

童年主观社会经济地位与生活满意度的关系： 一个有调节的中介模型

段羽佳, 王新雨, 罗子彤

中央财经大学社会与心理学院, 北京

收稿日期: 2022年3月22日; 录用日期: 2022年4月21日; 发布日期: 2022年4月27日

摘要

为探讨童年生活经历与生活满意度的关系及其作用机制, 本文对5911名被试进行调查。结果表明: 1) 在控制年龄、性别、婚姻状况、文化程度、社会经济地位的条件下, 童年生活经历显著正向预测生活满意度; 2) 童年生活经历通过挣钱动机的中介作用预测生活满意度; 3) 挣钱动机的中介作用受到敬畏感的调节。具体来说, 相对于低敬畏感的被试, 高敬畏感的被试的挣钱动机对生活满意度的预测作用更大。研究结果有助于转化不利的童年生活经历为优势, 从而提升生活满意度。

关键词

童年主观社会经济地位, 生活满意度, 挣钱动机, 敬畏感

The Relationship between Childhood Subjective Socioeconomic Status and Life Satisfaction: A Moderated Mediation Model

Yujia Duan, Xinyu Wang, Zitong Luo

School of Sociology and Psychology, Central University of Finance and Economics, Beijing

Received: Mar. 22nd, 2022; accepted: Apr. 21st, 2022; published: Apr. 27th, 2022

Abstract

To investigate the relationship between subjective socioeconomic status and life satisfaction in childhood and its mechanism, 5911 participants were investigated. The results showed that: 1)

文章引用: 段羽佳, 王新雨, 罗子彤(2022). 童年主观社会经济地位与生活满意度的关系: 一个有调节的中介模型. 心理学进展, 12(4), 1483-1491. DOI: 10.12677/ap.2022.124177

childhood subjective socioeconomic status significantly positively predicted life satisfaction under the control of age, gender, marital status, education level and socioeconomic status; 2) life experience in childhood predicted life satisfaction through the mediating effect of motives for making money; 3) The mediating role of earning motivation is moderated by the sense of awe. Specifically, compared with the participants with low sense of awe, the motives for making money are a greater predictor of life satisfaction for the participants with high sense of awe. This study is helpful to transform unfavorable childhood life experiences into an advantage, thus improving life satisfaction.

Keywords

Childhood Subjective Socioeconomic Status, Life Satisfaction, Motives for Making Money, Sense of Awe

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

生活满意度作为积极心理学的一个重要研究范畴,业已得到了广泛的研究(李莹, 2013; 宋瑞, 2021; Joshanloo, Sirgy, & Park, 2018)。国外两位学者 Shin 和 Johnson (1978)第一次提出了生活满意度的概念,他们普遍认为人类的生活满意程度是指个体按照自己设定的标准对自己以往生活品质所作出的一种主观情绪感受和认识评估判断,是内心中幸福感的重要表现和构造。近年来,我国有学者提出生活满意度指的是对本人生活质量的主观体验,是一种对自身生活各方面的“理想状态”与“现实状况”之间差距的主观认知和评价(张俊杰, 汪海彬, 姚本先, 2009)。

影响生活满意度的因素有很多,大量的研究探讨了主观社会经济地位与生活满意度之间的关系。学者周佳惠(2019)的研究表明,主观社会经济地位与自尊呈显著正相关,与抑郁呈显著负相关。这类研究结果普遍认为,主观社会经济地位可以正向预测生活满意度。然而,这些研究主要是从成年人的主观经济地位出发而进行探讨,很少有研究从童年时期的经济体验角度对此问题进行探究。

已有研究表明,童年经历对个体成年的情绪、态度、行为都有着重要的影响(林丽华, 甘明星, 郭治斌, 张本钰, 江琴, 2020; 季善玲, 王惠萍, 2018; 张紫薇等, 2019)。Frijters 等(2014)的研究发现,童年的生活经历可以显著预测成年后的生活满意度等身心健康指标。有研究(庄文婷, 李彦欣, 姜涛, 汤晶, 2020)发现,大学生的自杀意念与童年时期负性生活事件呈正相关。但是,大多数研究关注童年的“不幸”经历,如父母离异、酗酒、被疏离等,很少有研究将童年生活经历侧重于童年的“缺钱”经历。那么,个体的童年“缺钱”经历是如何影响当下的生活满意度的?本研究将重点放在童年时期个体主观社会经济地位对生活满意度的影响,并探索其作用机制,以期丰富社会经济地位对生活满意度影响的研究,并为提升个体生活满意度提供理论依据。

