

# 从信用知识到信用生活

## ——江苏公民个人信用意识调查及启示

吴继霞 曹文雯 丁怡彤

**内容提要** 本文采用分层抽样方法对江苏省13个城市的公民进行问卷调查,结果发现:仅9.0%的公民在个人信用知识题上的得分达到6分及以上(满分10分);88.7%的公民在个人信用情境题中的得分达到6分及以上(满分10分);公民的理性信用意识和一般信用意识之间存在弱相关( $r=0.252<0.3$ )。可见,江苏省公民的个人信用知识素养不高,但遇到具体个人信用情境时,大部分公民都具备良好的一般信用意识且能较好应对。由此,我们建议不仅要加强对公民信用知识的灌输和补充,还应聚焦信用生活:加强信用情境案例教育;加强企业信用文化培育;加强公民信用意识和信用人格培养。

**关键词** 个人信用 信用知识 信用意识 信用生活

吴继霞,苏州大学教育学院教授 215123

曹文雯,苏州大学教育学院高等教育学博士生 215123

丁怡彤,苏州大学教育学院应用心理硕士生 215123

信用作为一种心理现象,是一个社会认可的“自我”,也是个人社会影响力的代称<sup>[1]</sup>。不同学科关于信用的涵义侧重点有所不同,本研究中的信用侧重经济学的涵义。个人信用是指基于信任,通过一定的协议或契约提供给自然人的信用,接受信用的个人不用付现就可以获得商品或服务。在我国社会主义市场经济条件下,信用将逐渐成为人们日常生活中的行为准则。随着互联网的迅猛发展和普及化,公民越来越多的消费方式与信用产生了密不可分的关系。而随着移动支付的发展,各种应用场景,如滴滴打车的爽约记录、网店的差评、还贷等,都会和个人信用挂钩。守信不仅仅是一种美德,还有一种可以创造财富的工具。未来,一些不起眼的小事将可能直接影响公民的个人信用,从而直接影响其信用生活。本研究中的“信用生活”主要是指公民使用“个人信用”为自己的生活服务,增强社会

---

本文为2012年度江苏省高校哲学社会科学研究重点基金项目“江苏社会信用体系建设的现状及对策研究”(2012ZDIXM006)、2014年度国家社会科学基金项目“日常生活中诚信价值观的培育与践行研究”(14BKS080)阶段性成果。

[1]吴继霞、黄希庭:《诚信结构初探》,〔北京〕《心理学报》2012年第3期。

生存能力、累计个人信誉而产生信用的收益累积<sup>[1]</sup>。

一般认为,意识是个体对环境及自我的认知能力以及认知的清晰程度。它可以分为感性意识和理性意识。感性意识是对事物现象的认识,即是对周边事物的模糊的印象或是简单的肤浅的判断,也称一般意识。理性意识是在感性意识的基础上,对事物本质和规律的认识。知识是人类积累的关于自然和社会的认识和经验的总和,属于理性意识。因此,本研究中的个人信用意识是指公民对个人信用的认知程度,尤其包括能否考虑到自身信用行为对别人及自己造成的影响。信用知识属于理性信用意识的部分;个人在社会情境中的信用意识,则属于一般信用意识。意识是行动的先导,只有良好的信用意识才能产生或者支配合法的信用行为<sup>[2]</sup>。因此,江苏社会信用体系的建设必须以培养公民良好的个人信用意识为逻辑起点。在国家发展改革委下达的《社会信用体系建设规划纲要(2014-2020年)任务分工》和《社会信用体系建设三年重点工作任务(2014-2016)》的文件中,要求各省市加快推进社会信用体系的建设,突出自然人信用建设在社会信用体系建设中的基础性作用;依托国家人口信息资源库,建立完善自然人在经济社会活动中的信用记录,并与其他部门实现信用信息交换共享。社会信用体系建设需要公民掌握具体的信用知识,树立良好的个人信用意识。近年来,各级政府部门也在采取各项宣传手段,大力宣传征信制度和信用知识。但刘妍2009年通过调查发现,大学生的信用素养的知、情、意、行四个方面存在脱节现象<sup>[3]</sup>。绝大多数学生的信用认知水平低,缺乏系统的信用知识。这从一个侧面反映了我国公民当前个人信用意识仍存在问题。那么,当前江苏省公民的个人信用知识水平究竟如何?在具体的信用情境中,公民的个人一般信用意识如何?信用知识的多寡与个体处理具体信用问题的水平是什么关系?他们的信用生活又如何?本文拟探讨上述几个问题,以期对江苏省信用体系建设工作提供实证数据参考和针对性策略建议。

