

# 物质主义都是有害的吗？ ——来自实证和概念的挑战\*

李 静 杨蕊蕊 郭永玉

(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,  
人的发展与心理健康湖北省重点实验室, 武汉 430079)

**摘 要** 物质主义指的是一种强调拥有物质财富对于个人生活重要性的价值观念。过往研究多强调其消极效应, 但此观点日益面临挑战。实证研究表明物质主义在某些条件下能提升幸福感, 也可以作为不安全感的补偿策略。在概念层面, 有研究者基于动机的视角指出工具性物质主义是无害的, 并且物质主义作为一种身份目标追求, 能够建构和维持自我身份。未来研究需进一步为动机取向的物质主义概念提供实证研究的支持、评估物质主义补偿不安全感 and 提升幸福感的 effect、基于认知和动机的整合视角考察物质主义对幸福感的积极影响。  
**关键词** 物质主义; 幸福感; 不安全感; 工具性—终极性物质主义; 身份目标追求

**分类号** B849: C91

## 1 引言

在当今社会, 物质追求和财富积累在人们的生活中占有很重要的位置(Hudders & Pandelaere, 2012)。物质主义(materialism)指的是一种强调拥有物质财富对于个人生活重要性的价值观念(Richins & Dawson, 1992)。这种价值观强调借助对物质财富的占有和对奢侈品的消费来体现个人的价值和生活的意义, 从而提高幸福感 (Kilbourne & Pickett, 2008)。

然而, 近年来, 物质主义的负面影响却引起研究者的广泛关注(Duh, 2015; Kasser, 2016)。国内外大量研究都一致发现了物质主义对个体幸福感和生活满意度的负面影响(谢晓东等, 2013; 于晓波, 陈俊波, 2016; Chen, Yao, & Yan, 2013; Choi & An, 2013; Dittmar, Bond, Hurst, & Kasser, 2014; Jiang, Song, Ke, Wang, & Liu, 2017; Kasser et al., 2014; Nagpaul & Pang, 2017; Podoshen,

Andrzejewski, & Hunt, 2014; Roberts, Tsang, & Manolis, 2015; Tsang, Carpenter, Roberts, Frisch, & Carlisle, 2014)。除此之外, 物质主义还可能带来强迫性购买(Donnely, Ksendzova, & Howell, 2013; Harnish & Bridges, 2014; Zerach, 2016)、生态环境恶化(Hurst, Dittmar, Bond, & Kasser, 2013; Kasser, 2016; Segev, Shoham, & Gavish, 2015)、亲社会行为减少(Gasiorowska & Helka, 2012; Gasiorowska, Zaleskiewicz, & Wygrab, 2012; Wierzbicki & Zawadzka, 2014)、不道德行为(Gentina, Shrum, & Lowrey, 2016)以及偏见和种族主义(Roets, van Hiel, & Cornelis, 2006)等一系列社会问题。这些结果似乎告诉我们, 虽然物质主义在一定程度上有助于提高人们的工作动机, 通过刺激商品需求而促进经济增长(Sirgy et al., 2013, 2015), 但实质上物质主义是一种非常有害的价值观念。

物质主义都是有害的吗? 这个问题值得我们深刻反思。从社会层面来看, 在特定历史条件下, 物质主义提供了更为常识性的生活态度, 相对于宗教禁欲主义、原教旨主义、国家社会主义、极左思潮, 物质主义具有一定的启蒙价值; 比起“一大二公”、“狠斗‘私’字一闪念”、“毫不利己专门利人”, 物质主义是更接近市场经济的价值观。在心

收稿日期: 2017-01-10

\* 教育部人文社科青年基金项目: 物质主义: 不安全感的应对机制(13YJC190012)。

杨蕊蕊和李静为共同第一作者。

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

理学研究领域,也有少数研究者开始关注物质主义对个体的积极作用,使得“物质主义都是有害的”这一结论面临着越来越多的挑战。为了深化对物质主义本质的理解,推动物质主义研究领域更深入的发展,本文从实证和概念两个方面入手,分别评述物质主义可能存在的积极效应,并指出未来可能的研究方向,为国内学者进行相关研究提供参考。

## 2 实证的挑战

### 2.1 物质主义对幸福感的积极影响

虽然物质主义与幸福感的负相关已得到广泛证实,但也有一些研究者提出二者的相关程度会受到某些个人或情境变量的调节,在某些条件下,两者之间没有关系甚至呈正相关关系。例如, Sirgy 等人(2013)从认知的角度出发,指出物质主义对生活满意度和幸福感的影响可能是积极的也可能是消极的,这取决于物质主义者如何评价自己的生活水平。其研究发现,当物质主义者使用基于现实的期望(reality-based expectations)(如个人的受教育程度、技能、家庭状况)而非幻想的期望(fantasy-based expectations)(如我想成为非常富裕的人)来评价他们的生活水平时,其经济动机增强,从而有助于提高其生活满意度。

Pandelaere (2016)认为每个人在某种程度上都是物质主义的,并且物质主义消费并不一定是有害的,其结果取决于背后的动机。例如, Srivastava, Locke 和 Bartol (2001)从动机的视角来考察物质主义与幸福感的关系。研究发现,当控制挣钱的动机尤其是消极的动机如社会比较、寻求权力、炫耀和克服自我怀疑后,物质主义与幸福感之间的负相关关系就消失了,而挣钱的积极动机(安全、维持家庭、市场价值、自豪)和行动的自由(休闲、自由、冲动、慈善)对幸福感的主效应不显著。这说明物质主义与幸福感的负相关只是由于这些消极动机的影响,控制了这些消极的动机,这种负相关就不复存在了。Landry 等人(2016)重新修订了 Srivastava 等人(2001)编制的赚钱动机量表,将赚钱动机分为自我整合的动机(self-integrated motives)和非整合的动机(non-integrated motives)。自我整合的赚钱动机指的是能够促进个人成长的动机,包括休闲、自由、慈善、市场价值和自豪;非整合的赚钱动机指的是

