

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.20211212.202

忙碌感研究评述: 概念、机制与展望

张 慧¹, 江晓东²

(1. 安徽师范大学 经济管理学院, 安徽 芜湖 241002; 2. 上海财经大学 商学院, 上海 200433)

摘要: 忙碌感是一种主观心理感知,指人们依据其所处的社会规范和期望对自己近期的忙碌工作状态进行评估后产生的主观心理感知。在当前“全民皆忙”的时代背景下,忙碌感对个体的组织行为、消费行为的影响更加值得学术界关注。首先,本文系统地回顾了忙碌感的研究成果,分别阐释了忙碌感在社会学、认知心理学与消费心理学领域的内涵解释,并提出了忙碌感效价这一概念。其次,本文结合现有的忙碌感相关研究成果系统地归纳了忙碌感前因及对个体行为和组织行为的具体影响效应和内在机制。最后,本文认为未来关于忙碌感的研究可以聚焦于以下两个方面:一是探索忙碌感效价与个体行为之间的关系,例如探索忙碌感效价与决策行为之间的关系。二是探索消费者感知不同效价的忙碌感与其消费行为之间关系,例如探索积极忙碌感与“面子消费”行为之间的关系、消极忙碌感与“减速消费”行为之间的关系。

关键词: 忙碌感; 忙碌感效价; 前因变量; 结果变量; 作用机制

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2022)07-0126-12

一、引言

改革开放以来,中国人通过辛勤、忙碌的工作换来了中国经济的快速发展、物质生活水平的极大提升。近年来,技术的发展和物质资本的积累并没有把中国人从忙碌的劳动中解放出来,中国人比起以前反而更加忙碌了,从“社畜”到“996”再到“打工人”,这些刷屏的热词说明忙碌是当下国人主要的状态和标签,“中国人为什么这么忙?”也时常成为热议话题。与此同时,理论界对忙碌的前因和结果变量开展了大量研究,目前正是对其进行系统梳理与归纳的时候。

忙碌感是一种主观心理感知,源于社会学、劳动经济学和心理学范畴(Gershuny, 1992, 2005; Jacobs, 2000)。截至目前,国内外学者对忙碌感的研究尚处于起步与探索阶段,忙碌感的研究成果主要聚焦于基于社会学、心理学、组织行为、消费行为等视角对忙碌感内涵进行解释、探索忙碌感与个体组织行为、消费行为之间的关系及作用机制上(Dongen 和 Belenky, 2009; Rietzsch, 2011)。例如,早期一些组织行为领域学者探究了员工忙碌感与员工心理健康水平和

收稿日期: 2021-06-03

作者简介: 张 慧(1992—),女,安徽师范大学经济管理学院人力资源管理系讲师(通讯作者, zhanghui199208@163.com);

江晓东(1977—),男,上海财经大学商学院市场营销系副教授。

员工工作表现、工作效率之间的关系,发现忙碌会导致人们在工作过程中体验到工作压力、时间压力或工作负荷(Dongen 和 Belenky, 2009; Rietzsch, 2011);亦有学者指出忙碌感有助于提升员工幸福感(Hsee等, 2010)、员工在忙碌的状态下效率更高(Wilcox等, 2016)。此外,近些年来一些学者将忙碌感引入消费者行为研究领域,对忙碌感内涵进行了重新解读,并发现忙碌的工作也会给个体带来积极的心理体验,忙碌的消费者感觉自己更重要、更容易控制自己的无节制消费行为(Bellezza等, 2017; Kim等, 2019)。

本文试图系统地梳理现有忙碌感研究相关学术成果,致力于将其整合归纳、形成一个系统性忙碌感研究框架,为以后的读者和忙碌感领域相关学者提供一个比较全面、完整的忙碌感综述体系和指导性参考。具体研究思路和整体结构如下:首先,我们阐述了什么是忙碌以及什么是忙碌感,明晰了其与相关概念的区别,并提出忙碌感效价这一概念。其次,我们详细地梳理了忙碌感的前因变量与结果变量,从忙碌感的影响因素、影响结果两个方面对现有关于忙碌感的研究脉络进行了系统整合。再次,我们对忙碌感产生的一系列作用机理进行了梳理。最后,从忙碌感的效价出发,探讨了忙碌感效价与个体行为之间的关系,以及依据人们对忙碌的新认识,提出了未来关于忙碌感的研究展望。本文针对忙碌感的研究起源、概念内涵、前因后果、作用机理等进行了深入地研究,搭建了一个关于忙碌感理论的全面系统的理论分析框架,为以后关于忙碌感的深入研究提供了研究思路。

二、忙碌感内涵阐释和概念辨析

(一)忙碌感内涵阐释

忙碌感是一种主观感知,是人们根据其所处的当前社会规范和期望对自己或近期的客观忙碌状态进行评估后产生的主观心理感知(Gershuny, 2005)。因此,忙碌感不仅受到客观忙碌活动的影响,更受到个体所处的外部环境因素(例如社会文化、工作氛围)以及个体自身内在因素(例如个体人力资本、工作价值观)等多方面因素的影响(Gershuny, 1992, 2005; Jacobs, 2000)。在此之后,关于忙碌感内涵的研究引起了学术界的关注,社会学、认知心理学以及消费行为学领域的学者们提出了不同观点,具体可从以下三个视角开展(见表1)。

