

物质主义对大学生网络强迫性购买的影响:自我控制的中介作用

李静¹, 曹琴^{1,2}, 胡小勇¹, 郭永玉¹

(1.华中师范大学心理学院暨青少年网络心理与行为教育部重点实验室,武汉430079;2.四川省绵阳中学实验学校,绵阳621000)

【摘要】 目的:考察物质主义对大学生网络强迫性购买的影响,以及自我控制在其中的中介作用。方法:采用大学生物质主义价值观量表、大学生自我控制量表以及网络强迫性购买问卷,对成都市三所高校的529名大学生进行调查。结果:①物质主义与网络强迫性购买呈正相关($r=0.45, P<0.001$),物质主义与自我控制呈负相关($r=-0.43, P<0.001$),自我控制与网络强迫性购买呈负相关($r=-0.49, P<0.001$);②回归分析显示自我控制在物质主义与大学生网络强迫性购买之间的中介作用显著,中介效应所占比例为34.40%。结论:物质主义会增加大学生的网络强迫性购买倾向,且自我控制在其中起部分中介作用。

【关键词】 物质主义;自我控制;网络强迫性购买;大学生

中图分类号:R395.6

DOI: 10.16128/j.cnki.1005-3611.2016.02.034

The Effect of Materialism on Online Compulsive Buying: Mediating Role of Self-control

LI Jing¹, CAO Qin^{1,2}, HU Xiao-yong¹, GUO Yong-yu¹

¹School of Psychology, Central China Normal University, Key Laboratory of Adolescent Cyberpsychology and Behavior, Ministry of Education, Wuhan 430079, China; ²Mian Zhong Experimental School, Mianyang 621000, China

【Abstract】 **Objective:** The study aimed to explore the effect of materialism on online compulsive buying and the mediating role of self-control in this relationship. **Methods:** 529 college students in Chengdu completed material value scale, self-control scale and the inventory of online compulsive buying. **Results:** ①Materialism was positively correlated with online compulsive buying($r=0.45, P<0.001$), and negatively correlated with self-control($r=-0.43, P<0.001$). Self-control was negatively correlated with online compulsive buying($r=-0.49, P<0.001$). ②Regression analysis indicated that the mediating effect of self-control between materialism and online compulsive buying was significant, and the proportion of the mediating effect was 34.40%. **Conclusion:** Materialism may increase online compulsive buying tendency, and self-control serves as a partial mediating role between materialism and online compulsive buying.

【Key words】 Materialism; Self-control; Online compulsive buying; College students

全球互联网的快速发展给我们的工作生活带来了极大的便利,随着电子商务的深入人心,网络购物因其实惠、便捷和独特的优势,勾起了各年龄层尤其是青年群体的购物欲望,成为一种时尚的购物方式。但是,在我们津津乐道网购的同时,也会发现身边“网购成瘾”的人或“购物狂”渐渐多了起来。与此现象相联系的一个学术概念就是网络强迫性购买(online compulsive buying 或 e-compulsive buying)。对此概念学术界并没有专门进行定义,一般是将传统渠道的强迫性购买行为移植到网络购物情境,指通过互联网渠道进行的强迫性购买行为^[1,2]。一般认为,强迫性购买具有三个核心特征:①无法遏制的购买冲动;②个人对购买行为失去控制;③即使购买行为已经对个人、社会生活和职业活动造成很多负

面影响,仍持续不断地过度购买^[3]。有研究表明,在众多导致网络强迫性购买的因素中,比起网购情境等外部因素,内部因素即消费者自身的心理因素起着更为重要的影响^[2]。因此,深入挖掘大学生网络强迫性购买的心理机制,对于引导青少年养成健康理性的消费心理和行为具有重要的现实意义。

纵观以往研究,物质主义被一致认为是影响强迫性购买的最重要的心理因素。所谓物质主义(materialism),是指一种强调拥有物质财富对于个人生活重要性的价值观念,这种价值观念将财富的获取和占有作为生活的中心、幸福的根本、成功的标准^[4,5]。大量研究表明,物质主义对于强迫性购买^[6-9]和网络强迫性购买^[2,10,11]均具有较强的正向预测作用。

然而,鲜有研究进一步探讨物质主义影响网络强迫性购买的内在机制,仅有 Dittmar 等人^[10]探讨了情感满足和身份认同动机在其中的部分中介作用。除此之外,笔者认为另一种可能的原因在于物质主

【基金项目】 教育部人文社科青年基金项目(13YJC190012);青少年网络心理与行为教育部重点实验室开放课题(2012B05)