2. 童年主观社会经济地位与生活满意度

社会经济地位(Socioeconomic Status, SES)主要是指个体所拥有的经济特征(物质财富)与非经济特征(受教育水平和职业名望等),并据此指标划分出其在社会群体中的阶层地位(Bradley & Corwyn, 2002; Hackman & Farah, 2009)。它具体可分为客观社会经济地位(Objective Socioeconomic Status, OSS)和主观社会经济地位(Subjective Socioeconomic Status, SSS)。之后根据 Quon 和 McGrath 的划分方法,按年龄进行

细分：童年期、青少年期、成年期主或客观社会经济地位(Quon & McGrath, 2014)，年龄的细分有助于研究者们更好地探究各阶段社会经济地位对个体的不同层面影响。目前大多数研究聚焦于成年期的客观社会经济地位，本研究将研究重点放在童年期的主观社会经济地位。

关于童年时期社会经济地位对生活满意度的研究，研究普遍认为童年社会经济地位可以显著影响生活满意度(Makriyianis et al., 2019)。有大量研究表明，社会经济地位与认知和行为结果息息相关。Boylan 等人(2020)发现，童年时期的客观社会经济地位对中年炎症有显著影响，且其中的心理资源(如：生活目标、乐观主义、责任心)是早期生活对炎症的影响的重要调节因素。

在心理-社会机制下，研究者发现社会比较理论(Singh-Manoux, Adler, & Marmot, 2003)适用于童年时期的主观社会经济地位对日后的生活满意度的影响。社会比较理论认为，自我和他人之间的资源比较带来的压力可能损害心理健康，同时造成对生活的不满意(Anderson, Hildreth, & Howland, 2015)。

由此我们认为，童年时期的主观社会经济地位也会影响日后的生活满意度，并提出假设 H1：童年主观社会经济地位正向预测生活满意度。

3. 挣钱动机的中介作用

动机是个体选择目标的原因(Locke & Latham, 1990)。根据社会资本理论，童年时期的家庭经济状况会影响个体的挣钱动机，童年主观社会经济地位较好的个体为了维持家庭的社会经济地位，被认为有较高的挣钱动机。孟莉(2012)发现，社会经济地位对个人的成就动机具有一定的正向预测作用，即社会经济地位越高的个体努力进取，追求卓越的动机越强。

那么挣钱动机如何影响生活满意度的呢？Robak 等人(2007)的研究发现，来帮助别人、感到安全、为自己自豪等挣钱动机，预示着主观幸福感和生活满意度。研究者(Zhao et al., 2020)发现挣钱动机与生活满意度呈正相关。并在货币的工具/毒药理论(tool/drug theory)框架下给出解释，即货币会像药物一样给人即时的回报。

由此我们提出假设 H2：童年生活经历通过挣钱动机的中介作用正向预测生活满意度。

4. 敬畏感的调节作用

学者将敬畏感定义为当我们面对那些广阔的、浩大的、超出当前理解范围的事物时所产生的复杂情绪体验(Keltner & Haidt, 2003)。幸福感和生活满意度是人们追求的终极目标，也是挣钱从而消费的终极目标。在消费过程中，品牌标识、产品本身、传播作品、代言人、其他消费者，以及消费体验的过程，都可能引致敬畏(叶巍岭, 周欣悦, 黄蓉, 2018)。在消费学领域中，现有研究发现在启动敬畏感后，他们将更偏好体验性消费而不是活动物质产品，并且体验到更高的生活满意度(Tian & Lu, 2015)。