表1 忙碌感的主要内涵观点

研究领域	切入视角	核心观点	代表人物
社会学	忙碌与闲暇阶级认识	个体对“忙碌”和“闲暇”阶级的地位判断随着时代发生不同改变,从19世纪的“忙碌阶级即剥削阶级”转变为“忙碌阶级即高社会经济地位阶级”,这一阶级认识在发达经济体中更为突出,“忙碌是成功人士的象征”	Gershuny(2005)
认知心理学	认知忙碌	“认知忙碌”指的是由于认知任务数量的增加、个体认知资源有限,个体分配来处理单项工作任务的认知资源变得稀缺、不容易集中精力处理每一项工作	Gilbert 和 Osborne(1989)
消费心理学	自我概念认知	人们将忙碌和缺乏闲暇时间视为一种稀缺性资源,并认为忙碌的生活方式,已经取代悠闲的生活方式,成为个体彰显社会经济地位的象征	Bellezza等(2017)
		个体的主观忙碌心态会激发个体的自我效能认知,感知忙碌即感知自我重要	Kim等(2019)

资料来源:根据相关文献整理。

社会学领域学者从忙碌阶级与闲暇阶级的社会地位认识出发,认为人们经历了将忙碌阶级视为被剥削阶级到视为高社会经济地位阶级的认识转变。Gershuny(2005)指出,忙碌阶级和

闲暇阶级在劳动/工作时间分配上存在对立关系,人们对忙碌阶级和闲暇阶级的地位判断影响了人们对忙碌感的主观认知。随着生产技术的革新,一些在19世纪被看作“低下”的劳动或工作大多数被机械化大生产替代,反之,一些非机械化生产替代的工作则需要专业技术人员。因此,社会对“忙碌阶级”的认知也从“被剥削的劳动阶级”转变为“拥有高水平工作技能的高社会经济阶级”,忙碌反而代表高能力,并成为高社会经济地位的信号(Becker, 1965; Linder, 1970)。

认知心理学领域的学者则从个体认知视角出发,认为忙碌感即感知认知资源稀缺、认知能力受限(Gilbert 和 Osborne, 1989; Lalwan, 2009)。认知忙碌强调的是个体对忙碌状态的认知资源感知,是指工作时间过长或工作任务过于密集/工作内容过于繁杂会造成个体感知认知过载、认知资源稀缺。例如,一名员工在处理工作文件的同时还需要处理办公邮件、回复办公群消息等,该员工的工作注意力和工作精力容易分散、难以专注,因此认知忙碌常被用于探索忙碌感与个体组织行为之间的关系(Killgore等, 2012)。

消费心理学领域学者是从个体自我概念认知视角出发,认为忙碌感是一种自我重要性感知(Bellezza等, 2017; Kim等, 2019)。依据稀缺性理论,在结构性人力资源市场中,人们将忙碌和缺乏闲暇时间视为一种稀缺性资源,忙碌被视为“结构性人力资源市场中拥有较高人力资本的人的专属特征”,意味着“能者多劳”(Gershuny, 2005; Bellezza等, 2017)。在这种社会认知下, Kim等(2019)将“忙碌的心态”阐释为“拥有高水平人力资本的人对需要做很多工作产生的主观心理感受”,而这种心理感受会提升个体对自我重要性、高社会经济地位的认知。

(二)忙碌感与相关概念辨析

忙碌感与时间压力、认知闭合需求等具有一定的相关性,通过比较分析有助于更准确地理解忙碌感的内涵(见表2)。

表2 忙碌感相关概念辨析

相关概念	核心观点	与忙碌感关系
时间压力	强调完成工作有明显的时间限制,人们越临近截止时间,感受到的时间压力越大	时间压力的诱因是工作时间界限;忙碌感的诱因是工作数量或工作时长的增加
认知闭合需求	强调个体在处理多项工作任务时因认知资源限制而产生的迫切希望结束任务的需求动机	认知忙碌影响个体认知过程层面;认知闭合需求影响个体认知动机,关注结束任务

资料来源:根据相关文献整理。

1. 忙碌感与时间压力

时间压力指的是人们因在有限的时间内必须要完成一些工作任务或做出决策而感受到的压力、紧张、焦虑等情绪,例如在给定的截止时间压力下会感受到迫在眉睫、紧张、焦虑、慌乱、手足无措等(Maule和Hockey, 1993)。主观忙碌感和时间压力既有相似之处也存在明显的区别:第一,在时间限制上,主观忙碌感是指人们因为工作任务数量多或工作时间的延长以及休闲时间减少而产生的主观心理感受,这种主观心理感受是因人而异的,人们所处的工作情境或个人工作胜任力的不同,其感受到的忙碌程度也会不一样(Gershuny, 1992; Jacobs, 2000);时间压力则有明显的时间限制——完成某项任务或决策的截止时间,人们越临近截止时间,感受到的时间压力越大(Kim等, 2019)。第二,在感知效价上,主观忙碌感是人们对其忙碌工作状态的一种主观认知,这种认知可以是积极的认知,例如认为忙碌是一种成功人士的身份象征、会提升更高的生活质量(Gershuny, 2005),也可以是消极的认知,例如认为忙碌会引发工作负荷认知、产生焦虑情绪;但时间压力是一种相对消极的主观情感状态,在时间截止日期的压力下,

人们大多是被迫完成工作或进行决策的,因而会感受到紧张、压迫感(Maule等,1993)。第三,在诱因上,主观忙碌感的诱因主要是人们在一定期间内需要完成的工作任务数量增加,指的是工作任务数量的增加、工作时间的延长或休闲时间的减少,让人们感觉他们需要去做很多事情,进而引起的主观忙碌认知;而时间压力的主要诱因是时间,即人们感知在既定的截止日期前没有足够的时间去完成工作或进行决策,因而感到紧张、无所适从、压力或焦虑。

