显著性水平的项目)。

表 5 不同归因模式在文化取向上的差异检验 (t 检验)

文化取向	归因模式	n	$\bar{x}$	s	t
孝亲敬祖	成功内归因	215	3.95	0.79	-2.504*
	成功外归因	312	4.12	0.78	
宿命自保	成功内归因	215	2.77	0.83	-3.516***
	成功外归因	312	3.04	0.90	
男性优越	失败内归因	358	2.49	0.88	-3.611***
	失败不可控外归因	107	2.84	0.95	
权威守成	失败内归因	358	2.42	0.78	-3.504***
	失败不可控外归因	107	2.73	0.90	
宿命自保	失败内归因	358	2.77	0.83	-5.376***
	失败不可控外归因	107	3.28	0.94	

从表 5 数据可推知如下结论：

1) 孝亲敬祖”和“宿命自保”文化取向的人,成功外归因的倾向显著地高于成功内归因倾向。

2) 男性优越”、“权威守成”、“宿命自保”文化取向的人,失败不可控外归因倾向显著地高于失败内归因倾向。

#### 4 讨论

研究证实个体的归因模式是受其文化价值取向的影响,中国传统文化取向的人其成败归因模式并不符合西方的归因理论模型。与西方的自我服务归因偏向模型相反,中国传统文化取向的人,其成功外归因的倾向显著地高于成功内归因倾向,而失败不可控外归因倾向显著地高于失败内归因倾向。为什么会出现这样的情况呢?下面从东西方文化价值差异的角度,对此尝试分析说明。

##### 4.1 成功归因与家族本位、伦理本位

中国文化取向的被试倾向于对自我成功进行外在因素的归因(如环境支持、运气等),这与中国文化的家族本位、伦理本位价值取向有密切的关系。

一方面,传统中国人生活在“五伦”(父子、君臣、夫妇、长幼、朋友)之中,五伦中家庭占其三,其余两伦又能拟君于父,拟朋友于兄弟,所以家庭是传统中国人生活的中心,家庭伦理扩展到社会中进而成为社会道德规范(许烺光即指出,中国的社会结构以家庭为基础)。个人无论是在家庭中还是社会中,都依附于这种伦理关系而存在,个人的行为不是为自己负责,而是为“五伦”中的人负责。梁漱溟曾经指出,中国人是“依存者”,所谓“依存”,不是指其生存必须依靠于其他人,而是说其生活在世必须尽一种责任,个人是为这种责任而生。英国人类学家浮斯(Firth)也认为中国五伦是“社会结合剂”,将个人的手段与社会的目的连接起来(转引自:朱岑楼,1989)<sup>[9]</sup>。在传统中国社会里,个人只是实现家庭目标的手段和

履行家庭义务的工具,没有自我的独立性和独立的自我价值。由此,传统中国文化对个人价值的判定,看重的是个人道德的完善和对家庭的贡献大小,而不是个人自我的功利得失。只要个人的成功能得到他人的肯定,能为家庭带来荣耀,也就是自我价值的实现。尽管今日的中国人受西方文化的影响,开始看重个人的独立和自主,不再把个人视为家庭的附庸和工具,但在中国传统文化的熏染下,他们仍割不断与家庭的紧密情感联系,个人成功给他们带来的最大的荣耀是“为父母争了光”、“光宗耀祖”,而不像西方个体主义文化一样完全视之为自我能力的展示和自我价值的实现。所以,他们往往把个人成功外化到家庭,外化到能带来家庭荣誉的外在评价(他人的崇拜和赞赏)。

另一方面,中国人的伦理本位价值取向使得中国人十分看重自我的道德修养,尤其看重他人对自己的评价。由此,中国人对个人成功的评价,不是来自于自我,而是来自他人和社会,特别是与自己生活关系紧密的他人和自己生存的环境。为了得到他人和环境的认可和好评,中国人面对个人成功必须摆出一副谦虚的姿态,而不宜咄咄逼人地进行自我炫耀,以避免造成他人的反感和排斥。中国传统文化中有很多劝勉人不要成为众矢之的的格言,如“枪打出头鸟”、“出头的缘子先烂”、“胜不骄”等。中国社会里,一个人要取得成功,必须处理好各方面的人际关系,仅靠个人单枪匹马、恣意妄为是绝对不可能的。生活中有不少“能人”纷纷落马的事例已经证明了这一点。所以,中国人对自我成功的归因,以外在的、不稳定的因素(如运气)来表示谦抑和自我能力“贬低”,这样既不会降低自信和对下一次成功的期望,又可以避免遭受他人的嫉妒、排挤、打击,由此得到他人和社会的认可,为其今后的成功更好地铺平了道路。

