

决策中社会价值取向的理论及测评方法*

张 振¹ 张 帆² 黄 亮¹ 袁 博¹ 王益文¹

(¹天津师范大学心理与行为研究院, 天津 300074) (²山东中医药高等专科学校, 烟台 264199)

摘 要 传统经济学决策理论强调利己性假设, 认为个体是理性的并由个人利益所驱动的。但是, 个体在相依情境中的社会动机要比利己性假设更为复杂, 具有较大的个体差异。社会价值取向是指个体在相依情境中对自己收益和他人收益分配的特定偏好, 是一个用来描述个体对他人利益关注程度的个体差异的概念。本文回顾了测量社会价值取向的三优势测量、环形测验和滑块测验等方法, 强调了不同测评方法的优点与不足, 并简要总结了决策、社会认知、共情、亲社会行为等领域内相关的社会价值取向研究。未来的研究则需要探索社会价值取向与不同社会因素的交互作用, 以及不同社会价值取向个体的神经机制等方面的研究。

关键词 社会价值取向; 测评方法; 合作者; 竞争者

分类号 B849:C91

传统经济学理论认为, 决策主体是充满理性的, 既不会感情用事, 也不会盲从, 而是精于判断与计算, 其行为是利己的。因此, 研究者常采用“狭隘的利己性”来解释人们在复杂社会情境下的决策行为, 即个体行为的唯一目标是将自我收益最大化, 而完全不考虑他人收益如何。但这种假设受到越来越多的挑战, 很多研究表明人们在决策时也会考虑他人的收益, 并且考虑他人将会如何看待自己的行为(McClintock & McNeel, 1966)。个体在复杂社会情境中的决策动机要比“利己性”假设更为复杂, 其对自己利益、他人利益或双方共同利益所赋予的权重是存在一定个体差异的。社会价值取向(Social Value Orientation, SVO)正是描述决策者在相依决策情境中对他人利益关注程度的个体差异的概念, 它是指人们在相依决策情境中如何评价自己与他人所得结果时所表现出来的一个个体差异变量(刘长江, 郝芳, 2011)。本文着重介绍相依决策情境中

社会价值取向的涵义及其理论基础, 简要分析不同测量方法的优劣, 并简要陈述社会价值取向的相关研究进展, 最后展望今后的研究发展方向。

1 社会价值取向的涵义与分类

社会价值取向又被称为社会动机(Social motivation)、价值取向(Value orientation)、动机取向(Motivational orientation), 指个体在相依情境中对自己和他人收益分配的特定偏好(刘长江, 郝芳, 2011; 吴宝沛, 寇戡, 2008; 谢晓非, 余媛媛, 陈曦, 陈晓萍, 2006; 朱玥, 马剑虹, 2009; Kelley & Thibaut, 1978)。多依奇最早指出个体具有合作性、竞争性和个体性三种动机取向, 并且相同情境当中, 不同的动机取向可能会导致不同的行为(Deutsch, 1960)。随后, Messick 和 McClintock 于 1968 年采用社会价值取向的概念, 并通过实验证实了人们对自我-他人收益所赋予的权重存在个体差异(Messick & McClintock, 1968)。社会价值取向是个体对事件重要性和价值的判断, 是一种相对稳定的人格倾向, 它与个体以往社会交往经验存在直接联系(Li, Zhu, Gummerum, & Sun, 2012)。

社会价值取向为描述决策者如何评价相互依赖情境下双方联合结果(Joint Outcomes)提供了一个框架(Griesinger & Livingston, 1973; Liebrand, 1984; Messick & McClintock, 1968)。图

收稿日期: 2012-09-28

* 国家自然科学基金(31371045)、教育部人文社科研究基地重大项目(12JJD190004)、教育部社科研究规划基金项目(12YJA190020)和新世纪优秀人才支持计划(NCET-11-1065)资助。

通讯作者: 王益文, E-mail: wangeven@126.com

1 显示了与不同联合结果相对应的动机类型, 这个二维平面圆上的点与特定的自我-他人收益相对应, 其中 X 轴与决策者自我收益相对应, Y 轴与他人收益相对应。虽然潜在的联合结果是无数的, 但圆上八条等分线将整个圆形分为 8 种不同的联合结果区间, 这些区间与 8 种不同的社会价值取向相对应。虽然图 1 提供了社会价值取向的分类方法, 但有些类型的社会价值取向在现实决策过程中是非常少见的, 所以研究者主要关注联合结果平面内特定区域的社会价值取向。例如, Messick 和 McClintock 将社会价值取向分为个人主义取向(Individualistic orientation)、合作取向或亲社会取向(Cooperative or Prosocial orientation)、竞争取向(Competitive orientation)和利他主义取向(Altruistic orientation) (Messick & McClintock, 1968)。个人主义取向的个体追求自我绝对利益的最大化, 合作取向的个体追求双方利益的最大化, 竞争取向的个体追求自我相对利益的最大化, 利他主义取向的个体则追求他人利益的最大化。由于个人主义取向和竞争取向都是追求自我利益最大化(只是程度不同), 利他主义取向存在比例较小, 所以有些研究者将个人主义取向和竞争取向合并为亲自我取向(Proself orientation), 进而将社会价值取向更简单地划分为亲社会取向和亲自我取向(王沛, 汲惠丽, 2009; Bogaert, Boone, & Declerck, 2008), 具有亲社会取向和亲自我取向的个体分别称之为亲社会者和亲自我者。

