

人际感恩：社会交往中重要的积极情绪*

梁宏宇¹ 陈 石¹ 熊红星² 孙配贞³ 李 放¹ 郑 雪¹

(¹ 华南师范大学心理学院, 广州 510631) (² 江西师范大学心理学院, 南昌 330022)

(³ 江苏师范大学教育科学学院, 徐州 221116)

摘 要 人际感恩是指个体由于接受了他人善意提供的具有一定价值的恩惠而诱发的一种愉悦的、心怀感激而意欲报答的认知性情绪。情境评估过程是人际感恩得以产生的关键环节。此外, 人际感恩的产生还会受到受惠者自身特点、双方关系特点等因素的影响。情节剧本、真人互动等任务是研究人际感恩的常见范式。另外, 人际感恩还具有个体、二元、团体三个层面的功能。加强人际感恩神经生理机制的研究, 考察由人际感恩到特质感恩的培养路径, 拓展人际感恩的功能研究, 探索中国文化背景下的人际感恩是未来人际感恩的研究方向。

关键词 人际感恩; 特质感恩; 情境评估; 诱发任务
分类号 B848

往而不来, 非礼也; 来而不往, 亦非礼也(《礼记·曲礼上》)。在人际交往中, 恩惠(包括物质与情感等层面)馈赠是社会交换的重要内容(莫斯, 2002)。然而, 当人们在不同社交情境中接受别人的恩惠时, 会产生不同的情绪反应如人际感恩(Algoe, Fredrickson, & Gable, 2013)或者负债感(Converse & Fishbach, 2012)等。尽管, 感恩历来受到东西方文化的推崇, 甚至在西方享有“美德之父”的美誉(McCullough, Kilpatrick, Emmons, & Larson, 2001)。但是, 由接受恩惠而产生的人际感恩之情, 却在早期得不到研究者的正视。根据互惠规范理论(Gouldner, 1960), 学者们认为人际感恩的性质与负债感相同, 而功能上仅仅是维持直接互惠行为(Greenberg, 1980; Tesser, Gatewood, & Driver, 1968; Trivers, 1971)。直至积极心理学的兴起, 人际感恩才作为一种积极情绪被大多数学者所接受, 对其成因与功能的研究也不断取得新

的进展(e.g., Algoe, 2012; Algoe et al., 2013; Bartlett, Condon, Cruz, Baumann, & Desteno, 2012; Gordon, Arnette, & Smith, 2011; Gordon, Impett, Kogan, Oveis, & Keltner, 2012; Lambert & Fincham, 2011; Simão & Seibt, 2014; Wood, Brown, & Maltby, 2011)。了解人际感恩对促进感恩教育, 完善感恩干预具有重要的现实意义, 因此本文详述了人际感恩的各类研究, 力求能为该领域未来的研究与实践提供一定的参考。

1 人际感恩的界定

1.1 何为人际感恩

人 际 感 恩 (interpersonal gratitude) 是 感 恩 (gratitude) 最原始、最朴素的含义。在西方, “gratitude”源自于拉丁文“gratia”与“gratus”, 其中前者意为帮助, 后者意为愉快(Emmons, 2004)。Emmons (2004)首先指出“gratitude”的本质便是人际感恩, 因而他用“gratitude”来指代人际感恩。但如此一来, 人际感恩在具体研究中便缺少了语言学与心理学层面的独立性。为此, 不同学者开始对人际感恩进行语言学与心理学层面的界定。从语言学层面上讲, Steindl-Rast (2004)与 Solomon (2004)根据感恩的对象属性, 将人际感恩命名为“personal gratitude” (Steindl-Rast, 2004)或“interper-

收稿日期: 2014-07-29

* 教育部人文社会科学研究青年基金(11YJC190019)、国家自然科学基金青年项目(71302141)。

本文题目中的“人际感恩”并非传统理解的人际感恩, 而是根据 Solomon (2004)的“interpersonal gratitude”翻译而来。

通讯作者: 郑雪, E-mail: zhengxue77@126.com

sonal gratitude” (Solomon, 2004); Lambert, Graham, 与 Fincham (2009)注意到人际感恩的本质是由恩惠所诱发, 故将其定名为“benefit-triggered gratitude”。另一方面, 从心理学层面来说, 学者们亦在形式与性质上对人际感恩进行了阐释。目前学界一般认为, 感恩应包括特质感恩(trait gratitude)与状态感恩(state gratitude)两种不同的形式(McCullough, Emmons, & Tsang, 2002), 而状态感恩又可以按对象属性, 分为对人的感恩与对自然的、对上帝的感恩等(e.g., 丁如一, 周晖, 林玛, 2014; Naito et al., 2010; Tsang, Schulwitz, & Carlisle, 2012)。因此, 人际感恩从形式上属于对象为人的状态情绪感恩。此外, 情绪的认知理论认为, 情绪是认知系统的产物, 认知系统往往会对客观事件进行加工, 从而激发情绪的产生(Ortony, Clore, & Collins, 1988)。人际感恩由恩惠所诱发, 因而从性质上被感恩研究者普遍视为一种认知性情绪(Algoe, 2012)。

作为感恩研究的奠基人, Emmons (2012)曾对人际感恩的概念进行了必要的总结。根据他的观点, 本文认为人际感恩是个体由于接受他人善意提供的具有一定价值的恩惠而诱发的一种愉悦的、心怀感激而意欲报答的认知性情绪。此外, 纵观人际感恩的概念与各类研究(e.g., Algoe, 2012; Emmons, 2004; Emmons & Stern, 2013; Lambert et al., 2009; Wood, Maltby, Stewart, Linley, & Joseph, 2008; Watkins, 2014), 可以发现人际感恩具有三个显著的特点: 第一, 人际感恩的产生离不开恩惠的馈赠(Emmons & Stern, 2013); 第二, 人际感恩属于认知性情绪(Algoe, 2012; Emmons & Stern, 2013; Wood et al., 2008); 第三, 人际感恩还是一种积极情绪(Watkins, 2014)。