那些不能促进个人成长的动机,包括冲动、社会比较和克服自我怀疑。进一步研究发现,自我整合的赚钱动机增加需要满足感,从而有助于提高幸福感;而非整合的赚钱动机会增加需要挫败感,进而增加不幸感。类似地, Carver 和 Baird (1998)从内部动机和外部动机的角度考察,发现当经济动机是外部动机(如获得奖励或避免惩罚,减轻罪恶感或获得社会赞许)时,经济欲望与自我实现呈负相关;然而,当经济动机是内部动机(如纯粹的快乐或反映自己的价值观和目标)时,经济欲望与自我实现呈正相关。需要说明的是,自我实现也可以作为测量幸福感的一种指标(Kasser & Ryan, 1993)。

还有研究者从价值观视角探究物质主义与幸福感之间的关系。Burroughs 和 Rindfleisch (2002)从价值观冲突的角度指出,物质主义是个体价值观系统的一部分,将对它与幸福感关系的考察置于更广泛的价值观系统的背景中才有意义。其研究表明,物质主义与传统宗教价值观的交互作用导致个体的内心紧张或冲突,从而降低了其幸福感,但这种效应仅仅存在于具有高水平集体定向价值观的个体中,而对于低水平集体定向价值观的个体而言,物质主义与幸福感几乎没有关联。Baker, Moschis, Ong 和 Pattanapanyasat (2013)的研究得到了类似的结论,且该结论在中国文化背景下的研究中也得到了一定的支持(李静,郭永玉,2012)。此外, Sagiv 和 Schwartz (2000)还提出了个人价值观与环境支持一致性的假设,即价值观与幸福感的关系取决于价值观与环境支持的匹配,不管价值观的内容如何,拥有与环境支持一致的价值观与幸福感呈正相关。他们以商学院和心理学院的大学生为被试,研究发现物质主义价值观对商学院的大学生而言并不是有害的,因为他们所处的环境支持和鼓励这种价值观。

以上分别从认知、动机和价值观的视角论述了物质主义在某种条件下可能对幸福感产生积极影响。除此之外,还有研究(Burroughs & Rindfleisch, 2002)指出,即便物质主义与幸福感之间的负相关关系是显著的,但这种相关只是中等偏低程度的,平均相关系数在-0.25左右。因此,对于大多个体而言,物质主义对其幸福感并不一定有很大的负面影响。但这一事实很少被物质主义研究者所承认。研究者们进一步分析了373名

美国成人被试的数据,发现其中有74名被试是典型的高水平的物质主义者,但同时他们 also 具有高水平的幸福感。也就是说,这20%的人属于“幸福的物质主义者”。而且这些幸福的物质主义者往往是受教育程度较高的并拥有高收入的男性。他们非常看重物质,但并未损害到其幸福感。目标达成假设(goal-attainment hypothesis)认为,物质主义者如果能成功达成设定的物质主义目标,那么物质主义就不会损害其幸福感(Martos & Kopp, 2012)。因此,那些“幸福的物质主义者”很可能是由于已经完成了设定的物质主义目标,所以才会产生较高的幸福感。还有研究表明,相比于非物质主义者,物质主义者更倾向于奢侈品消费,而物质主义者的奢侈品消费会使其产生积极情绪,减少消极情绪,从而有助于提高生活满意度(Hudders & Pandelaere, 2012)。由此可见,物质主义与幸福感之间的关系并不是简单的负相关,事实上,物质主义在某些条件下有助于提升幸福感。

## 2.2 物质主义对不安全感的补偿作用

即便从长远来看物质主义对个体和社会有负面影响,但至少在短期内具有一定的适应功能,可作为一种有效的压力应对机制(Brouskeli & Loumakou, 2014; Rindfleisch & Burroughs, 2004),因此物质主义并不总是有害的。不安全感(insecurity)指的是人们在社会环境中感知到的威胁或风险刺激超过了本身控制和释放能量的界限时,在内心形成的一种主观感知或感受,比如创伤感、危险感、焦虑、无力感和不确定等(Cameron & McCormick, 1954)。关于物质主义与不安全感的大量实证研究也表明,当个体内心缺乏安全感时,往往会把物质主义作为一种补偿策略,以减少不安全感所带来的痛苦。以下分别论述了物质主义对各种类型不安全感的补偿作用。

物质主义对存在不安全感的补偿。对死亡的恐惧可能是物质主义的一个成因。基于恐惧管理理论(terror management theory, TMT),研究者认为,人类为了应对未来无法避免的死亡而导致的焦虑,会增加对物质财富的追求(Arndt, Solomon, Kasser, & Sheldon, 2004; Rindfleisch & Burroughs, 2004)。这一观点已得到众多研究的支持。在死亡提醒(mortality salience)的条件下,人们的物质主义倾向会提高,即死亡威胁所带来的不安全感使

得人们对物质更加贪婪(段明明, 2014; 傅鑫媛, 文佳佳, 寇彧, 2014; 王予灵, 李静, 郭永玉, 2016; Christopher, Drummond, Jones, Marek, & Therriault, 2006; Kasser & Sheldon, 2000; Rindfleisch, Burroughs, & Wong, 2009; Sheldon & Kasser, 2008)。因此,在死亡威胁的恐惧之下,人们会试图寻求物质主义,以减轻其带来的焦虑。