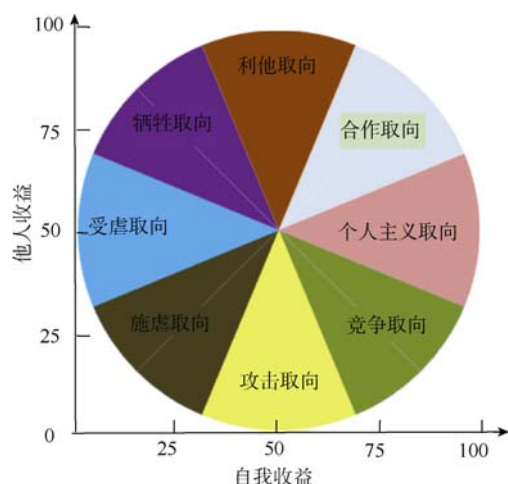


图1 SVO框架的图形表征
(引自 Griesinger & Livingston, 1973)

2 社会价值取向的理论

社会价值取向的概念来源于 Kelley 和 Thibaut 的相互依赖理论(Kelley & Thibaut, 1978)。该理论认为, 个体在与他人进行互动时的内在动机存在差异, 并且这种个体差异在解释相互依赖情景中的行为时又极为重要。由于每个人的追求目标存在较大差异, 所以人们对特定环境的知觉和认识也是不同的。具体而言, 当个体面对某个特定情境(Given Situation)并采用某种策略时, 可能会将特定情境转化为主观的效用情境(Effective Situation), 然后依据主观效用情境做出决策。例如, 如果个体的目标就是追求双方联合收益的最大化, 那么它可能会将特定情境中双方收益相加, 然后将二者的总和作为效用情境, 最后根据这种主观效用情境做出决策。因此, 社会价值取向是由两个因素决定的, 即自我收益和他人收益。由于人们在情境转化过程当中表现出一致的稳定性, 所以研究者通常从个体倾向的角度来定义社会价值取向, 即人们对自己收益和他人收益所表现出的相对稳定的偏好。

在相互依赖理论和社会价值取向相关研究的基础上, van Lange (1999)对传统转换模型进行探讨和分析, 认为社会价值取向是由自我收益、他人收益以及双方收益之间的平等性(Equality in outcomes)决定的。亲社会者更在意双方的联合结果以及结果的平等性, 追求联合结果最大化的目标与追求双方收益平等性的目标是正相关的。而且, van Lange 提出社会互动中存在的六种人际取向(吴宝沛, 寇戡, 2008; van Lange, De Cremer, van Dijk, & van Vugt, 2007): 合作、平等、利他、个人、竞争和攻击, 其中前三种取向为亲社会取向, 个人与竞争为亲自我取向, 攻击为反社会取向。合作取向力求双方收益的最大化; 平等取向力求双方收益之间的平等性; 利他取向力求他人收益的最大化; 个人取向力求自我绝对收益的最大化; 竞争取向力求自我相对收益的最大化; 攻击取向力求他人收益的最小化。

3 社会价值取向的测量方法

目前评估社会价值取向的方法主要包括三优势测量(The Triple-Dominance Scale)、环形测验(The Ring Measure)和滑块测验(The Slider

Measure)这三种测量方法。

3.1 三优势测量

van Lange 首先根据社会价值取向的定义,应用分解博弈测量(Decomposed games measure)编制了社会价值取向的第一套测量工具(van Lange, Otten, De Bruin, & Joireman, 1997)。该测验包括 9 道题目,每道题目由三个选项构成,被试需要从这三个选项中选择其中一个,三个选项分别代表一种社会价值取向类型。表 1 列举了该量表项目的示例,其中选项 A 为合作取向,因为该选项中双方收益之和大于其余选项;选项 B 为个人主义取向,因为该选项中个人收益大于其余选项;选项 C 为竞争取向,因为该选项中双方收益之差大于其余选项。量表的计分规则是计算决策者选择合作性选项、竞争性选项和个人主义性选项的个数。测验施测时假定决策者与另一个互不相识,且不会相遇的个体同时做出分配决策,选项中的点数对于两人而言是等价值的,个体获得的点数越多越好。三优势测量的理论假设为,社会价值取向是个体长期形成的对事件重要性与价值的判断,它是一种相对稳定的人格倾向,因此个体对每道题目中不同取向类型选项的选择是比较一致的。三优势测量中 SVO 的操作性定义为,个体在 9 道题目中选择同一取向类型选项的次数,并且只有选择次数大于 6 时测验才是有效的。也就是说,如果决策者选择某种类型选项的次数多于 6 次,那么我们就认为决策者具有此类型的社会价值取向;如果决策者在所有类型选项的选择次数均小于 6 次,那么我们就无法确定决策者的社会价值取向。