## 一、研究方法及调查实施

### 1. 研究工具

本研究的问卷分为两个部分:信用知识题和信用情境题。第一部分是信用知识题,从中国人民银行征信中心网站2013年颁布的《征信业管理条例》中筛选10条与个人信息相关的最基本信息,组成个人信用知识测试,旨在考察公民对我国个人信用知识的了解和掌握程度,即个体的理性信用意识如何。第二部分是信用情境题,主要从中国人民银行的微信公众号“征信小助手”中整理出10类日常生活中可能涉及到的信用问题,组成个人信用情境测验,旨在考察公民在遇到不同的信用问题时,其一般信用意识如何。

信用知识题示例:

个人信用报告包括哪些( )?

A 个人基本信息    B 借债还款信息    C 合同履行信息

D 遵纪守法信息    E 查询报告的次数信息

信用情景题示例:

2011年初,小周在苏州园区买了一套住房,并在某银行办理了房贷。由于平时工作繁忙,小周在两年内有五六次逾期还款。请问,您如何看待小周的行为?如果是您,您该怎么做?

[1]王淑芽、曹志瑜:《社会诚信建设:难题与破解》,[北京]《哲学动态》2013年第10期。

[2]刘娜:《中美个人信用档案建设对比分析》,[山西]《山西档案》2016年第2期。

[3]刘妍:《大学生信用素养现状调查——基于上海某高校的实证分析》,[北京]《国家教育行政学院学报》2009年第10期。

为了避免和降低被试的社会赞许性,问卷标题仅出现“调查问卷”四个字。所有被试均先完成第一部分的个人信用知识测试,再完成第二部分的信用情境测验。其中个人信用知识测试采用选择题,答案正确得1分,回答错误得0分,若全部答对满分10分。个人信用情境测验采用问答题,被试判断正确且给出合理解释得1分,仅判断正确得0.5分,若判断错误得0分,若全部回答正确满分10分。

## 2. 研究对象及调查实施

本调查在江苏省13个地级市范围内共发放问卷2400份,回收有效问卷1573份,调查对象基本信息见表1。调查问卷通过电子问卷和纸质问卷两种方式同时发放,最后数据采用SPSS17.0进行录入、分析。

表1 个人信用意识调查对象基本信息统计表

变量	类别	频数	变量	类别	频数
性别	男	750	贷款	有	968
	女	790		无	424
	缺失	33		缺失	181
年龄	18-22岁	379	学历	初中及以上	117
	23-35岁	644		高中/中专	313
	36-55岁	477		本科/大专	889
	56岁以上	32		硕士及以上	136
	缺失	41		缺失	118
	学生	417		地区	苏北
企业职工	517	苏中	431		
机关、事业单位	399	南京	349		
个体工商户	54	苏南	245		
其他	55	缺失	1		
缺失	131	合计		1573	

## 二、江苏公民个人信用意识现状及分析

### 1. 公民的个人理性信用意识不强

第一部分信用知识测试中,公民个人信用知识测试得分均值为3.04分,标准差1.77。其中,91.0%的公民得分低于6分,仅9.0%的公民得分达到6分及以上。由此可见,公民对个人信用知识知之甚少,即个人理性信用意识严重不足,这在一定程度上会制约我省社会信用体系建设的进程,亟须加强。

其中,对于“个人信用报告包括哪些”这个最基本的问题,仅有19.4%的人回答正确,80%的被试忽略了“查询报告的次数”这个信息,说明江苏公民对于个人信用的理解还不够深刻。在对信用卡审批、担保资格审查、贷款审批这些事由进行的个人信用报告查询方面,过多的查询记录会影响金融机构对客户的信用评定及放贷。

另外,江苏公民对于个人信用相关的细节信息了解十分不足。对于“不良信用信息记录在册的时间长度”这个问题,仅有17.9%的被试能够回答正确,大多数公民都认为不良信用信息会终生记录在册,这显然是对个人信用知识了解不足。对于“个人信用报告可以在哪些地方查询”这个问题,仅有23.6%的被试能够回答正确,许多人自己甚至都没有查询过自己的个人信用报告,并不了解如何查询。这个结果与中国人民银行沈阳分行营业管理部课题组2015年的调查结果类似,他们发现,78%的受访者是因为需要才查询信用报告的,92%的受访者没有定期查询信用报告的习惯,甚至有15.7%的受访者对征信知识不感兴趣<sup>[1]</sup>。