1.2 人际感恩与特质感恩

如上所述, 特质感恩是感恩的另一种重要表现形式, 它最早由 McCullough 等人(2002)加以界定, 而后由 Wood, Froh 与 Geraghty (2010)扩充与发展, 其基本内容是指个体因倾向于关注与感激生活中的各种积极面而衍生出的一种情感特质。尽管本质上, 人际感恩与特质感恩均属感恩, 但二者却具有一定的区别。首先, 两者的产生途径不同。人际感恩作为状态情绪感恩, 它的产生有赖于对恩惠情境的评估, 而特质感恩则是个体已存在的一种情感特质。其次, 两者的内容体验不同。按照 Wood 等人(2010)的概念, 特质感恩的对

象不局限于人, 还可以包括自然等层面, 然而人际感恩仅仅是对他人的感恩。最后, 两者的功能表现不同。当前众多研究发现, 特质感恩与个体的幸福感、身心健康等因素的关系密切(详见 喻承甫, 张卫, 李董平, 肖婕婷, 2010)。然而, 需要认知评估的人际感恩却可能不会直接增强个体的主观幸福感(Iyer, 2010)。不仅如此, Lambert 等人(2009)也曾认为特质感恩与人际感恩可能在功能表现上有所不同, 特质感恩可能多与个体的心理结果相关, 而人际感恩则更可能与人际间的关系有关, 近来的研究逐渐证明了这一观点(Algoe, 2012; Algoe et al., 2013; 喻承甫等, 2010)。

1.3 人际感恩与负债感

负债感(indebtedness)是指接受恩惠后, 个体认为有义务去偿还的情绪(Greenberg, 1980; Tsang, 2006b)。由于负债感与人际感恩均为受恩后的常见反应, 因而早期研究者曾将二者当作同一情绪(Greenberg, 1980; Trivers, 1971)。然而, 近来的研究发现两者有所不同: 首先, 两者的引发动机不同, 施恩者善意的、无私的、自主的动机容易引发人际感恩, 而回避性的、自私的、受控的动机则与负债感紧密相连(Tsang, 2006b; Weinstein, DeHaan, & Ryan, 2010); 其次, 两者的情绪效价不同, 人际感恩的体验往往是愉悦的, 而负债感则令人不舒服, 甚至内疚(Greenberg, 1980; Watkins, Scheer, Ovnicek, & Kolts, 2006); 最后, 两者的情绪结果不同, 产生负债感的人更可能采用“一报还一报”的回馈模式(Tsang, 2006b), 而 Fredrickson (2004)的感恩拓展建构理论则认为人际感恩可能会激发较为丰富的回馈内容与方式, 这也得到了相关研究的证明(Bartlett & DeSteno, 2006; Watkins et al., 2006)。

1.4 人际感恩与报恩

“滴水之恩, 涌泉相报”、“投之以桃、报之以李”等文句说明, 中国文化历来提倡要懂得报恩。然而, 传统文化中的报恩与本文所指的人际感恩存在一定的区别。第一, 报恩的内涵不单单是一种情绪, 而是从认知到情绪再到行为的一个连续体。魏晓华(2008)曾将中国人的“报恩”心理概括为三个阶段: 先识恩(认知), 再感恩(情绪), 最后报恩(行为)。与之相对的是, 人际感恩仅为一种认知性情绪。第二, 报恩的外延也十分广泛, 并会因人际关系类型的不同而派生出不同的子概念, 比如

孝为报亲恩，忠为报君恩，节为报夫恩，义为报友恩等(任现品，2005)。此外，还有学者指出中国文化中的报恩具有一定的针对性，即恩惠可能并非指日常生活中的小恩小惠，而是指大恩大德(翟学伟，2007)。所以，从概念上看，传统文化中的报恩要比人际感恩复杂且多变。

2 人际感恩的成因

目前，关于人际感恩的产生问题，研究者们主要考察了心理层面的原因，包括两个方面：第一，靠对恩惠本身特点以及施助者行为与态度特点的情境评估；第二，还受到来自受惠者自身特点、双方关系特点以及其他因素的调节作用。已有研究表明，人际感恩成因的78%依靠对恩惠价值、施助成本与施助动机的情境评估作用(Wood et al., 2008)。

2.1 情境评估：促使人际感恩产生的关键环节

对于情境评估的内容，研究者们主要有两种观点：传统观点认为，人际感恩的产生在于受惠者对恩惠价值(value)、施助成本(cost)以及施助动机(intention)的评估(McCullough et al., 2001)；较新观点认为，人际感恩的产生还依赖于对施助者行为的响应性觉知(Algoe, 2012)。

施助成本、恩惠价值与施助动机一直以来被认为是情境评估的重要内容(McCullough et al., 2001; McCullough, Kimeldorf, & Cohen, 2008; Tesser et al., 1968)。Tesser等人(1968)最早发现，被试对施助成本与恩惠价值的评估越高，所引发的人际感恩就越强。但是，Tsang(2007)的研究却得到了相反的结论，即对恩惠价值的评估提高时，人际感恩却不一定增强。因此，人际感恩的产生很可能并不简单取决于对施助成本与恩惠价值绝对大小的评估。为此，Wood等人(2011)根据范围——频率(range frequency theory)理论提出并验证了人际感恩成因的两条相对性原则：顺序原则(rank principle)与全距原则(range principle)。前者认为，个体会根据同等程度的恩惠在不同恩惠序列中所得不同名次，来决定人际感恩的产生程度。后者则认为，个体还会根据同等程度的恩惠在不同恩惠序列中所占全距的不同比例，来决定人际感恩的产生程度。

除成本与价值外，还有研究表明，当施恩者的助人动机是慷慨而友善，并且不求回报时，也

能够让受惠者产生人际感恩(Tsang, 2006b)。反之，一旦施恩者表现出回报期待，受惠者的人际感恩程度便会随着回报期待的增高而逐渐降低(Watkins et al., 2006)。但即使施恩者的动机是友善的，也存在另一种可能：这种善意可能并非来自自愿，而是由于自尊、道德感或社会赞许效应等因素的压迫。研究发现，尽管施恩者的自主性动机(autonomous motivation)能够独立预测人际感恩的产生，但前提是只有该动机被评估为出于施助者本意(Weinstein et al., 2010)。

