

金钱启动研究的理论与方法*

谢天¹ 周静¹ 俞国良²

(¹ 武汉大学哲学学院心理系, 武汉 430072) (² 中国人民大学心理研究所, 北京 100872)

摘要 金钱启动研究是利用启动方法探索金钱心理的一种新取向。该领域现存在三种相关理论: 自足理论、社会资源理论及心理定势理论; 金钱启动研究的现有研究方法可以归纳为: 混词组句任务、呈现金钱(影像)或提示金钱问题、回忆/朗读与金钱有关的经验/故事。作者在评论部分指出了金钱启动研究的贡献及三种理论的各自不足; 在展望部分提出了对金钱启动研究内部机制的见解, 并指出未来研究应探索金钱启动的理论边界问题, 同时将个体自主与能动性一起考虑。

关键词 启动; 自足理论; 社会资源理论; 心理定势理论

分类号 B849: C91

1 引言

生活离不开钱, 心理学对金钱的关注也由来已久(Freud, 1908; Skinner, 1953)。近几年有关金钱心理的研究基本可以分为幸福经济学(hedonomics), 物质主义(materialism), 金钱态度(money attitude), 及金钱启动(money priming)四种取向。幸福经济学领域关心的核心议题之一是金钱数量与幸福感的关系。研究表明, 虽然拥有金钱的数量与幸福感水平的相关很小, 但人们还是会追求对金钱的获取和占有(Ahuvia, 2008; 李静, 郭永玉, 2007)。物质主义研究在更广泛的社会背景中研究金钱心理, 重视个体差异。物质主义者的形象一般是负面的, 他们以获取物质财富为生活中心, 通过获取物质财富追求幸福, 以物质财富定义成功(Richins & Dawson, 1992), 而且占有欲强、吝啬、嫉妒(Belk, 2001)。在宗教层面考量金钱心理则属于金钱态度的领域(Tang, 2010)。研究者发现, 一个人越爱财, 他的消费者道德信念越差, 但内在宗教感越强的人, 道德信念越强(Vitell, Paolillo, & Singh, 2006)。

值得注意的是, 最近几年研究者开始关注环境中提示金钱概念对个体心理产生的影响(Liu, W. & Aaker, 2008; Vohs, Mead, & Goode, 2006; Zhou, Vohs, & Baumeister, 2009)。因为在自变量操纵中都使用了启动技术, 所以这类研究可被称作金钱启动研究。金钱启动研究的共同预设是认为激活金钱观念会对个体心理与行为产生一致且可预测的影响, 据此便可找到金钱影响个体心理与行为的规律。金钱启动研究的特点是: (1)个体被动接受金钱概念的启动; (2)金钱仅作为概念存在; (3)聚焦环境中个体心理在短时间内的变化; (4)研究者的立场和发现是中立或中性的。通过启动技术的运用, 研究者可以更好地操纵自变量, 使金钱对个体心理与行为的影响可以在实验室控制情境中清晰显现出来, 故在理论与方法上为有关金钱心理的研究作了重要的补充。

本文将金钱启动的相关理论依次归结为自足理论、社会资源理论、心理定势理论。本文首先介绍以上三种理论的内容、相关研究、发展脉络。由于金钱启动研究中对金钱概念的启动是众研究的共同点, 因此接下来本文总结了金钱启动的常用操纵方法。最后, 本文探讨了金钱启动研究的独特价值、不足及未来研究发展方向。

2 金钱启动的相关理论

2.1 自足理论

金钱启动研究最早兴起于 Vohs 等(2006)在

收稿日期: 2011-08-10

* 国家自然科学基金(81171292), 国家社会科学基金(11BSH042), 武汉大学 985 工程“认知与神经信息科学平台”(904273258), 山东省自然科学基金专项项目(ZR2009DL001)资助。

通讯作者: 俞国良, E-mail: yuglxl@sina.com

Science 上发表的一个研究。该研究中, Voahs 等人率先将启动技术应用于金钱心理的研究, 并提出了有关金钱启动的第一个理论: 自足理论 (self-sufficiency theory)。该理论认为, 金钱启动 (而非金钱实体) 可以引发一种 (与个人特质无关的) 自足状态。该状态可以同时诱发个体的两种动机: 一方面自足可以驱使个体追求自由, 有效地达成个人目标 (自主动机, autonomous motivation); 但同时由于陶醉在自我的世界中, 也会使自足的个体对他人感受不敏感, 疏离他人 (人际疏离动机, interpersonal insensitivity motivation)。Voahs 等人随后以 3 个假设 9 个实验对此进行了验证——自足使人: 1) 认为自己可以解决问题, 因此更少求助 (实验 1 与实验 2); 2) 认为别人也可以独立解决问题, 因此更少施助 (实验 3~6); 3) 陶醉在自我的世界中, 因此人际距离更远 (实验 7~9)。同时, Voahs 等 (2006) 特别强调, 金钱启动与真正拥有金钱产生的效应 (如增强积极情绪, Diener & Seligman, 2004; 产生更多道德行为, Adler & Snibbe, 2003) 不同, 金钱启动可以诱发个体陷入自足状态, 而真正拥有金钱实体本身却并没有这种作用。