物质主义对自我不安全感的补偿。如果人们对自己的身份(identity)感到不安全,会试图通过获得财物以提升自己的身份或地位。Wicklund 和 Gollwitzer (1981)提出象征性自我完成理论(symbolic self-completion theory),认为当个体感知到自我概念不完整时,会产生补偿的动机,寻求某种符号以完善自我概念。在众多补偿策略中,个体往往会选择获得和使用具有象征意义的物质产品,以完善自我概念的不足之处(Braun & Wicklund, 1989)。进一步的研究发现,当启动自我不确定感时,人们更倾向于将他们所拥有的物质商品感知为自我的延伸,以此来维持自我概念(Morrison & Johnson, 2011)。这就使自我受到威胁或体验到无助的个体,往往倾向于通过消费象征高地位的商品来进行补偿(Braun & Wicklund, 1989; Rucker & Galinsky, 2008; Sivanathan & Pettit, 2010)。也就是说,当个体体验到对自己的不确定(自我怀疑)或自我概念不清晰时,会将物质主义作为应对机制(Chang & Arkin, 2002; Noguti & Bokeyar, 2014)。因此,对财富的追求可能会帮助人们应对自我不安全感。

物质主义对人际不安全感的补偿。自我决定理论(self-determination theory)认为,关系需要是人类的基本心理需要之一(Kasser & Ryan, 1996)。研究表明,不和谐的家庭环境如家庭破裂、父母离异、父母冲突(Baker, Moschis, Benmoyal-Bouzaglo, & dos Santos, 2013; Benmoyal-Bouzaglo & Moschis, 2010)以及不当的教养方式(Fu, Kou, & Yang, 2015; Richins & Chaplin, 2015)会导致子女发展出物质主义倾向来补偿其未能满足的亲密关系需求。当个体只能得到重要他人有条件的积极关注时,会更加看重对经济成功等外部目标的追求(Sheldon & Kasser, 2008)。同样地,在群体中被同伴忽视或排斥的个体也会表现出更多的物质主义和炫耀性消费倾向(Jiang, Zhang, Ke, Hawk, Qiu, 2015; Lee & Shrum, 2012)。由此可见,物质主义对

于人际安全感的缺失会起到一定的补偿作用。

物质主义对经济不安全感的补偿。物质主义是儿童早期贫困经验的结果。Chaplin, Hill 和 John (2014)调查了 177 名分别来自贫穷和富裕家庭的儿童和青少年,发现尽管来自贫穷家庭的儿童(8~10岁)与来自富裕家庭的儿童具有相似的物质主义水平,但当他们进入青春期(11~17岁)时,来自贫穷家庭的青少年比来自富裕家庭的青少年明显表现出更高的物质主义水平。Twenge 和 Kasser (2013)采用 35 万多名美国青少年的大样本数据,再次证实了儿童期的家庭经济地位与青少年时期的物质主义水平负相关。因此,童年时期家庭经济条件较差儿童,由于其基本的生存和安全需要无法得到正常满足,从而会借助对物品的占有来补偿经济不安全感带来的不良体验,导致其往往具有较高的物质主义水平(Ahuvia & Wong, 2002)。

物质主义对社会不安全感的补偿。研究发现,在那些经历了社会剧变的国家里,由于社会流动性的增加和社会规则的混乱,国民的物质主义水平会随之急剧增加(Ger & Belk, 1996; Twenge & Kasser, 2013),因为物质主义可以为人们提供生活的目的和意义。在个体水平上,研究也发现,当个体感知到社会失范或社会秩序混乱时,会增加对社会的忧虑,从而导致其物质主义倾向的增强(Chang & Arkin, 2002)。因此,无论是社会层面还是个体层面,社会失范都有可能使人们在混乱中寻求物质主义来缓解不安全感。

综上,大量实证研究的证据表明,物质主义不一定是消极的,不管是对于幸福感的提升还是不安全感的消除,物质主义在一定程度上都有积极作用。就其与幸福感的关系而言,当物质主义者使用基于现实、而非幻想的期望来评价他们的生活水平时,其经济动机会增强,从而有助于提高其生活满意度;当挣钱动机是积极的、自我整合的、内部动机的时候,物质主义有助于提升幸福感;当个人所拥有的物质主义价值观与周围环境所支持的价值观一致的时候,物质主义者会从中得到快乐。就其对不安全感的补偿作用而言,当个体产生存在不安全感、自我不安全感、人际不安全感、经济以及社会不安全感时,物质主义至少能够在短期内缓解安全感缺失所带来的痛苦,帮助个体有效地应对压力和适应环境。

### 3 概念的挑战

对于物质主义与幸福感的负相关关系,还有一些研究者从物质主义的概念上提出质疑,认为以往研究广泛采用的价值取向的物质主义的定义本身就有局限性,如物质主义被界定为是消极的,相对稳定且难以改变,或者没有考虑物质主义行为背后的动机,因而导致研究者忽视了物质追求对消费者可能存在的积极效应。

#### 3.1 工具性物质主义与终极性物质主义

许多宗教和社会批评家都谴责物质主义本质上是坏的(Richins & Dawson, 1992)。然而,Csikszentmihalyi 和 Rochberg-Halton (1978)指出,财富能对人们的生活产生积极影响,并根据消费的目的和动机将物质主义区分为两种类型:一种是工具性的物质主义(*instrumental materialism*),指将物质财富作为实现个人价值和生活的目标的手段,这种物质主义对于个人基本需要的满足是必不可少的,因此是无害的;另一种是终极性的物质主义(*terminal materialism*),指将获得物质财富作为个人的终极目标,通过积累物质财富去获得社会地位并赢得他人的赞美和羡慕,这种物质主义是有害的。