2. 认知忙碌与认知闭合需求

第一,从定义来看,认知忙碌指的是由于认知任务数量的增加、个体认知资源有限,个体分配到处理单项工作任务的认知资源变得稀缺、不容易集中精力处理每一项工作,感到认知负荷或认知忙碌;认知闭合需求是指个体在处理多项任务时,因为认知资源受限等原因产生的迫切希望结束决策任务的需求动机(Lalwan,2009)。第二,从相似性来看,认知忙碌和认知闭合需求均会导致个体在决策、评价、判断时更加依赖启发式思维或关注目标的启发式信息(Kruglanski等,1993),因而更加容易对评价目标产生首因效应(Webster和Kruglanski,1994;Webster等,1996)。第三,从认知和动机层面来看,认知忙碌主要是因为面临多个决策任务的情况下,个体处理每一项任务的认知资源受到限制,主要影响个体的处理任务的认知过程(Gilbert和Osborne,1989;Pontari和Schlenker,2000)。相反,认知闭合需求虽然也是因为个体面临多项决策任务,但认知闭合需求强调的是在这种任务繁重、认知资源负荷的情况下,个体迫切希望结束每一项决策任务的需求动机,更加突出个体的动机需求(Kruglanski等,1993;Pierro等,2003;Fu等,2007)。

三、忙碌类型与忙碌感效价

(一)忙碌类型:主动忙碌与被动忙碌

忙碌是指“人们在一定的时间内需要做的事情太多,缺少休闲时间”(Gershuny,1992)。忙碌主要包括以下2个维度:(1)工作时间长。基于工作—休闲时间配置理论,人们为了获取经济价值,会将其日常生活中的绝大部分时间分配在有偿工作上,而非用于休闲。因此“忙碌”意味着“个体进行长时间的工作,缺乏休闲时间”(Becker,1965;Jacoby等,1976;Berry,1979;Gross,1987;Bellezza等,2017)。(2)工作任务密集。工作任务的密集程度主要包含工作内容的多样化程度,以及在特定时间内同时完成不同类型工作任务(Gershuny,2005,2009,2011;Voorpostel等,2010)。

依据工作任务布置主体的不同,本文将忙碌分为主动忙碌与被动忙碌两种类型。其中,主动忙碌强调个体从事的忙碌任务是个体在一段时间内的主动工作计划;相反,被动忙碌则是强调忙碌的工作任务是在限定时间内必须要完成的强制性工作要求(Kim等,2019)。相较于主动忙碌,从事被动忙碌工作任务的个体会感受到时间压力,容易对忙碌产生消极的主观心理感受;而主观忙碌则大多与一些积极的心理归因相关,例如觉得认为自己“能者多劳”(Bellezza等,2017;Kim等,2019)。

(二)忙碌感效价:积极忙碌感与消极忙碌感

当人们陷入忙碌的状态时,个体所处的社会文化(在这里主要是指社会对劳动价值观念与结构性人力资源市场)会影响其对忙碌的主观心理感知。此外,由于个体的工作能力、工作认知的不同以及忙碌工作的任务类型(主动忙碌与被动忙碌)等因素,他们对工作带来的“忙碌”的理解程度也不尽相同。也就是说,个体对其忙碌状态会产生主观心理归因,由于主观心理归因的不同,他们会感知不同效价的忙碌感,本文据此提出忙碌感效价(即积极忙碌感与消极忙碌感)这一概念。

积极忙碌感指的是个体对忙碌的积极归因,在这种积极归因下,人们将忙碌作为一种荣誉的象征(Gershuny,2005),并向他人表明自己的社会地位(Bellezza等,2017)。一些社会学研究表明,受过高等教育和从事高地位工作的人工作时间稳步增加,积极忙碌感更可能是有特权和高能力的人的特征,穷人和工作能力低的人可能感受不到这种忙碌感带来的优越感(Gershuny,2005,2009)。因此,积极的忙碌感会让消费者对其工作能力和社会地位有更高评价。相反,消极忙碌感指的是个体对忙碌的消极归因。对于工作胜任力较低的个体来说,他们会将忙碌的工作归因为压力、焦虑等(Kim等,2019)。消极忙碌感大多与时间压力、工作紧张感、工作耗竭、焦虑相关,经历消极忙碌的个体会将忙碌视为谋生手段,目的是创造额外的工作收入,而非是享受自己工作带来的优越感和满足感,对于这一类群体来说,忙碌感越大,他们体验的消极情绪也随之加深(Cohen等,2014)。

四、忙碌感的前因与结果变量

(一)前因变量

1.个体因素

首先,个体的工作价值观会影响其忙碌感知。Bellezza等(2017)从个体在一段时间内需要完成工作的数量、效率和工作意义三个维度测量个体的忙碌水平与感知社会经济地位之间的关系,发现高水平的社会经济地位感知与完成个体工作的数量、效率和工作意义呈正相关关系。这一发现揭示出:个体对其工作的意义认可(即工作价值推断)会影响其对忙碌工作的主观心理感知,当他们认为目前从事的忙碌工作很有意义时,其对忙碌感的主观心理感知也会更加积极,对自我价值的判断也更高。

其次,个体的职业道德对其忙碌感知有显著影响。职业道德是一种稳定的个体特质,指的是人们热爱工作、专注忙碌工作且不愿意浪费时间的愿望(Mirels 和 Garrett,1971)。Kim等(2019)指出,职业道德水平高的人会将忙碌视为“忙碌即成功”的标志,而职业道德水平低的不认为忙碌意味着“能者多劳”。

最后,个体的经济流动信念也会影响其对忙碌感的认知。经济流动信念(perceived economic mobility)是指人们相信通过自己的努力能够使自己获得更好经济地位的信念(Davidai 和 Gilovich,2015;Yoon 和 Kim,2016)。对抱有“努力工作会带来高收入和社会肯定”这一信念的人来说,他们才会做出以下推断:忙碌工作的人是具备较高社会地位的或是成功人士(Bjørnskov 等,2013)。反之,对于经济流动信念较低的人们来说,其对忙碌的工作感知则更消极,更容易视为一种工作压力。