随后, Voahs 的研究小组又在人际互动的情境中检验了金钱启动对模仿与人际吸引关系的影响 (Liu, J., Voahs, & Smeesters, 2011)。在通常情况下, 模仿可以增强人际吸引, 被模仿者喜欢模仿者 (Chartrand & van Baaren, 2009)。然而根据自足理论, 启动了金钱概念的个体会对模仿自己的人产生两种可能的印象: 一是使个体更关注自己的目标, 从而讨厌模仿者 (自主动机); 二是使个体对他人的模仿不敏感, 因此既不会讨厌也不会喜欢模仿者 (人际疏离动机)。2 (金钱启动 vs. 无金钱启动) \times 2 (模仿 vs. 无模仿) 的实验表明, 与没有模仿自己的人相比, 未启动金钱概念的个体更喜欢模仿自己的人, 而启动了金钱概念的个体则更讨厌模仿自己的人。因此, 金钱启动诱发的自足状态会让个体更关注自己的自主性是否受到威胁, 而并非对他人更不敏感。

最近, J. Liu, Smeesters 和 Voahs (2012) 又在他人影响的背景下, 更严格地检验了金钱诱发个体产生自主动机的假设。Liu 等人的研究表明, 启动金钱概念的个体比启动中性概念的个体, 在个人决策受到权威的要求 (实验 1) 或未经请求便得到他人建议时 (实验 2 与实验 3), 更排斥他人影响。

这表明金钱启动诱发的自主动机甚至可以让个体将社会影响知觉为对个体自身自主性的威胁。

2.2 社会资源理论

自足理论开辟了内隐认知方式研究金钱心理的先河, 但“为什么金钱启动可以使人自足?”仍是一个问题。Voahs, Mead 和 Goode (2008) 援引 Fiske (1993) 的市场-价格模式 (market-pricing mode) 提出了一个理论设想。市场-价格模式假设, 某人甲由完成某项任务带来某种对某人乙有价值的产出 (output)。乙为了获得及使用该产出就会给甲一些钱作为交换。当人们按照公平原则交换资源时, 甲的产出对乙越有价值, 乙付给甲的钱就会越多。Voahs 等 (2008) 指出, 由于人们在付出之前首先要考虑自己能够得到什么, 因此市场价格模式会促使个体进行成本/收益分析。因为金钱是市场-价格最典型的形式, 所以长此以往仅呈现金钱概念就可以引发市场-价格的思维模式。该思维模式便可推导出自足理论的两个假设: 金钱使人关注自己的收益、产出和个人绩效 (自主动机); 同时个体认为自己可以解决难题, 因此也不再需要他人的帮助 (人际疏离动机)。

Voahs 等 (2008) 的这一推理逻辑严密, 但却难以得到数据的直接支持。随后, 以周欣悦为代表的研究小组开展了一系列研究 (Zhou, Feng, He, & Gao, 2008; Zhou & Gao, 2008; Zhou et al., 2009) 提出并验证了金钱作为社会资源的理论 (money as social resource)。一般而言, 只有社会支持才可以让人从社会系统中得到自己想要的。但由于金钱可以让人掌控社会系统, 因此无论是否受欢迎, 只要有钱也可以在社会中得到自己想要的。在此意义上, 金钱作为一种资源与社会支持是可以相互替代的, 而这就是金钱启动可以诱发自足状态的原因。周欣悦研究小组的一系列实验研究表明, 金钱启动一方面可以缓解由社会排斥带来的痛苦; 另一方面当遭受社会排斥时, 个体获取金钱的欲望也更多 (另见综述: 李琦, 刘爱萍, 罗劲, 2010)。同时, 中介作用检验显示, 金钱启动对社会排斥痛苦的缓解是通过增强个体力量 (strength)、效能 (efficacy) 和自信 (confidence) 实现的 (Zhou et al., 2009)。

2.3 心理定势理论

由于金钱在消费与营销方面的重要作用, 市场营销领域的学者也开始表现出对金钱启动研究

的兴趣。斯坦福大学商学院的 J. Aaker 与她的学生们将金钱启动与时间启动的效应共同考虑,提出了心理定势理论(mind-set theory)。该理论认为,金钱与价值最大化的概念联系更紧密(Loewenstein, Read, & Roy, 2003),因此启动金钱概念会使个体陷入效用(utility)定势;而时间与情绪意义的概念联系更紧密,因此启动时间概念会使个体陷入情绪定势(Liu, W. & Aaker, 2007)。处于效用定势下的个体会以效用最大化作为自己的目标;处于情绪定势下的个体会追求有情绪意义的长期目标。