江苏公民个人理性信用意识不强的现状至少有四方面的原因。第一,从历史上看,中国长期坚持的是一种道德诚信,不熟悉制度诚信<sup>[2]</sup>。第二,就现实情况看,社会主义市场经济体制在我国的发展历史还很短,公民学习有关信用知识的历史很短,学习氛围也还很欠缺。第三,金融机构往往是信用交易条件的提出者和制定者,同时也是契约的解释者,而公民作为消费者,习惯于被动接受金融机构单

表2 公民个人理性信用意识得分频数统计表

分数	0~2	2~4	4~6	6~8	8分以上	合计
人数	343	611	477	130	12	1573
百分比(%)	21.81	38.84	30.32	8.27	0.76	100

注:分数组的上限不在本组内。

[1]中国人民银行沈阳分行营业管理部课题组:《个人信用报告查询服务发展路径思考》,《郑州》《征信》2015年第11期。

[2]潘东旭、周德群:《现代企业诚信:理论与实证研究》,《北京》经济管理出版社2006年版,第27-31页。

方面提供的服务条件和收费要求。第四,银行信贷作为一种间接融资方式,专业性较强,交易合同的格式条款烦琐众多,消费者限于知识结构,往往很难全部理解。因此,如何让信用知识走进寻常百姓家,全社会还有许多工作要做。

### 2. 在具体情境中,公民的个人一般信用意识水平较高

在信用情境题中,公民的个人一般信用意识得分均值为 8.29,其中,88.7%的公民在信用情境题中的得分达到 6 分及以上,相较个人理性信用意识得分,江苏省公民表现出了较高的个人一般信用意识水平,反映出江苏公民向善的心理状态和传统文化传统。但是,我们也要清楚地看到个人一般信用意识毕竟是人们对周边事物的模糊的印象或是简单的肤浅的感性信用判断,还不能等同于人们的信用行为等。

表 3 公民个人一般信用意识得分频数统计表

分数	0~2	2~4	4~6	6~8	8分以上	合计
人数	15	33	130	241	1154	1573
百分比(%)	0.96	2.10	8.26	15.32	73.36	100

注:分数组的上限不在本组内。

公民在具体信用情境中,最能够正确判断并给出合理解决方案的情境为:“逾期房贷未处理的小周”(80.2%)、“偿还国家助学贷款有困难的小孙”(79.0%)、“快迟到想要闯红灯的小李”(78.5%)、“无法按时付清工人工资的装修公司胡老板”(78.5%)这四类情境。在“公务员小王要不要帮助好朋友的贷款作担保人”(67.3%)、“忽略基准利率调整对还款金额影响的小钱”(70.2%)、“宽带欠费一年后想直接开通新账号的小吴”(71.1%)、“忽略自己手机收到的不明消费提醒短信的小马”(73.2%)这四类情境中,仅有 70%左右的公民能够做出正确判断并给出合理措施,剩下 30%的公民其应对方式仍然处于模糊或错误的状态。

由此可见,对于与信用相关的“房贷”、“助学贷款”、“工人工资”、“红灯”等情境问题(前三个涉及“欠债还钱”的基本信用伦理,“红灯”涉及基本交通法规)接近 80%的江苏公民都能够做出正确的判断和合理的应对。但是,对于涉及“担保”、“基准利率变动”、“网络使用”、“账号安全”这些与个人信用延展部分相关的比较专业的内容却了解不够深入。因此,在社会信用体系的建设过程当中,应当对这方面的案例多宣传、多提醒。

有时,个人感情因素会影响公民对个人信用问题的处理。有部分公民会将朋友情谊与个人信用混为一谈,做出可能令自己产生不良信用记录的行为。比如,“小王是某单位的公务员,他和小张是好朋友,两人是大学同学,毕业后至今工作已有两年。有一天,小张找小王说自己想要找别人借 15 万块钱来付房子首付,他希望小王可以当自己的担保人,小王犹豫不决,请问您如何看待小王的行为?如果是您,您该怎么做?”在这个情境当中,被试给出的明确解决方案比较少、比较模糊。有许多公民给出了“视情况而定”、“拒绝小王的要求”等回答。还有不少人对于担保人应承担的责任和风险缺乏清晰的认知,提出“同学之间应该互相帮忙,不帮忙就是不讲义气”。