从敬畏感的心理原型理论来说，唤醒人们敬畏感之后，消费者会随着集体意识的增加而减少对个人得失的关注，把注意力转向更大的环境，实现自我超越，从而使生活满意度得到提升(Claire & Vassilis, 2016)。同时，Anderson 等人(2018)的研究发现大自然等具有治愈的作用，带来更多的幸福感和满意度，其作用机制也可由敬畏感来解释。

由此提出假设 H3：敬畏感调节童年生活经历通过挣钱动机影响生活满意度的后半路径，相对于低敬畏感的参与者，高敬畏感的参与者挣钱动机对生活满意度的预测作用更大。并提出假设模型(图 1)。

5. 方法

5.1. 研究对象

研究包括来自不同城市的 5947 份问卷，其中有效问卷数量为 5911 份，其中男性 2819 人(47.7%)，

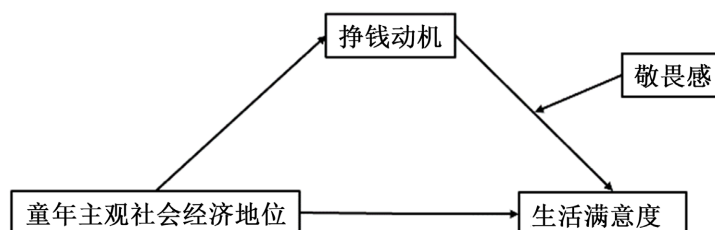


Figure 1. Hypothetical model of this study

图 1. 本研究假设模型

女性 3015 人(51%)，缺失数据 77 人(1.3%)。参与者的婚姻状况如下：3955 人(66.9%)已婚，1713 人(29%) 单身，141 人(2.4%)离婚，其余 102 人(1.7%)的数据缺失。

所有参与者完成了一项综合了主观社会经济地位、生活满意度、挣钱动机、敬畏感量表的问卷，其中还包含一些人口学变量，如年龄、性别、婚姻状况、文化程度等，并告知所有参与者本问卷的目的仅用于研究。

5.2. 测量工具

5.2.1. 主观社会经济地位量表

本研究采用主观社会经济地位量表中的童年社会经济地位分量表(Griskevicius et al., 2011a; Griskevicius et al., 2011b)。该量表共含有三个题目，代表题目如：与我中小学的同学相比，我家里还算富裕。均为童年时感知到的家庭经济状况，采用李克特五点计分量表，相加得到总分，总得分越高表示童年时感知的社会经济地位状况越好。本研究中，该量表的 α 系数为 0.87。

5.2.2. 生活满意度量表

该生活满意度量表由五个项目组成(Diener et al., 1985)，如：我对我的生活感到满意。采用李克特七点量表，总得分越高表示生活满意度越高。该量表在以往的一些研究中信效度良好(欧阳益等, 2009)。在本研究中，该量表的 α 系数为 0.85。

5.2.3. 挣钱动机量表

Srivastava 等人于 2001 年(Srivastava et al., 2001)编制了的挣钱动机量表(Motives for Making Money Scale, MMMS)，Landry 等人后于 2016 年进一步验证了 MMMS，并确立了该量表的三个维度：基本动机、自我整合动机、非整合动机(Landry, 2016)。共三十个条目，要求参与者说明他们在多大程度上同意这些陈述，采用李克特七点计分量表，从 1 (完全同意)到 7 (完全不同意)，更高的得分意味着赚钱的动机更强。该量表在以往的一些研究中信效度良好(Zhao et al., 2020)。本研究中，该量表整体的 α 系数为 0.90。

5.2.4. 敬畏感量表

采用国内学者修订的特质性敬畏情绪量表(Dispositional Positive Emotion Scales, DPES)测量个体敬畏感。该量表共有 6 个项目，每个项目均为七点计分。如：我感觉到美无处不在、我几乎每天都会感到惊奇。得分越高表示敬畏感越高。该量表在以往的一些研究中信效度良好(李双双, 2021)。在本研究中，该量表的 α 系数为 0.79。

6. 结果

6.1. 共同方法检验偏差

由于本研究所有数据都通过问卷收集，因而需要对研究中涉及到的变量进行共同方法偏差检验，采

用 Harman 单因子检验进行共同方法偏差检验。结果发现,最大公因子解释总变异量的 16.46%, 小于 40% 的临界标准, 表明本研究数据不存在严重的共同方法偏差。