这种界定与新精神分析学派的心理学家 Fromm 的观点颇为相近。他在其后期著作《占有还是存在》一书中,将人的生存方式和价值观区分为重占有与重存在两种取向:前者关注的是对财产、权力或荣誉的占有,认为生命的目的和意义在于尽可能的占有;后者关注的是生命的存在本身,以潜能的实现和发自内心的积极主动的生活作为人生价值之所在(郭永玉, 1999)。而占有又有两种表现形式,一种是功能性占有或生存性占有,就是对我们生活所必需的那些物品如食品、住房、衣服和工具的拥有和使用,这是一种合理的要求,是为了能够生存下去并为自我潜能的发挥创造必要的条件,这与另外一种形式即作为性格特征和价值取向的占有是不同的(埃里希·弗洛姆, 1976/2015)。因此,从本质上来讲,工具性的物质主义其实是一种功能性或生存性占有,而终极性的物质主义则是一种作为性格特征和价值取向的占有。

#### 3.2 作为身份目标追求的物质主义

同样是强调物质主义行为的动机,Shrum 等

人(2013)重新将物质主义界定为身份目标追求(identity goal pursuits),指个人试图借助于具有象征价值的产品、服务、体验或者关系的获得和使用来建构和维持自我身份的程度。该定义包含几个要点:第一,获得的方式不仅仅包括购买,还包括馈赠、继承和其他非购买方式;第二,物质主义行为包括获得和使用两个方面;第三,获得物不仅仅包括产品和服务,还包括体验(如爬山)和关系(如友谊);第四,获得物具有象征性意义,因此可作为一种信号(指向他人或自我)。第五,强调物质主义的功能是通过所有物来维持自我身份。

Shrum 等人(2013)认为,上述定义最重要的部分就是强调物质主义行为的潜在动机,即建构和维持自我身份,而不是侧重于行为本身。人们通过物质主义行为试图满足不同的身份动机,包括自尊、持续感、独特性、归属感、效能感和意义感。当然,物质主义行为并不是满足这些身份动机的唯一途径。例如,个人改善外貌以提高自尊,可以通过物质主义方式(整容),或者通过非物质主义的方式(锻炼节食)。如表 1 所示。

进一步来看,物质主义行为是如何满足这些身份动机的呢?研究者们认为这一过程主要通过物质商品(获得物)的象征性功能即信号(signaling)来实现(Shrum et al., 2013, 2014)。例如,炫耀性消费是个体通过炫耀财富去向他人展示个人的身份和地位(Janssens et al., 2011; Sundie et al., 2011),这被称为他人信号(other-signaling)。但是,并不是

所有的消费都是他人信号(Miller, 2009),获得物也可以作为自我信号(self-signaling) (Dhar & Wertenbroch, 2012; Richins, 2011)。如个人购买贵重的手表将其作为自我奖励,以获得经济安全,进而提高效能感。为了单纯的快乐而消费也是属于自我信号的范畴(Shrum et al., 2013)。除此之外,有些获得物是没有信号价值的,仅仅是为了满足最基本的生理或者安全需求,此类行为不是物质主义(Maslow, 1943)。因此,判断某一行为是否是物质主义,取决于该行为的动机是否是构建和维持自我身份而不是行为本身。

对于物质主义与幸福感的关系,Shrum 等人(2013)认为并不是所有的物质主义行为都会降低长期的幸福感,二者之间的相关关系取决于物质主义通过何种方式满足身份动机。当通过他人信号建构和维持自我身份时,物质追求对幸福感的长期影响是消极的;当通过自我信号建构和维持自我身份时,物质主义行为对幸福感的影响是积极的。如表 2 所示。因此,物质主义行为通过其自我信号功能,在一定程度上能够帮助人们提升幸福感。

为什么他人信号和自我信号会产生不一样的影响力?原因有二:第一,从获得物带来的预期效用的持续性来看,自我信号获得物相比于他人信号获得物产生的象征性价值持续时间更长(Shrum et al., 2013)。第二,自主需要是人类的基本心理需要之一(Kasser & Ryan, 1996),自我信号

表 1 通过物质主义方式或非物质主义方式寻求满足身份动机的例子

身份动机	定义	例子(物质主义方式)	例子(非物质主义)
自尊(self-esteem)	维持和提升积极自我的动机	进行整容手术提高个人外表的满意程度	锻炼或节食来塑形
持续感(continuity)	跨时间和跨情境维持自我身份的连续性,包括个人生活历史的进步和转折点;自我的身份在过去、现在和未来之间有着内在联系的感觉	获得一张来自家乡当地画家的画	捐款帮助重建家乡的社区中心
独特性(distinctiveness)	建立和维持与众不同的感觉	为爱车购买定做的修饰物或者颜色鲜亮的油漆和点缀物	在发现俄罗斯血统后,学习俄语和俄国文化课程
归属感(belonging)	维持和提升他人亲近、被他人接纳的需求	搬到新的城市居住后,购买和穿戴当地运动队的服装和配饰	搬到新的城市居住后,加入娱乐性运动队
效能感(efficacy)	维持和提升“能够胜任、能够把控”的感觉	在某人办公室的墙上展示学历证书	铁人三项训练并且参加比赛
意义感(meaning)	获取自身存在的意义或目的的需求	赚更多的钱为家人购买一个更大的理想的房子	赚更多的钱送儿子去梦想的艺术学校

表 2 物质主义对幸福感的影响及其过程

获得物	一般动机	动机满足的过程	物质主义	对长期幸福感的影响
昂贵的房子	身份构建	自我信号	是	积极
昂贵的房子	身份构建	他人信号	是	消极
昂贵的房子	快乐/内在	自我信号	是	积极
昂贵的房子	满足基本需求	无信号	否	积极
受欢迎的朋友	身份构建	自我信号	是	积极
受欢迎的朋友	身份构建	他人信号	是	消极
受欢迎的朋友	快乐/内在	自我信号	是	积极
受欢迎的朋友	满足基本需求	无信号	否	积极

