

俭以养德？节俭对亲社会行为的 双刃剑效应及其理论解释*

陈斯允¹ 徐惠琪¹ 李诗颖¹ 牛小曼¹ 许丽颖²

(¹暨南大学广告学系, 广州 510632)(²武汉大学心理学系, 武汉 430073)

摘要 随着社会物质经济的发展, 节俭不断被赋予新的时代意蕴。作为中华民族的传统美德之一, 节俭素来享誉“美名”。然而, 节俭所导致的结果是否总合乎道德? 本文试图系统地回答这一问题, 分别从积极面和消极面揭示了节俭对亲社会行为的双刃剑效应。上述效应的发生可基于资源保存理论、自我控制理论、生命史理论、自我决定理论、社会交换理论、机会成本理论和有限注意理论等视角进行解释。未来研究可进一步厘清和开发节俭的道德内涵, 开展节俭相关后效的跨文化研究, 识别不同类型亲社会行为中节俭的共同作用, 探寻统一双刃剑效应的理论框架和边界情境, 以及验证道德情绪作为心理机制的解释作用, 进而推动节俭心理学和亲社会行为研究的融合与发展。

关键词 节俭, 亲社会行为, 自我控制, 资源保存, 社会交换, 双刃剑效应

分类号 B849: F713.55

1 引言

“俭, 德之共也; 侈, 恶之大也。”

——出自《左传·庄公二十四年》

作为一个源远流长、与时俱进的概念, 节俭(frugality)随着经济发展与思想进步被不断赋予新的时代意蕴(李林, 黄希庭, 2014; Lastovicka et al., 1999; Simpson et al., 2019; Wang et al., 2021)。作为与“勤”齐名的美德——节俭通常被视为人类消费伦理的基本准则(何建华, 2021; Kapitan et al., 2021)。放眼现实社会, 人们也以多种方式践行新时代的节俭, 新经济、新技术、新语境下的节俭蔚然成风:“光盘行动”迅速融入日常, 豆瓣“抠组”社群互动活跃, 各种拼团、特卖和二手交易平台

赢得大量市场,“薅羊毛”成为青年人的新时尚……然而, 当前学术界与节俭相关的研究成果整体上较为分散(Evers et al., 2018; Philp & Nepomuceno, 2020), 与其丰富的实践形式之间仍存在较大的可挖掘空间。

节俭是一个跨文化的概念。西方哲学传统中的节俭是与追求物欲相对应的一种价值观(Aschemann-Witzel et al., 2022; Ratchford et al., 2021)。西方社会的节俭侧重强调物质资源利用上的节约, 如在购买和使用物品时的谨慎和节制。西方犹太教强调限制物质获取, 西方文化中的禁欲主义(ascetism)否定世俗干扰, 以求取精神净化(Kapitan et al., 2021; Lastovicka et al., 1999)。比起西方古典文化, 东方传统文化更多将节俭融入日常生活和治国理家的智慧中, 以更切近世俗社会和更务实的方式成为人们日常行为准则的一部分。中国背景下的节俭具有更古老的传统与更深厚的蕴意, 其文化内涵更为丰富。古语云:“夫君子之行, 静以修身, 俭以养德”(诸葛亮《诫子书》), 强调君子以财物俭朴来培养自己高尚的品德。中国的节俭除了强调个人的节制和节约, 还主张谨慎使用社会资源, 以实现个人的道德修养与社会

收稿日期: 2023-11-20

* 国家自然科学基金项目(72302103; 72101132); 广东省哲学社会科学规划项目(GD24YGL11); 广州市哲学社科“十四五”规划课题(2024GZYB23)。

通信作者: 许丽颖, E-mail: liyingxu@whu.edu.cn

陈斯允, E-mail: siyunchen@jnu.edu.cn

和谐,即更广泛地涵盖社会关系和道德伦理方面(何建华,2021;Pan et al.,2019)。诚如开篇所言,“俭,德之共也;侈,恶之大也”强调“崇俭黜奢”,将节俭归之于善,将奢侈归之于恶。节俭通常被视为道德的典范,而节俭所引发的结果是否总是合乎道德呢?以往相关结论出现了分歧:一部分结论指向节俭之“积极面”——节俭增强自我控制,加强代际传承,持有更高的社会责任意识,促进社会资源节约和有效利用(Aschemann-Witzel et al.,2022;Evers et al.,2018;Kapitan et al.,2021);而另一部分结论则指向节俭之“消极面”——增加利己心理,强化金钱警觉以及加剧人际疏离等(Goldsmith et al.,2014;Henkel et al.,2018;Klontz et al.,2012)。以往研究相冲突的结论暗示着节俭的积极与消极后效尚未得到充分重视。因此,本文拟从节俭的道德视角切入,系统阐述节俭对亲社会行为的双刃剑效应及其理论解释,以图系统地回答“俭”是否养“德”、“俭”何以养“德”的关键问题,从而为节俭心理学和亲社会行为提供新的研究思路和实践方案。

2 节俭的内涵与亲社会行为的类型

虽然节俭具有普世意义,但以往文献对节俭的概念化定义和操作性定义界定不一>Lastovicka et al.,1999;Ratchford et al.,2021)。同时,亲社会行为也是一个相对宽泛的概念,包含但不限于关爱支持、合作共享、慈善捐赠和亲环境等行为(赵越 等,2023;Berman & Silver,2022;Chen & Ran,2023)。在阐明节俭对亲社会行为的影响效应之前,本文先对这两个核心概念进行基本论述。

2.1 不同学科视域下节俭的内涵

节俭是一个多学科的概念(Philp & Nepomuceno,2020;Shoham et al.,2017)。由于学科范式存在差异,不同领域对节俭的内涵界定也有所不同。为更全面地理解节俭的内涵,本文分别从心理学、经济学、社会学以及伦理学视域进行解读。

心理学领域的学者将节俭视作一种价值观念和生活方式特征>Lastovicka et al.,1999;Pepper et al.,2009)。该领域的节俭被定义为“单一维度的消费者生活方式特征,是消费者在获取和充分利用经济商品或服务受到限制的程度”(Lastovicka et al.,1999),强调以短期的牺牲(short-term sacrifices)换取长期目标的实现(李林,黄希庭,

2014)。节俭是一种具有个体差异的特质,在心理上体现在购买商品和服务时保持克制、谨慎和自控(Kapitan et al.,2021),在行为上体现为货比三家、量入为出、物尽其用、未雨绸缪四方面内容(武瑞娟 等,2012)。此外,环境心理学中的亲环境行为也与此密切相关,节俭的个体可能更倾向于采取节约资源的行为,例如绿色消费、节能减排和参与回收等(Evers et al.,2018)。

经济学视域下节俭被认为是个体在特定的社会经济条件下的理性或保守性经济行为(Rayburn et al.,2022)。节俭通常发生在紧缩(austerity)或危机等社会下行经济条件下,个体通过调整自己的经济资源分配而适应所处的社会环境,实现长期发展(Rayburn et al.,2022)。该领域的学者关注节俭在社会经济运作中所发挥的作用,探讨节俭与消费之间的动态关系及其对社会经济产生的深刻影响(Muradian,2019)。与其他学科的界定不同的是,经济学视域下的节俭被视为一种社会条件,而非个体的自主选择或道德倾向(Muradian,2019)。从该视角出发有助于理解为何上世纪的人整体上会比新生代更具节俭的倾向,具有社会经济条件的烙印。节俭是一种经济行为,包括了保守性理财(即对资源的审慎调配)和对未来的投资,如攒钱接受教育等(Muradian,2019;Rayburn et al.,2022)。

社会学领域的学者将节俭视作一种消费实践和社会表征(representation),该领域内的学者重点探讨节俭行为背后所隐含的社会文化变迁与转向(Cappellini & Parsons,2012)。从社会身份的角度来看,节俭既是个体进行身份构建、进行印象管理的行为方式(任杰,2023),也是自我与家庭、社区和生态社会的互动模式之一(Cappellini & Parsons,2012;Kasser,2011)。有学者认为,节俭对家庭经济功能和情感维系具有直接的支撑性作用(Holmes,2019)。

在伦理学领域,节俭被界定为人类消费伦理的基本准则(何建华,2021;Jagannathan et al.,2020)。该领域的学者重点关注和考察节俭在不同时期的道德意义与伦理意涵(Meyer,2019),通常将节俭视为一种美德,是符合社会规范的消费习惯和行为特征(Pan et al.,2019;Ratchford et al.,2021)。与经济学将节俭看作一种社会条件不同,伦理学认为节俭并不意味着受生产力水平限制而产生的禁欲和苦行,而是一种自主自由的伦理观

和消费观(何建华, 2021; Evers et al., 2018)。节俭的个体认为浪费资源是不道德的行为, 他们在自由意志和道德规范的基础上保持较低水平的物质消耗, 有助于构建社会公平和生态正义, 促进社会的可持续发展(Corral-Verdugo et al., 2016; Nepomuceno & Laroche, 2017)。

综合而言, 虽然节俭因学科范式差异而在其内涵界定上有所不同, 但整体上具有以下三个共通点: 第一, 节俭的目的共通。人们践行节俭是为了适应当下的生存环境, 或为未来创造更大的发展空间, 是一种基于资源使用与配置的适应性发展策略(Evans, 2011; Pan et al., 2019)。第二, 节俭的资源共通。节俭最直接的表现是对财务资源(金钱)的节约使用, 但节俭的个体在资源的使用上其实不局限于财务资源的节俭倾向。人们在衣、食、住、行等方面均可持有节俭倾向, 如节约粮食、减少汽车耗油、入住经济型酒店和租赁房屋等(Aschemann-Witzel et al., 2022; Evers et al., 2018; Jain et al., 2022)。第三, 节俭的手段共通。节俭强调对资源的谨慎配置, 通过储蓄、减少支出以及尽可能寻求划算的交易等手段实现收益最大化(Henkel et al., 2018; Pepper et al., 2009)。从节俭的“目的-资源-手段”三方面的共通之处来理解其内涵, 有助于把握节俭内涵的本质。