近年来，响应性觉知(perceived responsiveness)逐渐被认为是情境评估中的又一重要内容(Algoe, 2012; Simão & Seibt, 2014)。响应性(responsiveness)，是指一种情感上的相互依赖，是一方对另一方需要、目标、价值观以及自我偏好的积极支持(Reis, 2014)。响应性觉知则是一种评估结果，即个体感到被对方所理解、珍惜、关怀(Algoe, 2012)。Algoe等人在对同居夫妇以及转移性乳腺癌女病人的不同研究中(Algoe, Gable, & Maisel, 2010; Algoe & Stanton, 2012)均发现，响应性觉知与人际感恩具有较高的相关，甚至可以预测人际感恩的产生。对此，Algoe(2012)认为人际感恩之所以能被预测，是因为在恩惠传递中受惠者感知到了来自施恩者对其需要的响应性，即受惠者产生了响应性觉知。按照Algoe的解释，以往认知评估的三因素仅仅反映了人际感恩在行为表面的成因，而强调响应性觉知，则是从行为背后的关系层面透视了人际感恩的产生原因。但尽管如此，也有研究发现，响应性觉知对人际感恩的预测作用还有待进一步的考察(Algoe & Haidt, 2009)。

2.2 影响人际感恩产生的因素

研究发现，受惠者自身特点(如特质感恩、调节定向、责任感等)，施受双方的关系特点(如类型、疏密度等)，以及其他因素(如性别差异、文化差异等)往往会作为背景因素调节个体的情境评估过程，从而对人际感恩的产生造成额外影响(Algoe et al., 2010; Chow & Lowery, 2010; Mathews & Shook, 2013; McCullough et al., 2001; Tsang, 2006b)。

2.2.1 受惠者自身特点

受惠者自身的特质感恩程度是影响其人际感恩产生的重要因素。McCullough, Tsang与Emmons(2004)曾让被试记录每日状态感恩(即人际感恩)

的变化,结果发现高特质感恩被试日常经历的感恩情绪更多,也更为强烈。Wood 等人(2008)认为特质感恩影响人际感恩的产生可能有两条路径:其一,直接诱发人际感恩;其二,通过影响情境评估过程来间接诱发人际感恩。其研究结果发现,特质感恩仅会通过影响对恩惠价值、施助成本以及施助动机的评估过程来间接促成人际感恩。

除特质感恩外,近来还有研究表明受惠者自身的其他特点也会影响人际感恩的产生(Chow & Lowery, 2010; Mathews & Shook, 2013; Watkins et al., 2006; Weinstein et al., 2010)。Mathews 与 Shook (2013)发现,在恩惠情境评估中,受惠者自身的促进定向(promotion focus)会让其在情境评估中更加关注施恩者的慷慨与礼物的美好,从而促进人际感恩的产生。此外,Chow 与 Lowery (2010)还探讨了与自身有关的成就类情境中受惠者的个体责任感对情境评估的影响。结果发现,只有当受惠者认为自己需要对结果负责时,来自施恩者的帮助才能被评估为是有效的,进而引发人际感恩。不仅如此,他们还发现,当受惠者不认为自己对结果负责时,便较少觉知到施恩者对自己的关怀与理解(响应性觉知降低),从而限制人际感恩的产生。除促进定向、对结果的责任感外,还有学者发现受惠者对施恩者的好感也能影响其情境评估:对施恩者的好感越多,就越容易促进人际感恩的产生(Watkins et al., 2006)。

2.2.2 双方的关系特点

施受双方的关系类型与关系疏密度均是影响人际感恩产生的重要因素(Algoe et al., 2010; Bar-Tal, Bar-Zohar, Greenberg, & Hermon, 1977; Cohen, 2012; Welch, 2012)。早期研究发现陌生关系比亲密关系更能引发人际感恩的产生(Bar-Tal et al., 1977)。但近来研究却表明,在不同关系类型中,关系疏密度对人际感恩的影响是不同的(Cohen, 2012; Welch, 2012)。在横向关系(如平辈的朋友关系、恋人关系)中,亲密关系反而会比陌生关系能引发更多的人际感恩,这也许是因为亲密关系中的双方会有长期互惠的考虑(Cohen, 2012)。另一方面,如果双方属于纵向关系,例如母子关系,尽管也具有较高的亲密度,但母子关系中包含以“孝”(filial obligations)为表现形式的义务,故而个体的情境评估会受到义务的影响,由此激发的人际感恩程度不如恋人关系,甚至弱于某些陌生

关系(Bar-Tal et al., 1977; Welch, 2012)。除母子关系外,如果双方的关系属于因权力、地位等不同而导致的其他纵向关系,人际感恩的引发程度仍然会受到影响。Magee 与 Smith (2013)认为高权力的个体比低权力的个体更不容易产生人际感恩,因为人际感恩属于社交情绪,作用是拉近人际距离,而高权力的个体更倾向于保持一定的社交距离。不仅如此,地位也会对情境评估造成影响,人们一般觉得地位比自己高的施助者含有更多善意,因而会对其产生更多的人际感恩(McCullough et al., 2001)。

2.2.3 其他因素

除上述两大类因素外,人际感恩的产生还会受到性别与文化差异的影响。已有研究表明,女性比男性更容易觉察到伙伴的关怀行为,即响应性觉知更强,因而也更容易引发人际感恩(Algoe et al., 2010);相反的,男性似乎不太容易体验与表达感恩,因为男性对于感恩的情境评估与女性相比,较为复杂与不确定(Kashdan, Mishra, Breen, & Froh, 2009)。

Markus 与 Kitayama (1991)认为,东西方文化差异的一个重要表现是对自我与他人关系的解读。据此,文化差异对人际感恩成因的影响很可能与个体的人际关系特点有关。Shen, Wan 和 Wyer (2011)的研究则发现,当施助者被设定为不熟悉的人时,中国被试比加拿大被试更容易认为对方的施助行为具有一定的功利性,从而引发较少的人际感恩;反之,当施助者被设定为被试的密友时,这种差异变得不再显著。Hu, Gan 和 Liu (2012)对中国被试的研究也发现,来自近亲的帮助在被试看来比远亲的帮助更具善意,也更容易激发被试的人际感恩。然而,Shen 等人(2011)认为,这种表现在关系特点上的文化差异很有可能会被某些突显的情境因素所掩盖,因为后者可能在某一时刻更易占据被试的思维。