2.社会因素

影响人们对忙碌主观心理感知的社会因素是社会文化(Kim等,2017)。过去一些研究指出,不同的社会文化对忙碌与闲暇阶级的社会地位是不一样的。在强调“努力工作即会带来社会经济地位提升”的奋斗文化中(例如“中国梦”),人们更容易对忙碌阶级做出更高的社会经济地位推断,认为忙碌的群体属于高社会地位阶级;而在强调“休闲生活、享受生活品质”的休闲文化中(例如一些北欧国家),他们则认为享受闲暇才是高社会阶层的生活标准,劳动则是一种谋生手段,因此,在这种文化价值观中,感知忙碌则并不能给个体带来阶层优越感和自豪感(Kim等,2017)。

结构化人力资源市场现状也是影响人们对忙碌的主观心理归因关键要素(Nakamura,2000;Wasik,2013)。在发达的经济体中,劳动力市场存在“结构化就业矛盾”,即一方面有大量劳动力因为教育、专业水平、工作能力较低等原因无法满足工作岗位需求而无法获得工作职位

或只能完成基本的工作任务。另一方面,那些拥有雇主或客户所看重的人力资本特征(例如较强的工作能力和事业心)的高端、专业化人才在就业市场上呈现出供不应求的市场特征(Nakamura, 2000; Wasik, 2013)。“忙碌”意味着个体工作能力强、人力资本高,因而在就业市场中更为稀缺。因此,在结构化人力资源市场中,忙碌成为个体“工作能力强、人力资本高”的标签,忙碌的个体更容易将忙碌视为其“忙碌即成功”“能者多劳”的象征(Nakamura, 2000; Wasik, 2013)。

3. 任务因素

个体主动和被动地从事忙碌任务也会产生不同的主观心理归因(Bellezza等, 2017; Kim等, 2019)。当人们主动从事有计划的忙碌工作时,他们会认为忙碌的单位时间价值(或单位劳动时间的工资率)是边际不变或边际递增的(即主动忙碌实现了效用最大化),在这种情况下,他们对忙碌工作会有更加积极的心理归因(乐章等, 2019; Bellezza等, 2017; Kim等, 2019)。相反地,当人们迫于家庭压力、婚姻压力、收入压力被动忙碌(从事更长时间的工作或完成多项工作任务)时,其对忙碌的主观心理归因则更加消极。例如董延芳等(2018)的研究发现,农民工是被动忙碌的主要群体,工作时间的延长虽然能够增加他们的收入,但其劳动的单位时间价值(即工资率)是呈现下降趋势的,因而对其忙碌的工作产生不满等消极心理归因。

(二)结果变量

现有关于忙碌的研究主要聚焦于个体行为和组织行为这两个层面。下文一方面分析忙碌感对个体生理、心理健康以及自我控制行为的影响。另一方面从组织行为层面剖析忙碌感对员工工作态度、决策行为,以及工作效率等方面影响。

1. 忙碌感对个体行为的影响

(1)忙碌感与个体生理、心理健康

长时间从事忙碌工作会导致人们睡眠不足。一些研究指出,当人们的大脑处于长期工作状态时,更容易产生无意识的睡眠,使得大脑无法处理信息、注意力涣散(Boyle等, 2008)。此外,忙碌会降低人们的注意力、记忆能力、学习能力以及反应能力,导致其在工作时无法专注和警觉,因此更容易犯错(Goel等, 2009; Caruso, 2014)。更有研究指出,处于忙碌状态的个体情绪调节能力更低,更容易发怒、焦躁。同时,一些研究发现,连续5年处于忙碌状态(每天工作11至12小时)的个体比处于正常工作状态(每天工作7至8小时)的个体的重度抑郁指数显著地高(Virtanen等, 2012)。

(2)忙碌感与自我控制行为

现有的关于忙碌感与个体行为关系的研究较少,仅有的几篇文献聚焦于探索忙碌感对人们自我控制行为的影响(Kim等, 2019)。消费者自我控制行为实际上是控制自己的当前欲望,使得消费者关注于长期目标,而无节制消费行为是一种消费者低自我控制行为的具体表现形式,例如相较于健康饮食,人们开始热衷于选购一些甜品或垃圾食品这一类对身体健康有害的食物满足其当下对美食的渴望(Kim等, 2019)。

人们感知不同效价的忙碌感会对其自我控制行为会产生截然不同的作用机制。第一种作用机制是消极忙碌感会降低个体自我控制行为:消极的忙碌会让消费者感知焦虑、情绪耗竭、产生时间压力感知以及认知资源负荷。在这种消极情绪或认知资源过载的情境之下,人们在进行消费决策时会依赖于大脑中的情感系统,更加注重于当下的享乐或即时满足,因此自我控制水平会被降低、更容易产生不节制行为(Loewenstein, 1996; Cohen和Sherman, 2014)。第二种作用机制强调了积极忙碌感对个体的自我控制行为具有积极的增强效果:积极忙碌会激发和提升人们对其自我概念的认知,让其感觉自己更重要,自我效能感也会被提升。在这种对自我概

念的积极归因下,他们更加注重于长期利益而非短期的利益(Cohen和Sherman,2014)、偏好于延迟满足(即相较于在当下选择较少的奖励,他们更偏好于等待一段时间后选择更多的奖励)(Mischel等,1988)、自我控制能力也更强(Kim等,2019)。