2.2 亲社会行为的类型

广义上, 亲社会行为(prosocial behavior)被定义为对他人或社会具有积极影响的行为(Berman & Silver, 2022)。亲社会行为作为推动构建和谐社会的重要力量, 具有悠久的历史, 在该过程中, 研究者提出了多种亲社会行为的类型划分。例如, 依据亲社会行为的发生情况, 常见的亲社会行为包括六类: 利他型(即在不期望回报或奖励的情况下进行)、顺从型(即回应他人的直接援助请求)、公开型(即在他人知情的情况下进行)、情感型(即在情感的唤醒条件下进行)、匿名型(即在他人不知情的情况下进行)和紧急型(即在危急的情况下进行)(Xiao et al., 2019)。依据亲社会行为的动机, 亲社会行为可分为纯粹利他性和社会规范性亲社会行为(Pfattheicher et al., 2022)。依据亲社会行为的内容, 赵越等(2023)将亲社会行为归纳为以帮助为主(如志愿服务)与以分享为主(如共享物品)两大类。这些不同的分类标准和划分类别对

深入理解亲社会行为起到了推动作用, 在不同的研究情境中均有其参考意义和价值(Berman & Silver, 2022; Pfattheicher et al., 2022)。

结合节俭的后效涉及的范畴, 本文拟参考李爱梅等(2014)、张庆鹏和寇彧(2011)对亲社会行为的分类: 特质性亲社会行为、关系性亲社会行为、利他性亲社会行为以及遵规与公益性亲社会行为。具体而言, 特质性亲社会行为指的是体现个体自身优良品质的行为, 如同情他人、慷慨、感恩等(Ratchford et al., 2021); 关系性亲社会行为指的是个体为建立、维护和促进积极社会关系所实施的行为, 如合作、分享等(Berman & Silver, 2022); 利他性亲社会行为指的是个体作出有利于他人或社会发展的行为, 如捐赠、救助等(Vieites et al., 2022); 遵规与公益性亲社会行为指的是个体遵循社会规范或为增加公共福祉做贡献的行为, 如遵从习俗、低碳环保等(McQueen et al., 2022; Pan et al., 2019)。

明确亲社会行为的类型(即特质性亲社会行为、关系性亲社会行为、利他性亲社会行为以及遵规与公益性亲社会行为)是有必要的, 这也是后续本文在阐明节俭的积极面和消极面时所采用的分点框架。以往文献关于节俭对亲社会行为的研究结论存在冲突和分歧。有学者认为节俭促进了亲社会行为。例如, 节俭是对整个家庭资源的调度、调配和保护, 节俭个体常以此表达对家人、后代的爱与奉献(Meyer, 2019), 表现出更慷慨的特质(Ratchford et al., 2021), 即节俭促进了特质性亲社会行为。又如, 节俭导致人们更关注资源的有效整合和配置, 因而表现出更强的资源共享意愿(Aschemann-Witzel et al., 2022; Evers et al., 2018; Lang & Zhang, 2019), 即节俭增加了关系性亲社会行为。另一部分学者则认为节俭抑制了亲社会行为。例如, 节俭导致个体处于高度的金钱警觉状态, 对金钱的损失更为敏感, 减少对溢价的环保产品的购买(Wang et al., 2021), 即节俭抑制遵规与公益性亲社会行为。再如, 节俭使个体更多地采用效用思维进行决策, 在估算收益回报小或需要额外付出时更吝惜资源并减少投入(Henkel et al., 2018; Holmes, 2019), 即节俭抑制利他性亲社会行为。可见, 节俭对不同类型的亲社会行为的影响存在差异, 初步显示了节俭对亲

社会行为双刃剑效应的存在。为了进一步解释双刃剑效应,本文借助7个核心理论对之进行整合性阐述。其中,资源保存理论用于解释节俭对亲社会行为的积极效应(聚焦合作路径)和消极效应(聚焦竞争路径);自我控制理论、生命史理论和自我决定理论用于解释节俭对亲社会行为的积极效应,而社会交换理论、有限注意理论和机会成本理论用于解释对亲社会行为的消极效应。

3 节俭影响亲社会行为的理论解释

3.1 资源保存理论视角

资源保存(conservation of resources)也称资源保护。学者将资源视为对个体有价值的东西,包括物质资源、条件资源、个体特征资源以及能量资源等,认为个体总是力图获得、保护和建设这些资源(Halbesleben et al., 2014)。面对资源压力,个体可能采取两种不同方式来应对:一是资源保存,即中止资源消耗以保存现有资源,二是资源投资,即投入一定资源(如分享等)以获得更有价值的资源回报。资源包括个人资源和社会资源,如财富、权力、社会关系等(Hampson et al., 2021)。作为应对有限资源或资源损耗的策略,节俭通过“开源”(开放合作以实现有效资源配置),或“节流”(减少支出以降低资源损耗)来实现对资源的保护(Holmes, 2019)。

相应地,从资源管理的角度来看,节俭驱动个体衍生出两种不同的发展路径:加强合作与加剧竞争。关于加强合作路径,个体倾向于通过与他人建立互惠关系或增强利益联结以获得和保护自身资源。研究指出,社会经济地位较低的个体会尝试通过建立社会关系来减少他们的脆弱性(Blocker et al., 2013)。节俭个体将增强社会联系、增加合作共享作为维护和建设资源的重要途径之一(Gil-Giménez et al., 2021)。因此,节俭的消费者更多出现使用共享平台、物品交换,以及二手购买等行为(Lang & Zhang, 2019),即具有更强的共享和协作等亲社会意愿,这正是由于其以合作进行资源保存的生存图式。关于加剧竞争,节俭的个体资源竞争倾向和节省动机增强(Wang et al., 2021),更有可能会因为资源匮乏而倾向于竞争,可能还会因为自己资源不足而进行向上社会比较,更多地进行不必要的消费而造成浪费(Chen et al., 2024)。节俭的个体将表现为过度吝啬,或牺牲他

人利益以抢夺有限资源,表现出敌意性或攻击性的消极竞争行为(Tang et al., 2022)。

3.2 自我控制理论视角

自我控制(self-control)指个体克制冲动欲望或习惯性反应,进而追求长期目标的能力(Baumeister, 2002; Vosgerau et al., 2020)。通常而言,道德的行为需要个体运用自我控制克服短期利益的诱惑,站在长远利益或更宏观的社会利益的角度上来规范自身行为(Nguyen et al., 2019; Sodom et al., 2022)。诸多研究指出,自我控制能力较弱的个体更容易出现犯罪、暴力等反社会行为或不道德行为(Cui et al., 2023; Pratt & Cullen, 2000)。自我控制让个体在面临社会冲突或纠纷时能够更冷静、理智地处理问题,避免情绪化和冲动的行为,从而更有可能寻求合作和共赢的解决方案,促进亲社会行为的发生(Berman & Silver, 2022)。自我控制使个体具备更好的自我调节能力,能够更有效地管理自己的情绪和行为,从而在社交互动中更好地维护人际关系(Xiao et al., 2019)。研究指出,自我控制促使个体更遵守社会规范和法律法规,避免违反道德准则和法律规定,从而有利于维持社会秩序(Todd & Lawson, 2003)。此外,自我控制能力让个体能够延迟满足,意味着他们可以克服即时的欲望和需要,从而更多地考虑他人的利益和长期的社会效益(Vosgerau et al., 2020)。节俭的个体在消费中倾向于抑制冲动、抵制诱惑和延迟满足,而这些都与自我控制能力密不可分(Ratchford et al., 2021; Vosgerau et al., 2020)。因此,节俭促使个体因持有较高的自我控制水平而更多地进行亲社会行为。

3.3 生命史理论视角

生命史理论(life history theory)认为,个体所处环境、所经历的生活事件会影响个体形成不同的分配策略,包括快策略和慢策略(彭芸爽等, 2016; Kruger & Kruger, 2018)。具体而言,快生命史策略下个体关注当下获利和资源,对当下的繁殖性投入(reproductive effort)更为重视;反之,慢生命史策略更注重未来的生存投入(somatic effort),具有更高的延迟满足倾向(Ellis et al., 2009)。对于近距离社会关系,个体可能选择在早期生活阶段投资更多的精力和资源于繁殖,导致更多的亲社会行为,比如更多的照顾后代和合作行为,以确保后代的生存和繁衍。对于远距离社会关系,也

有可能进行亲社会行为,比如帮助同伴和组织合作,以获取更多的资源和生存机会(Gil-Giménez et al., 2021)。研究指出,不同的生命史策略与亲社会行为息息相关,快生命史策略的个体社会性程度较低,个人主义较强,长期社交关系较弱,反之,慢生命史策略的个体具有高度社交性,对社区投入更多,依恋关系牢固,具有更高的亲社会性(Figueroa et al., 2011; Wenner et al., 2013)。节俭的个体通常采用慢生命史策略,具有较强的未来导向和延迟满足倾向(Pan et al., 2019),并在社会关系的处理中体现出更多的照顾和合作等亲社会行为。

3.4 自我决定理论视角

自我决定理论(self-determination theory)认为,人类需要满足三个基本的心理需求,即自主性(autonomy)、胜任力(competence)和关联性(relatedness),才能获得愉悦和意义感(Ryan & Deci, 2000)。第一,自主性反映的是个体可以通过自己的自由选择而从事某种行为的能力(Kasser, 2011)。节俭作为一种自由选择的消费模式和生活方式而存在,是消费者基于自身消费需求和消费能力进行理性思考后做出的自觉选择(何建华, 2021)。因此,节俭能够增强个体的自主能力,满足自主性需要,充分发挥自身在消费活动中的主体性,从而促进其亲社会行为,如与他人共享服务等(李林, 黄希庭, 2014)。第二,节俭能够通过满足个体对胜任力的需要从而促进亲社会行为。Kasser (2011)认为,节俭的个体更为自信,胜任感和对生活的控制感更强。有学者提出了“节俭资本”的概念,将节俭视作一种需要经验和能力支撑的技能(Podkalicka & Potts, 2014)。国内学者任杰(2023)在对豆瓣“抠组”青年进行探索研究时发现,人们乐于分享其在消费中的省钱经验和技巧,并能通过此类节俭技巧的分享获得快乐和满足。节俭对自我效能感具有正向预测作用(Corrall-Verdugo et al., 2016),也是建立个人有能力的社会形象的重要途径,体现在消费者对财富的高效率、高效益的使用和支配(Evers et al., 2018; Philp & Nepomuceno, 2020)。第三,节俭能够通过满足个体的关联性需要而促进亲社会行为。对于亲人家属,个体通过节俭表达对亲属家人的爱与奉献,表达人际关怀,并将其作为一种微妙地改变成员之间关系的技巧(Meyer, 2019)。节俭的个体减少