比他人信号具有更强的自主性,能够更充分地满足自主的需要(Pandelaere, 2016),而基本心理需要的满足有助于提升幸福感(Wang, Liu, Jiang, & Song, 2017)。

与稳定的价值观取向的物质主义概念不同,这一动态的物质主义概念将自我整合进来,认为当自我认同的身份特征随时间变得更加稳定,或者个体找到了除消费以外用于维持和建构自我身份的其他方式时,物质主义的程度及方式会发生改变(Shrum et al., 2013)。并且,这一概念也没有事先规定物质主义的性质(积极的或者消极的),而是将物质主义作为一个中性概念,允许其既具有消极影响,也具有积极影响。因此,这个新的概念为物质主义可能产生的积极效应提供了更多的可能性,并且得到了其他研究者的高度认同(Manchiraju & Krizan, 2015; Srikant, 2013)。

#### 4 小结与展望

物质主义都是有害的吗?从物质主义这一概念的提出至今,这个问题就一直伴随着物质主义的相关研究。虽然大量研究表明物质主义会产生很多消极影响,但也有部分研究者发现,物质主义并不总是有害的,在某些情况下,甚至还有积极效应。来自实证研究的证据表明,物质主义在一定程度上可以提高幸福感并且应对不安全感;来自概念层面的证据表明,终极性物质主义是有害的,而工具性物质主义是无害的,并且物质主义在一定程度上有助于建构和维持自我身份,从而提高幸福感。在市场经济条件下,物质主义价值观在当今社会中愈加盛行,因此有必要对此领域加强研究。未来研究可以从以下几方面深入展开。

第一,为动机取向的物质主义概念提供实证研究的支持。如前所述,研究者基于动机的视角,提出了工具性—终极性物质主义和身份目标追求的物质主义概念,这些概念相对于传统广泛使用的价值观取向的物质主义概念更为深入,然而目前还主要停留在理论层面的解释。尽管已有少量实证研究对工具性—终极性物质主义的测量工具进行了初步探索,并考察了工具性物质主义和终极性物质主义与幸福感的关系(Gurel-Atay et al., 2014; Scott, 2009),但结果并不尽如人意,还需要未来研究进一步完善。而对于作为身份目标追求的物质主义概念,尚未有相应的实证研究予以支持。Shrum 等人(2013)指出,对这一新的概念的研究,更有助于揭示物质主义对幸福感的双重影响及其机制。此外,非稳定的、动态化的物质主义概念的出现,也为我们采用实验启动的方法来研究物质主义提供了前提条件。因此,对作为身份目标追求的物质主义的实证探索,也是未来研究中非常有价值的、有挑战性的一个新的方向。

第二,进一步评估物质主义补偿不安全感和提升幸福感的效果。也就是说,物质主义能够在多大程度上提升安全感和幸福感?其长期效应与短期效应各如何?安全需要是人类重要的基本需要,当今社会不安全事件频发,民众安全感严重缺失(俞国良,王浩,2016),民众对物质主义的追求可能是为了弥补安全感的缺失。但就目前来看,鲜有研究考察物质追求的满足感在多大程度上能够降低个体的不安全感,使安全感得以提升。另外,有研究指出,根据 TMT 的逻辑,在早期阶段,人们会寻求一些财物来应对死亡焦虑,但是,随着死亡变得越来越凸显,应对方式会发生改变:人们会把寻求物品让位于追求更加超越和集体主

义定向的机制(如宗教和人际关系),以缓解死亡焦虑(Rindfleisch & Burroughs, 2004)。所以,在这一动态的应对过程中,物质主义很可能只是一种暂时性表现。并且, Kasser (2016)也指出,在物质主义的研究领域中,研究者们需要改进研究设计,多采用纵向研究的方法,以便深入考察物质主义。因此,为了进一步探究这一动态的应对过程,未来研究可以通过实验操纵考察物质主义补偿作用的短期效应,通过纵向研究或深度访谈来考察物质主义补偿作用的长期效应。另外, Veenhoven (1999)认为,财富和幸福感之间的关系是曲线的,一旦达到某个饱和点,收入对幸福感的影响就会大大减少。也就是说,能够用金钱买到的基本需求一旦得到满足,那么随着财富的增加,所带来的幸福感就不会再增加了(李静,郭永玉, 2010; Diener & Seligman, 2004; Drakopoulos, 2008)。也就是说,物质主义可能在短期内对提高幸福感有较大帮助,而在长期来看却未必如此。因此,未来研究也可以考虑将幸福感分为终身幸福感和暂时幸福感,来探讨时间因素对两者关系的影响。

第三,基于认知和动机的整合视角探究物质主义对幸福感的影响。动机视角把物质主义分为工具性物质主义和终极性物质主义,并认为前者是无害的(Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1978);认知视角将物质主义分为基于现实期望的物质主义和基于幻想期望的物质主义,且研究发现前者有利于提高生活满意度(Sirgy et al., 2013)。未来研究可以尝试将认知和动机视角进行整合,提出四种类型的物质主义:基于现实期望的工具性物质主义、基于现实期望的终极性物质主义、基于幻想期望的工具性物质主义和基于幻想期望的终极性物质主义,由此探讨并比较这四种类型的物质主义对幸福感的影响,从而为处于物质主义时代的人们提高幸福感提供一种新的路径。