2. 忙碌感对组织行为的影响

(1) 忙碌感对工作态度和工作认知的影响

职业倦怠(burnout)是指个体因为不能有效地应对工作上延续不断的各种压力而产生的一种长期性心理反应,例如情绪疲惫、愤世嫉俗(Maslach和Jackson,1981),在工作场所中的具体表现则是工作效率降低、离职欲望增加、产生焦虑甚至是抑郁情绪等。工作超负荷(work overload)则是指员工被要求在单位时间内完成超出其工作任务量的工作,具体表现为工作量过多、工作节奏过快以及感受时间压力(Dongen和Belenky,2009)。

忙碌(即工作时间的延长或工作任务量的增加)会导致员工产生职业倦怠、工作负荷、认知负荷等负面工作认知,进而导致员工产生负面的工作态度。相较于不忙碌的个体,忙碌的个体需要从事更多的工作或者工作的时间更长。以往的研究显示,员工工作时间的延长或工作数量的增加会影响员工的心理健康水平,特别是容易导致员工陷入一些负面工作心理状态——职业倦怠(Barnett等,1999;Park和Lake,2001)和工作负荷认知(Hobfoll,2002)。

但近些年来,忙碌感对员工组织行为的影响并不一定总是负面的,例如已有研究证明,相较于无所事事,忙碌的工作会让人们感知更加幸福(Hsee等,2010)。基于动机推理理论:人是理性决策的动物,他们需要为自己的行为和决策给出合理的理由(Hsee,1996;Hsee等,2003,2008),当人们陷入忙碌的工作状态时,他们需要说服自己为什么忙碌,比如为了使得家庭收入更高、满足自己的事业心、获得社会认可等,在这种自我说服的过程中,他们会感知更加幸福(Kunda,1990;Shafir等,1993;Hsee等,2010)。

(2) 忙碌感对决策行为的影响

从人们的行为决策上来说,由于忙碌使得人们的认知资源受限,使得他们在进行决策时无法理性地处理所有决策有关信息,因而变得更加冒险(Killgore等,2012)。此外,近些年关于忙碌的研究发现:忙碌感会使得管理人员变得不再公正(Sherf等,2019)。公正地对待下属需要管理者做到了解员工各种信息、聆听员工的意见和观点、解释其管理决策以及尊重员工意见等,而这些工作均需要管理人员付出大量的认知和情感资源(Barnes等,2008;Johnson等,2014)。当管理人员感知忙碌时,他们的感知拥有的资源也变得更加稀缺(Bruch和Ghoshal,2002;Lovelace等,2007):分配给每一项工作的时间变得更少(Bergeron,2007)、工作注意力受到其自身处理信息能力的限制(Ocasio,1997)、对自身情绪或行为的控制感也受限制(Baumeister和Vohs,2007)。因此,在这种工作负荷的情景下,管理人员无法投入精力用于关切员工的需求、抑制自身对其下属的情感偏见或者尊重员工等方面,因而容易造成不公正的现象。

(3) 忙碌感对工作效率的影响

从员工的自我评估方面来说,已有研究指出,过度忙碌或缺少休息时间容易使得员工忽视较差的工作表现,因而在对自我工作表现进行评估时,会高估自己的工作绩效(Dongen和Belenky,2009)。但是,亦有研究发现忙碌感能在一定程度上缓解员工的“拖延症”和提升员工的工作效率,Willox等(2016)基于员工任务管理的APP数据的实证分析结果显示,相较于不忙碌的员工,忙碌的员工平均完成一项工作任务的工作效率更高,更不容易拖延。

五、忙碌感的作用机制

忙碌感是如何对个体、组织行为产生影响的?本文分别从个体-环境匹配模型、自我概念理

论对忙碌感引起的心理机制进行了详细的阐述。

(一)忙碌感与心理健康水平

根据个体—环境匹配模型(person-environment fit)理论,员工的个体特征(例如工作能力、性格)和其工作环境特征的相符程度共同影响了员工的工作态度、认知、行为和工作表现(Kristof-Brown和Stevens, 2001),当个体特征与其所处的工作环境相匹配时,会为其带来比较积极的工作结果;当个体特征与其所处的工作环境不匹配时,个体则会呈现出消极的工作态度、认知和表现,例如产生压力(林彦梅等, 2015)。忙碌的工作使得员工的工作量和工作时间增加,当人们感知工作量或工作时间增加时,这些压力源会对其心理造成负担,进而产生“工作压力”或工作负荷感知(French和Caplan, 1972)。依据以往关于工作时间的研究成果,工作时间的延长均会影响员工的生理或心理健康,甚至是对其造成一些损害,例如引发员工产生焦虑、抑郁、职业倦怠等心理问题(Kleppa等, 2008),或导致员工陷入疲劳、过度劳累等生理问题(Sparks等, 1997)。除此之外,根据资源配置理论和资源保存理论,当个体在同一时间内从事多项工作任务时,由于每一项工作任务均会争夺他们有限的工作时间和精力,当个体感知认知资源有限且当意识到这些资源即将被耗尽时,其心理健康水平(工作压力、工作负荷或资源耗竭感知等)也会变得更加负面(Hobfoll, 2002; Wilcox等, 2017)。

(二)忙碌感与自我概念认知

自我概念(self-concept)指的是“个体对自己的总体评价”。一般来说,自我概念包含多个维度,Shavelson等(1976)将自我概念划分为生理自我概念(对个体身体状态的总体评价)、情绪自我概念(对个体情绪状态的总体评价)、社会自我概念(对个体人际关系、社会活动等方面的总体评价)以及学业自我概念(对个体一般学习能力和问题解决能力等的总体评价)四个维度;此外,亦有学者从真实自我概念(强调个体对自己的真实评价)、理想自我概念(强调个体希望成为什么样的人)以及社会自我概念(强调个体希望从他人那里获得的评价)三个层面剖析自我概念内涵(Burns, 1979; Rosenberg, 1986)。本文中的自我概念指的是整体自我概念,包括个体对看待真实自我与理想自我或社会自我之间关系的整体评价(Rogers, 1958; Rogers等, 1978; Burns, 1979)。