3 人际感恩的研究方法

由前知,人际感恩的产生至少要考虑三方面因素:具有一定成本的施助行为,具有一定价值的恩惠,以及施助者善意的动机。因此,典型的人际感恩诱发情境会假定个体获得了某种有益的结果,而这种结果是来自于另一个体的付出,且这种付出是善意而不求回报的(McCullough et al.,

2001)。依据这一假定,研究者们采取了不同的任务,如情节剧本或真人互动等任务来研究人际感恩。

情节剧本任务是人际感恩研究中最普遍的范式(Simão & Seibt, 2014; see also Tesser et al., 1968; Watkins et al., 2006; Weinstein et al., 2010)。具体而言,情节剧本是通过文字信息材料虚拟一定的受助情境,让被试尽量设身处地地进行感受,借此来诱发人际感恩。Simão 和 Seibt (2014)设计的情节为假设被试与朋友一起去采购教材,但结账时被试发现自己的钱不够,朋友正巧注意到这一情况,并善意地资助了被试。事实证明,该方法的确能在一定程度上诱发被试的人际感恩,但它也存在一定的缺点:首先,情节剧本的心理现实性(psychological realism)不高,其诱发的情绪反应很有可能出现天花板效应或地板效应(Tsang, 2007);其次,由于感恩是一种美德,但该任务在人际感恩评定时仅采用自我报告法作为依据,所以情绪引发的准确性可能会受到社会赞许效应的影响(Pedregon, Farley, Davis, Wood, & Clark, 2012)。

真人互动任务是为了提高前者心理现实性的一种方法,包括 Tsang (2006a)设计的抽彩券任务与 Bartlett 与 DeSteno (2006)所设计的解决意外任务等。一般而言,真人互动任务会让一名真被试与一名假被试合作完成某些任务,往往真被试会在任务的进行中遇到问题,而假被试会具有诚意的对其进行援助,借此引发真被试的人际感恩。该范式具有两点改进:其一,真人互动任务会通过直接或间接的互动行为,强化被试情绪的卷入程度,提高人际感恩的心理现实性;其二,真人互动任务在评定人际感恩程度时,还会结合某些行为反应指标,因而可以在一定程度上弥补自我报告法的不足。许多研究表明,真人互动任务不仅能很好的诱发人际感恩,也能促进人际感恩的功能研究(e.g., Bartlett et al., 2012; DeSteno, Bartlett, Baumann, Williams, & Dickens, 2010; Mathews & Shook, 2013; 蒲清平, 朱丽萍, 2012; Tsang, 2007)。尽管如此,真人互动任务也存在一定的不足,表现为操作较为繁杂,易混入额外的干扰因素等。

除上述常用的人际感恩诱发任务外,也有学者利用受惠列举、感恩日记等方式来研究人际感恩(Algoe et al., 2010; Algoe & Stanton, 2012)。Algoe 等人(2010)让被试每天对自己的感恩情绪做记录,还让其回答是否注意到对方的响应性行为,结果

发现响应性行为可以预测人际感恩的产生。此外,公共物品游戏也可以用来研究人际感恩。Leung (2011)让真被试与假被试(电脑程序)配对进行公共物品游戏,发现假被试的高投入比低投入更能引发真被试的人际感恩。

尽管,人际感恩的诱发任务多样化,但存在的问题是很多研究只关注被试在特定范式下引发的人际感恩是否显著,而很少关注被试在该范式下是否还会产生人际感恩以外的其他情绪。事实上,个体在受惠情境中可能同时存在多种情绪(Hu et al., 2012)。以往大多数研究者在人际感恩的操纵检验中仅考察实验组人际感恩的激发程度是否强于控制组,却并未考虑实验组激发的人际感恩是否为最主要的情绪(e.g., Bartlett & DeSteno, 2006; DeSteno et al., 2010; Simão & Seibt, 2014; Weinstein et al., 2010)。因而,这样的操纵检验很可能具有要求特征的嫌疑。所以,如何保证被试在特定情境中诱发的人际感恩是其主要情绪是未来实验范式所要考虑的核心问题。还有,未来人际感恩的实验研究可以继续考虑以下两点:第一,尽量采取多种实验方式(比如内隐联想, fMRI 等),增强以往情境实验的说服力;第二,对结果评定所采用的形容词核查表进行修订,或开发针对人际感恩的量表,如 AIR 量表(Gordon et al., 2012),并尽量将其与行为反应指标结合,提高评定结果的准确性。

4 人际感恩的功能

人际感恩能够实现个体、二元以及团体三个层面的功能,即促进受惠者与施助者行为的积极变化,巩固与维持二元亲密关系,提升团体内部成员的融入度(Algoe & Haidt, 2009; Gordon et al., 2011; Grant & Gino, 2010)。

4.1 促进个体行为的积极变化

当受惠者体验人际感恩后,其行为往往会发生积极变化。许多研究表明,体验人际感恩会让受惠者表现出亲社会行为(Bartlett & DeSteno, 2006; DeSteno et al., 2010; Tsang, 2006a)。还有学者利用网络掷球范式发现,人际感恩的激发作用会让受惠者不顾经济效益,更多的将球传给施助者,展现出一种社交接纳(Bartlett et al., 2012)。另一方面,当施助者接受人际感恩后,其行为也会相应地发生积极变化。研究表明,表达的人际感

恩可以强化施助者的亲社会行为(McCullough et al., 2001)。Grant 与 Gino (2010)认为人际感恩的这种功能可能通过两条途径来实现,其一,提升施恩者的自我效能感,其二,让施恩者体验到自身的社会价值。为此,他们进行了一系列实验研究,结果发现,施恩者受到来自受惠者的人际感恩后,再次对后者帮助的比例大幅度增加(比如从 25%到 55%, 32%到 66%等)。更重要的是,受惠者表达的感恩会让施恩者自我效能感与社会价值均有所提高,但仅有社会价值才能成为表达的人际感恩与亲社会行为的中介机制。这说明,增强施助者的社会价值是人际感恩强化其亲社会行为的真正内因。不仅如此,近来研究还发现,当高权力个体受到来自低权力个体的人际感恩后,可以减弱对低权力个体能力的诋毁,并且社会价值仍然是这种作用的中介机制(Cho & Fast, 2012)。