表 1 三优势测量项目示例

	选项 A	选项 B	选项 C
自己的结果	500	560	490
他人的结果	500	300	90

三优势测量是目前最为常用的评估个体 SVO 的测量工具,其优点是十分明显的。第一,作为第一个 SVO 测量工具,三优势测量测验项目简单易懂,易于操作。三优势测量只包含 9 道题目,每道题目仅有 3 个选项,测验构造的简单有效性是三优势测量最大的优点。第二,社会价值取向的区分方法与有效性标准简单明确,容易

理解。三优势测量区分社会价值取向的标准只考察决策者选择同种取向类型选项的次数,无需应用复杂的数学计算,简单易行,有益于测验的应用与推广。第三,三优势测量是有效的,而且具有良好的心理统计指标。三优势测验能够有效区分合作取向、竞争取向和个人主义取向这三种最常见的社会价值取向类型,信效度也符合量表施测标准。但是,作为测量社会价值取向的第一个量表工具,三优势测量也存在一些不足。首先,它只能将个体区分为合作取向、竞争取向和个人主义取向三种类型,而无法为其他价值取向类型提供任何详尽的信息。由于测量结果处于命名量表水平,而社会动机在概念上却是一个连续的结构(Kelley & Thibaut, 1978),因此强制的分类必然导致较低的统计效力(Cohen, 1983)。其次,由于量表中合作性选项在将双方联合结果最大化的同时,也将双方收益不平等性最小化,所以三优势测量无法区分不平等厌恶动机和联合结果最大化的动机(van Lange, 1999)。最后,三优势测量只能确定决策者的首要偏好,而不能确定决策者的次要偏好。现实生活中个体往往存在多种动机取向,动机取向的偏好顺序对个体行为产生着重要影响,因此对个体动机取向等级排列顺序的了解也是十分重要的。

3.2 环形测验

环形测验是社会心理学中评估 SVO 的一种方法,它要求被试进行一系列的双选项分配决策,进而从被试的选择当中计算出一个 SVO 分数。环形测验认为相依情境中双方的联合结果可以在平面坐标系中表征(见图 1)。Griesinger 和 Livingston 的几何模型认为,个体的社会价值取向可以转换为联合结果平面内具有特定方向和大小 的 矢 量 (Griesinger & Livingston, 1973; Murphy & Ackermann, 2012) (见图 2)。环形测验的理论假设是,如果社会价值取向是一种长期形成的、相对稳定的人格倾向,那么个体会经常选择那些符合或接近其动机矢量的分配结果,因此个体多次决策所得动机矢量可以作为其社会价值取向的有效度量。Liebrand 基于这种思想,于 1984 年提出了环形测验方法(Liebrand, 1984)。

环形测验给决策者呈现 N 个双选项分配决策,其中分配决策由平面内特定圆上的 N 个等分点组成,每对相邻的点作为两种不同的分配选

项。测验施测时要求决策者想象自己正与另一个虚拟他人同时做出分配决策,选项中的点数对于双方而言是等值的,个体获得的点数越多越好,并且个体所获收益是由双方选择共同决定的。环形测验中 SVO 的操作性定义为,决策者多次所选分配选项构成的动机矢量的角度,社会价值取向类型则与一定的动机矢量角度范围相对应(见图1)。目前研究者已经发展出 $N=24$ (Liebrand & McClintock, 1988)、 $N=16$ (Liebrand, 1984) 两种环形测验。在被试完成 N 个分配决策之后,我们需要计算其动机矢量。具体方法为:将被试所选选项相加,进而获得两个总数(即自我收益总数和他人收益总数),可以将这两个总数理解为一个矢量。该矢量的夹角对应决策者的 SVO,并且能够通过公式 $\theta = \arctan(y/x)$ 获得,其中 y 为他人收益总数, x 为自我收益总数。矢量的长度表示被试决策的一致性,被试的选择一致性越高,所得矢量的长度越大。当我们计算出个体矢量的夹角之后,可以根据夹角将被试归入相应的取向类别。为了保证分类结果的有效性,决策者的选择一致性必须达到 0.6 以上才能进行分类。

