

# 简易一般文化认同感问卷的编制

黄 薇, 毕重增

西南大学中国社区心理服务与研究中心, 重庆  
Email: 597648299@qq.com

收稿日期: 2021年1月2日; 录用日期: 2021年2月16日; 发布日期: 2021年2月26日

## 摘 要

文化认同是文化自信的基础, 是民族认同和国家认同的本质内容。编制文化认同感问卷为研究这一重要的社会和心理概念提供了工具的参考。本研究编制了9个题项的文化认同感问卷, 包含情感承诺和行为承诺两个维度, 情感承诺指对文化的依恋和赞扬, 行为承诺指对文化的学习和参与实践的意愿。结果表明, 问卷具有良好的信效度, 与文化自信显著正相关。可以进一步应用到文化认同与相关变量关系的研究中。

## 关键词

文化认同感, 情感承诺, 行为承诺, 文化自信

# Development of the General Perceived Cultural Identity Scale

Wei Huang, Chongzeng Bi

China Community Psychology Services and Research Center, Southwest University, Chongqing  
Email: 597648299@qq.com

Received: Jan. 2<sup>nd</sup>, 2021; accepted: Feb. 16<sup>th</sup>, 2021; published: Feb. 26<sup>th</sup>, 2021

## Abstract

Cultural identity is the foundation of cultural confidence and the essential content of ethnic identity and national identity. The development of the general perceived cultural identity scale provides a tool reference for the study of this important social and psychological concept. This study compiled a 9-item cultural identity scale, including two dimensions of affective commitment and behavioral commitment. Affective commitment refers to the attachment and praise to culture, and behavioral commitment refers to the willingness to learn and participate in the practice of culture. The results show that the scale has good reliability and validity, and is significantly positively cor-

related with cultural confidence. It can be further applied to the study of the relationship between cultural identity and related variables.

## Keywords

Perceived Cultural Identity, Affective Commitment, Behavioral Commitment, Cultural Confidence

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 前言

文化认同(cultural identity)是个体对文化的倾向性共识与认可(郑晓云, 1992), 指对人们之间或个人同群体之间的共同文化的确认(崔新建, 2004), 是个体自觉投入并归属于某一文化群体的程度(Oetting & Beauvais, 1991)。文化认同作为深刻的社会问题, 伴随着现代性及其引发的危机而出现, 并逐渐成为多元文化下文化适应的核心主题。探究个体的文化认同, 为其身份认知、社会适应、文化实践等的衡量和预测提供了重要指标, 也为群体认同现状的刻画提供了参考。

文化认同作为多学科交叉的重要领域, 近年来心理学家从社会心理学、发展心理学和跨文化心理学等视角对其进行了多方面探讨。文化认同结构的探索, 国内外经历了从单维、二维到多维再到层次结构的演化(赵科, 杨丽宏, 2019)。Tajfel (1978)认为社会认同要求个体既认识到其属于的特定社会群体, 又认识到作为群体成员所带来的情感和价值意义; Marcia (1980)根据认同理论的情感承诺和行为探索两个维度, 将文化认同分为分散、排斥、延缓和成熟四种个人的发展状态; 在此基础上, Phinney 等(Phinney, 1992; Phinney & Ong, 2007)认为文化认同包括对其本源文化和居住地文化两种认同, 即“双文化范式”, 并进一步提出了整合、同化、分离和边缘化四种文化认同态度模式, 并发展出了多族群认同问卷(MEIM/MEIM-R)。类似的, Dehyle (1992)也认为文化认同是一个多维多层次的概念, 具体包括文化投入、文化归属和文化统合三个维度。

国内学者大多从社会层面和心理层面来定义文化认同, 前者认为文化认同是一个包括器物认同(符号认同、形式认同)和观念认同(身份认同、规范认同、价值认同), 由表及里的体系(如王沛, 胡发稳, 2011; 佐斌, 温芳芳, 2017); 后者则将文化认同视作认知、情感、行为三个维度组成的心理构念(如杨曼, 吕立杰, 丁奕然, 2019; 郑彩花, 张玉柱, 侯友, 田磊, 2018)。并在此基础上, 编制了针对特定文化内容(如中医药、武术、妈祖文化)和特定族群(如藏族、哈尼族)的文化认同测量工具。