W. Liu 和 Aaker (2007)检验了金钱和时间启动对个体慈善捐款行为的影响。由于处于情绪定势中的个体会更多地体验到情绪与慈善捐款的关系,从而更多地体验到幸福,因此启动了时间概念的个体捐款数较多;处于效用定势中的个体则更多地会将慈善捐款与效用建立关联,而捐款所能带来的收益很不明确,因此启动了金钱概念的个体捐款数较少。

Mogilner 和 Aaker (2009)将心理定势理论在消费者行为领域进行了扩展。启动金钱的概念使人陷入效用定势,因此会使人更多地联想到对产品的占有(特别是对物质主义者);启动时间概念会使人陷入情绪定势,因此会更多地激发产品对自己的个人意义,因此个体会更关注产品的体验。Mogilner 和 Aaker (2009)采用 5 个实验室实验与 1 个现场实验证明:对于一般消费者与一般商品,启动时间(而非金钱)概念会让他们建立与产品(体验)更紧密的关联,最终对产品产生更积极的态度和选择。然而对于高物质主义者或奢侈品,启动金钱(而非时间)概念才会让消费者建立与产品(占有)更紧密的关联,最终对产品产生更积极的态度和选择。

既然金钱与时间启动能影响消费者对待产品的态度,那么这种效应是否能概化至一般的幸福感呢? Mogilner (2010)推理认为,由于时间更多地与情绪关联,更多地承载了个人意义,因此启动时间概念会增加个体与他人交往的可能性;而金钱更多地与效用关联,缺少个人意义,因此启动金钱概念会减少个体与他人交往的可能性。因为与他人交往是幸福感的重要来源,所以启动时间概念比启动金钱概念能使人感到更幸福。Mogilner (2010)在某大学校园咖啡馆中进行的现

场实验中,实验者首先通过混词组句任务启动被试的金钱或时间概念,然后派观察者在暗处观察被试花费在社交活动(如在咖啡馆与人交谈、电话聊天、看书)或工作(阅读或者是在电脑上工作)的时间。最后当被试离开时再填写一份幸福感问卷。结果发现,那些启动了金钱概念的被试比启动了时间概念的被试更多地将时间花费在工作而非社交活动上,他们的幸福感也因此更低。这显示出金钱启动的作用非常强,即使在嘈杂的真实环境中也能影响个体行为。

3 金钱启动的操纵方法

现有研究中的常用启动方法既有概念启动(conceptual priming),物质启动(material priming),也有定势启动(mindset priming),但均可归为阈上启动(supraliminal priming),且研究者多在同一研究中混用几种方法。现将金钱启动的常用操纵方法总结如下:

3.1 混词组句任务

混词组句任务(scrambled-words task 或 descrambling task)属于概念启动,是金钱启动研究中最常见的一种操纵方法。在该任务中,给被试呈现一系列(如 30 个)单词组,每个单词组中包含 4(或 5)个打乱顺序的单词。被试要用单词组中的 3(或 4)个单词组成一个有意义的短句。在规定时间内,要求被试组出尽可能多的句子。启动操纵通过句子的意义不同完成。比如,在 Vohs 等(2006)的实验 1 中,每组被试均得到 30 个单词组。控制组被试得到的 30 个单词组均启动中性概念,他们需要将诸如“cold”,“it”,“desk”,“outside”,“is”组成短句“it is cold outside”。金钱启动组被试得到的 30 个单词组中有 15 组启动金钱概念,如将“high”,“a”,“salary”,“desk”,“paying”组成短句“a high-paying salary”;为避免被试猜测实验目的,其余 15 个短句启动中性概念。Mogilner (2010)在她的系列研究中还同时启动了时间概念。在她的实验 1 中,被试需要在给定单词组的 4 个单词中挑出 3 个造句。金钱启动组被试者需要将“sheets”,“the”,“change”,“price”组成句子“the price change”;时间启动组被试需要将“sheets”,“the”,“change”,“clock”组成句子“the clock change”;控制组被试需要将“sheets”,“the”,“change”,“socks”组成句子“the socks change”。