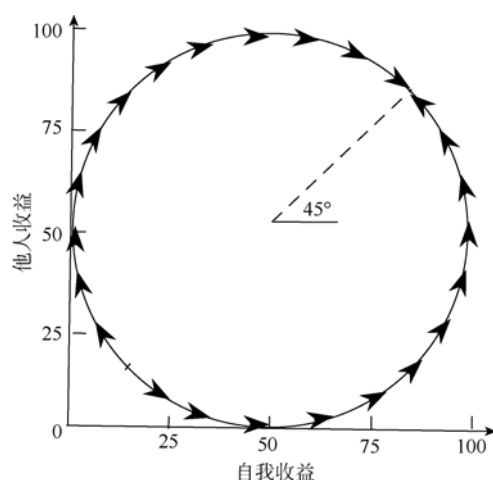


图2 24个项目环形测验的图形表征
(引自 Murphy & Ackermann, 2012)

环形测验的优点主要包括三个方面。第一,环形测验以平面坐标系表征相依情境中双方收益,具有较高的创造性、新颖性和适用性。环形测验将资源分配决策转化为几何模型,用动机矢量来模拟社会价值取向令人耳目一新,而且几何

模型的逻辑基础也是比较明确,易于理解的。另外,由于动机矢量具有大小与方向两个指标,因此将动机矢量的大小与方向作为区分测验有效性的指标也是可取的。第二,测验中分配选项不仅有收益情境(正性价值),同时包含了损失情境(负性价值)。损失情境的纳入使得我们能够评估任何一种可能存在的社会价值取向类型,同时也增加了测验的生态学效度。第三,环形测验采用了整圆等分法,在理论上能够评估所有 SVO 类型,因此环形测验适用范围更大。虽然环形测验得到一定的应用,但其仍然存在一些不足。首先,环形测验将整个圆环等分的方法并不恰当。研究结果表明大多数决策者都属于传统的三种社会价值取向,某些价值取向是十分少见的,因此采用所有等分点建构分配选项的做法值得商榷。其次,环形测验无法区分一定数量的被试。由于环形测验采用整个圆环等分的方法建构分配选项,因此决策者对某些分配选项具有较低的偏好,进而导致选择一致性的降低和一定数量被试的无法区分。最后,与三优势测量相似,环形测验也无法将不平等厌恶动机和亲社会动机进行区分。

3.3 滑块测验

Murphy 等在 2011 年建构了一种新颖的评估 SVO 的测量方法,该方法试图融合已有 SVO 测量方法的优点,并尽力克服已有方法的不足 (Murphy, Ackermann, & Handgraaf, 2011)。Murphy 提出的滑块测验分为纸笔测验版本和网络测试版本,其中纸笔测验包括 6 个项目,每个项目包含 9 个选项,所有项目都采用相同的通用式 (General Form)。决策者通过选择自己最喜爱的结果来输入自己的决策。如图 3 所示,在这个圆心为 (50, 50), 半径 50 的圆环上, 6 个项目通过 6 条线段来表示,这 6 条线段能够充分代表主要的 SVO 类型(即利他主义取向、亲社会取向、个人主义取向和竞争取向)。

滑块测验的理论基础与环形测验相似,即假定社会价值取向是一种相对稳定的人格倾向,个体的决策应该符合或接近其动机矢量,因此个体多次决策所得动机矢量能够作为其社会价值取向的有效度量。滑块测验中 SVO 的操作定义也是决策者多次决策所得动机矢量的角度。但由于滑块测验没有采纳整个圆环等分的方法,而是建构了 6 个反映四种常见社会价值取向类型的项目,

因此滑块测验中动机矢量夹角范围比较小, 范围为 $-16.26^{\circ} \sim 61.39^{\circ}$ 。这种项目构造能够获得单维度的 SVO 分数, 进而确定社会价值取向的等级顺序, 并检验决策者的选择一致性。被试完成上述 6 个项目之后, 可以采用下面的公式计算被试的动机夹角:

$$SVO^{\circ} = \arctan((\bar{Y} - 50)/(\bar{X} - 50))$$

其中 $\bar{X}$ 为自己收益的均值, $\bar{Y}$ 为他人收益的均值。计算所得的 SVO 夹角是一个单维连续尺度, 其角度值越大表明被试越在意他人的收益, 最大值 61.39° 表示纯粹的利他性; 最小值 -16.26° 表示纯粹的竞争性(Murphy et al., 2011)。

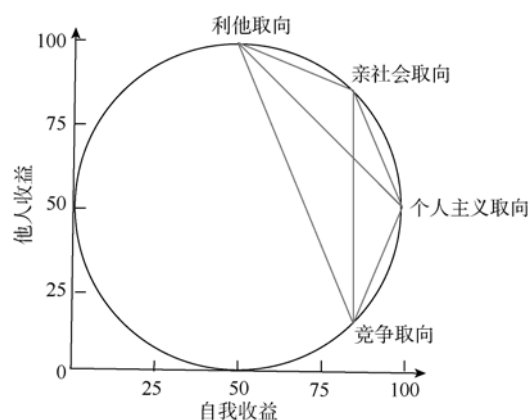


图3 滑块测验 6 个项目的图形表征
(引自 Murphy et al., 2011)