4.2 巩固与维持二元亲密关系

近来的一系列研究发现,在亲密关系(夫妻、情侣或重要的朋友等)中,人际感恩不仅能够提升双方的关系满意度,也能够让双方做出更多促进关系成长的行为,因而人际感恩对二元亲密关系具有重要的巩固与维持作用(e.g., Algoe et al., 2013; Gordon et al., 2012; Algoe et al., 2010; Algoe & Stanton, 2012; Gordon et al., 2011; Lambert & Fincham, 2011)。从受惠者本身看, Lambert 与 Fincham (2011)发现,体验人际感恩并将其表达,可以增加受惠者对施恩者的积极认识,从而有利于让受惠者做出保持双方关系的行为。从施助者的角度看, Gordon 等人(2012)认为,当施助者受到受惠者的感恩后,其本身感激之心也会被激发,因而会做出更多巩固双方关系的行为。Algoe 等人(2013)的研究还发现,在情侣关系中,一方表达人际感恩,能够显著提高另一方的响应性觉知,并最终预测双方六个月后的关系改善情况。因此,通过表达,人际感恩在亲密关系中的作用得到了传递:施恩者会觉得自己得到了理解、珍视以及关心,进而继续维持与受惠者的亲密关系(Algoe, 2012)。

4.3 增强团队内部成员的融入度

Algoe 和 Haidt (2009)认为人际感恩是一种是称赞他人的情绪,往往团体内受到感恩的某成员会成为其他成员效仿的榜样,原因是人际感恩会被当作一种社交犒赏。所以,当第三方目睹了人

际感恩的产生与传递后,他(或她)便会对其他成员做出类似施恩者的行为,推而广之,团体内便逐渐形成一种亲社会的氛围,从而成员的融入度不断增强。从这个角度看,人际感恩让各个成员之间建立了一条共有纽带,感恩的程度越强,纽带的作用就越大,成员的融入度也就越高(Algoe & Haidt, 2009)。此外,对于人际感恩在团体中的作用还有另一种解读。Chang, Lin 和 Chen (2012)根据 Fredrickson (2004)提出的感恩拓展建构理论认为,体验人际感恩首先会拓宽个体的认知资源,使个体以一种更为包容的视角看待自身与施助者之间的差异性(比如模糊二者的不同身份),从而削弱了施恩者与受惠者的区别。当原施助者不在场时,个体可以将社交网络中的其他人当作感恩的对象,故而拉近了成员间的人际距离(Bartlett & DeSteno, 2006)。随着社会交往的进行,这种因流动身份(fluid identity)而导致的间接人际感恩的现象会持续产生,个人的团体融入度也会逐渐提高。综合而论,从受惠者的角度看,Algoe 和 Haidt (2009)的理论与研究解释了人际感恩促进团体成员融入度的直接功能,而 Chang 等人(2012)则解释了其间接功能。由于方法所限,目前这一领域的实证研究还不多,已有的研究在概念操作或方法使用上也有待完善(e.g., Chang et al., 2012)。因此,对于上述理论与功能的验证还需要未来进一步的探索。

5 小结与展望

近几年,人际感恩的各类研究让学者们逐渐发现,生活中的人际感恩不再是僵化的互惠教条,而是拉近彼此关系的真情纽带。尽管如此,该领域的研究还不够丰富,一些问题与不足的显现在所难免,为此未来研究者需要投入更多的努力。

第一,以往对个体人际感恩、感恩的成因与功能的研究主要注重心理层面的考察,而忽视了其在生理层面上的表现。曾有研究发现,具有前额叶功能障碍的帕金森病人在完成恩惠列举后,其感恩程度并未发生显著变化,但是正常被试的感恩程度却在干预后出现了轻微提升,这说明感恩可能与前额叶的功能有关(Emmons, 2006)。McCraty 与 Childre (2004)从神经心脏病学角度分析了感激(appreciate)的生理机制,发现当个体产生感激时,其大脑 α 波与心电图的同步水平百

分比以左半球颞叶为中心显著增加。但是, 该研究对感激定义不具备很好的区分性, McCraty 与 Childre 也承认在该研究中感激更可能是混杂着感恩、快乐、希望等各类积极情绪的混合体。因而, 感恩的神经生理学机制需要进一步探索。最近, Algoe 与 Way (2014)采用基因研究的方法, 发现人际感恩的表达对其功能的影响具有一定的遗传基础, 感恩表达与影响催产素分泌的基因 CD38 有关。具体而言, 当情侣关系中的一方表达感恩后, 多态性 rs6449182 与 rs3796863 会使得 CD38 的基因表达与双方关系满意度、响应性觉知等指标相关显著。该研究为探索人际感恩的生理基础做了有意义的尝试。但目前, 直接探索人际感恩生理机制的研究相对较少, 而了解人际感恩的神经生理基础, 不仅有助于解释人际感恩的成因与功能, 更能促进临床上感恩与健康的关系研究 (Emmons, 2006)。

第二, 过去研究仅验证了特质感恩通过情境评估的过程来影响个体的人际感恩, 缺乏考察是否也能通过不断提高人际感恩的产生频率与程度, 从而反过来培养个体的特质感恩。张萍(2012)让个体进行动机重评, 成本重评与价值重评的训练后, 发现其人际感恩获得了提升, 并且坚持一段时间的认知干预还可以增强个体的特质感恩程度, 这一结果率先论证了由人际感恩到特质感恩培养路径的可能性。最近, Froh 等人(2014)设计了通过提高个体的人际感恩来增强其特质感恩的“五步感恩培养法”, 包括训练个体积极认识情境评估中的施助成本、恩惠价值、施助动机, 探讨如何有效的表达感恩等内容。显然, 该方法对探索特质感恩的培养路径具有重要的借鉴意义。从另一角度看, 研究如何激发个体的人际感恩来逐步培养其特质感恩, 还有利于感恩干预的成功实施。感恩干预是通过诸如感恩拜访, 恩惠记录, 感恩沉思等策略逐步提高个体幸福感的方法(喻承甫等, 2010)。如前所述, 特质感恩与主观幸福感关系密切(喻承甫等, 2010), 因而以往试图改变个体的状态感恩来直接增强其幸福感的干预方式, 其有效性往往会受到质疑(Watkins, 2014)。但是, 若能找到由人际感恩到特质感恩的可靠培养路径, 则可以在一定程度上增强感恩干预的效果与说服力。