了对物质的追求,更关注与家人朋友、社区成员的关系建立与维系(Podkalicka & Potts, 2014),也更有可能是出于对他人和后代的关怀而进行可持续消费(Evans, 2011)。

3.5 社会交换理论视角

社会交换理论(social exchange theory)提出,个体参与社会互动和关系时是基于对成本和回报的考量,他们倾向于追求最大化的利益,从而决定是否进行某种社会行为(Cloarec et al., 2022)。不少研究指出,无论是追求折扣还是增加储蓄,节俭实践普遍上是服务于个人目标的(Goldsmith et al., 2014)。例如,个体的省吃俭用也许是为了投资教育,这两者本身都是服务于该个体的目标,只是资源配置的区别。在不同的节俭动机中,服务于个人利益的经济动机始终是个体践行节俭最基础和最主要的原因(Goldsmith & Flynn, 2015; Pepper et al., 2009)。根据社会交换理论,个体在社会互动中以最大化自身利益为导向,这可能导致个体更倾向于考虑自身的收益而减少亲社会行为(李爱梅等, 2014; Say et al., 2021)。节俭的个体更看重利益和回报的计算,如果他们认为亲社会行为不会带来足够的回报,就会选择避免或减少投入或付出行为,从而抑制亲社会行为的发生(Henkel et al., 2018)。可见,利益交换和成本考量会对亲社会行为产生一定的抑制作用,这取决于个体在交换关系中对成本和回报的评估(Say et al., 2021)。

3.6 机会成本理论视角

机会成本(opportunity cost)的概念来源于微观经济学,指的是在资源有限的情况下,进行一项选择所需放弃的其它有价值的选择机会的成本(Lee & Setoh, 2023)。简而言之,就是指选择某种行为或决策时,所放弃的其他选择所能带来的收益或好处,即未被选择的选项的价值(Dias et al., 2022)。人们在面临资源(如金钱等)的多样性处置时,会产生主观的机会成本评估,这种评估可能是与现实相符的,也可能过高或过低(Weiss & Kivetz, 2019),取决于个体决策时自身条件或所处环境等。有研究发现,面临财务约束的个体在进行决策时,会产生更多的机会成本考虑,这种考虑导致个体从消费中获得的幸福感更低(Dias et al., 2022)。追求不同目标的个体也持有不同的机会成本评估。例如,相比于追求快乐的个体,追求意义的个体会更多地考虑机会成本,因此更愿意选择

较便宜的产品,将节省下来的金钱投入在其他服务于目标追求的事件中(Mead & Williams, 2023)。由于节俭的个体更多地处于成本-收益决策心态(Henkel et al., 2018),他们更倾向于考虑投入亲社会行为后所需要承担的机会成本,抑制了亲社会行为的产生。

3.7 有限注意理论视角

有限注意(limited attention)是一个心理学概念,指的是人类的注意力和认知资源是有限的(Beshears & Kosowsky, 2020)。该理论认为,人们需要在不同的事物上分配认知资源,分配在一件事物上的注意力必然减少了个体对于另一事物的注意力(Rieser & Furneaux, 2022)。这种注意资源分配或减少注意力资源的现象也被称为注意力瓶颈。节俭的个体通常持有更强的价格意识,即他们专注于以低价支付的程度更高(Lichtenstein et al., 1993)。这种对低价支付的专注是具有排他性的,当个体投入越多的注意力在达成划算、低价的交易方面时,对社会责任和社会关系等的注意力资源会相应减少(Rieser & Furneaux, 2022),从而表现出对其他人及事的忽略甚至价值贬低(Henkel et al., 2018)。节俭可作为一种无意识的目标(nonconscious goal)影响消费者随后的行为选择(Chartrand et al., 2008)。目标抑制现象在节俭的个体中更为明显,因为他们的注意力放在了如何节省金钱和精打细算上,缩窄了个体的隧道视野,忽略省钱目标以外的事物(Gasiorowska et al., 2016; Vohs et al., 2006)。研究发现,金钱概念启动下的个体往往难以准确理解他人的需求,助人意愿和行为减少(Vohs et al., 2006)。因此,节俭的个体会由于更窄的注意广度而忽略了除了自身获益以外的其他事物,降低亲社会行为的可能性。

4 节俭对关系性亲社会行为的影响

4.1 积极效应

关系性亲社会行为的典型代表是合作和分享(李爱梅 等, 2014; Pfattheicher et al., 2022)。如前文所述,资源的有限性要求个体需对资源进行充分、有效的利用与配置,而分享或共享在资源的有效配置中发挥着重要作用(Chen & Wei, 2023; Halbesleben et al., 2014)。基于资源保存理论,个体可以通过合作的方式促进资源利用最大化,而节俭的重要方式之一是通过分享和合作对资源进

行有效配置(Aschemann-Witzel et al., 2022)。因此,在资源保存理论的框架下,节俭对亲社会行为具有积极的促进作用。出于降低成本(如通过共享分摊购买成本)的诉求,节俭个体更倾向于将共享消费视为优先选项,因此节俭对共享意愿具有直接的促进作用(Pepper et al., 2009; Sadom et al., 2022)。对于使用频次较低的产品,节俭个体更倾向于进行租赁而非购买。节俭的个体更加追求实用价值和性价比,更低注重象征价值和物品占有,他们会更频繁地使用点对点租赁平台,如提供短期房屋租赁的爱彼迎(Airbnb)等(Jain et al., 2022; McQueen et al., 2022)。节俭消费者也更愿意参与到时装租赁的潮流中,认为租赁能够丰富产品选择,且无需支付全价,是更具性价比的消费方式(Jain et al., 2022)。遵循节俭消费的个体也更多参与二手交易和旧物交换。例如,相比购买全新的产品,节俭消费者更倾向于购买价格较低的二手服装或二手奢侈品(Turunen & Pöyry, 2019)。是故,节俭促进个体对共享经济的参与,消费者在衣、食、住、行方面均可通过分享、交换、借贷、租赁等方式促进闲置资源的流动与整合,促使人们在社会群体中表现出更强的协作和分享意愿(Aschemann-Witzel et al., 2022; Lee & Cha, 2022)。

关系性亲社会行为的目标在于构建和维护积极社会关系(张庆鹏和寇或, 2011)。在不同关系层面上,节俭可通过与家庭、社区、社会的联结促进社会归属、接纳与融入,成为增强个体与社会亲密关系的有效“粘合剂”,满足自我决定理论中的关联性需要(薛秋, 尹可丽, 2023),故在自我决定理论框架下,节俭对亲社会行为产生积极的促进作用。首先,家庭是社会的基本单位,消费者的节俭是对整个家庭资源的调度、调配和保护,常表现在承担特定角色的家庭成员,如母亲角色等(Meyer, 2019)。节俭个体常以此表达对亲属家人的爱与奉献,他们将节俭实践作为一种微妙地改善家庭成员间关系的技巧(Cappellini & Parsons, 2012)。家庭节俭实践中往往隐含着对于家庭成员和家族后代发展的关心(Burningham & Venn, 2020; Holmes, 2019)。再者,在社区层面上,消费者节俭通过沟通与互动来促进社会联结感知。节俭活动能够创造更多的互惠关系、促进社会互动(Park et al., 2020; Philp & Nepomuceno, 2020)。例如,通过旧物交换、向他人赠送物品和进行分享,表达对

他人的关怀,促进社区成员间的交流与互动。Park等(2020)的研究证实了负责任的公民身份(responsible citizenship)与节俭购物紧密相关,消费者通过旧物、二手产品的消费来帮助支持他们所在的社区,并以此进行自身社会身份的建构(Park et al., 2020; Pepper et al., 2009)。节俭个体减少了对物质的追求,能够将更多的时间用于关注家人、朋友、社区成员,从而获得更强的社会关联感(李林,黄希庭,2014; Mead & Williams, 2023)。最后,在更广泛的社会层面上,消费者节俭通过关怀同情、担忧、意义感寻求等途径来与外部世界建立广泛的联系。Evans(2011)通过质性访谈发现,节俭消费者出于对遥远的陌生人(即社会距离较远的社会他人)或后代的关怀进行可持续消费。研究发现,对意义感的追求导致消费者更倾向购买便宜的产品,而对意义感的追求中包括与社会中的他人建立广泛的联系(Mead & Williams, 2023)。

4.2 消极效应

另一方面,节俭不利于构建和维护积极的社会关系,因为节俭的个体在社会资源(特别是金钱资源)的利用中更为保守(Cloarec et al., 2022; Pan et al., 2019)。在现代经济社会中,消费和购物除了能够展示个体的社会地位(Chen et al., 2024),还可以传递友好与温暖,如送礼(Givi et al., 2023)等均能促进社会关系的发展。在社会交换理论框架下,节俭对亲社会行为产生消极的抑制作用。节俭的个体秉持“勒紧裤袋”、“能省则省”的原则,较少地在人际关系中花费,在一定程度上比非节俭的个体少了一条以礼相赠来维持和提升人际关系的通道(Henkel et al., 2018)。同时,节俭的个体有较强的储蓄动机,倾向将资源储存起来以备不时之需,因此减少捐赠行为,会引起更高的社会疏离与冷漠(Pan et al., 2019)。