#### 4.2 失败归因与“宿命能动观”

中国文化取向的被试对失败倾向于外在的、不可控因素的归因(如运气、缘、命运等),与中国文化中的“宿命能动观”有关。

“缘”、“风水”、“命”等在中国“小传统”文化(或称俗文化)中有着广阔的市场,中国普通老百姓在生活中很看重“缘”、“风水”、“命”这些宿命因素的作用,经常用这些因素来解释个人生活中的得失,特别是个人的失败。杨国枢(1982)分析指出:“从社会心理学的观点看,将某种长期或短期的人际关系的有无或好坏归之于缘分或机缘,是一种货真价实的归因历程。缘是一种固定的外在因素,因而将缘视为人际关系的原因,不但具有自我保护的作用,而且具有保护他人的作用<sup>[10]</sup>。李沛良(1993)亦认为:“宿命能动观方便个人将种种挫败归因于一些外在的、未知的力量(如缘份、风水或其他未知的因素),不用内疚,也不用责怪亲友。于是,个人的情绪得以稳定,其社会网络也得以维持。宿命能动观使个人在逆境中仍然对前途抱有信心,因为相信只要意志坚定或设法改变目前的处境(例如,忍而不舍、求取缘份或改善风水等),问题终会得到解决,成功终会降临<sup>[11]</sup>。”

#### 5 结论

5.1 个体的归因模式受其文化价值取向影响。

5.2 中国传统文化取向的被试,其成功归因模式与西方的自我服务归因偏向不一致。

#### 参考文献

- 1 Harvey J H, Weary G, et al. Attribution: basic issues and applications. Orlando, Fla.: Academic Press, 1985.
- 2 Harvey J H, Ickes W, Kidd R F, et al. New direction in attribution research. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1978. 2.
- 3 Harvey J H, Orbuch T L, Weber A L, et al. Attributions, accounts, and close relationships. New York: Springer-Verlag, 1992.
- 4 Kashima Y, Siegel M, Tanaka K, et al. Do people believe behaviors are consistent with attitudes? Toward a cultural psychology of attribution processes. British Journal of Social Psychology, 1992, 31: 111-124.
- 5 Chandler T A, Shama D D, Wolf F M, et al. Multi-attributional causality: A five cross-national samples study. Journal of Cross-cultural Psychology, 1981, 12: 207-221.
- 6 Yu J, Murphy K R. Modesty bias in self-ratings of performance: A test of the cultural relativity hypothesis. Personnel Psychology, 1993, 46: 357-363.
- 7 David S. Crystal. Attributions of deviance to self and peers by Japanese and U.S. students. The Journal of Social Psychology, 1999, 139(5): 596-610.
- 8 杨国枢, 余安邦, 叶明华. 中国人的个人传统性与现代性: 概念与测量. 见: 杨国枢主编. 中国人的心理与行为. 台北: 桂冠图书公司, 1989. 289.
- 9 朱岑楼. 中国人性格的耻感取向. 见: 张文达, 高质慧编. 台湾学者论中国文化. 哈尔滨: 黑龙江教育出版社, 1989. 242-244.
- 10 杨国枢. 中国人之缘的观念与功能. 见: 传统文化与现代生活研讨会论文集. 台北: 中华文化复兴委员会, 1982. 105-128.
- 11 李沛良. 中国文化的宿命主义与能动取向. 见: 乔健, 潘乃谷主编. 中国人的观念与行为. 天津: 天津人民出版社, 1995. 240.

## A Study about the Attribution Style of Employees Whose Cultural Trend are Chinese Traditionalism

Du Linzhi Yue Guoan

(Department of Social Psychology, Nankai University, Tianjin 300071)

**Abstract:** With The Scale of Traditionalism which developed by professor Yang Guoshu, and Attribution Style for Success and Failure of Management Questionnaire Which developed by ourselves, this study randomly selected 542 employees, to investigated and study the attribution style for success and failure of employees, whose cultural trend are Chinese traditionalism. The results show that the employees whose cultural trend are fealty and fatalism, will significantly attribute their success to external factors instead of inner factors; the employees whose cultural trend are masculinist, authoritarianism, conservatism and fatalism, will significantly attribute their failure to external and uncontrol factors instead of inner factors.

**Key words:** traditionalism attribution style