滑块测验是新近提出的一种测量 SVO 的工具, 具有如下几个优点。第一, 滑块测验能够确定四种主要社会价值取向的等级顺序。社会价值取向的等级排列顺序具有较大的个体差异, 了解个体 SVO 等级排列信息有助于解释和预测个体的决策行为, 因此详尽提供个体 SVO 等级排列信息是滑块测验的一个独特优点。第二, 作为测验工具, 滑块测验具有较高的有效性。滑块测验以四种主要社会价值取向为基础构建测验工具, 在降低罕见社会价值取向类型对测验信效度影响的同时, 兼顾了常见社会价值取向类型的有效区分。第三, 滑块测验具有良好的心理统计学指标。Murphy 报告说, 滑块测验间隔一星期的重测信度为 0.915, 它与三优势测量和环形测验相比具有较高的收敛效度, 即将相同被试划归为相同社会价值取向的频率为 70%。但是, 滑块测验作

为新近发展出来的测验工具, 仍然存在一些不足。首先, 滑块测验并没有选择圆形当中对称系列的分配结果, 因此区分个体 SVO 类型的夹角边界并不处于圆上所标注的位置, 例如, 纯粹利他主义者的夹角为 61.39° , 而不是 90° 。其次, 该测验并没有考虑不常见 SVO 类型(如自虐取向, 即追求自我收益的最小化, 而完全不考虑他人收益), 因此在使用滑块测验时需要注意的是, 它只能被用于界定四种常见 SVO 类型, 而不适宜于考察特殊 SVO 类型的研究。

4 社会价值取向的研究进展

4.1 社会价值取向与共情能力

共情能力是指分享他人体验的能力, 包括对他人情感的理解、观点采择能力和对他人情感状态做出适宜反应的能力等等(Bernhardt & Singer, 2012)。根据相互依赖理论与 van Lange 的理论分析, 共情能力可能是解释社会价值取向的重要因素, 因此研究者对社会价值取向与共情能力之间的关系十分感兴趣。在程序公正(Procedural Justice)范式中, 亲社会者更多地从所有人的角度来评价程序公正性(van Prooijen et al., 2008; van Prooijen, Ståhl, Eek, & van Lange, 2012)。Declerck 和 Bogaert (2008)的研究探索了社会价值取向与特质共情能力、心理推理能力之间的关系。实验者要求被试填写三优势测量量表和共情问卷, 并完成 RME 测试(Reading the mind in the eyes test)。结果显示, 亲社会价值取向与两种社会技能相关, 即亲社会者具有更高的特质共情能力, 而且能够更好地从眼睛凝视中推测他人的心理状态。这些研究表明, 亲社会者比亲自我者具有更高的共情能力与心理推理能力。

4.2 社会价值取向与社会认知

对于同一相互依赖情境, 不同社会价值取向个体的表征或知觉方式是否存在差异? Sattler 和 Kerr (1991)研究发现, 不同社会价值取向个体对同一相依情境的建构是不同的, 即权利-道德效应(Might/Morality Effect)。也就是说, 亲社会者更多地从评价性的善恶维度建构相依情境, 将相依情境视为伦理问题; 而亲自我者则较多地从动力性的强弱维度建构相依情境, 将相依情境视为权利问题(Liebrand, Jansen, Rijken, & Suhre, 1986; van Lange, 1999)。van Kleef 和 De Dreu (2010)进

一步拓展了权利-道德效应, 他们以谈判情境为背景, 设置了谈判同伴为之前愤怒行为致歉与不致歉两种条件, 试图检验致歉对未来合作行为的影响。研究结果显示, 亲社会者更多地将致歉行为理解为人际敏感性信号, 从道德性方面来解读致歉行为, 选择原谅对方, 并继续合作; 而亲自我者则更多地将致歉行为理解为软弱, 从权利角度解读致歉行为, 进而选择竞争。总的来说, 这些研究都表明社会价值取向能够影响个体对相依情境的建构、理解与解释。

4.3 社会价值取向与亲社会行为

亲社会行为是社会心理学研究中的重点与热点, 主要包括利他行为、合作行为、信任、志愿者行为等多种形式。社会价值取向与亲社会行为关系的研究是本领域的研究重点, 已取得丰硕的成果。在资源困境情境中, 亲社会者表现出更多的合作行为, 亲自我者则要求获得更多资源(王沛, 陈莉, 2011; Brucks & van Lange, 2007); 在投资游戏中, 亲社会者会投入更多的资金, 并返还更多的收益, 随着对方合作行为的增加, 亲社会者也选择更多的合作行为(Kanagaretnam, Mestelman, Nainar, & Shehata, 2009; van den Bos, van Dijk, Westenberg, Rombouts, & Crone, 2009); 在现实生活中, 亲社会者比亲自我者更多的参与志愿者行为(van Lange, Schippers, & Balliet, 2011)和捐献行为(van Lange, Bekkers, Schuyt, & van Vugt, 2007)。虽然亲自我者也会表现出一些亲社会行为, 但其行为目的是功利性和工具性的。例如, 在谈判情境当中, 亲自我者会将对方的失望情绪知觉为一种威胁, 当对方表现出失望情绪时, 亲自我者会尽力满足对方的需求, 表现出较多的合作行为(van Kleef & van Lange, 2008)。总之, 研究结果都证明了亲社会者具有更多的亲社会行为, 而且行为模式较少受到情境因素的影响。