文化认同是认同的核心内容, 并与社会认同、民族认同、国家认同、文化自信等概念紧密联系。文化认同构成族群认同与国家认同的中介形式, 其与族群认同有交叠的部分(韩震, 2010)。民族认同包含文化认同的内容, 文化认同又反过来影响民族认同。文化认同同时也是文化自觉和文化自信的基础, 文化自信离不开我们对自身文化的充分肯定和认可(见刘林涛, 2016; 周婷, 毕重增, 2020)。鉴于此, 文化认同的研究大多在民族认同的概念上进行延伸, 而基于 Phinney 等的民族认同考察文化认同是比较普遍的做法(如赵科, 杨丽宏, 2019; 张少科, 2018; Pan, Hao, Guan, & Hsieh, 2019), 但尚未形成共识的文化认同测量工具。中华民族是一个多元一体的概念, 不同民族都有自己独特的文化, 而同一国家内部的民族, 又形成了不同民族间文化的共同性(韩震, 2010)。因此, 我们能够在特定族群及其文化的基础上发展出中华文化的认同, 这为编制一般性的中华文化认同工具提供了内容参考, 而中华文化认同也能应用到特定内

容认同的考量和分析。

总的, 中华文化的认同不仅需要从特定文化内容和群体入手, 还需要从更宏观层面的概念和工具来探讨中华文化的主动建构。因此, 本研究旨在编制一个能灵活运用到不同文化交往情境和群体的一般性文化认同感问卷。

## 2. 方法

### 2.1. 文化认同感问卷的构建

根据已有文化认同相关研究的做法, 本研究也基于 Phinney 等(Phinney, 1992; Phinney & Ong, 2007)的多群族认同问卷进行改编, 并参照周婷和毕重增(2020)的文化自信问卷, 雍琳和万明刚(2003)以及 Hu 等(2014)的民族认同问卷, 和 Mael 和 Ashforth (1992)的组织文化认同问卷选取测量题项。最终形成了 9 个原始条目的初始量表(见表 1)。

**Table 1.** Items of perceived cultural identity scale

**表 1.** 文化认同感问卷初始条目

条目	内容	来源
Q1	我对中华文化充满了骄傲和自豪	周婷, 毕重增, 2020
Q2	我对中华文化有着强烈的归属感	Phinney, 1992; Phinney & Ong, 2007
Q3	我很明白中华文化于我而言的意义	Phinney, 1992; Phinney & Ong, 2007
Q4	我对中华文化有着强烈的依恋	Phinney, 1992; Phinney & Ong, 2007
Q5	当有人称赞中华文化时, 感觉就像是在称赞我自己	Mael & Ashforth, 1992
Q6	我愿意花时间去学习中华文化, 如它的历史、传统和习俗	Hu et al., 2014; Phinney, 1992; Phinney & Ong, 2007
Q7	我愿意继承和弘扬中华文化的传统美德	Hu et al., 2014
Q8	我愿意向别人介绍和讲述中华文化的历史	雍琳和万明刚, 2003; Hu et al., 2014
Q9	我关心中华文化的未来和命运	Hu et al., 2014

Phinney 开发了适用于多群族的认同量表(MEIM), 包含 14 个测量民族文化认同水平的题项, 而后 Phinney & Ong (2007)对量表进行了修订, 用 6 个题项考察文化认同的两个维度: 情感承诺(commitment)和行为探索(exploration)。随后该量表(MEIM/MEIM-R)被广泛应用于国内文化认同测量的研究中, 并被验证具有良好的信效度。因此本研究的文化认同感问卷也参照该问卷的两个基础维度, 从情感和行为两个方面考察中华文化认同感, 并选取了其关于情感承诺的 3 个题项: “我对我的族群有着强烈的归属感” “我明白我的族群成员与我而言的意义” “我感到与我的族群有强烈的联结” 和行为探索的 1 个题项: “我花时间尝试去了解我的族群, 比如他的历史、传统和习俗” 进行改编, 分别为 Q2、Q3、Q4 和 Q6。国内学者 Hu 等(2014)也开发了多维的多民族青少年文化认同问卷, 并被验证在在内蒙古地区大学生中有很好的适用性(朱晓琳, 刘洋云, 张玉柱, 胡发稳, 2018)。该量表同样基于认知、情感和行为维度, 对具体的族群器物、宗教信仰、民族俗约等内容表达其对文化的评价、情感和意向。本研究中主要选取其关于文化实践行为和心理准备的表述, 改编后的题项为 Q6、Q7、Q8、Q9。

此外, 由于多群族认同量表的情感承诺维度主要是对文化的依恋和归属感, 缺乏对文化的外显态度的测量, 如对群体的自豪和赞扬感(Phinney & Ong, 2007), 因此在参考周婷, 毕重增(2020)文化自信的测量工具后, 在题项中加入“我对中华文化充满了骄傲和自豪”, 为 Q1。而文化认同的研究除了主流文化中少数民族文化认同和跨文化认同的相关研究外, 组织文化认同也是重要的研究部分。本研究选取 Mael 等的组织认同问