第三, 拓展人际感恩的功能研究。目前, 大多数人际感恩的功能研究主要考察的是人际感恩在

不同层面的社交功能。那么, 除此之外, 人际感恩是否还有其他的功能? 在这些功能中人际感恩作用机制又是什么? 最近有研究发现, 人际感恩会减弱个体在经济决策中出现的不耐烦情绪 (DeSteno, Dickens, & Lerner, 2014)。这一结果说明了人际感恩有助于个体做出适当的经济决策。一般观点认为, 个体在做出有利的经济决策时需要自我控制, 以避免情绪波动的干扰(DeSteno et al., 2014)。那么, 此时人际感恩与自我控制的关系如何? 并且, 人际感恩的这种促进经济决策的内部原因又是什么? 另一方面, Waters (2012)发现在工作场所中, 与特质感恩相比, 人际感恩与组织内感恩更能提高员工的工作满意度。值得注意的是, 该研究中组织内感恩是一种独特而持久地融入组织内部特点的感恩形式。Waters 认为组织内感恩可能是工作场所中沟通人际感恩与特质感恩影响工作满意度的桥梁。那么, 是否人际感恩在工作场所中发挥作用会受到这种组织内感恩的中介或调节, 这一问题也有待未来研究的考察。

第四, 开展人际感恩的本土化研究, 探索本土人际感恩的成因与功能。如文中所见, 人际感恩与传统文化中的报恩具有一定的区别, 那么如何开展人际感恩的本土化研究呢? 杨中芳(2014)认为, 开展某一课题的本土心理学研究包括六个方面, 其中第三点“在当地人自身文化/社会/历史的脉络中, 寻找理解其活动及行为现象的释意系统”最为重要。人际感恩产生于一定的人际关系中, 而中国人的人际关系更多以亲疏来界定, 不同于西方意义上“公”与“私”的区分(杨宜音, 1995)。因此, 诸如“人情”、“报”等观念是解释本土人际关系中社会交换的主要概念(黄光国, 2006)。黄光国(2006)曾提出中国人的人际关系可以分为工具型、情感型与混合型三类, 其中只有混合型人际关系是以“人情”为相处原则的。黄光国认为, “人情”原则的本质是均等性, 而顾国军(2013)则进一步概括出人情的三个特点: 第一, 频繁容易做到的; 第二, 依情依理, 又不得不去做的; 第三, 期待对方回报的。那么, 中国人的“人情”观念与人际感恩会具有怎样的联系? 是积极, 还是消极? 已有研究表明, 中国大学生具有一定的感恩意识, 但比较薄弱, 具有一定的感恩回报行为, 但动机可能来自于负疚感(蒲清平, 朱丽萍, 2012)。那么, 是否由于“人情、报”等观念导致的是负疚感, 而非人际

感恩?典型的中国式的人际感恩情境又是什么?更为重要的是,能否将西方人际感恩的概念与传统的报恩概念相整合,探索出一种可操作化的本土化人际感恩的培养路径?综上所述,中国人的感恩概念比较复杂,而西方的人际感恩概念则易于理解,因而开展人际感恩的本土化研究能在揭示国人感恩心理的基础上,更为深入地了解感恩文化在东西方之间的差异。