由此可见,江苏公民在面对个人信用与个人情感存在矛盾的情境时,不少公民还不能够理性分析、正确应对,常被情感因素牵引。这可能与中国人讲人情和面子的风气有一定的相关性。众多研究都说明了“中国社会是一个讲人情面子的社会”。在这样的社会中,做人、做事及其判断都不是单从理性、逻辑思维和条文制度的角度来考虑的,还从具体的、情境的和个别性来考虑<sup>[1]</sup>。

### 3. 公民的个人理性信用意识与一般信用意识之间存在弱相关

将信用知识测试得分与信用情境测试得分进行皮尔逊相关分析,结果发现,公民在个人信用知识题上的得分与情境题得分存在弱相关( $r=0.252<0.3$ )。这表明个体对于信用知识了解的多寡与他在具

[1]翟学伟:《人情、面子与权力的再生产——情理社会中的社会交换方式》,[北京]《社会学研究》2004年第5期。

体信用情境中的一般信用意识水平高低关联性不大。许多心理学实证研究证明,“道德判断和道德行为之间的关系表现为前后不一”<sup>[1]</sup>。我们的日常生活中经常会出现“言行不一”、“知行脱节”的现象。这也说明,行善者未必先知善,不知善者未必不能行善,但知善既可以行善也可以不行善。可见,即使有正确的道德认知,也未必能够产生正确的道德行为。艾森伯格的理论认为,亲社会行为会受到个体当下的情绪、情感、人格、价值观等因素的制约,以及不同情境的影响<sup>[2]</sup>。

在我国社会信用体系建设过程中,我们需要提高个人的信用知识水平,但是,仅提高个人的信用知识水平还远远不够,除了要营造良好的信用环境氛围,关键还要培养公民内在的诚信品质和价值观,提高个体在面对具体情境问题时的处理和应对能力,使其知善行善,减少“知而不行”、“知行脱节”的现象。

#### 4. 公民的性别、职业及所在地对其个人信用意识的影响

对人口学变量进行比较分析发现,相比男性,女性在理性信用意识上的得分略高于男性( $M_{女}=3.18, M_{男}=2.91$ ),在一般信用意识的得分显著高于男性( $t=-3.378, Sig=.001, p<0.01$ )。这与薛静华(2011)对五省市11所高校的大学生的调查结果类似,女大学生在无欺、信任、守信、信用得分上显著高于男生<sup>[3]</sup>。

另外,机关事业单位员工、在校大学生相比企业员工,表现出了较高的个人信用意识。在信用知识题和信用情境题中,机关事业单位、大学生的得分都显著高于企业员工。

对不同地区的公民进行分析发现,在信用知识题得分上,苏南地区被试的得分显著高于南京、苏北地区,表现出了较高的信用知识素养。而在信用情境题上,苏北被试的得分要显著低于其他三个地区,表现出了较差的一般信用意识和信用问题处理能力。此结果除了与本研究在苏南、苏北地区的样本量(表1)差异大有关系,可能与苏南、苏北地区的经济发达程度有关,通常情况下市场经济体制的成熟度影响人们对诚信和契约关系的认知。