## 参考文献

- 埃里希·弗洛姆. (2015). *占有还是存在*(李穆译). 北京: 世界图书出版公司. (原书出版于1976年)
- 段明明. (2014). 基于恐怖管理理论的死亡焦虑与消费行为研究述评. *外国经济与管理*, 36(3), 29-37.
- 傅鑫媛, 文佳佳, 寇彧. (2014). 大城市职场未婚女性的安全感对其择偶中物质倾向的影响. *心理科学*, 37, 950-956.
- 郭永玉. (1999). *孤立无援的现代人——弗罗姆的人本精神分析*. 武汉: 湖北教育出版社.
- 李静, 郭永玉. (2010). 收入与幸福的关系及其现实意义. *心理科学进展*, 18, 1073-1080.
- 李静, 郭永玉. (2012). 大学生物质主义与儒家传统价值观的冲突研究. *心理科学*, 35, 160-164.
- 王予灵, 李静, 郭永玉. (2016). 向死而生, 以财解忧? 存在不安全感对物质主义的影响. *心理科学*, 39, 921-926.
- 谢晓东, 张卫, 喻承甫, 周雅颂, 叶瀚琛, 陈嘉俊. (2013). 青少年物质主义与幸福感的关系: 感恩的中介作用. *心理科学*, 36, 638-646.
- 俞国良, 王浩. (2016). 社会转型: 国民安全感的社会心理学分析. *社会学评论*, 4(3), 11-20.
- 于晓波, 陈俊波. (2016). 大学生物质主义与幸福感的关系: 行为自主的中介效应. *首都师范大学学报(社会科学版)*, (3), 148-156.
- Ahuvia, A. C., & Wong, N. Y. (2002). Personality and values based materialism: Their relationship and origins. *Journal of Consumer Psychology*, 12, 389-402.
- Arndt, J., Solomon, S., Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2004). The urge to splurge: A terror management account of materialism and consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 14, 198-212.
- Baker, A. M., Moschis, G. P., Benmoyal-Bouzaglo, S., & dos Santos, C. P. (2013). How family resources affect materialism and compulsive buying: A cross-country life course perspective. *Cross-Cultural Research*, 47, 335-362.
- Baker, A. M., Moschis, G. P., Ong, F. S., & Pattanapanyasat, R. P. (2013). Materialism and life satisfaction: The role of stress and religiosity. *The Journal of Consumer Affairs*, 47, 548-563.
- Benmoyal-Bouzaglo, S., & Moschis, G. P. (2010). Effects of family structure and socialization on materialism: A life course study in France. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 18, 53-70.
- Braun, O. L., & Wicklund, R. A. (1989). Psychological antecedents of conspicuous consumption. *Journal of Economic Psychology*, 10, 161-187.
- Brouskeli, V., & Loumakou, M. (2014). Materialism, stress and health behaviors among future educators. *Journal of Education and Training Studies*, 2, 145-150.
- Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2002). Materialism and well-being: A conflicting values perspective. *Journal of Consumer Research*, 29, 348-370.
- Cameron, W. B., & McCormick, T. C. (1954). Concepts of security and insecurity. *American Journal of Sociology*, 59, 556-564.
- Carver, C. S., & Baird, E. (1998). The American dream revisited: Is it what you want or why you want it that matters? *Psychological Science*, 9, 289-292.
- Chang, L. C., & Arkin, R. M. (2002). Materialism as an