3.2 金钱影像、金钱问题、金钱本身

在被试所处环境中设置与当前实验任务无关的金钱、金钱影像,或金钱标语,也可以作为金钱启动的操纵方法。由于呈现的不是金钱概念,因此这些方法可以被统称为物质启动(Kay, Wheeler, Bargh, & Ross, 2004)。在这种情境中被试能意识到这些金钱刺激的存在,但这些刺激却不处于被试意识加工的中心或被试不清楚实验者意图。**金钱影像:**如Vohs等(2006)的实验7中,被试的任务是在电脑前填答一份问卷(实际上是无关问卷)。6分钟后,游鱼组被试(控制条件1)的电脑屏保显示水面下有多条游鱼;空白屏保组被试(控制条件2)的屏保是空白屏幕;金钱组被试屏保显示水面下有多张美钞。**金钱提示:**如W. Liu和Aaker(2008)的实验1中,金钱启动通过询问被试“您愿意为美国肺癌基金捐赠多少钱?”完成。与之对应的时间启动组被试则需回答:“您愿意为美国肺癌基金提供多长时间(的志愿服务)?”又如Mogilner和Aaker(2009)的现场实验中,研究者在通往旧金山公园的路上设置了一个柠檬水销售点。金钱启动通过销售点前宣传标语的内容操纵。金钱启动条件的标语是“花点儿钱,来享受C & D柠檬水吧”;时间启动条件的标语是“花点儿时间,来享受C & D柠檬水吧”;控制条件的标语是“享受C & D柠檬水吧”。**金钱本身:**如Gino和Pierce(2009)的实验1,被试进入实验室时会经过一张放有不同数量现金的桌子。金钱启动通过操纵现金的数量完成。金钱充裕组的桌子上放有总价7000美元,每张面值1美元的现金;金钱贫乏组的桌子上放有仅够被试费的现金。而在Vohs等(2006)的实验5中,金钱(游戏币)在呈现之前还通过休息作掩蔽来完成。在该实验中,被试首先与假扮成被试的实验助手一起玩大富翁游戏。7分钟后,游戏中止。金钱富裕组被试剩余4000美元游戏币;金钱贫乏组被试剩余200美元游戏币;控制组被试无游戏币。最后,金钱最直接的呈现方式是让被试接触。Zhou等(2009)的实验3中,金钱启动组被试点数80张百元人民币,而控制组被试点数80张白纸。

3.3 回忆/朗读与金钱有关的经验/故事

回忆自己与金钱有关的经验或阅读与金钱相关的故事属于定势启动。**回忆:**如Zhou等(2009)的实验5中,金钱启动组被试需要回忆并写下自

己过去30天的花费;控制组被试则需要回忆并记下过去30天的天气情况。**朗读:**如Vohs等(2006)的实验2中,被试需要在录像机前大声朗读一篇文章。金钱启动组被试阅读的文章内容是自己在一个富裕环境中长大的故事;金钱贫乏组被试阅读的文章内容则是自己在一个贫穷环境中长大的故事。

4 评论

金钱启动研究作为探索个体金钱心理的新取向,具有四点重要价值:第一,金钱启动研究采用了启动的“新”方法,研究者关心的是外在环境中短时间呈现的金钱概念,它利于在实验室控制条件下进行操纵,获得明确的因果关系。第二,金钱启动研究并不认定金钱对个体的影响是负面的,而是采取了更中立的态度,因此研究也发现了金钱可以带来的正面效应(如使人独立、镇痛)。第三,金钱启动研究不仅为金钱心理的研究开辟了一个新的视角,也为以往金钱心理研究中的老问题提供了新的解答。比如金钱与幸福关系这一经典问题, Baumeister, Masicampo和Vohs(2011)根据金钱启动的相关研究证据提出,收入与幸福之间的中等程度相关的可能原因是金钱通过使人产生自主动机提升了个体幸福感(Ryan & Deci, 2000)。第四,金钱启动研究关注的焦点并非金钱实体,而是作为概念的金钱。金钱概念不像实体金钱那样受稀缺性的限制,在现实中出现的频率更高,也因此具有更重要的现实意义。下面依次对金钱启动的各个理论进行评论。

4.1 自足理论与社会资源理论

在自足理论中,研究者第一次明确提出金钱启动的概念,并引发了大量的后继研究。社会资源理论则将社会支持的概念引入金钱启动研究,并由此发展出金钱作为次要痛缓冲器的构想,开创了金钱镇痛的研究(李琦等, 2010)。自足理论与社会资源理论联系非常紧密:两个理论在某种程度上均将金钱视为某种资源,它可以使个体感到自足或拥有社会资源。因此将两个理论一起评论。由于提出时间较短,本研究认为两个理论仍存在如下不足:

第一,自足理论与社会资源理论假设启动充裕的金钱概念后个体会自足或感到拥有社会资源,那么启动贫乏的金钱概念后是否会起到反

效果呢?按照自足理论与社会资源理论进行推理,答案是肯定的。然而在 Vohs 等(2006)的实验 2 与实验 5 虽然均将金钱贫乏作为控制条件,但由于缺少中性条件,仍然无法知晓启动金钱贫乏的概念是否会产生与启动金钱充裕的概念的反向(而非同向)效果。同时,金钱充裕性虽是自足理论的一个必要前提,但这一推理与 Vohs 等(2008)对自足理论的补充解释:市场-价格模式理论存在矛盾。按照市场-价格模式理论,金钱概念的启动不应与其数量有关系;无论多少,只要提示个体金钱概念的存在,其思维模式都应该发生相应的变化。

第二,自足理论与社会资源理论并未考虑到个体差异。金钱启动研究重视环境对个体的影响,这本无可厚非;然而自足理论与社会资源理论的一个共同假设是个体在自然状态下是不足或不拥有社会资源的,否则启动金钱概念就没有意义了。那么对于已经自足或已经拥有社会资源的个体,比如富豪或拥有权力的人,对他们启动(大量)金钱的概念后,是否自足理论与社会资源理论的理论预计就会失效呢?比如,有研究表明权力作为一种社会资源就会对个体的认知方式产生影响(Smith & Trope, 2006)。

第三,自足理论与社会资源理论在操纵层面混淆了启动影响的心理过程,无法回答启动操纵改变的是个体认知、动机,还是两者兼有。Vohs 等(2006, 2008), Vohs 和 Baumeister(2011)与 Zhou 等(2008, 2009), Zhou 和 Gao(2008)的研究通常混用多种不同的启动方法。研究者的目的可能是提高研究内部效度,但却没有考虑到不同操纵引发的心理过程是不同的。比如在他们研究中使用的混词组句任务可能更多地是改变了个体的认知过程,而朗读在富裕/贫穷中长大的故事可能更多地是改变了个体的动机过程。因此,自足理论与社会资源理论还有必要进一步解决金钱启动“如何”引发行为变化的理论问题。

4.2 心理定势理论

虽然对比时间与金钱的意义并非心理定势理论的首创(Okada & Hoch, 2004),但该理论从金钱与时间会造成不同心理定势的视角构建理论,为克服由启动金钱概念造成的不良影响找到了某些可能的解决办法。同时心理定势理论以产品态度与选择、主观幸福感作为因变量,在更广阔的背

景下考察金钱启动,具有重要的现实意义。然而,心理定势理论也存在三点不足:

第一,心理定势理论割裂了时间与金钱的关系。心理定势理论认为启动金钱概念会使个体陷入效用定势;启动时间概念则会使个体陷入情绪定势,但心理定势理论未考虑二者的关系或交互作用。当同时启动金钱与时间两种概念时,会对个体造成怎样的影响呢?Pfeffer 和 DeVoe (2009)的研究虽然并没有严格地考察启动两种概念的影响,但或许可以带来某些启发。Pfeffer 和 DeVoe 在研究中让被试用金钱衡量自己的时间,即计算自己的一个小时价值多少美元,然后检验这一操纵对被试志愿行为的影响。结果发现这些被试比仅启动时间概念的被试所报告的愿意投入志愿服务的时间更少。这说明当金钱与时间概念同时启动时,金钱启动的作用可能会更强。

第二,心理定势理论将时间聚焦作为缓解金钱给个体带来不幸福感的办法,忽视了其他可以提高个体幸福感的因素。思考金钱会给人带来不幸福感,因此心理定势理论据此提出可以通过让个体思考时间获得幸福感(W. Liu & Aaker, 2008)。然而思考时间很可能并不是最有效的方法。比如最近受到研究者关注的正念(Brown, Kasser, Ryan, Linley, & Orzech, 2009)或品味(Frijda & Sundararajan, 2007)对提高幸福感起的作用可能会更快、更有效、更根本。

第三,心理定势理论与自足理论、社会资源理论一样,在对金钱启动内在机制的解释上也存在矛盾。心理定势理论一方面认为金钱与时间激活的是两种不同的思维系统(W. Liu & Aaker, 2008);另一方面,金钱与时间又被认为是增加了个体的效用动机或情绪动机(Mogilner & Aaker, 2009)。当启动金钱或时间概念后,思维模式或动机既有可能是互相孤立的,也有可能是思维模式的变化影响了动机。但仅凭现有证据还不足以做出推断。

5 展望

5.1 内部机制

从以上分析中可以看出,对于金钱启动的内部机制问题仍存在不同解释,未来研究应首先解决这一问题。对于金钱启动的内部机制,本研究基于以往研究提出以下观点:

首先, 纯粹由金钱引发的金钱启动效应与大量金钱引发的金钱启动效应可能是两种内在机制不同的启动效应。根据自足理论(Vohs et al., 2006)与社会资源理论(Zhou et al., 2009), 金钱启动所产生的“自足感”或拥有社会资源感的原因是个体(在无意识层面)认为自己拥有了大量的金钱。这也是金钱能够“镇痛”的先决条件(Zhou & Gao, 2008; 李琦 等, 2010)。另一方面, 根据市场-价格模式(Vohs et al., 2008)与心理定势理论(W. Liu & Aaker, 2008; Mogilner, 2010; Mogilner & Aaker, 2009), 金钱启动效应由思维模式的转变产生, 因此这种金钱启动与金钱的数量无关。这种由纯粹金钱引发的启动效应可能与金钱经常作为一种衡量价值的标准有关, 因此人们更关注金钱的表面价值(Brunnermeier & Julliard, 2008)。研究表明, 即使是毫无价值的游戏点数, 也会使被试偏好发生变化, 因此金钱启动中起作用的可能更多的是表示金钱价值的数字, 而非金钱能够给人带来的消费经验(Hsee, Yu, Zhang, & Zhang, 2003)。比如, 在Heyman和Ariely(2004)的实验2中, 三组被试的奖励分别是5美元、5美分和没有任何报酬。结果发现5美分组的绩效显著低于其他两组。研究者认为5美分已经诱发了被试的“市场规范”思维: 他们根据自己较少的所得给予较少的付出。

进一步, 金钱(而非大量金钱)因为衡量价值和易于计算的特点所引发的启动效应的背后可能是通过促使个体以更少情绪负载, 或更“冷”的系统(Evans, 2008; Pham, 2007)进行加工产生。Zhong(2011)的研究发现, 启动了分析思维模式的被试(通过询问被试某些计算题操纵)比启动了感受思维模式的被试(通过询问被试对某事物的感受操纵)在单轮欺骗游戏中表现出更多的欺骗行为。这或许可以解释为什么金钱启动会减少个体的助人行为(Vohs et al., 2006), 增加个体的欺骗行为(Gino & Pierce, 2009)。这表明当提示金钱存在时会自然激发某种计算的思维方式, 同时压抑情绪。这样就很容易解释为什么金钱启动会减少被试品味快乐的能力(Quoidbach, Dunn, Petrides, & Mikolajczak, 2010), 以及更容易使被试感到不公平(DeVoe & Iyengar, 2010)。

如果继续深入, 还可以考虑金钱启动引发的思维模式的动态变化问题。本文猜测金钱启动如果使个体从情绪模式转向了分析模式, 那么这种

变化可能很难反转。Gneezy和Rustichini(2000)在以色列一家日托中心进行了一个现场实验。他们发现当使用罚款作为对迟到家长的处罚措施后, 家长的迟到行为不仅没有减少, 反而增多了; 而且即使后来撤销了罚款制度, 家长的迟到行为也没有再减少。尽管这个研究并不是严格意义上的金钱启动研究, 但它提示我们思考如果金钱启动造成的影响是由情绪模式转向分析模式, 那么从分析模式向情绪模式的反转可能并不那么容易。

需要注意的是, 上述对金钱启动内部机制的设想仍局限于个体内部认知的思路, 跳出个体层面的取向也值得借鉴。比如, Vohs和Baumeister(2011)提出, 在进化心理学的背景下, 金钱的首要作用是使个体得以存活和繁殖。周欣悦等人则在对比了金钱价值与文化价值在人类发展史、神经机制、行为及认知方面重叠的证据, 提出“文化价值与金钱价值都是基于类似的进化功能而产生”的观点(Zhou, Yang, He, & Cao, 2011)。

5.2 理论边界

未来研究还应当考虑金钱启动相关理论的理论边界问题, 即在何种情况下金钱启动的效果会发生变化。比如, Mogilner和Aaker(2009)的实验1b以美国低收入人群为被试, 结果发现金钱启动操纵无效。她们给出的解释是被试长时期处于对金钱的考虑中, 因此对金钱观念的激活不再敏感。这似乎显示出金钱启动造成的影响是可以适应, 而非累积的。去年英国路透社和法国益普索集团共同发起的一项调查表明, 中国是世界上拜金最严重的国家。换句话说, 中国人比世界其他地区和国家的人会在更多的时候想着金钱。照此推理, 金钱启动操纵对中国被试应该也是无效或效果较弱的。但是Zhou等(2009)的6个实验均采用中国大学生为被试, 却仍然发现金钱启动有效。那么, 考虑到上述矛盾的结果, 金钱启动对长期处于金钱考虑中的个体是否会起作用呢? 进一步, 哪些因素可以增强或减弱(调节)金钱启动效应的强弱? 还有待未来研究探索。