参考文献

- 丁如一,周晖,林玛.(2014).感激情绪的认知评估体系. *心理学报*, 46(10), 1463-1475.
- 顾国军.(2013). *恩与报恩的类型、机制与启示——以《三国志》为例* (硕士学位论文). 南京师范大学.
- 黄光国.(2006).人情与面子:中国人的权力游戏.见杨国枢(编), *中国人的心理* (pp. 226-248). 南京:江苏教育出版社.
- 莫斯.(2002). *论馈赠——传统社会的交换形式及其功能* (卢汇,译). 北京:中央民族大学出版社.
- 蒲清平,朱丽萍.(2012).大学生“知恩图报”的心理反应特点. *心理科学*, 35(5), 1185-1189.
- 任现品.(2005).略论儒家文化的感恩意识. *孔子研究*, (1), 93-100.
- 魏晓华.(2008). *中国人的报恩心理研究* (硕士学位论文). 南京师范大学.
- 杨宜音.(1995).试析人际关系及其分类——兼与黄光国先生商榷. *社会学研究*, (5), 18-23.
- 杨中芳.(2014).选择文化心理学研究课题之我见? *心理学探新*, 34(1), 3-6.
- 喻承甫,张卫,李董平,肖婕婷.(2010).感恩及其与幸福感的关系. *心理科学进展*, 18(7), 1110-1121.
- 翟学伟.(2007).报的运作方位. *社会学研究*, (1), 83-98.
- 张萍.(2012). *感恩情感的形成机制及其干预:基于特质和状态的研究视角* (博士学位论文). 上海师范大学.
- Algoe, S. B. (2012). Find, remind, and bind: The functions of gratitude in everyday relationships. *Social and Personality Psychology Compass*, 6(6), 455-469.
- Algoe, S. B., Fredrickson, B. L., & Gable, S. L. (2013). The social functions of the emotion of gratitude via expression. *Emotion*, 13(4), 605-609.
- Algoe, S. B., & Haidt, J. (2009). Witnessing excellence in action: The 'other-praising' emotions of elevation, gratitude, and admiration. *Journal of Positive Psychology*, 4(2), 105-127.
- Algoe, S. B., Gable, S. L., & Maisel, N. C. (2010). It's the little things: Everyday gratitude as a booster shot for romantic relationships. *Personal Relationships*, 17(2), 217-233.
- Algoe, S. B., & Stanton, A. L. (2012). Gratitude when it is needed most: Social functions of gratitude in women with metastatic breast cancer. *Emotion*, 12(1), 163-168.
- Algoe, S. B., & Way, B. (2014). Evidence for a role of the oxytocin system, indexed by genetic variation in CD38, in the social bonding effects of expressed gratitude. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, nst182, doi: 10.1093/scan/nst182.
- Bar-Tal, D., Bar-Zohar, Y., Greenberg, M. S., & Hermon, M. (1977). Reciprocity behavior in the relationship between donor and recipient and between harm-doer and victim. *Sociometry*, 40(3), 293-298.
- Bartlett, M. Y., Condon, P., Cruz, J., Baumann, J., & Desteno, D. (2012). Gratitude: Prompting behaviours that build relationships. *Cognition & Emotion*, 26(1), 2-13.
- Bartlett, M. Y., & DeSteno, D. (2006). Gratitude and prosocial behavior helping when it costs you. *Psychological Science*, 17(4), 319-325.
- Chang, Y. P., Lin, Y. C., & Chen, L. H. (2012). Pay it forward: Gratitude in social networks. *Journal of Happiness Studies*, 13(5), 761-781.
- Cho, Y., & Fast, N. J. (2012). Power, defensive denigration, and the assuaging effect of gratitude expression. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(3), 778-782.
- Chow, R. M., & Lowery, B. S. (2010). Thanks, but no thanks: The role of personal responsibility in the experience of gratitude. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(3), 487-493.
- Cohen, A. D. (2012). *Does gratitude promote reciprocity in response to all benefits, or just those rendered by novel relationship partners? Testing the role of gratitude in the establishment of reciprocal relationships* (Unpublished doctoral dissertation). University of Miami.
- Converse, B. A., & Fishbach, A. (2012). Instrumentality boosts appreciation: Helpers are more appreciated while they are useful. *Psychological Science*, 23(6), 560-566.
- DeSteno, D., Bartlett, M. Y., Baumann, J., Williams, L. A., & Dickens, L. (2010). Gratitude as moral sentiment: Emotion-guided cooperation in economic exchange. *Emotion*, 10(2), 289-293.
- DeSteno, D., Li, Y., Dickens, L., & Lerner, J. S. (2014). Gratitude: A tool for reducing economic impatience. *Psychological Science*, 25(6), 1262-1267.
- Emmons, R. A. (2004). Introduction. In R. A. Emmons & M. E. McCullough (Eds.), *The psychology of gratitude* (pp. 3-16). New York: Oxford University Press.
- Emmons, R. A. (2006). Sacred emotions and affective neuroscience: Gratitude, costly signaling, and the brain. In J. H. Ellens (Series Ed.) & P. McNamara (Vol. Ed.) *Where god and science meet—how brain and evolutionary studies alter our understanding of religion: Vol. 1 evolution, genes, and the religious brain* (pp. 11-30). Westport: Greenwood.

- Publishing Group.
- Emmons, R. A. (2012). Queen of the virtues? Gratitude as a human strength. *Reflective Practice Formation and Supervision in Ministry*, 32, 49–62.
- Emmons, R. A., & Stern, R. (2013). Gratitude as a psychotherapeutic intervention. *Journal of Clinical Psychology*, 69(8), 846–855.
- Fredrickson, B. L. (2004). Gratitude, like other positive emotions, broadens and builds. In R. A. Emmons & M. E. McCullough (Eds.), *The psychology of gratitude* (pp. 145–166). New York: Oxford University Press.
- Froh, J. J., Bono, G., Emmons, R. A., Wood, A., Henderson, K., Fan, J., & Leggio, H. (2014). Nice thinking! An educational intervention that teaches children how to think gratefully. *School Psychology Review*, 43(2), 132–152.
- Gordon, A. M., Impett, E. A., Kogan, A., Oveis, C., & Keltner, D. (2012). To have and to hold: Gratitude promotes relationship maintenance in intimate bonds. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(2), 257–274.
- Gordon, C. L., Arnette, R. A., & Smith, R. E. (2011). Have you thanked your spouse today? Felt and expressed gratitude among married couples. *Personality and Individual Differences*, 50(3), 339–343.
- Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161–178.
- Grant, A. M., & Gino, F. (2010). A little thanks goes a long way: Explaining why gratitude expressions motivate prosocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(6), 946–955.
- Greenberg, M. S. (1980). A theory of indebtedness. In K. J. Gergen, M. S. Greenberg, & R. H. Willis (Eds.), *Social exchange: Advances in theory and research* (pp. 3–26). New York: Plenum Press.
- Hu, Y., Gan, Y., & Liu, Y. (2012). How Chinese people infer helpers' ambiguous intentions: Helper effort and interpersonal relationships. *International Journal of Psychology*, 47(5), 393–404.
- Iyer, Ravi. (2010). *Adding complexity to the gratitude-affect relationship: Deeper impersonal gratitude leads to more contentment* (Unpublished master's thesis). University of Southern California.
- Kashdan, T. B., Mishra, A., Breen, W. E., & Froh, J. J. (2009). Gender differences in gratitude: Examining appraisals, narratives, the willingness to express emotions, and changes in psychological needs. *Journal of Personality*, 77(3), 691–730.
- Lambert, N. M., & Fincham, F. D. (2011). Expressing gratitude to a partner leads to more relationship maintenance behavior. *Emotion*, 11(1), 52–60.
- Lambert, N. M., Graham, S. M., & Fincham, F. D. (2009). A prototype analysis of gratitude: Varieties of gratitude experiences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(9), 1193–1207.
- Leung, H. (2011). *An endogenous-induction of gratitude and its effect on cooperation in a public good game* (Unpublished doctoral dissertation). Chinese University of Hong Kong.
- Magee, J. C., & Smith, P. K. (2013). The social distance theory of power. *Personality and Social Psychology Review*, 17(2), 158–186.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224–253.
- Mathews, M. A., & Shook, N. J. (2013). Promoting or preventing thanks: Regulatory focus and its effect on gratitude and indebtedness. *Journal of Research in Personality*, 47(3), 191–195.
- McCraty, R., & Childre, D. (2004). The grateful heart: The psychophysiology of appreciation. In R. A. Emmons & M. E. McCullough (Eds.), *The psychology of gratitude* (pp. 230–255). New York: Oxford University Press.
- McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J. A. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112–127.
- McCullough, M. E., Kilpatrick, S. D., Emmons, R. A., & Larson, D. B. (2001). Is gratitude a moral affect. *Psychological Bulletin*, 127(2), 249–266.
- McCullough, M. E., Kimeldorf, M. B., & Cohen, A. D. (2008). An adaptation for altruism? The social causes, social effects, and social evolution of gratitude. *Current Directions in Psychological Science*, 17(4), 281–285.
- McCullough, M. E., Tsang, J. A., & Emmons, R. A. (2004). Gratitude in intermediate affective terrain: Links of grateful moods to individual differences and daily emotional experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(2), 295–309.
- Naito, T., Matsuda, T., Intasuwan, P., Chuawanlee, W., Thanachanan, S., Ounthitawat, J., & Fukushima, M. (2010). Gratitude for, and regret toward, nature: Relationships to proenvironmental intent of university students from Japan. *Social Behavior and Personality*, 38(7), 993–1008.
- Ortony, A., Clore, G. L., & Collins, A. (1988). *The cognitive structure of emotions*. New York: Cambridge University Press.
- Pedregon, C. A., Farley, R. L., Davis, A., Wood, J. M., & Clark, R. D. (2012). Social desirability, personality questionnaires, and the “better than average” effect. *Personality and Individual Differences*, 52(2), 213–217.
- Reis, H. T. (2014). Responsiveness: Affective interdependence in close relationships. In M. Mikulincer & P. R. Shaver