- attempt to cope with uncertainty. *Psychology and Marketing*, 19, 389–406.
- Chaplin, L. N., Hill, R. P., & John, D. R. (2014). Poverty and materialism: A look at impoverished versus affluent children. *Journal of Public Policy & Marketing*, 33, 78–92.
- Chen, Y., Yao, M., & Yan, W. (2013). Materialism and well-being among Chinese college students: The mediating role of basic psychological need satisfaction. *Journal of Health Psychology*, 19, 1232–1240.
- Choi, H., & An, D. (2013). Materialism, quality of life, and the well-being lifestyle of urban consumers: A cross-cultural study of Korea and China. *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, 2, 245–257.
- Christopher, A. N., Drummond, K., Jones, J. R., Marek, P., & Theriault, K. M. (2006). Beliefs about one's own death, personal insecurity, and materialism. *Personality and Individual Differences*, 40, 441–451.
- Csikszentmihalyi, M., & Rochberg-Halton, E. (1978). Reflections on materialism. *University of Chicago Magazine*, 70, 6–15.
- Dhar, R., & Wertenbroch, K. (2012). Self-signaling and the costs and benefits of temptation in consumer choice. *Journal of Marketing Research*, 49, 15–25.
- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond money: Toward an economy of well-being. *Psychological Science in the Public Interest*, 5, 1–31.
- Dittmar, H., Bond, R., Hurst, M., & Kasser, T. (2014). The relationship between materialism and personal well-being: A meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107, 879–924.
- Donnelly, G., Ksendzova, M., & Howell, R. T. (2013). Sadness, identity, and plastic in over-shopping: The interplay of materialism, poor credit management, and emotional buying motives in predicting compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 39, 113–125.
- Drakopoulos, S. A. (2008). The paradox of happiness: Towards an alternative explanation. *Journal of Happiness Studies*, 9, 303–315.
- Duh, H. I. (2015). Antecedents and consequences of materialism: An integrated theoretical framework. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 7, 20–35.
- Fu, X. Y., Kou, Y., & Yang, Y. (2015). Materialistic values among Chinese adolescents: Effects of parental rejection and self-esteem. *Child & Youth Care Forum*, 44, 43–57.
- Gasiorowska, A., & Helka, A. (2012). Psychological consequences of money and money attitudes in dictator game. *Polish Psychological Bulletin*, 43, 20–26.
- Gasiorowska, A., Zaleskiewicz, T., & Wygrab, S. (2012). Would you do something for me? The effects of money activation on social preferences and social behavior in young children. *Journal of Economic Psychology*, 33, 603–608.
- Gentina, E., Shrum, L. J., & Lowrey, T. M. (2016). Coping with loneliness through materialism: Strategies matter for adolescent development of unethical behaviors. *Journal of Business Ethics*, 1–20, doi: 10.1007/s10551-016-3329-x.
- Ger, G., & Belk, R. W. (1996). Cross-cultural differences in materialism. *Journal of Economic Psychology*, 17, 55–77.
- Gurel-Atay, E., Sirgy, M. J., Webb, D., Ekici, A., Lee, D. J., Cicic, M., ... Hegazy, I. (2014). What motivates people to be materialistic? Developing a measure of instrumental-terminal materialism. *Advances in Consumer Research*, 42, 502–503.
- Harnish, R. J., & Bridges, K. R. (2014). Compulsive buying: The role of irrational beliefs, materialism, and narcissism. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 33, 1–16.
- Hudders, L., & Pandelaere, M. (2012). The silver lining of materialism: The impact of luxury consumption on subjective well-being. *Journal of Happiness Studies*, 13, 411–437.
- Hurst, M., Dittmar, H., Bond, R., & Kasser, T. (2013). The relationship between materialistic values and environmental attitudes and behaviors: A meta-analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 36, 257–269.
- Janssens, K., Pandelaere, M., van den Bergh, B., Millet, K., Lens, I., & Roe, K. (2011). Can buy me love: Mate attraction goals lead to perceptual readiness for status products. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47, 254–258.
- Jiang, J., Song, Y., Ke, Y. N., Wang, R., & Liu, H. Y. (2017). Is disciplinary culture a moderator between materialism and subjective well-being? A three-wave longitudinal study. *Journal of Happiness Studies*, 17, 1391–1408.
- Jiang, J., Zhang, Y., Ke, Y. N., Hawk, S. T., & Qiu, H. (2015). Can't buy me friendship? Peer rejection and adolescent materialism: Implicit self-esteem as a mediator. *Journal of Experimental Social Psychology*, 58, 48–55.
- Kasser, T. (2016). Materialistic values and goals. *Annual Review of Psychology*, 67, 489–514.
- Kasser, T., Rosenblum, K. L., Sameroff, A. J., Deci, E. L., Niemiec, C. P., Ryan, R. M., ... Hawks, S. (2014). Changes in materialism, changes in psychological well-being: Evidence from three longitudinal studies and an intervention experiment. *Motivation and Emotion*, 38, 1–22.
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (1993). A dark side of the American dream: Correlates of financial success as a central life aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 410–422.
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and



- extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 280–287.
- Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2000). Of wealth and death: Materialism, mortality salience, and consumption behavior. *Psychological Science*, 11, 348–351.
- Kilbourne, W., & Pickett, G. (2008). How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, 61, 885–893.
- Landry, A. T., Kindlein, J., Trépanier, S. G., Forest, J., Zigarmi, D., Houson, D., & Brodbeck, F. C. (2016). Why individuals want money is what matters: Using self-determination theory to explain the differential relationship between motives for making money and employee psychological health. *Motivation and Emotion*, 40, 226–242.
- Lee, J., & Shrum, L. J. (2012). Conspicuous consumption versus charitable behavior in response to social exclusion: A differential needs explanation. *Journal of Consumer Research*, 39, 530–544.
- Manchiraju, S., & Krizan, Z. (2015). What is materialism? Testing two dominant perspectives on materialism in the marketing literature. *Management & Marketing*, 10, 89–102.
- Martos, T., & Kopp, M. S. (2012). Life goals and well-being: Does financial status matter? Evidence from a representative Hungarian sample. *Social Indicators Research*, 105, 561–568.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370–396.
- Miller, G. (2009). *Spent: Sex, evolution, and consumer behavior*. New York: Viking.
- Morrison, K. R., & Johnson, C. S. (2011). When what you have is who you are: Self-uncertainty leads individualists to see themselves in their possessions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37, 639–651.
- Nagpaul, T., & Pang, J. S. (2017). Materialism lowers well-being: The mediating role of the need for autonomy—correlational and experimental evidence. *Asian Journal of Social Psychology*, 20, 11–21.
- Noguti, V., & Bokeyar, A. L. (2014). Who am I? The relationship between self-concept uncertainty and materialism. *International Journal of Psychology*, 49, 323–333.
- Pandelaere, M. (2016). Materialism and well-being: The role of consumption. *Current Opinion in Psychology*, 10, 33–38.
- Podoshen, J. S., Andrzejewski, S. A., & Hunt, J. M. (2014). Materialism, conspicuous consumption, and American Hip-Hop subculture. *Journal of International Consumer Marketing*, 26, 271–283.
- Richins, M. L. (2011). Materialism, transformation expectations, and spending: Implications for credit use. *Journal of Public Policy and Marketing*, 30, 141–156.
- Richins, M. L., & Chaplin, L. N. (2015). Material parenting: How the use of goods in parenting fosters materialism in the next generation. *Journal of Consumer Research*, 41, 1333–1357.
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19, 303–316.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E. (2004). Terrifying thoughts, terrible materialism? Contemplations on a terror management account of materialism and consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 14, 219–224.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Wong, N. (2009). The safety of objects: Materialism, existential insecurity, and brand connection. *Journal of Consumer Research*, 36, 1–16.
- Roberts, J. A., Tsang, J. A., & Manolis, C. (2015). Looking for happiness in all the wrong places: The moderating role of gratitude and affect in the materialism–life satisfaction relationship. *The Journal of Positive Psychology*, 10, 489–498.
- Roets, A., van Hiel, A., & Cornelis, I. (2006). Does materialism predict racism? Materialism as a distinctive social attitude and a predictor of prejudice. *European Journal of Personality*, 20, 155–168.
- Rucker, D. D., & Galinsky, A. D. (2008). Desire to acquire: Powerlessness and compensatory consumption. *Journal of Consumer Research*, 35, 257–267.
- Sagiv, L., & Schwartz, S. H. (2000). Value priorities and subjective well-being: Direct relations and congruity effects. *European Journal of Social Psychology*, 30, 177–198.
- Scott, K. (2009). *Terminal materialism vs. instrumental materialism: Can materialism be beneficial?* (Unpublished doctoral dissertation). Oklahoma State University.
- Segev, S., Shoham, A., & Gavish, Y. (2015). A closer look into the materialism construct: The antecedents and consequences of materialism and its three facets. *Journal of Consumer Marketing*, 32, 85–98.
- Sheldon, K. M., & Kasser, T. (2008). Psychological threat and extrinsic goal striving. *Motivation and Emotion*, 32, 37–45.
- Shrum, L. J., Lowrey, T. M., Pandelaere, M., Ruvio, A. A., Gentina, E., Furchheim, P., ... Steinfield, L. (2014). Materialism: The good, the bad, and the ugly. *Journal of Marketing Management*, 30, 1858–1881.
- Shrum, L. J., Wong, N., Arif, F., Chugani, S. K., Gunz, A., Lowrey, T. M., ... Sundie, J. (2013). Reconceptualizing materialism as identity goal pursuits: Functions, processes, and consequences. *Journal of Business Research*, 66, 1179–1185.