4.4 社会价值取向的脑成像研究

脑成像研究已经成为认知科学发展的必然趋势。研究者已经开始关注社会价值取向大脑模块化的神经成像研究, 但目前这种研究仍然比较少。van den Bos 等(2009)研究个体社会价值取向与信任游戏(Trust Games)中互惠行为的神经机制。实验结果显示颞顶联合处(temporal-parietal-junction)、双侧前脑岛(bilateral anterior insula)和前扣带回(anterior cingulate cortex)的激活受到社

会价值取向的调控, 并且当亲社会者选择合作行为或亲自我者选择欺骗行为时, 大脑内奖赏相关脑区(如腹侧纹状体, ventral striatum)激活水平更高。Haruno 和 Frith (2009)要求被试完成三优势测量问卷, 测试期间记录被试的大脑活动。研究发现杏仁核的激活水平能够预测亲社会者对资源分配不平等性的厌恶程度。Emonds, Declerck, Boone, Vandervliet 和 Parizel (2011)采用 fMRI 技术, 比较了不同社会价值取向个体参与社会互动游戏时大脑神经活动的差异。结果表明亲自我者大脑内背侧前额叶皮质、后颞上沟(poster superior temporal sulcus)和楔前叶(precuneus)出现显著激活; 而亲社会者显著激活的脑区有眶前额叶皮质、前颞上沟(anterior superior temporal sulcus)和顶下小叶(inferior parietal lobule)。这些研究都表明不同社会价值取向个体进行社会互动时所激活的大脑模块也是不同的。

5 研究存在的不足与展望

5.1 研究中存在的不足

到目前为止, 社会价值取向研究已经积累了丰富的理论基础和多种有效的测量方法, 测量方法设计精巧缜密, 能够有效地评估个体对自己和他人收益分配的偏好。但是, 我们通过综合分析各种 SVO 理论假设与测验方法, 仍然发现一些问题。

首先, 社会价值取向是一种比较稳定的人格倾向, 从概念上讲是一种连续结构, 而现有的测量方法大多只能获得命名水平的分类结果。例如, 最常用的三优势测量将个体区分为合作取向、竞争取向和个人主义取向; 环形测验则根据动机矢量角度将被试划分到八种假定取向类型当中; 滑块测验虽然能够获得比例水平的动机矢量角度, 但是最终仍然参照动机矢量角度范围将被试区分为利他取向、亲社会取向、个人主义取向和竞争取向。另外, 由于实验目的或参照以往传统的原因, 大多数研究者会进一步将被试区分为亲社会者或亲自我者。虽然这种二分法有利于获得更普遍适宜的结论, 但它抹杀了 SVO 的多样性与个体差异性, 并且容易限制思维与理论的发展。马斯洛曾说过“如果你的工具是一把锤子, 那么所有问题看起来都像钉子”。相似的, 如果 SVO 的测量方法只能获得命名水平的分类结果, 那么

研究者就会采用“是/否”的思维方式来定义、理解与解释 SVO。因此, 现有测量方法所获得的非黑即白的分类结果不利于 SVO 的理论建构与研究发展。

其次, SVO 测量工具都具有较高的表面效度, 测验结果容易受到社会赞许性的影响。以三优势测量为例(见表 1), 选项 A (500,500)使得被试与他人同时获得 500 点, 而选项 C (490,90)则使被试获得 490 点, 虚拟他人获得 90 点, 两个选项中双方收益差异非常大。在我国这种典型的集体主义文化中, 合作与共赢是整个国家、社会和民众所强调的, 人们对合作的认同要高于竞争的认同。这种传统文化的烙印也反映在日常生活中, 例如人们总是对那些自私的、损人不利己的行为嗤之以鼻, 而且那些自私的个体所获得的社会资源与支持也比较少。在这种压力下, 个体会选择按照社会认可的方式行事, 并较多的选择亲社会选项。因此, 为了提高 SVO 测验方法的有效性, 研究者应该提出一些较少受社会赞许性影响的指标, 比如皮肤电反应、脑电成分或特定脑区的激活水平等等。