6.2. 描述性分析

本研究中所有涉及变量的描述性结果见表 1。从表中可知, 童年主观社会经济地位与挣钱动机存在中低程度的相关($r = 0.17, p < 0.01$); 童年主观社会经济地位与敬畏感存在中等程度的正相关($r = 0.24, p < 0.01$); 童年主观社会经济地位与生活满意度存在中等程度相关($r = 0.27, p < 0.01$); 挣钱动机与敬畏感存在中等程度的相关($r = 0.32, p < 0.01$); 挣钱动机与生活满意度存在中低程度的相关($r = 0.18, p < 0.01$); 敬畏感与生活满意度存在中等程度的相关($r = 0.34, p < 0.01$)。

Table 1. Descriptive statistical analysis of the measured variables ($n = 5911$)

表 1. 所测变量的描述统计分析($n = 5911$)

	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 年龄	35.19	10.67	1							
2. 性别	1.52	0.50	-	1						
3. 婚姻状况	1.35	0.55	-	-	1					
4. 文化程度	3.78	1.26	-	-	-	1				
5. 童年主观社会经济地位	2.04	1.17	-0.14**	0.02	0.08**	0.17**	1			
6. 挣钱动机	4.60	0.85	-0.09**	0.03*	0.06**	0.04**	0.17**	1		
7. 敬畏感	4.21	1.15	-0.03*	-0.02	0.02	0.11**	0.24**	0.32**	1	
8. 生活满意度	4.05	1.32	0.10**	0.01	-0.09**	0.11**	0.27**	0.18**	0.34**	1

注: 未婚 = 1, 已婚 = 2; 男 = 1, 女 = 2。 ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$ 。

6.3. 童年主观社会经济地位与生活满意度的关系: 有调节的中介模型

基于所有数据, 以 SPSS26.0 为统计软件, 分析挣钱动机在童年主观社会经济地位影响生活满意度中的中介作用以及敬畏感的对挣钱动机对生活满意度影响中的调节作用。以童年主观社会经济地位为自变量(X), 挣钱动机为中介变量(M), 敬畏感为调节变量(W), 生活满意度为因变量(Y), 并控制年龄、性别、婚姻状况等人口学变量, 采用 PROCESS 插件 model14 进行分析。结果发现, 童年主观社会经济地位正向预测生活满意度($\beta = 0.21, t = 12.99, p < 0.001, 95\% \text{ CI } [0.17, 0.24]$), 挣钱动机在童年主观社会经济地位对生活满意度的模型下中介效应显著($\beta = .09, t = 3.94, p < 0.001, 95\% \text{ CI } [0.04, 0.13]$), 挣钱动机与敬畏感的交互项显著($\beta = 0.07, t = 4.21, p < 0.001, 95\% \text{ CI } [0.03, 0.10]$)。(见表 2)

为了更清楚地解释挣钱动机与敬畏感交互效应的实质, 将挣钱动机按平均数加减一个标准差分出高、低分组, 进行简单斜率检验并绘制了简单效应分析图(图 2)。结果表明, 对于低分组即敬畏感较低的被试, 挣钱动机对生活满意度的正向预测不显著($B_{\text{simple}} = 0.01, t = .45, p = 0.66, 95\% \text{ CI } [-0.04, 0.07]$); 对于高分组即敬畏感较高的被试, 挣钱动机对生活满意度的正向预测显著($B_{\text{simple}} = 0.16, t = 5.77, p < 0.001, 95\% \text{ CI } [0.11, 0.22]$; $B_{\text{simple}} = 0.01$ 增强为 $B_{\text{simple}} = 0.16$)。

综合来看, 童年主观社会经济地位通过挣钱动机对生活满意度产生影响的过程受到敬畏感的调节。对于低敬畏感的被试, 童年主观社会经济地位通过挣钱动机对生活满意度的间接效应 $\text{index} = 0.00, \text{Boot SE} = 0.00, 95\%$ 的置信区间为 $[-0.01, 0.01]$; 对于高敬畏感的被试, 该间接效应由不显著变得显著, $\text{index} = 0.02, \text{Boot SE} = 0.01, 95\%$ 的置信区间为 $[0.01, 0.03]$ 。