表4 公民的理性信用意识和一般信用意识得分相关分析

	N	平均数±标准差	相关系数
理性信用意识	1573	3.04±1.77	.252**
一般信用意识	1573	16.57±3.67	

\*\* .在 .01 水平(双侧)上显著相关。

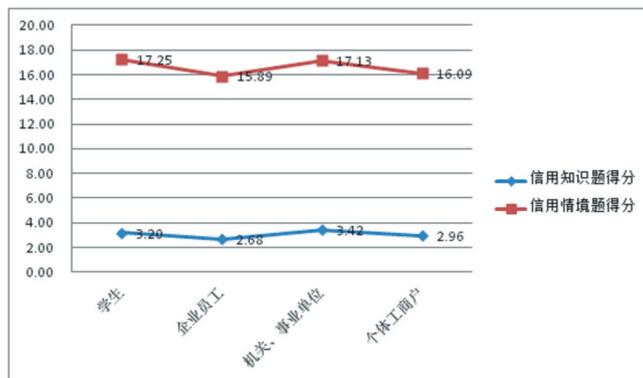


图1 不同职业公民的理性信用意识和一般信用意识得分比较

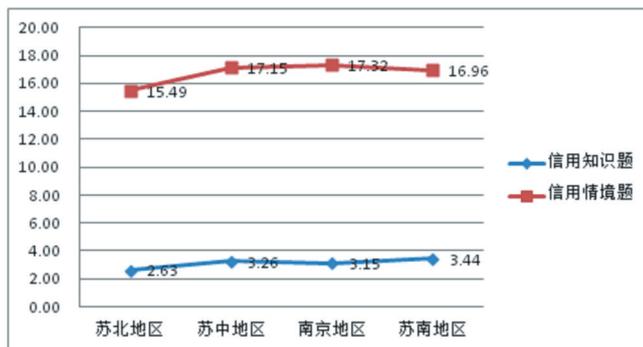


图2 不同地区公民在理性信用意识和一般信用意识得分比较

### 三、对江苏省公民个人信用体系建设的启示与建议

自2004年江苏省开始加快社会信用体系建设的步伐起,十多年过去了,江苏省取得了不少成

[1]余达淮、刘静:《道德判断与道德行为关系研究的进展分析》,〔长春〕《外国教育研究》2011年第6期。

[2]甘琳琳、佐斌:《亲社会行为的动机理论》,《哈尔滨学院学报》2006年第12期。

[3]薛静华:《当代大学生诚信心理状况性别、城乡差异调查分析》,〔济南〕《中国成人教育》2011年第9期。

果。然而,根据我们的调查,虽然当前江苏公民的个人一般信用意识水平较高,但其理性信用意识还偏低,需要加强教育。我们认为要着力提高江苏公民的个人信用意识,逐步规范公民的个人信用行为,提高信用生活的满意度,可以从以下几方面入手。

第一,加强信用知识的普及和相关政策的宣传,减少“信用文盲”现象。“信用文盲”是指那些对我国的个人信用知识和政策严重缺乏了解的公民,他们对“信用是什么”、“个人信用记录有什么作用”、“哪些信息或行为会影响个人信用记录”等信用的基本内涵和作用缺乏深刻了解,较易产生失信行为。对于此类人群,政府应当加强对他们的信用知识的传授和普及,提高他们的个人信用知识素养,让他们做到心中有数、行为有度。比如,本研究发现(图2),苏北地区的公民在信用知识题上的得分显著低于苏南地区,这提醒我们应当有意识地在苏北地区加强信用知识的普及、宣传和教育。

根据本研究的结果(表2、3),我们发现大多数江苏公民对基本的信用规则、基本的法律法规都能够做到严格遵守和正确应对,但是对信用延展部分的知识却了解不够。类似“担保人”、“基准利率”、“网络”、“账号安全”这些看似与信用无关,但其实都会影响个人信用记录的部分,政府也应当加大宣传力度。

自我决定理论作为一种新的动机理论,将动机按自我决定程度的高低视作一个连续体,社会环境可以通过支持自主、胜任、关系三种基本心理需要的满足来增强人类的内部动机,促进外部动机的内化,保证人类健康成长<sup>[1]</sup>。因此,相关部门在进行信用知识的普及、宣传和教育时,一定要充分结合公民的切身利益,激发公民对信用知识的重视和学习,从而形成公民对信用生活的主动追求。

第二,通过案例学习,提高个体在实际情境中处理和应对信用问题的能力。我们发现(表2、3)大多数江苏公民实际应对处理信用问题的能力不足。艾森伯格认为,亲社会行为发生过程分为三个阶段:对他人需要的注意阶段、确定助人意图阶段、意图和行为相联系阶段。当个体有助人意图时,是否助人还将受到个人能力、人与情境的变化两方面因素的影响。当个体无能为力或感到无能为力时,会选择放弃助人。当个体对助人义务和能力形成防御心理时,如否认自己有助人义务、能力,或借故别人的需要较小时,也会选择不助人<sup>[2]</sup>。有研究表明,案例式分析学习的运用有助于教育公民在具体信用情境中做到正确应对,高质量案例学习包含理论逻辑推演与实践体验之间相互印证的过程,借助这个过程可以将理论逻辑与自身实践结合起来<sup>[3]</sup>。可见,案例学习有助于提高个体在实际情境中的处理能力。因此,政府可以委托相关部门,收集编排现实生活中的个人信用经典案例,组织和落实公民经典案例的学习和培训相关事宜,扎实推进公民处理个人信用问题能力的提高。