由于物质支持也是重要的社会支持形式之一,节俭对社会支持和人际关系起到了负面作用(Philp & Nepomuceno, 2020)。在经济社会中物质主义仍然是影响较大的消费文化形式,因此践行节俭的个体可能难以融入部分社会群体。践行节俭的个体可能因为与主流消费价值观相悖而产生疏离感(李林,黄希庭,2014)。有关“面子文化”的研究发现,节俭个体更倾向于在私人场合践行节俭,而在公开场合,他们往往以增加消费来维护

自身的“面子”(Lin et al., 2013; Shoham et al., 2017)。实证研究还发现,相比于不节俭的个体,节俭的个体更容易将节俭行为和自身的形象捆绑在一起,故当他们发现市场意见认为延长产品使用寿命并非明智之举时,他们会出于印象管理动机而更倾向于提前结束产品的生命周期(Philp & Nepomuceno, 2020)。个体会出于社会融入、印象管理的动机而放弃或中止节俭行为,从侧面在一定程度上反映了节俭可能导致个体有较强的人际疏离感和社会排斥感(Lee, 2016; Philp & Nepomuceno, 2020)。节俭的个体更吝惜他们的资源,节俭的个体更加以未来为导向,追求长期目标的实现,甚至过度远视(Pan et al., 2019)。总之,社会资源交换是一种基于互惠原则的交换资源、服务或支持的行为,可基于金钱、物质资源、技能知识等进行互换,而节俭在资源交换上的过度远视和保守倾向在某种程度上阻碍了资源交换的通道,不利于促进社会联结和构建积极的社交网络(Pan et al., 2019; Say et al., 2021)。

5 节俭对遵规与公益性亲社会行为的影响

5.1 积极效应

遵规与公益性亲社会行为一方面体现于个体遵守社会规范和履行责任义务(Pfattheicher et al., 2022)。节俭本质上是对消费和物质欲望的一种克制(Evers et al., 2018; Lastovicka et al., 1999)。相比于不节俭的个体,节俭的个体通常更能抑制冲动、延迟满足,具有更高的自我控制水平(Kapitan et al., 2021; Nguyen et al., 2019)。因此,在自我控制理论框架下,节俭对亲社会行为产生积极的促进作用。作为一种重要的认知资源,自我控制是个体进行亲社会行为的有效预测因子(Cui et al., 2023; Vosgerau et al., 2020)。例如,以往研究证实了特质自控水平对可持续性消费(Nepomuceno & Laroche, 2017)和助人行为(Schmidt-Barad & Uziel, 2020)、生态道德行为(Evers et al., 2018)等均有积极的影响作用。节俭的个体对资金的支出更加谨慎,对自身消费欲望和行为有着更高的自我监控与约束(Kasser, 2011)。换言之,节俭的个体能够更好地抵制诱惑,自我约束水平和道德责任意识较高,更倾向于遵守社会规则和遵从公德(Goldsmith & Flynn, 2015)。研究指出,节俭是由

节制、审慎、自律等基本人格特质所驱动的,表现为更自律和独立,较少依赖产品的象征性价值,也较少进行面子消费或炫耀性消费,较少产生因冲动消费带来的消极情绪(Lastovicka et al., 1999; Lee, 2016),进而减少了消极情绪(如愤怒等)引致的不道德行为(Cui et al., 2023; Todd & Lawson, 2003)。同时,由于节俭的个体倾向于延迟满足,他们更多考虑长期的结果(Lastovicka et al., 1999)。节俭与长期导向之间呈现显著正相关(Shoham et al., 2017)。节俭的个体更多地考虑消费行为带来的长期后果(Nepomuceno & Laroche, 2017)。何建华(2021)从道德伦理的角度也指出现代节俭消费是一种负责任的自制消费观,它要求个体自觉自愿地履行义务、承担责任,尊重生活秩序的限制。可见,节俭消费者更加自律、克制和理性,因此较少产生冲动消费或发生冲突行为(Lastovicka et al., 1999; Shoham et al., 2017)。一项针对新西兰消费者节俭观的调查发现,高节俭水平的个体更具目标导向,拥有更强的自控力和责任心,更能诚实待人和遵循社会秩序(Todd & Lawson, 2003)。

遵规与公益性亲社会行为另一方面则体现于环保行为或亲环境行为(李爱梅 等, 2014)。节俭个体在日常生活中会通过各种消费实践(购买二手产品等)来表达他们对环境污染和资源浪费的担忧(Holmes, 2019),这些亲生态的情绪对建立社会与环境的关联和实现超越自我的行为具有促进作用(Chen & Wei, 2023; Schwartz et al., 2002)。共享意愿的提升对环境保护和生态的可持续发展具有重要意义(Parguel et al., 2017)。节俭个体参与保护生态环境、节约生态资源的行为也可以通过资源保存中的合作路径来理解。McQueen 等(2022)将共享经济描绘为一种“出于生态关怀的节俭消费趋势”。因此在资源保存理论框架下,节俭对亲社会行为具有积极的促进作用。节俭的消费者更乐于与他人交换闲置的服装,并将其视为一种环保的行为模式,认为这样可以回收不需要的物品,有效防止资源闲置或浪费等破坏生态平衡的负面结果的出现(Lang & Zhang, 2019)。节俭的个体更可能参与绿色出行和减少碳排放等可持续行为(Lee & Cha, 2022)。可持续消费重视环境保护、资源节约与生态发展,是履行社会责任的途径之一。节俭活动包含着对生态环境和可持续性的关怀,如通过选择当地产品、节约粮食等行为来节

约资源(Holmes, 2019; Philp & Nepomuceno, 2020)。一项针对节俭青年的访谈研究发现,环保责任已经成为当代“节俭”的中心内涵(任杰, 2023)。例如,节俭个体认为,使用衣物交换应用程序的目的是减少服装废弃造成的环境污染与破坏。Evans (2011)的访谈也指出了节俭个体更具环境意识,更愿意为维护代际资源公平而降低开销,选择更节约、低消费的生活方式。相比于快时尚(即迭代速度快的时尚消费方式),节俭个体倾向于选择生态友好型的慢时尚消费方式,选择购买更经久耐穿的服装,以减少生态污染和资源浪费(Cho et al., 2015)。此外,由于采取了审慎的消费策略,节俭的个体在做出购买决策时相对理智,多根据实际需求判断购买的必要性,这种理性思维方式脱离消费主义的漩涡,降低对物欲的贪恋,对反浪费、节约能源和降低资源消耗等方面均具有积极的作用(Tilov et al., 2020)。

5.2 消极效应

节俭对遵规与公益性亲社会行为的负面作用集中体现在两方面。一方面,节俭导致个体更多地发生破坏规则和关系冲突的情况。在自我控制理论框架下,节俭心态会导致个体自我控制资源的损耗,从而抑制个体的亲社会行为,如遵规行为(Vosgerau et al., 2020)。节俭个体重视金钱的分配、支出和控制,在财务管理方面较非节俭个体而言保持更高的敏感度,产生更高水平的认知资源耗竭(Evans, 2011; Wang et al., 2021)。节俭导致个体具有更高的金钱警觉(money vigilance),表现为持有较强的价格意识,并在金钱损失时更为敏感(Goldsmith et al., 2014; Klontz et al., 2012)。Furnham 和 Okamura (1999)指出与节俭相关的两种“金钱病态”(money pathology):“守财奴”(miser)和“讨价还价者”(bargain hunter)。其中,“守财奴”指看重金钱且相对吝啬的个体,他们具有较强的储蓄和囤积倾向,极度害怕失去金钱,并由此陷入焦虑和紧张的状态。“讨价还价者”则是痴迷于在消费时追求折扣、讨价还价,总是试图以更少的付出换取收益。他们更容易处于一种焦虑和紧张的状态当中,更有可能造成人际冲突和关系紧张(Klontz et al., 2012)。在不得不支付商品全价时容易感到愤怒(Klontz et al., 2012),这些消极情绪会导致个体更可能破坏社会规则或不履行社会责任(Lohmann et al., 2023)。

另一方面,节俭导致个体更少参与公益活动 and 绿色消费。节俭个体高度关注对金钱的合理安排和收支平衡状况,价格意识和金钱警觉普遍存在于他们的生活当中,导致他们更多地采用效用思维,即从效用大小或收益大小的角度来衡量与决策(李爱梅等, 2014; Henkel et al., 2018)。在机会成本理论框架下,节俭对亲社会行为具有消极的抑制作用。在可能造成金钱损失或没有金钱价值回报时,节俭的个体对亲社会行为参与意愿更低,因为他们具有更强的交易聚焦(transactional focus)倾向,以交易而非赠予为理想目标状态(Gasiorowska et al., 2016)。对于节俭的个体而言,公益活动这种无交易性质的活动吸引力不大。同时,节俭的个体还会更多地考虑机会成本,即考虑不参与公益活动而将金钱进行其他有收益的投资的价值,导致对公益性亲社会行为的参与度降低(Dias et al., 2022; Mead & Williams, 2023)。此外,节俭还会对绿色消费产生负面影响。正如 Evans (2011)所言,节俭本质上并不是减少消费,而是以“少”博“多”,以进行更多消费的手段。节俭的个体偏好采用“以少博多”的消费策略,在购买时更可能产生囤积行为,对可持续发展造成负面影响(Evans, 2011; Shoham et al., 2017)。同时,由于绿色产品往往具有更高的价格,而节俭的个体不愿意支付这种“溢价”,出于性价比考虑减少对环保产品的购买(Wang et al., 2021)。

6 节俭对利他性亲社会行为的影响

6.1 积极效应

利他性亲社会行为的典型行为包括帮助、发展技能和体力支持等(李爱梅等, 2014)。能力性需要是自我决定理论中的心理需要,而个体感知“有能力”是利他行为的有效预测因子(Kapitan et al., 2021)。在自我决定理论框架下,节俭对亲社会行为具有积极的促进作用。节俭的个体努力在消费中做出最优决策和实现产品价值的最大化,表现为选择最好的目标和全面比较替代方案的倾向等(Ma & Roese, 2014; Schwartz et al., 2002; Xia & Bechwati, 2021)。这种努力倾向和最大化心态贯穿在购买、使用和处置等各个消费环节。在产品购买前,节俭个体常“货比三家”,通过更全面的信息搜寻以及对多种方案的比较,进行最划算的交易,如选择捆绑销售的产品(Xia & Bechwati,