忙碌感对人们自我概念认知的影响主要体现在以下3个方面:一是工作时间的收入效应和消费休闲的机会成本。随着生产技术的革新,在结构化就业市场中,那些拥有较高人力资本(即工作能力强)的人的工资率也会递增,这就意味着工作时间的经济价值也是递增的。人力资本越高意味着工资越高、其放弃工作转向消费休闲造成的机会成本也会更高(Aguiar和Hurst, 2007; Kuhn和Lozano, 2008; Bellezza等, 2017)。二是忙碌的人被视为一种稀缺性人才。但在发达的经济体中,劳动力市场存在“结构化就业矛盾”,“忙碌即优秀”意味着个体工作能力强、人力资本高,因而在就业市场中更为稀缺(Nakamura, 2000; Wasik, 2013)。三是社会地位对自我价值判断影响。在人力资源市场上,社会经济地位越高的人被视作“重要”的人,其工作的经济价值和社会价值也会提升(Kim等, 2019)。因此,长时间的工作或者缺少休闲时间不仅会给人们带来经济收入的提升,也会提升人们对忙碌的个体的社会地位的判断。因此,忙碌的人会认为自己从事的是“重要且有意义”的工作,基于这种价值判断,感知越忙碌的个体,会认为自己更加重要,从而对自我价值、自我重要性等一些整体自我概念的感知更会积极(Shavelson等, 1976; Shavelson和Bolus, 1982; Marsh和Shavelson, 1985; Kim等, 2019)。

综上所述,忙碌感的前因变量、结果变量、中介变量以及变量之间的相互作用机制如图1所示。忙碌感受到个体因素(工作价值观、职业道德、经济流动信念)与社会因素(社会文化、结构化人力资源市场)的影响。忙碌感会影响个体的生理、心理健康以及个体的自我控制行为;在组

织行为方面,忙碌感会负向影响个体的工作态度和认知(例如造成职业倦怠、认知负荷等负面工作认知)、导致个体进行危险决策或不公正决策行为,此外,对忙碌感的不同认知会对个体的工作绩效带来不同的影响结果,忙碌感亦会帮助员工提升工作幸福感、改善拖延症等。

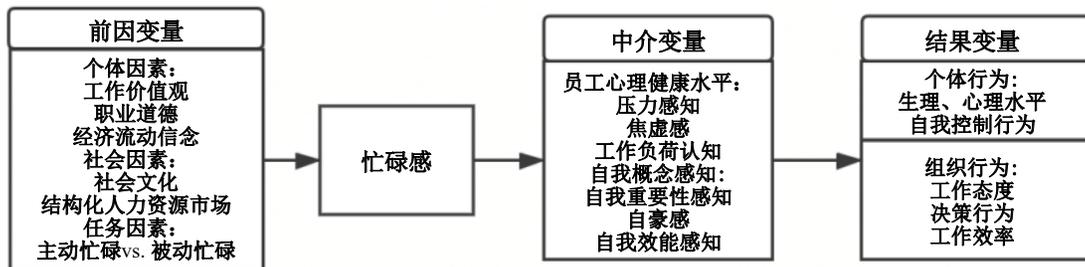


图1 忙碌感研究整合分析框架

六、研究结论、管理启示与展望

(一)研究结论

本文在回顾忙碌感相关文献的基础上建构了忙碌感研究的整合分析框架,从理论上探讨了忙碌感的内涵、前因、后果以及内在解释机制。本文凸显了忙碌感在组织行为、个体决策以及消费行为领域的研究重要性,具有重要的理论价值:

一方面,本文系统地梳理了忙碌感内涵。现有的学者主要从社会学、认知心理学、消费心理学领域对忙碌感内涵进行阐释。此外,本文辨析了认知忙碌与认知闭合需求、以及忙碌感与时间压力之间的关系。同时,本文提出了忙碌感效价这一概念,认为个体的主观忙碌感包括积极忙碌感和消极忙碌感两个效价,为后续关于忙碌感的研究提供了新的研究方向。另一方面,本文对忙碌感的前因、后果以及作用机制进行了全面的分析。目前的忙碌感理论研究较为分散,本文系统地整理了忙碌感对个体组织行为、决策行为以及消费行为的影响效果,发现近些年学术界开始探索忙碌感的积极效应,例如提升员工工作幸福感、增强了个体自我控制水平等。对忙碌感研究成果的系统归纳,有助于为后续研究者提供清晰的研究框架,具有重要的理论指导价值。

(二)管理启示

在“全民皆忙”的时代背景下,忙碌已经成为影响人们工作、生活、消费的关键要素。本文的忙碌感整合分析框架对企业具有重要的管理指导启示,例如,企业能够从忙碌感对组织行为的影响机制中挖掘出员工激励的方式:增加忙碌工作的工作意义感知、强化企业的奋斗文化,突出忙碌即成功的工作价值观等;企业亦可以通过上述忙碌感分析框架探索新的产品或服务推广策略,例如一些研究发现忙碌感能够有效提升个体的自我重要性感知,从而有助于控制其无节制消费行为。这一结论为提供自我管理类产品(例如健身餐)或服务(例如keep这一类每日打卡APP)在进行产品或服务推广时提供了新的广告诉求点:增加对消费者的忙碌唤醒程度。