卷中“当别人称赞这个组织, 感觉像是一种个人的赞美”这一题项, 并改编为文化认同感问卷的题项 Q5。

文化认同感问卷的构建继承了多群族问卷的结构, 并涵盖了文化认同的情感和行为维度的内容。本研究参考的工具被检验均具有较好的信效度, 因此可以预测本研究的文化认同感问卷一方面能够刻画文化认同的内容, 另一方面也应具备良好的信效度。

## 2.2. 文化认同感问卷的结构分析和验证

### 2.2.1. 研究对象

样本 1: 大学生 233 人, 男生 52 人, 女生 181 人, 平均年龄 21.57 岁( $SD = 5.20$ ), 该人群完成文化认同感问卷, 用于探索性因子分析。

样本 2: 大学生 169 人, 男生 46 人, 女生 123 人, 平均年龄 22.82 岁( $SD = 5.90$ ), 该人群完成文化认同感问卷和文化自信问卷, 用于验证性因素分析。

### 2.2.2. 研究工具

文化认同感问卷: 采用上面形成的文化认同感初始量表。回答者在李克特量表上 7 点评分作答, 评分越接近 7 表达个体对题项的认同度越高。

文化自信问卷: 采用周婷, 毕重增(2020)编制的文化自信问卷。该量表包含文化自豪和文化赞扬两个维度。本研究中, 总问卷的内部一致性系数为 0.82, 两个维度上分别为 0.84 和 0.69。

## 3. 结果与分析

### 3.1. 探索性因子分析

探索性因子分析结果表明, 问卷 KMO 值为 0.87, Bartlett 球形检验  $P < 0.001$ , 满足因子分析的条件。采用最大方差法旋转得到因子载荷矩阵, 结果表明问卷可以被两个因子解释, 总贡献率达 63.79%。各项目公因子方差均大于 0.5, 因子载荷均大于 0.5 且交叉载荷小于 0.4, 均可有效保留。参照 Phinney 等(Phinney, 1992; Phinney & Ong, 2007)的多群族认同问卷, 将两个因子命名为“情感承诺”和“行为承诺”, 情感承诺包括对文化的依恋和归属感, 共 5 个条目; 行为承诺包括对文化的弘扬和发展的实践意愿, 共 4 个条目(结果见表 2)。

Table 2. Summary of factor analysis of perceived cultural identity scale

表 2. 文化认同感问卷的因子结构分析摘要表

条目	情感承诺	行为承诺
Q1	<b>0.65 (0.69)*</b>	0.37 (-)
Q2	<b>0.76 (0.88)</b>	0.27 (-)
Q3	<b>0.71 (0.59)</b>	0.19 (-)
Q4	<b>0.80 (0.62)</b>	0.27 (-)
Q5	<b>0.72 (0.51)</b>	0.23 (-)
Q6	0.31 (-)	<b>0.72 (0.69)</b>
Q7	0.33 (-)	<b>0.79 (0.78)</b>
Q8	0.18 (-)	<b>0.86 (0.68)</b>
Q9	0.28 (-)	<b>0.73 (0.67)</b>
克隆巴赫 $\alpha$	0.82 (0.78)	0.85 (0.79)
特征值	2.97	2.77
解释率(%)	33.01	30.78

\*注: 括号前的数值为探索性因素分析获得因素负荷, 括号中数值为验证性因子分析的因素载荷量结果。

### 3.2. 验证性因子分析

验证性因子分析基于探索性因子分析获得的双因子模型观察模型的拟合优度。模型的两个潜变量：情感承诺由初始问卷条目 Q1~Q5 组成，行为探索由条目 Q6~Q9 组成。分析结果表明模型具有较好的信效度： $\chi^2 = 23.61$ ,  $df = 22$ ,  $p = 0.37$ ,  $GFI = 0.97$ ,  $AGFI = 0.94$ ,  $RMSEA = 0.02$ ,  $CFI = 0.99$ , 双因子模型具有较好的拟合度；问卷的内部一致性系数为 0.86，两个维度分别为 0.78 和 0.79；二因子模型的项目标准载荷 0.59~0.78，均在 0.001 水平上显著。