2021)。研究指出,节俭个体会将好的交易视为一场“胜利”(triumph),从中获得在金钱使用上的自信感(Kapitan et al., 2021)。在产品使用中,节俭的个体更有可能对所拥有的产品进行积极消费(active consumption),如提高产品使用频率、避免产品闲置等(武瑞娟等, 2012)。在产品使用后期,节俭的个体积极寻求“变废为宝”的途径,进一步挖掘产品的潜在价值。节俭的个体不会轻易丢弃产品,而是尽可能延长产品的使用寿命,以避免新的购买(Evers et al., 2018)。他们更多地对产品进行修补而非直接购置新品替换,如将牛仔裤改短或增加装饰变成新的短裤(武瑞娟等, 2012; McQueen et al., 2022)。节俭促使消费者进行旧物升级改造或变废为宝(Shi et al., 2022),主张“物尽其用”,尽可能利用产品的已有价值,通过创新末端消费(product end-use consumption)的方式,发现既有产品的新用途或以独特方式使用产品(Evers et al., 2018)。无论是消费前期的努力投入,还是中期的提升使用效率,抑或是后期的变废为宝和物尽其用,以及最后的收获(如划算的交易、有创造性地丰富消费终端的产品用途),均会使得个体的效能感增强,即个体更相信自己在从事行为中的能力,促进利他行为的产生(Evers et al., 2018; Schnurr & Halkias, 2023)。不少学者指出,节俭的个体通常为他们自己拥有能够高效益(efficiently)、高效率(effectively)地支配财富和进行消费的能力而感到自豪,他们将节俭视为有能力的明智之举(Evers et al., 2018; Philp & Nepomuceno, 2020)。个人效能感的增加有助于推动亲社会行为,如捐赠和支持购买女性生产者的产品(Schnurr & Halkias, 2023; Small et al., 2007)。一项民族志调查研究发现,中国工人们通过传播“薅羊毛”的技巧来构建职场关系,节俭个体在分享省钱经验中也为同事谋取更多的福利(McDonald & Dan, 2022)。

照顾、捐赠、赠送和救助等也是重要的利他性亲社会行为(赵越等, 2023; Berman & Silver, 2022)。生命史理论认为,采用慢生命史策略的个体具有较低自我主义和利己导向,更可能作出照顾、和帮助等利他行为(彭芸爽等, 2016; Philp & Nepomuceno, 2020)。个体采取慢生命史策略,节俭行为(如主动削减开支等)更多表现为一种自我超越价值(Chen & Wei, 2023),是出于对后代的关爱和照顾的内在动机,故在生命史理论框架下,

节俭对亲社会行为产生积极的促进作用。研究指出,早期生活节俭的个体会在之后的生活中偏向于采用慢生命史策略,他们的社会性程度变高,集体主义偏好增强,对社区的投入和付出更多,这样利他性亲社会行为增加(如帮助同伴)可以帮助个体获取更多的资源拓展和生存机会(Gil-Giménez et al., 2021; Vieites et al., 2022; Wenner et al., 2013)。节俭个体具有更低的物质主义倾向,而物质主义倾向通常与利他行为具有负相关关系(Goldsmith & Flynn, 2015)。可见,节俭可驱动个体进行利他性亲社会行为。

6.2 消极效应

节俭导致人们更加利己导向,即启动了经济学中的“自利模式”(self-interest model),进而减少了利他性亲社会行为的倾向(李爱梅 等, 2014; Zlatev & Miller, 2016)。首先,节俭与个人主义之间呈显著的正相关关系(Shoham et al., 2017)。个人主义主张个体的利益高于集体主义(黄梓航 等, 2018),相比于他人利益和社会福祉,节俭的个体更倾向于关注个人利益得失。节俭个体通过协调自身资源,是为了将节省下来的资源用于优先性更高的事项,这种节俭是以个人和自身目标为核心,而非将节省下来的资源服务于他人>Lastovicka et al., 1999)。这种经济化决策的利己模式与资源保存中的竞争路径相似,当资源供应有限且不足以满足每个人的需求时,人们往往更容易表现出自利主义行为。他们优先考虑自己的利益,竞争和争夺加剧,进而减弱进行利他性亲社会行为的倾向(Tang et al., 2022; Zlatev & Miller, 2016)。因而在资源保存理论框架下,节俭个体出于竞争动机对亲社会行为产生消极的抑制作用。再者,节俭有时候还具有一定的享乐属性。Bardhi 和 Arnould (2005)认为,节俭并不一定是享乐(hedonic)的对立面;相反,功利性节俭与享乐是相辅相成的,个体能够从节俭消费中获得乐趣。研究指出,节俭的消费者具有更高的物质主义(materialism)倾向,更加享受购物的乐趣(Shoham et al., 2017)。例如在二手交易平台上,节俭的真正动机与购买更多物品或更多奢侈品的动机非常相似,因为这些产品可以在几次使用后再次出售,如此一来,节俭反而让个体具有更高的放纵倾向(Parguel et al., 2017),更注重自己的个人感受和享乐倾向。由于节俭的个体具有较高的自利倾向,因而减少

了利他行为,如捐赠等(Small et al., 2007)。此外,节俭的个体在成本和收益的评估上更为审慎。节俭个体追求最小化成本、最大化收益,其决策通常在成本-收益权衡(cost-benefit tradeoff)的基础上进行(Henkel et al., 2018)。他们试图审慎地权衡利弊、优劣,在理性计算下选择最实惠的产品,做出最划算的交易,追求“物有所值”甚至“物超所值”。基于实用价值的成本-收益权衡会抑制个体进行绿色消费、责任性消费等。实证研究表明,节俭消费者具有更高的价值意识和价格意识,对折扣促销等更加敏感(Shoham & Brenčič, 2004)。节俭消费者在面临不同动机冲突时(如经济必要性 vs. 生态可持续),会主动进行“权衡”以实现更为重要的目的。节俭消费者更倾向于采用分析性思维和计算性思维,把自己的财务结果(如获得低价等)置于首位和优先级(Henkel et al., 2018; Small et al., 2007)。一项访谈发现,当消费者在有损环境可持续和工人权益的平台上购物时,会带有负罪感,但会“屈服”于其低廉的价格而选择持续使用该购物平台(Holmes, 2019)。节俭更多作为其最小化成本与最大化收益的一种策略。节俭个体力图减少成本以服务于自身未来发展,导致他们减少对当下利他行为的投入(Small et al., 2007; Wang et al., 2021)。

7 节俭对特质性亲社会行为的影响

7.1 积极效应

特质性亲社会行为通常指的是个体在社会交往中展现出的一种倾向或态度,包括善良、宜人、关怀他人等积极的社会行为(Pfattheicher et al., 2022)。节俭主要通过增强责任感和生态关怀等来促进特质性亲社会行为。节俭个体更多站在道德视角审视自己消费行为所带来的社会和生态影响。例如, Todd 和 Lawson (2003)发现高节俭者与自我超越价值观中的精神性、责任心、普世价值等价值观正相关。Meyer (2019)也证实了个体节俭对公共福祉的正向预测作用。

在大五人格中,责任心(conscientiousness)是节俭消费的核心特质之一>Lastovicka, 1982)。实证研究发现,节俭与生态中心主义显著相关,节俭个体通常对自身的行为有更高的约束能力(Gil-Giménez et al., 2021; Ratchford et al., 2021)。在自我控制理论框架下,节俭个体由于具有更高的约

束能力进而具有更多的亲社会行为。在现代消费文化盛行的背景下,许多消费的发生不是出于自己的真实需要,而是被眼花缭乱的广告、营销等所操控,陷入对物欲的无止境追求之中(陈斯允等, 2021; Chen et al., 2024)。节俭个体主张“购买真正需要的”,遵循“量入为出”、“适度消费”的准则,具有更高的责任意识和生态关怀水平(Corral-Verdugo et al., 2016; Todd & Lawson, 2003)。

另一方面,节俭消费方式的践行为个体提供了一种理性计算的能力,使得个体能够稳定地按照既定目标前行,更好地掌控自己的生活,进而更自主地履行自己的社会责任(任杰, 2023; Nguyen et al., 2019)。这种“掌控感”和“自主感”是形成亲社会特质的条件,故在自我决定理论框架下,节俭个体出于自主性产生更多的亲社会行为。节俭的个体更倾向于在消费过程中承担道德责任(Meyer, 2019; Ratchford et al., 2021),更关注对社会和生态环境的义务和责任(Corral-Verdugo et al., 2011)。较高的责任意识对增进社会福祉具有积极影响(Sadom et al., 2022)。他们更高频率地审视自己的消费所带来的社会影响,推动责任性消费和可持续消费(陈斯允等, 2021; Ratchford et al., 2021)。责任性消费强调个体行为与社会福祉的联系,倡导有利于社会健康发展的消费模式(Prendergast & Tsang, 2019)。研究发现,节俭与社会公平(equity)、亲生态(pro-ecology)和利他主义具有显著的正相关关系(Corral-Verdugo et al., 2011)。此外, Ratchford 等(2021)对“节俭美德”进行概念化,将其与生态中心主义(ecocentrism)相联系,并指出宗教意义上的节俭,即神圣节俭(sanctified thrift)水平较高的个体更慷慨、更感恩,故更倾向于回馈社会。个体节俭与慷慨、分享和自发性给予等特质性亲社会行为倾向之间呈现显著的正相关(Ratchford et al., 2021)。

7.2 消极效应

节俭对特质性亲社会行为的消极作用主要体现在节俭降低同情、削弱宜人性和减少慷慨等方面。如前文所述,由于节俭的个体更专注于利润最大化和成本最小化的经济诉求,更可能忽视甚至牺牲社会中他人的利益或公共福祉(Gil-Giménez et al., 2021)。在有限注意理论框架下,节俭对亲社会行为产生消极的抑制作用。人们在注意力分配过程中会选择性地关注某些信息而忽略