通讯作者:郭永玉, E-mail: yguo@mail.ccnu.edu.cn

义者自我控制能力的下降。自我控制(self-control)是个体因抑制或克服自身的欲望、需求而改变固有的或者习惯的行为、思维、注意的方式的过程,是一种行为、思想、注意的方式代替(克服)另一种的过程^[12]。已有研究发现,物质主义与自我控制存在显著负相关^[13],而且通过实验操纵被试的物质主义可导致其自我控制的降低^[14],表明物质主义者难以抵御外界的诱惑或克服自身的欲望和冲动。

关于自我控制的研究还发现,人们在自我控制能力上存在着个体差异。高自制力的个体能更好地适应社会,学习和工作中表现更好,有更高的生活满意感和幸福感,而低自制力的个体则更容易表现出成瘾、饮食障碍、过度消费甚至犯罪等许多问题行为^[15-18]。消费者的自我控制能力对于强迫性购买^[13, 19, 20]和网络强迫性购买^[2]的抑制作用已得到相关研究的证实。

综上所述,物质主义、自我控制与网络强迫性购买两两之间均存在密切关联,然而这三者之间的关系还有待进一步探讨。本研究旨在考察物质主义对大学生网络强迫性购买的影响,并着重探讨自我控制在其中的中介作用。

1 对象与方法

1.1 对象

本研究以成都市三所高校的大学本科学生为被试,共发放问卷550份,回收有效问卷529份,有效回收率为96.18%。其中,男生217人,占41.02%,女生307人,占58.03%,另有5人未填写性别信息。来自城镇的大学生223人,占42.16%,来自农村的大学生296人,占55.95%,另有10人未填写生源地信息。被试的平均年龄为19.54岁(SD=1.44)。

1.2 研究工具

1.2.1 物质主义 采用李静和郭永玉修订的大学生物质主义价值观量表^[21],包括成功、中心、幸福三个维度,共13个条目,得分越高说明物质主义倾向越强。本研究中该量表的内部一致性系数为0.72。

1.2.2 自我控制 采用谭树华和郭永玉修订的大学生自我控制量表^[22],包括冲动控制、健康习惯、抵御诱惑、专注工作、节制娱乐五个维度,共19个条目,得分越高说明自我控制能力越强。本研究中该量表的内部一致性系数为0.83。

1.2.3 网络强迫性购买 采用Dittmar等人编制的网络强迫性购买行为问卷^[10],共11个条目,得分越高说明网络强迫性购买倾向越强。本研究中该量表

的内部一致性系数为0.88。

1.3 数据收集与处理

采取集体施测,现场发放并回收问卷。采用SPSS 17.0对数据进行统计分析。

2 结果

2.1 网络强迫性购买倾向的性别、城乡差异

对大学生的网络强迫性购买倾向在性别和生源地上的差异进行检验,均值比较结果显示,男生的得分(1.97±0.70)和女生的得分(2.08±0.62)差异不显著($t=-1.82, P>0.05$),来自城镇的大学生(2.05±0.62)和来自农村的大学生(2.00±0.67)得分差异也不显著($t=0.93, P>0.05$)。

表1 物质主义、自我控制与网络强迫性购买的相关分析结果(n=529)

	M	SD	1	2	3
1. 物质主义	2.66	0.49	1		
2. 自我控制	3.34	0.51	-0.43***	1	
3. 网络强迫性购买	2.04	0.65	0.45***	-0.49***	1

注:* $P<0.05$,** $P<0.01$,*** $P<0.001$,下同。

表2 自我控制的中介效应检验(n=529)

步骤	结果变量	预测变量	R ²	F	β	t
第一步	网络强迫性购买	物质主义	0.20	132.85***	0.45	11.53***
第二步	自我控制	物质主义	0.18	115.90***	-0.43	-10.77***
第三步	网络强迫性购买	物质主义			0.30	7.39***
		自我控制	0.31	116.46***	-0.36	-8.95***

2.2 物质主义、自我控制与网络强迫性购买的关系

各研究变量的平均数、标准差和相关矩阵如表1所示。结果显示,物质主义与网络强迫性购买显著正相关,物质主义与自我控制显著负相关,自我控制与网络强迫性购买显著负相关。

分步多元回归分析结果(见表2)表明,第一步回归方程中,物质主义对网络强迫性购买的正向预测作用显著,第二步回归方程中,物质主义对自我控制的负向预测作用显著,第三步将自变量物质主义和中介变量自我控制一起纳入回归方程后发现,自我控制对网络强迫性购买的负向预测作用显著,物质主义对网络强迫性购买的正向预测作用仍然是显著的,但回归系数有所减小。表明自我控制在物质主义与网络强迫性购买之间起部分中介作用,中介效应占总效应的比例为34.40%。

3 讨论

以往研究表明,物质主义是网络强迫性购买的有力预测因素^[2, 10, 11],本研究再次验证了前人的研究

结果,即物质主义价值观水平越高的个体,越可能产生网络强迫性购买倾向。此外,本研究发现物质主义与自我控制显著负相关,自我控制与网络强迫性购买显著负相关,这与前人的研究结果^[2,13,14]也是一致的。