5.3 理论旨趣

金钱启动研究的贡献之一是通过启动的方法探索金钱心理, 但这无形中也使金钱启动研究带上了某种环境决定论的色彩。难道个体就是实验室中的小白鼠, 不能摆脱金钱启动的影响吗? 金钱启动研究的开创者之一Vohs最近与Baumeister

和 Masicampo 提出了一个完全相反的问题: 意识思维能引发行为么? (Baumeister et al., 2011) 他们甚至开始质疑对于行为的产生, 意识与个体能动性是否会起作用。Baumeister 等(2011)综述了来自计划行为、推理、沟通等研究方面的证据, 指出有意识的思维仅会对行为造成极小的影响。这一结论或许是科学的, 但却是悲观的。金钱概念的启动作为环境因素固然会对个体心理与行为产生影响, 但个体的自主性和能动性就真的无用武之地了吗? 这一问题并非不能解决。比如同样是有关金钱心理的研究, 在自我决定论 (self-determination theory) 框架下进行的物质主义研究 (Kasser & Sheldon, 2009) 的着眼点就聚焦于物质主义社会中的个体如何保持自主性 (autonomy)。因此, 今后研究还可以考虑是否可以从个体自由和能动性的视角探索金钱启动问题。

致谢: 本文的最初想法来自 2010 年“暑期社会心理学高级研讨班”, 感谢赵志裕教授和康莹仪教授的精心讲解和杨宜音教授的悉心组织。

参考文献

- 李静, 郭永玉. (2007). 金钱对幸福感的影响及其心理机制. *心理科学进展*, 15(6), 974-980.
- 李琦, 刘爱萍, 罗劲. (2010). 金钱镇痛理论述评. *心理科学进展*, 18(8), 1283-1289.
- 周欣悦, 杨青, 何凌南, 曹尚卿. (2011). 文化价值观是一种特殊货币形式. *心理科学进展*, 19(2), 143-158.
- Adler, N. E., & Snibbe, A. C. (2003). The role of psychosocial processes in explaining the gradient between socioeconomic status and health. *Current Directions in Psychological Science*, 12(4), 119-123.
- Ahuvia, A. (2008). If money doesn't make us happy, why do we act as if it does? *Journal of Economic Psychology*, 29, 491-507.
- Baumeister, R. F., Masicampo, E. J., & Vohs, K. D. (2011). Do conscious thoughts cause behavior. *Annual Review of Psychology*, 62, 331-361.
- Belk, R. W. (2001). Materialism and you. *Journal of Research for Consumers*, 1(1), 291-297.
- Brown, K. W., Kasser, T., Ryan, R. M., Linley, P. A., & Orzech, K. (2009). When what one has is enough: Mindfulness, financial desire discrepancy, and subjective well-being. *Journal of Research in Personality*, 43(5), 727-736.
- Brunnermeier, M. K., & Julliard, C. (2008). Money illusion and housing frenzies. *Review of Financial Studies*, 21(1), 135-180.
- Chartrand, T. L., & van Baaren, R. (2009). Human mimicry. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 41, pp. 219-274). San Diego, CA: Academic Press.
- DeVoe, S. E., & Iyengar, S. S. (2010). Medium of exchange matters: What's fair for goods is unfair for money. *Psychological Science*, 21(2), 159-162.
- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond money: Toward an economy of well-being. *Psychological Science in the Public Interest*, 5(1), 1-31.
- Evans, J. S. B. T. (2008). Dual-processing accounts of reasoning, judgment, and social cognition. *Annual Review of Psychology*, 59, 255-278.
- Fiske, A. P. (1993). *Structures of social life: The four elementary forms of human relations: Communal sharing, authority ranking, equality matching, market pricing*. New York: Free Press.
- Freud, S. (1908). Character and anal eroticism. In J. Strachey (Ed.), *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud* (Vol. 9, pp. 167-175).
- Frijda, N. H., & Sundararajan, L. (2007). Emotion refinement: A theory inspired by Chinese poetics. *Perspectives on Psychological Science*, 2(3), 227-241.
- Gino, F., & Pierce, L. (2009). The abundance effect: Unethical behavior in the presence of wealth. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 109(2), 142-155.
- Gneezy, U., & Rustichini, A. (2000). A fine is a price. *The Journal of Legal Studies*, 29(1), 1-17.
- Heyman, J., & Ariely, D. (2004). Effort for payment: A tale of two markets. *Psychological Science*, 15(11), 787-793.
- Hsee, C. K., Yu, F., Zhang, J., & Zhang, Y. (2003). Medium maximization. *Journal of Consumer Research*, 30(1), 1-14.
- Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2009). Time affluence as a path toward personal happiness and ethical business practice: Empirical evidence from four studies. *Journal of Business Ethics*, 84, 243-255.
- Kay, A. C., Wheeler, S. C., Bargh, J. A., & Ross, L. (2004). Material priming: The influence of mundane physical objects on situational construal and competitive behavioral choice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 95(1), 83-96.
- Liu, J., Smeesters, D., & Vohs, K. D. (2012). Reminders of money elicit feelings of threat and reactance in response to social influence. *Journal of Consumer Research*, 38.
- Liu, J., Vohs, K. D., & Smeesters, D. (2011). Money and mimicry: When being mimicked makes people feel threatened. *Psychological Science*, 22(9), 1150-1151.
- Liu, W., & Aaker, J. (2007). Do you look to the future or focus on today? The impact of life experience on intertemporal decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(2), 212-215.
- Liu, W., & Aaker, J. (2008). The happiness of giving: The time-ask effect. *Journal of Consumer Research*, 35(3),