其他信息(Beshears & Kosowsky, 2020)。节俭个体可能会因为对金钱或价格的敏感而抑制对社会关系的关注,因此对关怀社会和利他行为的积极作用是有限的(李爱梅等, 2014; Jagannathan et al., 2020)。有研究发现,节俭会导致个体的去人性化(dehumanization),即削弱个体对社会他人的人性化感知。当消费者的价格意识较强时,消费者更不认为服务他们的员工具有人的属性,并在服务失误时表现出更强的惩罚欲(Henkel et al., 2018)。他们对服务失误的员工同情心更低,因为他们的成本收益权衡使得他们对员工进行“去人性化”审视,同情心降低,忽视对他人的关怀(Henkel et al., 2018)。节俭还会导致减少人际互动和弱化人际信任。一项关于共享出行使用意愿的研究发现,节俭的个体更难以对共享出行平台产生信任,包括消费者间信任、消费者与司机之间的信任和消费者与平台之间的信任(Lee & Cha, 2022)。节俭的消费者更倾向于采用分析性思维,而这种分析性思维削弱了节俭个体的共情能力,致使利他性助人行为被抑制(Henkel et al., 2018; Small et al., 2007)。总而言之,过于专注低价、折扣会对个体造成目标抑制,使其难以关注到金钱以外的价值(Steenkamp & Maydeu-Olivares, 2015),容易引起焦虑、愤怒和紧张等不利于人际和谐的情绪(Klontz et al., 2012),抑制由同情、宽容和慷慨等特质主导的亲社会行为。

8 未来研究展望

本文系统地回顾、梳理和整合了节俭对亲社会行为的积极效应和消极效应,并试图从不同的理论视角来理解和解读这些效应发生的潜在机制。尽管节俭在日常生活和理论文献中都是出现频率较高的主题,部分学者也开始在这方面注入了努力(如:李林,黄希庭, 2014; Evers et al., 2018),但节俭对亲社会行为的影响仍然缺乏相对系统的理解和探索。因此,该领域仍有较大的挖掘空间,预示着未来研究在关于该主题的探究上可努力的方向:

第一,进一步厘清节俭的概念维度与结构,尤其是加强开发节俭的道德内涵。伴随着地球资源稀缺问题的日益严重,节俭已经不仅仅是个体选择的一种生活方式,而是逐渐成为应对资源稀缺、实现资源有效利用的必要手段之一。有学者

直接指出, 节俭的道德内涵之所以长期被学界忽视, 在于经济发展不充分条件下的节俭更侧重于满足生存需要(Ratchford et al., 2021; Salonen, 2023)。在物质经济发展、互联网普及的当今社会, 节俭在道德标准的凝视下又有何种体现? 整体而言, 尽管节俭的道德内涵还有待开发, 但不少来自伦理学和社会学的学者已意识到了节俭的伦理意蕴(何建华, 2021; Kapitan et al., 2021)。未来研究可对此作进一步的探索和考察。同时, 在与节俭话题相关的研究方法方面, 当前研究较多采用的是质性研究方法, 对节俭的量化方法探究还有待深入。例如, 在对节俭构念的测量上, 除了单维度的测量(如 Lastovicka et al., 1999), 还可考虑多维度的测量工具开发(武瑞娟 等, 2012); 又如, 在节俭的操作化定义方面, 未来研究可考虑用更多的实验操纵方式启动节俭心态, 包括但不限于写作或阅读任务(Pan et al., 2019)、品牌定位以及以划算交易为目的的促销情景模拟(Henkel et al., 2018)等操纵方法。

第二, 充分考虑文化差异在节俭与亲社会行为关系中的作用, 开展节俭相关后效的跨文化研究。节俭是依赖文化背景而存在的一个概念, 也正是如此, 节俭在不同的文化背景下的认可度和接受度都是不同的(Corral-Verdugo et al., 2016; Lee & Cha, 2022; McDonald & Dan, 2022)。例如, 中国将节俭视为一种厚植历史的传统美德, 而西方更多将其视作一种经济手段和消费策略以达成资源有效使用和合理配置的目标(何建华, 2021; 任杰, 2023; Chancellor & Lyubomirsky, 2011; Podkalicka & Potts, 2014)。未来研究可考虑从微观或宏观层面上考察诸如个人主义/集体主义、权力距离、长期/短期导向和不确定性规避等文化变量在节俭对亲社会行为影响中的调节作用(黄梓航 等, 2018; Nepomuceno & Laroche, 2017; Nguyen et al., 2019), 以进一步确定节俭产生效应的文化情境和要素。

第三, 识别不同类型亲社会行为中节俭的共同作用, 寻找节俭对亲社会行为影响过程中的有效助推策略。本文整合了节俭对关系性、遵规与公益性、利他性和特质性亲社会行为的影响, 对理解节俭的双刃剑效应应具有促进作用。然而, 节俭随着经济时代的发展已不再是单维概念>Lastovicka et al., 1999; Philp & Nepomuceno,

2020), 不同的节俭维度(如优惠券取向、低价取向等)是否有可能使节俭在对不同类型的亲社会行为中发挥相似的作用? 同时, 已有研究指出了节俭在绿色消费、生态保护和可持续性行为中的正面作用, 但并非在所有的情境下都会发生(Kasser, 2011; Park et al., 2020)。是故, 识别出促进效应的边界条件和制定相应的助推策略, 才能使节俭在可持续发展中发挥积极的作用。例如, 个体可能会为了进行印象管理或外部市场的建议(如消费主义的相关营销建议)而提前结束产品的使用寿命(Philp & Nepomuceno, 2020)。另外, 如果环保组织或其它公益机构的管理者可以强调节俭传递出的个人明智形象(Evers et al., 2018), 那么节俭将对资源的重复利用、资源保存和可循环处置等行为都起到推动作用, 我们期待未来研究可为这些助推策略的有效性提供更多的理论支持和实证证据。

第四, 综合统筹多个理论视角, 识别有效的情境线索, 力图构建一个更整合的理论模型。一方面, 可以对资源保存理论、自我控制理论、生命史理论、自我决定理论、社会交换理论、机会成本理论和有限注意理论等多个理论进行比较, 包括寻找理论之间的共性与差异, 勾勒出可以相互补充的概念关系, 以及识别相似的理论范式、方法论和关键效应, 将不同的理论整合到一个更为综合的理论框架之中。另一方面, 可以通过实证研究确定节俭行为的双刃剑效应的边界情境, 包括个体特征(如个人的文化背景、性格特质等)、情境因素(如资源稀缺程度、社会支持等)以及行为对象(个人、群体、组织等)等方面的边界情境。例如, 由于节俭的个体具有更高的金钱警觉, 且他们对面临收益损失时表现出更消极的情绪反应(Goldsmith et al., 2014; Lichtenstein et al., 1993)。在强调整节俭时应注意弱化个体的金钱概念(Gasiorowska et al., 2016), 或强调整节俭的目的在于利他(Ratchford et al., 2021), 或启动个体的促进定向(Choi et al., 2020)等方式是否有利于缓解节俭对亲社会行为的抑制效应? 这些边界条件都值得进一步的验证和确认。

第五, 未来研究应深入考究道德情绪在节俭对亲社会行为影响中的解释作用。道德情绪是一种社会性的情绪体验, 指的是人们根据既有的道德标准对自身或社会他人的感知与评价, 包括积

极效价的道德情绪(如自豪、感恩等)与消极效价的道德情绪(如内疚、愤怒等) (Klontz et al., 2012; Ratchford et al., 2021)。例如, 研究指出节俭的个体在物质消费和金钱支配方面更加自律, 冲动性消费的倾向较低(Lastovicka et al., 1999), 由此产生的内疚情绪也较少; 再如, 节俭的个体具有更多的感恩情绪(Ratchford et al., 2021); 又如, 启动了节俭意识的个体会更加冷漠, 更容易愤怒(Henkel et al., 2018; Klontz et al., 2012), 进而影响后续的道德决策与亲社会行为。当前将道德情绪作为潜在的心理机制的实证研究还相对有限, 未来研究可从该方向切入进行考察。此外, 当前研究主要集中于探讨某个时间下个体的节俭行为(Goldsmith & Flynn, 2015; Pepper et al., 2009), 而对节俭的纵向作用关注还相对不足。未来研究可考虑从本文提出的几个解释理论视角出发展开更多的探讨。例如, 基于生命史理论解释视角从个人发展的角度(如儿童时期的“穷养”教育等)、家庭发展的角度(如白手起家等)、社会发展的角度(如战后重建等)来探究节俭的行为效应等, 也具有潜在的研究价值。