- (Eds.), *Mechanisms of social connection: From brain to group* (pp. 255–271). Washington, DC: American Psychological Association Press.
- Shen, H., Wan, F., & Wyer, R. S., Jr. (2011). Cross-cultural differences in the refusal to accept a small gift: the differential influence of reciprocity norms on Asians and North Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(2), 271–281.
- Simão, C., & Seibt, B. (2014). Gratitude depends on the relational model of communal sharing. *PloS One*, 9(1), e86158.
- Solomon, S. (2004). Gratitude in Judaism. In R. A. Emmons & M. E. McCullough (Eds.), *The psychology of gratitude* (pp. 37–57). New York: Oxford University Press.
- Steindl-Rast, D. (2004). Gratitude as thankfulness and as gratefulness. In R. A. Emmons & M. E. McCullough (Eds.), *The psychology of gratitude* (pp. 282–289). New York: Oxford University Press.
- Tesser, A., Gatewood, R., & Driver, M. (1968). Some determinants of gratitude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 233–236.
- Trivers, R. L. (1971). The evolution of reciprocal altruism. *Quarterly Review of Biology*, 46(1), 35–57.
- Tsang, J. A. (2006a). Gratitude and prosocial behavior: An experimental test of gratitude. *Cognition & Emotion*, 20(1), 138–148.
- Tsang, J. A. (2006b). The effects of helper intention on gratitude and indebtedness. *Motivation and Emotion*, 30(3), 198–204.
- Tsang, J. A. (2007). Gratitude for small and large favors: A behavioral test. *Journal of Positive Psychology*, 2(3), 157–167.
- Tsang, J. A., Schulwitz, A., & Carlisle, R. D. (2012). An experimental test of the relationship between religion and gratitude. *Psychology of Religion and Spirituality*, 4(1), 40–55.
- Waters, L. (2012). Predicting job satisfaction: Contributions of individual gratitude and institutionalized gratitude. *Psychology*, 3(12A), 1174–1176.
- Watkins, P. C. (2014). *Gratitude and the good life*. Netherlands: Springer.
- Watkins, P., Scheer, J., Ovnicek, M., & Kolts, R. (2006). The debt of gratitude: Dissociating gratitude and indebtedness. *Cognition & Emotion*, 20(2), 217–241.
- Weinstein, N., DeHaan, C. R., & Ryan, R. M. (2010). Attributing autonomous versus introjected motivation to helpers and the recipient experience: Effects on gratitude, attitudes, and well-being. *Motivation and Emotion*, 34(4), 418–431.
- Welch, B. F. (2012). A theory of filial obligations. *Social Theory and Practice*, 38(4), 717–737.
- Wood, A. M., Brown, G. D., & Maltby, J. (2011). Thanks, but I'm used to better: A relative rank model of gratitude. *Emotion*, 11(1), 175–180.
- Wood, A. M., Froh, J. J., & Geraghty, A. W. (2010). Gratitude and well-being: A review and theoretical integration. *Clinical Psychology Review*, 30(7), 890–905.
- Wood, A. M., Maltby, J., Stewart, N., Linley, P. A., & Joseph, S. (2008). A social-cognitive model of trait and state levels of gratitude. *Emotion*, 8(2), 281–290.

Interpersonal Gratitude: An Important Positive Emotion in Social Life

LIANG Hongyu¹; CHEN Shi¹; XIONG Hongxing²; SUN Peizhen³; LI Fang¹; ZHENG Xue¹

(¹ School of Psychology, South China Normal University, Guangzhou 510631, China) (² School of Psychology, Jiangxi Normal University, Nanchang 330022, China) (³ School of Education Science, Jiangsu Normal University, Xuzhou 221116, China)

Abstract: Interpersonal gratitude is a cognitive emotion, it refers to the thankful and joyful attitude that a certain individual expresses towards other's benefaction with kindness. Situational appraisal is the key mechanism for the formation of interpersonal gratitude. Besides, the emotion is also affected by other factors including characteristics of the beneficiary, and the dyadic relationship features, etc. Thus, the researchers have designed various paradigms to induce interpersonal gratitude, such as scripts of plot, and interactions tasks, etc. In addition, the function of interpersonal gratitude has three levels including individual, dyadic and group. In the future, the research focus of interpersonal gratitude can be studying the underlying neurophysiological mechanism, investigating the cultivation of trait gratitude from interpersonal gratitude, extending the study of the function of interpersonal gratitude, as well as exploring the Chinese cultural impact on interpersonal gratitude.

Key words: interpersonal gratitude; trait gratitude; situational appraisal; inducing task