- 543–557.
- Loewenstein, G. F., Read, D., & Baumeister, R. F. (2003). *Time and decision: Economic and psychological perspectives on intertemporal choice*. New York: Russell Sage Foundation Publications.
- Mogilner, C. (2010). The pursuit of happiness: Time, money, and social connection. *Psychological Science, 21*(9), 1348–1354.
- Mogilner, C., & Aaker, J. (2009). “The time vs. money effect”: Shifting product attitudes and decisions through personal connection. *Journal of Consumer Research, 36*(2), 277–291.
- Okada, E. M., & Hoch, S. J. (2004). Spending time versus spending money. *Journal of Consumer Research, 31*(2), 313–323.
- Pfeffer, J., & DeVoe, S. E. (2009). Economic evaluation: The effect of money and economics on attitudes about volunteering. *Journal of Economic Psychology, 30*(3), 500–508.
- Pham, M. T. (2007). Emotion and rationality: A critical review and interpretation of empirical evidence. *Review of General Psychology, 11*(2), 155–178.
- Quoidbach, J., Dunn, E. W., Petrides, K. V., & Mikolajczak, M. (2010). Money giveth, money taketh away: The dual effect of wealth on happiness. *Psychological Science, 21*(6), 759–763.
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research, 19*(3), 303–316.
- 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.
- Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior*. New York: Free Press.
- Smith, P. K., & Trope, Y. (2006). You focus on the forest when you're in charge of the trees: Power priming and abstract information processing. *Journal of Personality and Social Psychology, 90*(4), 578–596.
- Tang, T. L. P. (2010). Money, the meaning of money, management, spirituality, and religion. *Journal of Management, Spirituality & Religion, 7*(2), 173–189.
- Vitell, S. J., Paolillo, J. G. P., & Singh, J. J. (2006). The role of money and religiosity in determining consumers' Ethical Beliefs. *Journal of Business Ethics, 64*(2), 117–124.
- Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2011). What's the use of happiness? It can't buy you money. *Journal of Consumer Psychology, 21*, 139–141.
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2006). The psychological consequences of money. *Science, 314*(5802), 1154–1156.
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2008). Merely activating the concept of money changes personal and interpersonal behavior. *Current Directions in Psychological Science, 17*(3), 208–212.
- Zhong, C. B. (2011). The ethical dangers of deliberative decision making. *Administrative Science Quarterly, 56*(1), 1–25.
- Zhou, X. Y., Feng, C., He, L. G., & Gao, D. G. (2008). Toward an integrated understanding of love and money: Intrinsic and extrinsic pain management mechanisms. *Psychological Inquiry, 19*(3-4), 208–220.
- Zhou, X. Y., & Gao, D. G. (2008). Social support and money as pain management mechanisms. *Psychological Inquiry, 19*(3-4), 127–144.
- Zhou, X. Y., Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2009). The symbolic power of money: Reminders of money alter social distress and physical pain. *Psychological Science, 20*(6), 700–706.

The Theories and Methods of Money Priming Research

XIE Tian¹; ZHOU Jing¹; YU Guo-Liang²

¹ Department of Psychology, Wuhan University, Wuhan 430072, China

² Institute of Psychology, Renmin University of China, Beijing 100872, China

Abstract: Money priming research is a new approach to exploring the psychology of money. The article introduced three theories of money priming: self-sufficiency theory, social resource theory, and mind-set theory. The methods of money priming were categorized into four types of tasks: scrambled-words task, money/image-presenting task, money-questioning task, and the task of recalling or reading the stories or experiences about money. The author stated the contribution of the money priming research and commented on the three theories above. In the end, the author proposed the potential mechanisms of money priming, and prospected future directions of exploring the boundaries of money priming theories, and taking individual's autonomy and initiative into consideration.

Key words: priming; self-sufficiency theory; social resource theory; mind-set theory