- Sirgy, M. J., Gurel-Atay, E., Webb, D., Cacic, M., Husic-Mehmedovic, M., Ekici, A., ... Johar, J. S. (2013). Is materialism all that bad? Effects on satisfaction with material life, life satisfaction, and economic motivation. *Social Indicators Research, 110*, 349–366.
- Sirgy, M. J., Jiao, J. J., Lee, D. J., Yu, G., Gurel-Atay, E., & Rittenburg, T. (2015, June). *The effects of materialism on economic motivation and subjective well-being*. Paper presented at the 40th Annual Macromarketing Conference, Chicago, IL.
- Sivanathan, N., & Pettit, N. C. (2010). Protecting the self through consumption: Status goods as affirmational commodities. *Journal of Experimental Social Psychology, 46*, 564–570.
- Srikant, M. (2013). Materialism in consumer behavior and marketing: A review. *Management & Marketing, 8*, 329–352.
- Srivastava, A., Locke, E. A., & Bartol, K. M. (2001). Money and subjective well-being: It's not the money, it's the motives. *Journal of Personality and Social Psychology, 80*, 959–971.
- Sundie, J. M., Kenrick, D. T., Griskevicius, V., Tybur, J. M., Vohs, K. D., & Beal, D. J. (2011). Peacocks, Porsches, and Thorstein Veblen: Conspicuous consumption as a sexual signaling system. *Journal of Personality and Social Psychology, 100*, 664–680.
- Tsang, J. A., Carpenter, T. P., Roberts, J. A., Frisch, M. B., & Carlisle, R. D. (2014). Why are materialists less happy? The role of gratitude and need satisfaction in the relationship between materialism and life satisfaction. *Personality and Individual Differences, 64*, 62–66.
- Twenge, J. M., & Kasser, T. (2013). Generational changes in materialism and work centrality, 1976–2007: Associations with temporal changes in societal insecurity and materialistic role modeling. *Personality and Social Psychology Bulletin, 39*, 883–897.
- Veenhoven, R. (1999). Quality-of-life in individualistic society: A comparison of 43 nations in the early 1990's. *Social Indicators Research, 48*, 157–186.
- Wang, R., Liu, H. Y., Jiang, J., & Song, Y. (2017). Will materialism lead to happiness? A longitudinal analysis of the mediating role of psychological needs satisfaction. *Personality and Individual Differences, 105*, 312–317.
- Wicklund, R. A., & Gollwitzer, P. M. (1981). Symbolic self-completion, attempted influence, and self-deprecation. *Basic and Applied Social Psychology, 2*, 89–114.
- Wierzbicki, J., & Zawadzka, A. M. (2014). The effects of the activation of money and credit card vs. that of activation of spirituality—which one prompts pro-social behaviours? *Current Psychology, 35*, 344–353.
- Zerach, G. (2016). The mediating role of emptiness and materialism in the association between pathological narcissism and compulsive buying. *International Journal of Mental Health and Addiction, 14*, 424–437.

## Is materialism all that bad? Challenges from empirical and conceptual research

LI Jing; YANG Ruirui; GUO Yongyu

(School of Psychology, Central China Normal University; Key Laboratory of Adolescent Cyberpsychology and Behavior, Ministry of Education, and Hubei Human Development and Mental Health Key Laboratory, Wuhan 430079, China)

**Abstract:** Materialism refers to a personal value stressing the importance of owning material possessions for life. Most of previous literature focused on studying its negative effects, but this view has been increasingly challenged. The current empirical studies demonstrated that materialism could promote happiness under certain conditions, and could be used as a compensation strategy for personal sense of insecurity. From the motivation perspective some researchers pointed out that conceptually instrumental materialism could be benign, and materialism could be considered as identity goal pursuit for self-identity construction and maintenance as well. Future research may provide more empirical evidence for the motivation-based concepts of materialism, and evaluate the effectiveness of materialism for insecurity compensation and happiness promotion. Another direction for future research would be investigating the positive impact of materialism on well-being from an integration perspective of cognition and motivation.

**Key words:** materialism; happiness; insecurity; instrumental-terminal materialism; identity goal pursuits