第三,充分调动企业自身的组织力量,将“信用”作为企业文化的重要内容来抓。本研究发现(图1),与机关事业单位和大学生群体相比,企业员工的信用知识素养和一般信用意识水平较低。一方面,企业需要忠诚的员工,另一方面,员工也希望遇到讲信用的雇主。社会心理学中的“从众”、“权利服从”以及津巴多的“监狱”实验都说明了环境能改变人。那么,能否创造出一种强大且积极的环境,将人的最佳状态充分调动起来?答案是肯定的。兰格等的研究充分说明了积极环境的力量<sup>[4]</sup>。因此,政府若能调动起各家企业自身的组织力量,将“信用知识”和“信用文化”贯穿在企业的日常管理当中,从规范企业的信用行为开始,由企业向员工传递信用的理念和知识,必会有助于整个社会的信用体系

[1][美]皮特里:《动机心理学》,郭本禹译,[西安]陕西师范大学出版社2005年版,第296页。

[2]彭茹静:《利他主义行为的理论发展研究》,[南昌]《江西社会科学》2003年第7期。

[3]廖飞、李盛楠:《注册会计师职业判断能力培养——以专利资产公允价值审计案例学习为例》,[北京]《中国内部审计》2015年第12期。

[4][美]埃伦·J·兰格:《专念:积极心理学的力量》,王佳艺译,[杭州]浙江人民出版社2012年版,第78-79页。

建设和信用环境营造。比如,在企业办公场所的公共区域安排信用知识宣传栏,通过举办一系列的信用主题活动,让员工感受到信用的价值和力量,在整个企业当中营造“懂信用”、“讲信用”的良好风气。总之,应当以企业文化影响员工思想,使他们变得更加积极和守信用。

第四,注重全体公民的内在信用意识培养,塑造公民的诚信品质。当前社会及个体的信用缺失,“缺失的不是外在的规范,而是关于诚信的精神境界和自我约束”<sup>[1]</sup>。此时,非常有必要弘扬信用伦理道德观念,提倡以诚待人,以信相交的市场经济取胜之道。“诚信不仅是一种道德目的,是人们应当具有的一种信念,而且也是一种道德手段,是人们应当承担的一种社会责任和谋取利益实现利益的方式”<sup>[2]</sup>。从本研究的结果(表3),我们也可以看到,有些公民虽然缺乏个人信用知识,但是遇到具体问题时,他内心仍有一种信念在影响自己,不会逾越基本的道德规则。“诚于中而信于外”,这或许就是诚信的力量。

从博弈论的角度来看,社会交往大多数时候是一种重复博弈,双方都守信,才是长期共赢之道。只有每个公民都将“诚信”作为自己为人处世的基本原则,我们才能够在复杂的信用问题情境中,不被短暂利益、个人情感等因素迷惑,做出失信行为。由此,江苏省应当积极开展诚信典型的评选,加大对不诚信个体和团体的惩罚和曝光,为信用良好的个体提供各项优惠和支持,在全社会营造一种“守信者得益,失信者失利”的氛围。

综上,关于江苏公民信用意识的现状分析表明,信用知识和信用生活实践对培养公民良好信用意识都很重要。从信用知识的灌输入手,培育公民的信用意识,增强契约精神,从而形成优质的信用生活,是江苏省社会信用体系建设的基本途径。公民信用意识的培养是一个逐渐形成的过程,也是一项系统工程。通过相关政策、制度、法律法规的规范,相应宣传教育的潜移默化影响以及个体动机的形成等,江苏省公民信用意识的培育和提升将会取得有效进展。

[责任编辑:洪 峰]

## The Knowledge of Credit and a Life of Credit — Implications from a Personal Credit Consciousness Survey in Jiangsu Province

Wu Jixia Cao Wenwen Ding Yitong

**Abstract:** Data about personal consciousness of credit are gathered by means of stratified sampling, i.e. spreading questionnaires to citizens from 13 cities in Jiangsu Province. Among the subjects, only 9.0% scores 6 points or higher (of the total points of 10) on questions of basic knowledge; almost 88.7% scores 6 points or high (of the total points of 10) on questions of application. There is a weak correlation between rational credit consciousness and common credit consciousness ( $r=0.252<0.3$ ), which indicates that citizens in Jiangsu Province might not be well equipped with higher credit knowledge, but are able to cope with most personal credit scenarios. Therefore, relevant departments should provide further education and supplementary of knowledge, such as focusing on credit in life, case study, cultivating credit awareness among citizens and businesses.

**Keywords:** credit; personal credit; knowledge of credit; consciousness of credit

[1]王旭凤:《信用意识与信用体系建设》,〔济南〕《山东社会科学》2009年第5期。

[2]吴继霞:《诚信比美貌更迷人》,〔北京〕《中国社会科学报》第560期,2014年2月17日。