参考文献

- 陈斯允, 卫海英, 熊继伟, 冉雅璇. (2021). 大道至“简”: 极简主义消费内涵解构与理论阐释. *心理科学进展*, 29(11), 2043-2061.
- 何建华. (2021). 节俭消费伦理的时代意蕴. *伦理学研究*, 113(3), 105-110.
- 黄梓航, 敬一鸣, 喻丰, 古若雷, 周欣悦, 张建新, 蔡华俭. (2018). 个人主义上升, 集体主义式微?——全球文化变迁与民众心理变化. *心理科学进展*, 26(11), 2068-2080.
- 李爱梅, 彭元, 李斌, 凌文铨. (2014). 金钱概念启动对亲社会行为的影响及其决策机制. *心理科学进展*, 22(5), 845-856.
- 李林, 黄希庭. (2014). 俭: 心理学的研究视角. *心理科学进展*, 22(1), 181-189.
- 彭芸爽, 王雪, 吴嵩, 金盛华, 孙荣芳. (2016). 生命史理论概述及其与社会心理学的结合——以道德行为为例. *心理科学进展*, 24(3), 464-474.
- 任杰. (2023). 节俭的重新定义: 文化话语与“抠组”青年消费实践. *中国青年研究*, 3, 5-13+21.
- 武瑞娟, 王承璐, 杜立婷. (2012). 沉没成本, 节俭消费观和控制动机对积极消费行为影响效应研究. *南开管理评论*, 15(5), 114-128+151.
- 薛秋, 尹可丽. (2023). 集体仪式的替代品: 世俗中的同步动作及其机制. *心理科学进展*, 31(7), 1303-1317.
- 张庆鹏, 寇彧. (2011). 青少年亲社会行为测评维度的建立与验证. *社会学研究*, 4, 105-121+244.
- 赵越, 胡小勇, 马佳馨. (2023). 敬畏的亲社会效应: 小我与真我的作用. *心理科学进展*, 31(11), 2171-2182.
- Aschemann-Witzel, J., Asioli, D., Banovic, M., Perito, M. A., & Peschel, A. O. (2022). Communicating upcycled foods: Frugality framing supports acceptance of sustainable product innovations. *Food Quality and Preference*, 100, 104596.
- Bardhi, F., & Arnould, E. J. (2005). Thrift shopping: Combining utilitarian thrift and hedonic treat benefits. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 4(4), 223-233.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670-676.
- Berman, J. Z., & Silver, I. (2022). Prosocial behavior and reputation: When does doing good lead to looking good? *Current Opinion in Psychology*, 43, 102-107.
- Beshears, J., & Kosowsky, H. (2020). Nudging: Progress to date and future directions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 161, 3-19.
- Blocker, C. P., Ruth, J. A., Sridharan, S., Beckwith, C., Ekici, A., Goudie-Hutton, M., ... Varman, R. (2013). Understanding poverty and promoting poverty alleviation through transformative consumer research. *Journal of Business Research*, 66(8), 1195-1202.
- Burningham, K., & Venn, S. (2020). Are lifecourse transitions opportunities for moving to more sustainable consumption? *Journal of Consumer Culture*, 20(1), 102-121.
- Cappellini, B., & Parsons, E. (2012). Practising thrift at dinnertime: Mealtime leftovers, sacrifice and family membership. *The Sociological Review*, 60(S2), 121-134.
- Chancellor, J., & Lyubomirsky, S. (2011). Happiness and thrift: When (spending) less is (hedonically) more. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 131-138.
- Chartrand, T. L., Huber, J., Shiv, B., & Tanner, R. J. (2008). Nonconscious goals and consumer choice. *Journal of Consumer Research*, 35(2), 189-201.
- Chen, S., Kou, S., & Lv, L. (2024). Stand out or fit in: Understanding consumer minimalism from a social comparison perspective. *Journal of Business Research*, 170, 114307.
- Chen, S., & Ran, Y. (2023). A silver lining of the epidemic: How contagious disease salience leads to minimalistic consumption. *Environment, Development and Sustainability*, 8, 1-19.
- Chen, S., & Wei, H. (2023). Linking temporal landmarks to voluntary simplicity: The mediating roles of self-transcendence and self-enhancement. *Journal of Business Ethics*, 188(12), 693-708.
- Cho, E., Gupta, S., & Kim, Y. K. (2015). Style consumption: Its drivers and role in sustainable apparel consumption. *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 661-669.
- Choi, W. J., Sun, H., Liu, Y. (Lucy), & Chen, H. (Allan).

- (2020). Guess who buys cheap? The effect of consumers' goal orientation on product preference. *Journal of Consumer Psychology*, 30(3), 506–514.
- Cloarec, J., Meyer-Waarden, L., & Munzel, A. (2022). The personalization-privacy paradox at the nexus of social exchange and construal level theories. *Psychology & Marketing*, 39(3), 647–661.
- Corral-Verdugo, V., González-Lomelí, D., Rascón-Cruz, M., & Corral-Frías, V. O. (2016). Intrinsic motives of autonomy, self-efficacy, and satisfaction associated with two instances of sustainable behavior: Frugality and equity. *Psychology*, 7(5), 662–671.
- Corral-Verdugo, V., Mireles-Acosta, J. F., Tapia-Fonllem, C., & Fraijo-Sing, B. (2011). Happiness as correlate of sustainable behavior: A study of pro-ecological, frugal, equitable and altruistic actions that promote subjective wellbeing. *Human Ecology Review*, 18(2), 95–104.
- Cui, P., Shen, Y., Hommey, C., & Ma, J. (2023). The dark side of the pursuit of happiness comes from the pursuit of hedonia: The mediation of materialism and the moderation of self-control. *Current Psychology*, 42(3), 7682–7692.
- Dias, R. S., Sharma, E., & Fitzsimons, G. J. (2022). Spending and happiness: The role of perceived financial constraints. *Journal of Consumer Research*, 49(3), 373–388.
- Ellis, B. J., Figueredo, A. J., Brumbach, B. H., & Schlomer, G. L. (2009). Fundamental dimensions of environmental risk: The impact of harsh versus unpredictable environments on the evolution and development of life history strategies. *Human Nature*, 20(2), 204–268.
- Evans, D. (2011). Thrifty, green or frugal: Reflections on sustainable consumption in a changing economic climate. *Geoforum*, 42(5), 550–557.
- Evers, U., Gruner, R. L., Sneddon, J., & Lee, J. A. (2018). Exploring materialism and frugality in determining product end-use consumption behaviors. *Psychology & Marketing*, 35(12), 948–956.
- Figueredo, A. J., Andrzejczak, D. J., Jones, D. N., Smith-Castro, V., & Montero, E. (2011). Reproductive strategy and ethnic conflict: Slow life history as a protective factor against negative ethnocentrism in two contemporary societies. *Journal of Social, Evolutionary, and Cultural Psychology*, 5(1), 14–31.
- Furnham, A., & Okamura, R. (1999). Your money or your life: Behavioral and emotional predictors of money pathology. *Human Relations*, 52(9), 1157–1177.
- Gasiorowska, A., Chaplin, L. N., Zaleskiewicz, T., Wygrab, S., & Vohs, K. D. (2016). Money cues increase agency and decrease prosociality among children: Early signs of market-mode behaviors. *Psychological Science*, 27(3), 331–344.
- Gil-Giménez, D., Rolo-González, G., Suárez, E., & Muinos, G. (2021). The influence of environmental self-identity on the relationship between consumer identities and frugal behavior. *Sustainability*, 13(17), 9664.
- Givi, J., Birg, L., Lowrey, T. M., & Galak, J. (2023). An integrative review of gift-giving research in consumer behavior and marketing. *Journal of Consumer Psychology*, 33(3), 529–545.
- Goldsmith, R. E., & Flynn, L. R. (2015). The etiology of frugal spending: A partial replication and extension. *Comprehensive Psychology*, 4, 9–20.
- Goldsmith, R. E., Flynn, L. R., & Clark, R. A. (2014). The etiology of the frugal consumer. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(2), 175–184.
- Halbesleben, J. R., Neveu, J. P., Paustian-Underdahl, S. C., & Westman, M. (2014). Getting to the “COR”: Understanding the role of resources in conservation of resources theory. *Journal of Management*, 40(5), 1334–1364.
- Hampson, D. P., Ma, S., Wang, Y., & Han, M. S. (2021). Consumer confidence and conspicuous consumption: A conservation of resources perspective. *International Journal of Consumer Studies*, 45(6), 1392–1409.
- Henkel, A. P., Boegershausen, J., Hoegg, J., Aquino, K., & Lemmink, J. (2018). Discounting humanity: When consumers are price conscious, employees appear less human. *Journal of Consumer Psychology*, 28(2), 272–292.
- Holmes, H. (2019). Unpicking contemporary thrift: Getting on and getting by in everyday life. *The Sociological Review*, 67(1), 126–142.
- Jagannathan, S., Bawa, A., & Rai, R. (2020). Narrative worlds of frugal consumers: Unmasking romanticized spirituality to reveal responsabilization and de-politicization. *Journal of Business Ethics*, 161, 149–168.
- Jain, R., Jain, K., Behl, A., Pereira, V., Del Giudice, M., & Vrontis, D. (2022). Mainstreaming fashion rental consumption: A systematic and thematic review of literature. *Journal of Business Research*, 139, 1525–1539.
- Kapitan, S., Mittal, S., Sundie, J. M., & Beal, D. J. (2021). What a great deal ... I need that! Updating need drives frugal consumers' responses to deep discounts. *Journal of Business Research*, 134, 467–479.
- Kasser, T. (2011). Can thrift bring well-being? A review of the research and a tentative theory. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(11), 865–877.
- Klontz, B., Britt, S. L., & Archuleta, K. L. (2012). Disordered money behaviors: Development of the Klontz money behavior inventory. *Journal of Financial Therapy*, 3(1), 17–42.
- Kruger, D. J., & Kruger, J. S. (2018). What do economically costly signals signal? A life history framework for interpreting conspicuous consumption. *Evolutionary Psychological Science*, 4, 420–427.
- Lang, C., & Zhang, R. (2019). Second-hand clothing acquisition: The motivations and barriers to clothing swaps for Chinese consumers. *Sustainable Production and Consumption*, 18, 156–164.
- Lastovicka, J. L. (1982). On the validation of lifestyle traits: A review and illustration. *Journal of Marketing Research*, 19(1), 126–138.