Table 2. Moderated mediating effect of childhood life experiences on life satisfaction
表 2. 童年生活经历对生活满意度的有调节的中介效应

	β	t	p	95% CI
童年主观社会经济地位	0.21	12.99	0.00	[0.17, 0.24]
敬畏感	0.31	18.32	0.00	[0.28, 0.34]
挣钱动机	0.09	3.94	0.00	[0.04, 0.13]
挣钱动机 × 敬畏感	0.07	4.21	0.00	[0.03, 0.10]
R^2			0.03	
F			139.68	

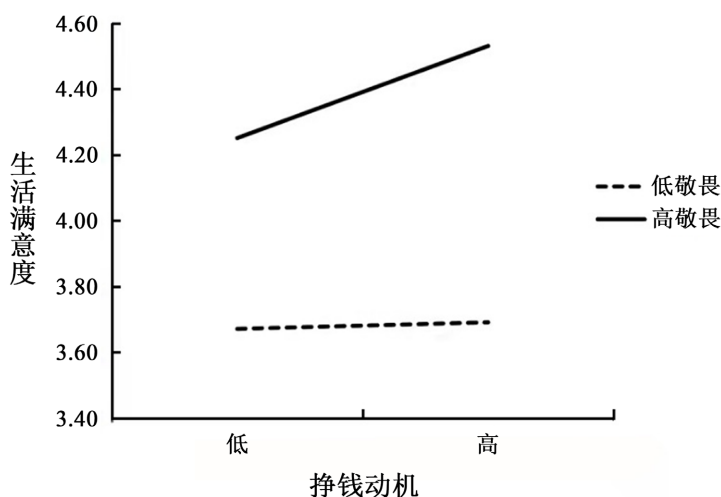


Figure 2. The moderating effect of awe on motives for making money and life satisfaction
图 2. 敬畏感在挣钱动机与生活满意度之间的调节作用图

7. 讨论

7.1. 理论启发

本研究揭示了童年主观社会经济地位与生活满意度的关系及其作用机制。一方面阐明了童年主观社会经济地位“怎样起作用”，即通过挣钱动机的中介作用影响到生活满意度；另一方面剖析了“何时作用更大”，即这一中介过程的后半路径受到敬畏感的调节，相对于低敬畏感的参与者，高敬畏感参与者的挣钱动机对生活满意度的预测作用更大。研究结果对从童年主观社会经济地位角度提升生活满意度具有重要的理论意义。

首先，本研究验证了童年主观社会经济地位正向预测生活满意度的作用。对于童年主观社会经济地位高的个体来说，他们的生活满意度普遍更高。该结果同以往的关于社会经济地位对生活满意度的影响的研究相一致(Makriyianis et al., 2019)。其次，本研究结果也验证了挣钱动机的作用。正如前言所述，有不少研究发现童年的经历对日后的动机有显著的影响，但很少有研究将重点聚焦于“钱财”，即研究童年的缺钱的经历对日后挣钱动机的影响。为此，本研究将挣钱动机作为中介变量展开讨论，发现童年主观的社会经济地位对挣钱动机具有正向的预测作用。总的来说，挣钱动机对生活满意度的提升具有积极作用，即挣钱动机越高，生活满意度越高。这与我们的固有思维有所不同，提出了一个新的视角去看待

挣钱动机,从谈钱伤感情到谈钱成为对美满生活的追求。最后,敬畏感作为一种具有积极效价的自我超越的情绪,无论是对集体还是个人都至关重要。有研究者提出,敬畏感缺乏是当下较为突出的现象,缺乏敬畏之心会造成对自己内心欲望的不断放纵。只有在高敬畏感的情况下,挣钱动机才可以显著正向预测生活满意度,意味着高挣钱动机配合着高敬畏感才能提升生活满意度。对低敬畏感的个体来说,即使挣钱动机较高,对自身价值感的实现带来的生活满意度、幸福感也较低。Hu, Yang, Jing 和 Nguyen (2018)认为可能是因为敬畏感使个体的精神性增加(spirituality),因而减少了物质主义消费,从而提升生活满意度。总的来说,可看到敬畏感作为一种自我超越的情绪(俞诗怡, 2019),可以说敬畏感在消费领域也具有引导理性消费和提高消费者幸福感的积极意义。