将文化自信作为文化认同感的关联校标，相关分析表明，文化认同感和文化自信显著正相关，文化认同感的情感承诺和行为探索两个维度与文化自信的文化赞扬和文化自豪两个维度均显著正相关。另外，由于文化认同感问卷中 Q1 属于文化自信的题项，因此在删除 Q1 后再进行相关分析。结果表明文化认同感与文化自信仍具有较高的相关度，说明文化认同感问卷效度良好(结果见表 3)。

**Table 3.** Correlation analysis of perceived cultural identity and cultural confidence

**表 3.** 文化认同感和文化自信的相关分析

	文化自信	文化赞扬	文化自豪
文化认同感	0.68** (0.63**)	0.50** (0.48**)	0.71** (0.65**)
情感承诺	0.68** (0.85**)	0.51** (0.91**)	0.71** (0.55**)
行为探索	0.55** (0.88**)	0.40** (0.74**)	0.57** (0.82**)

注：\*\*表示  $p < 0.01$ ；括号中数值为删除 Q1 后的变量间相关系数。

## 4. 讨论

文化认同是十分重要的，因为它满足了超越家庭的基本归属需要(Phinney & Jean, 2013)。刻画个人和群体的文化认同，为研究这一重要的社会和心理概念提供了基础。本研究编制了一般性的文化认同感问卷，结果表明，该问卷包括两维度：情感承诺和行为承诺，具有良好的信效度。问卷共包含 9 个题项，易操作和测量，可以用于文化认同的相关研究中。

文化认同感具有情感承诺和行为承诺两个基本维度。个体在获得其民族身份和归属感的基础上，形成民族身份的价值意义并不断保持和创新本民族文化，从而形成文化的认同感(陈世联, 刘云艳, 2006)。情感承诺指对文化的依恋和赞扬；行为承诺指对文化的学习和实践意愿。本研究中，情感承诺源自 Marcia (1980)对认同的定义，并在 Phinney 的民族认同问卷上有所扩展，增加了对文化自豪和骄傲的态度测量，这在一定程度上将情感维度向外显的表达进行了延伸(见 Phinney & Ong, 2007)，从对文化的依恋和归属感、意义感和自豪感多方面表达了对中华文化的广泛、深刻的情感。

行为承诺则将认同从内部的认知扩展到外在的行为表现，从个体具体的文化继承和发展实践刻画文化认同。文化认同被认为是个体与所属群体共享的信念和行为。本研究中，行为承诺发展于 Phinney 的多群体文化认同感问卷的行为探索维度，并将认同的内涵扩展到对中华文化的具体实践上。在文化认同的结构探索中，行为往往被视作认知和情感的验证，与情感相联结的行为承诺使得文化认同不停留于信念的表达，更可能将文化的实践从理想迈向现实，转化为文化创新和发展的力量。

文化认同是文化自信的基础，文化自信建构于文化认知过程中的反省和体验(毕重增, 2020)，是文化主体在了解自身文化的基础上，赋予文化充分肯定，进而产生的积极情感，包含文化赞扬和文化自豪两个维度(周婷, 毕重增, 2020)。在本研究中，文化自信作为关联校标，表现出与文化认同的显著相关。且情感承诺与文化自信的相关度更高，这是因为文化认同是社会认同的一种，社会认同的主要功能就是满

是个体的社会归属需求, 将个体纳入到社会关系系统中(Rothbart & Korostelina, 2006), 因此情感承诺(归属和依恋)表现为文化认同感的更核心的维度(解释率 33.01%), 表现出与文化自信相关程度更高。

中华文化认同的测量需要一般性的工具。文化具有复杂性和特异性, 而中华文化认同是超越特定文化内容和族群的群体共识。现有研究大多采用自编的文化认同问卷探究某个特定群体的文化认同现象, 虽然具有一定的群体针对性, 但都是从不同的层面和维度进行文化认同感的衡量, 这就使得跨群体的文化认同研究难以进行比较, 也就不能刻画中华文化认同的全貌。而关于中华文化认同的测量大多改编自其他问卷(如胡洋溢, 韦庆旺, 陈晓晨, 2017; 张少科, 2018), 缺乏现成的可直接使用的工具, 难以检验其认同工具在中华文化上的一般适用性。本研究基于多族群认同量表发展起来的一般文化认同感问卷, 在内容上针对个体的中华文化信念和行为倾向, 在结构上具备认同的基本维度, 经过检验具有较好的信效度, 可以应用到后续关于中华文化认同感的一般性测量中。