- Lastovicka, J. L., Bettencourt, L. A., Hughner, R. S., & Kuntze, R. J. (1999). Lifestyle of the tight and frugal: Theory and measurement. *Journal of Consumer Research*, 26(1), 85–98.
- Lee, H. J., & Cha, M. K. (2022). The relationship between anti-consumption lifestyle and the trust triangle in a ride-sharing platform: A cross-cultural study of U.S. and Indian consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 46(1), 279–294.
- Lee, K. J., & Setoh, P. (2023). Early prosociality is conditional on opportunity cost and familiarity with the target. *Evolution and Human Behavior*, 44(1), 39–49.
- Lee, S. H. M. (2016). When are frugal consumers not frugal? The influence of personal networks. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30(5), 1–7.
- Lichtenstein, D. R., Ridgway, N. M., & Netemeyer, R. G. (1993). Price perceptions and consumer shopping behavior: A field study. *Journal of Marketing Research*, 30(2), 234–245.
- Lin, L., Xi, D., & Lueptow, R. M. (2013). Public face and private thrift in Chinese consumer behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 37(5), 538–545.
- Lohmann, P. M., Gsottbauer, E., You, J., & Kontoleon, A. (2023). Anti-social behaviour and economic decision-making: Panel experimental evidence in the wake of COVID-19. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 206, 136–171.
- Ma, J., & Roese, N. J. (2014). The maximizing mind-set. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 71–92.
- McDonald, T., & Dan, L. (2022). “Pulling the sheep’s wool”: The labour of online thrift in a Chinese factory. *Journal of Consumer Culture*, 22(2), 398–416.
- McQueen, R. H., McNeill, L. S., Kozlowski, A., & Jain, A. (2022). Frugality, style longevity and garment repair-environmental attitudes and consumption behaviour amongst young Canadian fashion consumers. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 15(3), 371–384.
- Mead, N. L., & Williams, L. E. (2023). The pursuit of meaning and the preference for less expensive options. *Journal of Consumer Research*, 49(5), 741–761.
- Meyer, S. (2019). The moral economy of thrift: The production of the indebted self in the reality series getting out of debt and life or debt. *Culture Unbound*, 11(3/4), 485–500.
- Muradian, R. (2019). Frugality as a choice vs. frugality as a social condition. Is de-growth doomed to be a Eurocentric project? *Ecological Economics*, 161, 257–260.
- Nepomuceno, M. V., & Laroche, M. (2017). When materialists intend to resist consumption: The moderating role of self-control and long-term orientation. *Journal of Business Ethics*, 143, 467–483.
- Nguyen, T. D., Dadzie, C. A., Chaudhuri, H. R., & Tanner, T. (2019). Self-control and sustainability consumption: Findings from a cross cultural study. *Journal of International Consumer Marketing*, 31(5), 380–394.
- Pan, L. S., Pezzuti, T., Lu, W., & Pechmann, C. C. (2019). Hyperopia and frugality: Different motivational drivers and yet similar effects on consumer spending. *Journal of Business Research*, 95, 347–356.
- Parguel, B., Lunardo, R., & Benoit-Moreau, F. (2017). Sustainability of the sharing economy in question: When second-hand peer-to-peer platforms stimulate indulgent consumption. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 48–57.
- Park, H., Kwon, T. A., Zaman, M. M., & Song, S. Y. (2020). Thrift shopping for clothes: To treat self or others? *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(1), 56–70.
- Pepper, M., Jackson, T., & Uzzell, D. (2009). An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 126–136.
- Pfattheicher, S., Nielsen, Y. A., & Thielmann, I. (2022). Prosocial behavior and altruism: A review of concepts and definitions. *Current Opinion in Psychology*, 44, 124–129.
- Philp, M., & Nepomuceno, M. V. (2020). When the frugal become wasteful: An examination into how impression management can initiate the end-stages of consumption for frugal consumers. *Psychology & Marketing*, 37(2), 326–339.
- Podkalicka, A., & Potts, J. (2014). Towards a general theory of thrift. *International Journal of Cultural Studies*, 17(3), 227–241.
- Pratt, T. C., & Cullen, F. T. (2000). The empirical status of Gottfredson and Hirschi’s general theory of crime: A meta-analysis. *Criminology*, 38(3), 931–964.
- Prendergast, G. P., & Tsang, A. S. (2019). Explaining socially responsible consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 36(1), 146–154.
- Ratchford, J. L., Schnitker, S. A., & Reppas, P. (2021). The virtue of thrift: A person-centered conceptualization and measure development. *Journal of Happiness Studies*, 22, 385–411.
- Rayburn, S. W., McGeorge, A., Anderson, S., & Sierra, J. J. (2022). Crisis-induced behavior: From fear and frugality to the familiar. *International Journal of Consumer Studies*, 46(2), 524–539.
- Rieser, L., & Furneaux, B. (2022). Share of attention: Exploring the allocation of user attention to consumer applications. *Computers in Human Behavior*, 126, 107006.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Sadom, M. N. Z., Quoquab, F., Mohammad, J., & Hussin, N. (2022). Less is more: The role of frugality in the Malaysian hotel industry. *International Journal of Tourism Cities*, 8(1), 260–285.

- Salonen, A. S. (2023). 'If I could afford an avocado every day': Income differences and ethical food consumption in a world of abundance. *Journal of Consumer Culture*, 23(1), 27–44.
- Say, A. L., Guo, R. S. A., & Chen, C. (2021). Altruism and social utility in consumer sharing behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(6), 1562–1574.
- Schmidt-Barad, T., & Uziel, L. (2020). When (state and trait) powers collide: Effects of power-incongruence and self-control on prosocial behavior. *Personality and Individual Differences*, 162, 110009.
- Schnurr, B., & Halkias, G. (2023). Made by her vs. him: Gender influences in product preferences and the role of individual action efficacy in restoring social equalities. *Journal of Consumer Psychology*, 33(3), 510–528.
- Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K., & Lehman, D. R. (2002). Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(5), 1178–1197.
- Shi, T., Huang, R., & Sarigöllü, E. (2022). A qualitative study on internal motivations and consequences of consumer upcycling. *Journal of Cleaner Production*, 377, 134185.
- Shoham, A., & Brenčić, M. M. (2004). Value, price consciousness, and consumption frugality: An empirical study. *Journal of International Consumer Marketing*, 17(1), 55–69.
- Shoham, A., Gavish, Y., & Akron, S. (2017). Hoarding and frugality tendencies and their impact on consumer behaviors. *Journal of International Consumer Marketing*, 29(4), 208–222.
- Simpson, D., Power, D., Riach, K., & Tsarenko, Y. (2019). Consumer motivation for product disposal and its role in acquiring products for reuse. *Journal of Operations Management*, 65(7), 612–635.
- Small, D. A., Loewenstein, G., & Slovic, P. (2007). Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(2), 143–153.
- Steenkamp, J. B. E., & Maydeu-Olivares, A. (2015). Stability and change in consumer traits: Evidence from a 12-year longitudinal study, 2002–2013. *Journal of Marketing Research*, 52(3), 287–308.
- Tang, H., Li, L., & Su, S. (2022). Experiencing less leads to the use of more: The effect of a scarcity mindset on product usage. *Journal of Business Research*, 149(10), 139–148.
- Tilov, I., Farsi, M., & Volland, B. (2020). From frugal Jane to wasteful John: A quantile regression analysis of Swiss households' electricity demand. *Energy Policy*, 138, 111246.
- Todd, S., & Lawson, R. (2003). Towards an understanding of frugal consumers. *Australasian Marketing Journal*, 11(3), 8–18.
- Turunen, L. L. M., & Pöyry, E. (2019). Shopping with the resale value in mind: A study on second-hand luxury consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 43(6), 549–556.
- Vieites, Y., Goldszmidt, R., & Andrade, E. B. (2022). Social class shapes donation allocation preferences. *Journal of Consumer Research*, 48(5), 775–795.
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2006). The psychological consequences of money. *Science*, 314(5802), 1154–1156.
- Vosgerau, J., Scopelliti, I., & Huh, Y. E. (2020). Exerting self-control ≠ sacrificing pleasure. *Journal of Consumer Psychology*, 30(1), 181–200.
- Wang, H., Ma, B., Bai, R., & Zhang, L. (2021). The unexpected effect of frugality on green purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102385.
- Weiss, L., & Kivetz, R. (2019). Opportunity cost overestimation. *Journal of Marketing Research*, 56(3), 518–533.
- Wenner, C. J., Bianchi, J., Figueredo, A. J., Rushton, J. P., & Jacobs, W. J. (2013). Life history theory and social deviance: The mediating role of executive function. *Intelligence*, 41(2), 102–113.
- Xia, L., & Bechwati, N. N. (2021). Maximizing what? The effect of maximizing mindset on the evaluation of product bundles. *Journal of Business Research*, 128, 314–325.
- Xiao, S. X., Hashi, E. C., Korous, K. M., & Eisenberg, N. (2019). Gender differences across multiple types of prosocial behavior in adolescence: A meta-analysis of the prosocial tendency measure-revised (PTM-R). *Journal of Adolescence*, 77(1), 41–58.
- Zlatev, J. J., & Miller, D. T. (2016). Selfishly benevolent or benevolently selfish: When self-interest undermines versus promotes prosocial behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 137, 112–122.

Can frugality nurture virtue? The dual-edged sword effect of frugality on prosocial behavior and its theoretical interpretations

CHEN Siyun¹, XU Huiqi¹, LI Shiyong¹, NIU Xiaoman¹, XU Liying²

(¹ Department of Advertising, Jinan University, Guangzhou 510632, China)

(² Department of Psychology, Wuhan University, Wuhan 430073, China)

Abstract: As the material economy continues to develop, frugality is constantly endowed with new significance in the modern era. As one of the traditional virtues of the Chinese nation, frugality has enjoyed a good reputation. However, does the outcome resulting from frugality always align with ethics? This article attempts to systematically answer this question, revealing the dual-edged effects of frugality on prosocial behaviors from both positive aspects (e.g., enhancing self-control, strengthening social connection, and increasing willingness to cooperate) and negative aspects (e.g., increasing self-interest and cost considerations and reducing perceptions of human nature). The occurrence of these effects can be explained from perspectives such as the theory of resource conservation, self-control theory, life history theory, self-determination theory, social exchange theory, opportunity cost theory, and limited attention theory. There are several directions worth exploring in terms of this topic. Future research could further clarify and develop the moral implications of frugality, conduct cross-cultural studies on the aftereffects of frugality, identify the common role of frugality in different types of prosocial behaviors, explore a theoretical framework and boundary conditions for the unified dual-edged effects, and verify the explanatory role of moral emotions (e.g., gratitude) as psychological mechanisms. These endeavors will promote the integration and development of frugality psychology and prosocial behavior research.

Keywords: frugality, prosocial behavior, self-control, resource conservation, social exchange, dual-edged sword effect