5.2 研究展望

社会价值取向对于理解决策者如何在自己与他人之间分配资源尤为重要。狭隘的利己性假设只是一种猜想, 社会价值取向要比纯粹的利己主义更丰富, 更复杂。新近社会价值取向研究逐渐从行为研究向认知与脑成像研究过渡。目前社会价值取向研究包括以下几个研究热点。首先, 社会价值取向与共情能力之间关系的研究。根据共情的双成分理论, 共情分为认知共情和情绪共情, 前者指对他人目的、意图的理解; 后者指对他人情绪状态的感受(崔芳, 南云, 罗跃嘉, 2008)。Declerck 和 Bogaert 的研究表明亲社会价值取向与共情能力正相关, 但我们仍不清楚哪种共情成分与社会价值取向更密切? 未来的研究可以区分两种共情成分, 进一步深入探讨共情与亲社会价值取向之间的关系。其次, 研究者越来越关注社会情境因素对不同社会价值取向个体行为的影响。勒温的心理动力学理论认为, 行为是由个体因素与环境因素共同决定的。作为一种人格因素, 不同社会价值取向个体的行为决策也必然受到相依情境中其他情境因素的调节, 比如情境不确定性、互动双方的人际关系或权利强

弱。因此, 未来研究应更多地探索社会价值取向与不同情境因素对个体行为决策的影响。最后, 社会价值取向大脑模块化定位的脑成像研究。随着认知神经科学的发展, 研究者可以采用功能磁共振(fMRI)、事件相关电位(ERP)、正电子发射扫描技术(PET)等脑成像技术, 在被试参与不同类型任务过程中记录其大脑活动和脑电变化, 进而揭示不同社会价值取向个体特定的神经加工模式(Emonds et al., 2011; van den Bos et al., 2009), 因此 SVO 的脑成像研究具有较大的拓展潜力。另外, Haruno 和 Frith (2009)研究发现杏仁核的激活水平能够预测亲社会者对不平等资源分配的厌恶程度, 因此采用比较稳健的生理指标作为区分 SVO 的依据似乎具有较大的发展前景。

参考文献

- 崔芳, 南云, 罗跃嘉. (2008). 共情的认知神经研究回顾. *心理科学进展*, 16, 250-254.
- 刘长江, 郝芳. (2011). 不对称社会困境中社会价值取向对合作的影响. *心理学报*, 43, 432-441.
- 王沛, 陈莉. (2011). 惩罚和社会价值取向对公共物品两难中人际信任与合作行为的影响. *心理学报*, 43, 52-64.
- 王沛, 汲惠丽. (2009). 社会价值取向与反馈对动态社会两难决策的影响: 以水资源两难决策为例. *心理与行为研究*, 7, 93-97.
- 吴宝沛, 寇彧. (2008). 西方社会价值取向的研究历程与发展趋势. *心理科学进展*, 16, 987-992.
- 谢晓非, 余媛媛, 陈曦, 陈晓萍. (2006). 合作与竞争人格倾向测量. *心理学报*, 38, 116-125.
- 朱玥, 马剑虹. (2009). 不同社会价值导向个体博弈行为与社会预期的关系. *心理科学*, 32, 1252-1254.
- Bernhardt, B. C., & Siner, T. (2012). The neural basis of empathy. *Annual Review of Neuroscience*, 35, 1-23.
- Bogaert, S., Boone, C., & Declerck, C. (2008). Social value orientation and cooperation in social dilemmas: A review and conceptual model. *British Journal of Social Psychology*, 47, 453-480.
- Brucks, W. M., & van Lange, P. A. M. (2007). When prosocials act like proselves in a commons dilemma. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33, 750-758.
- Cohen, J. (1983). The cost of dichotomization. *Applied Psychological Measurement*, 7, 249-253.
- Declerck, C. H., & Bogaert, S. (2008). Social value orientation: Related to empathy and the ability to read the mind in the eyes. *The Journal of Social Psychology*, 148, 711-726.
- Deutsch, M. (1960). The effect of motivational orientation upon trust and suspicion. *Human Relations*, 13, 123-139.