## 5. 结论

本研究编制了 9 个项目的文化认同感问卷, 包括情感承诺和行为探索两个维度, 具有良好的信效度, 可进一步应用到相关的研究中。

## 参考文献

- 毕重增(2020). 文化的间距感和正念与文化自信. *西南大学学报(社会科学版)*, 46(6), 122-129+213.
- 崔新建(2004). 文化认同及其根源. *北京师范大学学报: 社会科学版*, (4), 102-104.
- 韩震(2010). 论国家认同、民族认同及文化认同——一种基于历史哲学的分析与思考. *北京师范大学学报: 社会科学版*, (1), 106-113.
- 胡洋溢, 韦庆旺, 陈晓晨(2017). 多元文化经验增强外文化排斥反应?——开放性和本文化认同的作用. *中国社会心理学评论*, (1), 73-92.
- 刘林涛(2016). 文化自信的概念、本质特征及其当代价值. *思想教育研究*, (4), 21-24.
- 王沛, 胡发稳(2011). 民族文化认同: 内涵与结构. *上海师范大学学报(哲学社会科学版)*, 40(1): 101-107.
- 杨曼, 吕立杰, 丁奕然(2019). 小学生中华优秀传统文化认同现状调查及提升策略. *中国电化教育*, (6), 44-51.
- 雍琳, 万明刚(2003). 影响藏族大学生藏、汉文化认同的因素研究. *心理与行为研究*, 1(3), 181-185.
- 赵科, 杨丽宏(2019). 民族认同、民族文化认同和主流文化认同对少数民族学生幸福感的影响. *民族教育研究*, 30(5), 147-152.
- 郑彩花, 张玉柱, 侯友, 田磊(2018). 内蒙古地区大学生文化认同的结构与测量. *内蒙古师大学报(自然汉文版)*, 47(2), 173-179.
- 郑晓云(1992). *文化认同与文化变迁*. 北京: 中国社会科学出版社.
- 佐斌, 温芳芳(2017). 当代中国人的文化认同. *中国科学院院刊*, (2), 75-87.
- 张少科(2018). 离散族群多元文化认同对社交媒体使用的影响. *国际新闻界*, 40(3), 83-100.
- 朱晓琳, 刘洋云, 张玉柱, 胡发稳(2018). 《中国多民族青少年文化认同问卷》在内蒙古地区大学生中的适用性检验. *社会科学前沿*, 7(12), 1870-1880.
- 周婷, 毕重增(2020). 文化自信问卷的编制. *心理研究*, 13(3), 214-220.
- 陈世联, 刘云艳(2006). 西南六个少数民族儿童民族文化认同的比较研究. *学前教育研究*, (11), 12-15.
- Dehyle, D. (1992). Constructing Failure and Maintaining Cultural Identity: Navajo and Ute School Leavers. *Journal of American Indian Education*, 31, 24-47.
- Hu, F., Wang, P., & Li, L. (2014). Psychometric Structure of the Chinese Multiethnic Adolescent Cultural Identity Questionnaire. *Psychological Assessment*, 26, 1356-1368. <https://doi.org/10.1037/a0037690>
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- Marcia, J. E. (1980). Identity in Adolescence. In J. Adelson (Ed.), *Handbook of Adolescent Psychology* (pp. 159-187). New

York: Wiley.

- Oetting, E. R., & Beauvais, F. (1991). Orthogonal Cultural Identification Theory: The Cultural Identification of Minority Adolescents. *International Journal of the Addictions*, 25, 655-685. <https://doi.org/10.3109/10826089109077265>
- Pan, X., Hao, A., Guan, C., & Hsieh, T. J. (2019). Affective and Cognitive Dimensions in Cultural Identity: Scale Development and Validation. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32, 1362-1375. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2019-0200>
- Phinney, J. S. (1992). The Multigroup Ethnic Identity Measure: A New Scale for Use with Diverse Groups. *Journal of Adolescent Research*, 7, 156-176. <https://doi.org/10.1177/074355489272003>
- Phinney, J. S. (2013). Cultural Identity and the Adaptation of Immigrants: An Interactive Process. *American Journal of Industrial Medicine*, 55, 1099-1109. <https://doi.org/10.7767/boehlau.9783205789871.87>
- Phinney, J. S., & Ong, A. D. (2007). Conceptualization and Measurement of Ethnic Identity: Current Status and Future Directions. *Journal of Counseling Psychology*, 54, 271-281. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.54.3.271>
- Rothbart, D., & Korostelina, K. (2006). Introduction: Identity, Morality, and Threat. *Indian Phytopathology*, 67, 102-103.
- Tajfel, H. (Ed.) (1978). *Differentiation between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations* (Chapters 1-3). London: Academic Press.