7.2. 实践意义

2021年2月25日,习近平总书记庄严宣告我国脱贫攻坚战取得了全面胜利。我国的脱贫成绩举世瞩目,社会的各方各面无一不彰显着人民生活水平的显著提高。成千上万的被帮扶对象脱贫致富,一改从前的“苦日子”,社会经济地位得到极大改善。但是,在人民的生活条件发生天翻地覆的同时,人民的生活满意度是不是真的显著改善呢?这值得我们进一步深思与探讨。

本文的研究结果指出,童年时期的主观社会经济地位会显著影响成年后的生活满意度,即意味着,关于社会经济地位影响人民生活满意度的范围不仅仅局限于成年后的社会经济地位,童年时期的社会经济地位可能根植于内心深处,并对未来的生活产生深刻且持续的影响。这指导着我们在大力发展经济的同时,也要关注人民早期贫困所带来的潜移默化的影响。同时,关于如何减弱童年较差的社会经济地位对日后生活满意度的不利影响,本文的研究也给出了一定的指导性建议。研究发现,童年时期的社会经济地位通过影响挣钱动机而对生活满意度产生影响,且该路径受到敬畏感的调节。在实践过程中,政策制定者可以从激发人民积极的挣钱动机、提升人民的敬畏感这两方面入手,全方位改善贫困所带来的不良影响,比如转化不利的童年经历作为日后努力的动机等。本次研究为扶贫提供了新的思路与抓手,有利于实现全面脱贫、思想上脱贫。

7.3 未来研究方向

本研究结果具有一定的理论与实践意义。首先,本研究将童年生活经济偏向于新的侧重点,丰富了童年经历对日后心理、行为影响的理论研究,有利于更完整地理解童年经历对个体心理和行为的影响。其次,本研究将敬畏感作为挣钱动机对生活满意度影响的调节变量,表明动机对行为的影响受到个人特质的调节,使得研究更加严谨、更具有普适性。此外,本研究对于从童年经历入手,提高个体生活满意度也具有一定的指导意义,即可以通过丰富对个体财富观、价值观等的教育改变自身的挣钱动机,从而扭转从“谈钱伤感情、挣钱为了炫耀”到“挣钱以实现人生价值、提高生活满意度”的局面。

尽管本研究取得了一些有趣且显著的发现,但仍然存在一些不足,是未来研究需要关注的地方。本研究虽然样本量很大,但是社会经济地位是一个动态发展的变量,而本研究是一个横断面研究,且在考察童年期主观社会经济地位是回溯式采集,可能会由于回溯时间的跨度较大与负性回避等原因,造成与真实情况有所偏差。未来的研究条件如果允许的话,可以尝试采用纵向追踪研究的方法,多阶段多变量地采集数据,以提高研究结果的生态效度。或者改变对童年早期社会经济地位测量的方式,如进行间接回忆或是内隐设计的方式,减弱负性回避等原因带来的误差。

参考文献

李莹(2013). 生活满意度及其影响因素研究. *社科纵横*, (7), 80-82.