- Emonds, G., Declerck, C. H., Boone, C., Vandervliet, E. J., & Parizel, P. M. (2011). Comparing the neural basis of decision making in social dilemmas of people with different social value orientations, a fMRI study. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 4, 11–24.
- Griesinger, D. W., & Livingston, J. W., Jr. (1973). Toward a model of interpersonal motivation in experimental games. *Behavioral Science*, 18, 173–188.
- Haruno, M., & Frith, C. D. (2009). Activity in the amygdala elicited by unfair divisions predicts social value orientation. *Nature Neuroscience*, 13, 160–161.
- Kanagaretnam, K., Mestelman, S., Nainar, K., & Shehata, M. (2009). The impact of social value orientation and risk attitudes on trust and reciprocity. *Journal of Economic Psychology*, 30, 368–380.
- Kelley, H. H., & Thibaut, J. W. (1978). *Interpersonal Relations: A Theory of Interdependence*. New York: Wiley.
- Li, J., Zhu, L. -Q., Gummerum, M., & Sun, Y. -L. (2012). The development of social value orientation across different contexts. *International Journal of Psychology*, 3, 1–12.
- Liebrand, W. B. G. (1984). The effect of social motives, communication and group size on behaviour in an n-person multi-stage mixed-motive game. *European Journal of Social Psychology*, 14, 239–264.
- Liebrand, W. B. G., Jansen, R. W. T. L., Rijken, V. M., & Suhre, C. J. M. (1986). Might over morality: Social values and the perception of other players in experimental games. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 203–215.
- Liebrand, W. B. G., & McClintock, C. G. (1988). The ring measure of social values: A computerized procedure for assessing individual differences in information processing and social value orientation. *European Journal of Personality*, 2, 217–230.
- McClintock, C. G., & McNeel, S. P. (1966). Reward and score feedback as determinants of cooperative and competitive game behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 606–613.
- Messick, D. M., & McClintock, C. G. (1968). Motivational bases of choice in experimental games. *Journal of Experimental Social Psychology*, 4, 1–25.
- Murphy, R. O., Ackermann, K. A., & Handgraaf, M. J. J. (2011). Measuring social value orientation. *Judgment and Decision Making*, 6, 771–781.
- Murphy, R. O., & Ackermann, K. A. (February 24, 2012). *A Review of Measurement Methods for Social Preferences*. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2010468>.
- Sattler, D. N., & Kerr, N. L. (1991). Might versus morality explored: Motivational and cognitive bases for social motives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 756–765.
- van den Bos, W., van Dijk, E., Westenberg, M., Rombouts, S. A. R. B., & Crone, E. A. (2009). What motivates repayment? Neural correlates of reciprocity in the Trust Game. *Social Cognitive & Affective Neuroscience*, 4, 294–304.
- van Kleef, G. A., & van Lange, P. A. M. (2008). What other's disappointment may do to selfish people, emotion and social value orientation in a negotiation context. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1084–1095.
- van Kleef, G. A., & De Dreu, C. K. W. (2010). Longer-term consequences of anger expression in negotiation: Retaliation or spillover? *Journal of Experimental Social Psychology*, 46, 753–760.
- van Lange, P. A. M. (1999). The pursuit of joint outcomes and equality in outcomes: An integrative model of social value orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 337–349.
- van Lange, P. A. M., Bekkers, R., Schuyt, T. N. M., & van Vugt, M. (2007). From games to giving: Social value orientation predicts donations to noble causes. *Basic and Applied Social Psychology*, 4, 375–384.
- van Lange, P. A. M., De Cremer, D., van Dijk, E., & van Vugt, M. (2007). Basic principles of social interaction. In A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds.), *Social psychology, handbook of basic principles* (pp. 540–561). New York: Guilford.
- van Lange, P. A. M., Otten, W., De Bruin, E. D., & Joireman, J. A. (1997). Development of prosocial, individualistic, and competitive orientations, Theory and preliminary evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 733–746.
- van Lange, P. A. M., Schippers, M., & Balliet, D. (2011). Who volunteers in psychology experiments? An empirical review of prosocial motivation in volunteering. *Personality and Individual Differences*, 3, 279–284.
- van Prooijen, J.-M., De Cremer, D., van Beest, I., Ståhl, T., van Dijke, M., & van Lange, P. A. M. (2008). The egocentric nature of procedural justice: Social value orientation as moderator of reactions to decision-making procedures. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 1303–1315.
- van Prooijen, J.-M., Ståhl, T., Eek, D., & van Lange, P. A. M. (2012). Injustice for all or just for me? Social value orientation predicts responses to own versus other's procedures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38, 1247–1258.

Theories and Measurement Methods of Social Value Orientation Related to Decision Making

ZHANG Zhen¹; ZHANG Fan²; HUANG Liang¹; YUAN Bo¹; WANG Yiwen¹

(¹ Academy of Psychology and Behavior, Tianjin Normal University, Tianjin 300074, China)

(² Shandong College of Traditional Chinese Medicine, Yantai 264199, China)

Abstract: Standard economic models of decision-making draw on the self-interest hypothesis, which indicates that people are rational and motivated by personal benefit. However, in situations of interdependence, individual's social motives are more complex and feature larger individual differences. Social Value Orientation (SVO), referring to a preference for particular patterns of outcomes for oneself in relation to others in interdependent situations, is a concept that characterizes individual differences in the level of concern an individual has for others. The current study reviews three types of existing measurement methods of SVO (Triple-Dominance Scale, Ring Measure, and Slider Measure), highlights their strengths and weaknesses, and briefly summarizes recent research on SVO in decision making, social cognition, empathy, and prosocial behavior. Future research on SVO needs to investigate the interactions of SVO and social factors, as well as the neural mechanisms associated with different SVOs.

Key words: social value orientation; measurement methods; cooperator; competitor