(三)未来研究方向

忙碌感对人们消费行为的研究尚处于起步阶段。现有的文章主要集中于讨论忙碌感对消费者自我控制行为的影响以及人们对忙碌的态度转变等方面,但根据上述对忙碌的研究,我们认为,未来关于忙碌感的研究可以聚焦于以下几个方面:

1. 忙碌感的效价对决策行为的影响

根据决策与推理相关研究,很多学者提出了双系统理论模型(dual-process theory)——分

析式系统(analytic system)和启发式系统(heuristic system)(Sloman, 1996; Evans, 2003)。分析式系统指人们在进行决策推理时,更多地依赖理性思考与判断的控制加工方式;启发式系统指更多依赖感性与直觉的自动加工方式。基于两种系统,人的思维模式也存在两种:理性思维模式(rational thinking style)与经验性思维模式(experiential thinking style)。理性思维模式是一种基于深思熟虑的、分析思考的“冷”模式。相反,经验性思维模式则是一种基于直觉的快速判断的“热”模式(Shafir等, 1993; Denes-Raj等, 1994; Hsee和Rottenstreich, 2004)。

消费者对忙碌感的认知会对其情绪和认知负荷状态产生两种不同的影响,进而影响他们的思维方式。具体来说,当感知消极忙碌感时,会激发紧张、压力等负面情绪,个体的认知资源也会被损耗,认知闭合需求变大,认知需求水平较低,在进行决策时更倾向于依赖经验性思维模式进行判断(Kruglanski和Webster, 1991; Kruglanski等, 1993; Ford和Kruglanski, 1995; Lalwani, 2009);反之,感知积极忙碌感的个体是处于一种温和的积极情绪状态,会提升个体的认知需求,因此,他们需要高的认知资源进行分析性思考,以帮助其进行判断和决策。因此,我们做出以下推断:感知积极忙碌感的个体更偏好使用理性思维模式进行决策,感知消极忙碌感的个体更偏好使用经验性思维模式进行决策。

2. 忙碌感的效价对消费行为的影响

(1) 消极忙碌感与减速消费行为

在体验消费领域,“减速消费”指的是在消费过程中降低消费效率(花费更多的时间去完成某项事情)的消费行为,在消费过程中消费者更加注重体验质量,以及通过消费对自己的生活、工作、社会现状进行更深层次的思考、反思(Craig和Parkins, 2011; Husemann和Eckhardt, 2019)。Husemann和Eckhardt(2019)对消费者“减速消费行为”的内涵进行了阐释,并依据“圣地亚哥朝圣”将“消费减速”划分为3个方面6种具体行为,具体包括“俱身减速”(活动模式减速、享受减速带来的身体的疼痛)、“技术减速”(控制通讯设备使用频率、享受面对面沟通形式)以及“体验减速”(简化消费体验、减少消费选择)。例如为了逃离工作工作压力和在“忙碌、快节奏的日常生活”中得到片刻喘息,很多都市青年自愿花钱去“模拟监狱”和“宿坊”,通过隔离电子通讯产品,体验这种冥想打坐、沉思修行的“微遁世”生活。诸如此类的概念还有“慢城运动”“慢旅游”“慢饮食”“慢时尚”等(Fiamengo, 2004; Dickinson等, 2011; Lumsdon和McGrath, 2011; Osbaldiston, 2013; Hendriks等, 2017; Fletcher, 2010)。

消极忙碌感与消费者减速消费行为之间的关系主要体现在感知消极忙碌感的消费者更加偏好于“减速消费”,例如享受“慢旅游”、热衷于手工制作等体验消费。当感知消极的忙碌感时,个体会认为工作家庭生活等压力很大,在这种焦虑、压力等负面情绪下,人们更容易丧失对身边事物的兴趣,生活意义感知低,人们会倾向于反思自己工作的意义。一些学者指出,员工的工作压力越大,其感知的生活意义越低,因而对生活意义的追求越高(Allan等, 2015)。类似地,Steger等(2012)的研究发现,在职场中的工作群体舒缓工作压力的一种方式赋予工作更多的意义感,他们会将工作压力理解为拯救生命的一部分,从而增加对自身的生活意义感。感知消极的忙碌感在一定程度上唤醒了人们对生活意义的追求,“减速消费”为之提供了“沉思生活意义的绿洲”,因此我们做出以下推断:消极忙碌感提升了消费者的减速消费意愿。

(2) 积极忙碌感与面子消费行为

面子是中国人最关注的文化价值观之一,“面子”在一定程度上是一种心理构建(杨国枢, 2006),反映了一个人在外界公众面前展示的社会经济地位、个人形象(黄光国和胡先缙, 2005)。面子消费是指消费者为了追求面子(即他人对其身份地位、个人品味、形象的尊重和认

可)选购一些能够体现个人面子的产品的过程,例如对关注特定品牌、对奢侈品的偏好、购买地位-象征性产品、偏好绿色产品等(Bao等,2003)。

从身份地位归因的角度来看,长时间的工作和忙碌会让个体感知自己是一个重要的人,对他们的工作价值判断也会提升,从而提升了对自己的身份地位感知(Gershuny,2011;Kim等,2019)。为了维持或表达这种由忙碌带来的优越感或高社会经济地位的身份推断(“忙碌即成功”的身份象征效应),感知忙碌的人会寻求各种途径展示其忙碌且优越的工作生活状态。从消费的符号价值来看,面子消费则能够帮助人们获取他人对其品味、形象、身份地位、能力等方面的肯定(施卓敏和郑婉怡,2017),因此,我们做出以下推断,当人们感知积极忙碌感时,为了保护和维护由忙碌带来“忙碌即成功”的身份认知,消费者的面子消费意识也会提升,他们更加倾向于通过购买一些面子产品(例如购买符合成功的忙碌人士身份、品味或印象的产品)彰显个人的忙碌价值。