本研究的一个重要发现是自我控制在物质主义与网络强迫性购买之间起部分中介作用,即物质主义价值观水平较高的个体,由于自我控制能力较低,进而导致其更可能产生网络强迫性购买行为倾向。因为物质主义者特别强调借助物质财富的占有和对产品的消费来体现个人价值和意义,从而提高幸福感。网络购物作为一种时尚新型的购物方式,因其实惠、便捷和新颖的独特优势,特别能够勾起物质主义者的购物欲望。但由于他们的自我控制能力不足,难以抵御网络购物环境的种种诱惑,容易沉迷其中无法自拔,长此以往可能就会产生强迫性购买这种不健康不理性的消费行为。

自我控制在物质主义与网络强迫性购买之间的中介效应提示我们,除了引导大学生培养健康的价值观念,设法提升大学生的自我控制能力,是降低其网络强迫性购买倾向的一种有效途径。

参 考 文 献

- 1 贺和平. 网络强迫性购买行为研究脉络梳理及未来展望. 外国经济与管理, 2013, 35(1): 21-28
- 2 杜晓梦, 赵占波. 网络强迫性购买行为的内外部机制及应对措施研究. 管理评论, 2014, 26(4): 130-141
- 3 段新焕, 石艳彩, 张积家. 强迫购物症研究综述. 中国心理卫生杂志, 2007, 21(2): 135-138
- 4 Richins ML, Dawson S. A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. Journal of Consumer Research, 1992, 19(3): 303-316
- 5 李静, 郭永玉. 物质主义及其相关研究. 心理科学进展, 2008, 16(4): 637-643
- 6 Kearney M, Stevens L. Compulsive buying: Literature review and suggestions for future research. The Marketing Review, 2012, 12(3): 233-251
- 7 Otero-López JM, Villardefrancos E. Five-Factor Model personality traits, materialism, and excessive buying: A mediational analysis. Personality and Individual Differences, 2013, 54: 767-772
- 8 Otero-López JM, Villardefrancos E. Materialism and addictive buying in women: The mediating role of anxiety and depression. Psychological Reports, 2013, 113: 328-344
- 9 王财玉, 惠秋平, 何安明. 社会支持在大学生物质主义价值观与强迫性消费倾向之间的调节作用. 西华大学学报(哲学社会科学版), 2012, 31(4): 99-102
- 10 Dittmar H, Long K, Bond R. When a better self is only a button click away: Associations between materialistic values, emotional and identity-related buying motives, and compulsive buying tendency online. Journal of Social and Clinical Psychology, 2007, 26(3): 334-361
- 11 Li X, Yang HH, Wang K. A study on the model for psychological motives of compulsive buying online in China. International Conference on Management and Service Science-MASS, 2009. 1-4
- 12 谭树华, 郭永玉. 有限自制力的理论假设与相关研究. 中国临床心理学杂志, 2008, 16(3): 309-311
- 13 Rose P. Mediators of the association between narcissism and compulsive buying: The roles of materialism and impulse control. Psychology of Addictive Behaviors, 2007, 21(4): 576-581
- 14 Kim H. Situational materialism: How entering lotteries may undermine self-control. Journal of Consumer Research, 2013, 40(4): 759-772
- 15 Tangney JP, Baumeister RF, Boone AL. High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. Journal of Personality, 2004, 72: 271-322
- 16 何灿, 夏勉, 江光荣, 等. 自尊与网络游戏成瘾—自我控制的中介作用. 中国临床心理学杂志, 2012, 20(1): 58-60
- 17 陆遥, 何金波, 朱虹, 等. 父母教养方式对青少年进食障碍的影响: 自我控制的中介作用. 中国临床心理学杂志, 2015, 23(3): 473-476
- 18 陈京军, 范兴华, 程晓荣, 等. 农村留守儿童家庭功能与问题行为: 自我控制的中介作用. 中国临床心理学杂志, 2014, 22(2): 319-323
- 19 Faber RJ, Vohs KD. To buy or not to buy? Self-control and self-regulatory failure in purchase behavior. In Baumeister RF, Vohs KD. Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications. New York: Guilford Press, 2004. 509-524
- 20 Achtziger A, Hubert M, Kenning P, et al. Debt out of control: The links between self-control, compulsive buying, and real debts. Journal of Economic Psychology, 2015, 49: 141-149
- 21 李静, 郭永玉. 物质主义价值观量表在大学生群体中的修订. 心理与行为研究, 2009, 7(4): 280-283
- 22 谭树华, 郭永玉. 大学生自我控制量表的修订. 中国临床心理学杂志, 2008, 16(5): 468-470

(收稿日期: 2015-09-10)