主要参考文献

- [1]林彦梅,刘洪,王三银.工作边界强度与工作压力的关系——基于个人—环境匹配理论[J].中国工业经济,2015,(3):122-134.
- [2]刘红艳,李爱梅,王海忠,等.不同促销方式对产品购买决策的影响——基于解释水平理论视角的研究[J].心理学报,2012,44(8):1100-1113.
- [3]施卓敏,郑婉怡.面子文化中消费者生态产品偏好的眼动研究[J].管理世界,2017,(9):129-140,169.
- [4]Allan B A, Douglass R P, Duffy R D, et al. Meaningful work as a moderator of the relation between work stress and meaning in life[J]. Journal of Career Assessment,2015,24(3):429-440.
- [5]Bellezza S, Paharia N, Keinan A. Conspicuous consumption of time: when busyness and lack of leisure time become a status symbol[J]. Journal of Consumer Research,2017,44(1):118-138.
- [6]Cohen G L, Sherman D K. The psychology of change: Self-affirmation and social psychological intervention[J]. Annual Review of Psychology,2014,65:333-371.
- [7]Hendriks B, Dormans S, Lagendijk A, et al. Understanding the geographical development of social movements: A web-link analysis of Slow Food[J]. Global Networks,2017,17(1):47-67.
- [8]Husemann K C, Eckhardt G M. Consumer deceleration[J]. Journal of Consumer Research,2019,45(6):1142-1163.
- [9]Johnson R E, Lanaj K, Barnes C M. The good and bad of being fair: Effects of procedural and interpersonal justice behaviors on regulatory resources[J]. The Journal of Applied Psychology,2014,99(4):635-650.
- [10]Keinan A, Kivetz R. Productivity orientation and the consumption of collectable experiences[J]. Journal of Consumer Research,2011,37(6):935-950.
- [11]Killgore W D S, Grugle N L, Balkin T J. Gambling when sleep deprived: Don't bet on stimulants[J]. Chronobiology International,2012,29(1):43-54.
- [12]Kim J C, Wadhwa M, Chattopadhyay A. When busy is less indulging: Impact of busy mindset on self-control behaviors[J]. Journal of Consumer Research,2019,45(5):933-952.
- [13]Lumsdon L M, McGrath P. Developing a conceptual framework for slow travel: A grounded theory approach[J]. Journal of Sustainable Tourism,2011,19(3):265-279.
- [14]Lynn M. Scarcity effects on value: A quantitative review of the commodity theory literature[J]. Psychology and Marketing,2010,8(1):43-57.
- [15]Sherf E N, Venkataramani V, Gajendran R S. Too busy to be fair? The effect of workload and rewards on managers' justice rule adherence[J]. Academy of Management Journal,2019,62(2):469-502.
- [16]Trope Y, Liberman N. Construal-level theory of psychological distance[J]. Psychological Review,2010,117(2):440-463.
- [17]Wilcox K, Laran J, Stephen A T, et al. How being busy can increase motivation and reduce task completion time[J]. Journal of Personality and Social Psychology,2016,110(3):371-384.

A Literature Review on Busyness: Conception, Mechanism and Future Research Directions

Zhang Hui¹, Jiang Xiaodong²

(1. School of Economics and Management, Anhui Normal University, Wuhu 241002, China;
2. College of Business, Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai 200433, China)

Summary: Busyness refers to a kind of subjective psychological perception which is generated from people's evaluation of their recent busy work status according to their current social norms and expectations. In recent years, the development of technology and the accumulation of material capital have not liberated the Chinese people from busy labor. They are more busy than before, from "social livestock" to "996" and then to "working for others". These hot words on the screen show that busyness is the main state and label of Chinese people at present. At the same time, theorists have carried out a lot of research on the antecedent and outcome variables of busyness, and it is time to systematically sort out and summarize them.

This paper systematically combs the relevant academic achievements of the existing busyness research, and is committed to integrating and summarizing them to form a systematic busyness research framework, so as to provide a more comprehensive and complete busyness summary system and guiding reference for future readers and scholars in the field of busyness. Firstly, this paper illustrates the concept of busyness, clarifies the difference between busyness and related concepts, and puts forward the concept of busyness valence. Secondly, this paper sorts out the antecedent and outcome variables of busyness in detail, and systematically integrates the existing research context of busyness from the two aspects of influencing factors and results. Thirdly, this paper sorts out a series of action mechanisms of busyness. Finally, future research on busyness can focus on the following aspects: One is exploring the relationship between busyness valence and individual behavior, such as the relationship between busyness valence and decision-making behavior. The other is exploring the relationship between consumers' perception of busyness and their consumption behaviors, such as the relationship between positive busyness and "face consumption" behavior, and the relationship between negative busyness and "slow consumption" behavior.

On the basis of reviewing the relevant literature on busyness, this paper constructs an integrated analysis framework of busyness research, and theoretically discusses the connotation, antecedents, consequences and internal interpretation mechanism of busyness. On the one hand, this paper highlights the importance of busyness in the fields of organizational behavior, individual decision-making and consumer behavior, which helps to provide a clear research framework for follow-up researchers. At the same time, it puts forward the concept of busyness valence, which provides a new research direction for the follow-up research on busyness. On the other hand, the integration analysis framework of busyness provides important managerial suggestions. For example, enterprises can dig out the ways of employee motivation from the influence mechanism of busyness on organizational behavior.

Key words: busyness; busyness valence; antecedent variables; outcome variables; action mechanisms

(责任编辑:王 孜)