- 林丽华, 甘明星, 郭治斌, 张本钰, 江琴(2020). 心理虐待与忽视对青少年非自杀性自伤行为的影响: 有调节的中介效应. *中国临床心理学杂志*, 28(6), 1140-1143.
- 孟莉(2012). *成就感问卷编制及其与成就动机, 社会经济地位的关系研究*. 硕士学位论文, 苏州: 苏州大学.
- 欧阳益, 吴明霞, 张大均, 胡姗姗, 朱毅(2009). 大学生自我复杂性 with 主观幸福感的关系. *心理发展与教育*, 25(2), 97-102.
- 宋瑞(2021). 时间、收入、休闲与生活满意度: 基于结构方程模型的实证研究. *财贸经济*, 35(6), 100-110.
- 俞诗怡(2019). *敬畏感在自恋特质与冲动性消费间的作用: 一个有中介的调节模型*. 硕士学位论文, 杭州: 浙江大学.
- 张紫薇, 余春艳, 袁萍, 廉启国, 楼超华, 涂晓雯, 等(2019). 儿童期不良经历与青春早期抑郁的关联性. *中国学校卫生*, 40(6), 874-877.
- 庄文婷, 李彦鑫, 姜涛, 汤晶(2020). 大学生童年期负性生活事件人格特征与自杀意念关系. *中国学校卫生*, 41(2), 254-257.
- 周佳惠(2019). 大学新生主观社会经济地位对抑郁的影响: 自尊的中介作用. *心理技术与应用*, 7(8), 455-461.
- 季善玲, 王惠萍(2018). 儿童期不良经历与抑制能力关系的事件相关电位研究. *中国学校卫生*, 39(11), 1167-1170.
- 叶巍岭, 周欣悦, 黄蓉(2018). 敬畏感的复杂性及其在消费行为领域的研究展望. *外国经济与管理*, 47(5), 70-84.
- 张俊杰, 汪海彬, 姚本先(2009). 大学生生活满意度与生活事件的关系研究. *心理研究*, 2(5), 1-95.
- 李双双(2021). 大学生敬畏感与学业成绩的关系: 学习投入的中介作用. *北京印刷学院学报*, 29(S1), 145-147.
- Anderson, C. L., Monroy, M., & Keltner, D. (2018). Awe in Nature Heals: Evidence from Military Veterans, At-Risk Youth, and College Students. *Emotion*, 18, 1195-1202. <https://doi.org/10.1037/emo0000442>
- Anderson, C., Hildreth, J. A. D., & Howland, L. (2015). Is the Desire for Status a Fundamental Human Motive? A Review of the Empirical Literature. *Psychological Bulletin*, 141, 574-601. <https://doi.org/10.1037/a0038781>
- Boylan, J. M., Cundiff, T. E., Fuller-Rowell, & Ryff, C. D. (2020). Childhood Socioeconomic Status and Inflammation: Psychological Moderators among Black and White Americans. *Health Psychology: Official Journal of the Division of Health Psychology, American Psychological Association*, 39, 497-508. <https://doi.org/10.1037/hea0000866>
- Bradley, R. H., & Corwyn, R. F. (2002). Socioeconomic Status and Child Development. *Annual Review of Psychology*, 53, 371-399. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135233>
- Claire, P., & Vassilis, S. (2016). Awe's Effects on Generosity and Helping. *The Journal of Positive Psychology*, 11, 1-9. <https://doi.org/10.1080/17439760.2015.1127992>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. et al. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75.
- Frijters, P., Johnston, D., & Shields, M. (2014). Does Childhood Predict Adult Life Satisfaction? Evidence from British Cohort Surveys. *The Economic Journal*, 124, F688-F719. <https://doi.org/10.1111/eoj.12085>
- Griskevicius, V., Delton, A. W., Robertson, T. E., & Tybur, J. M. (2011a). Environmental Contingency in Life History Strategies: The Influence of Mortality and Socioeconomic Status on Reproductive Timing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100, 241-254. <https://doi.org/10.1037/a0021082>
- Griskevicius, V., Tybur, J. M., Delton, A. W., & Robertson, T. E. (2011b). The Influence of Mortality and Socioeconomic Status on Risk and Delayed Rewards: A Life History Theory Approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100, 1015-1026. <https://doi.org/10.1037/a0022403>
- Hackman, D. A., & Farah, M. J. (2009). Socioeconomic Status and the Developing Brain. *Trends in Cognitive Sciences*, 13, 65-73. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2008.11.003>
- Hu, J., Yang, Y., Jing, F., & Nguyen, B. (2018). Awe, Spirituality and Conspicuous Consumer Behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 42, 829-839. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12470>
- Joshanloo, M., Sirgy, M. J., & Park, J. (2018). Directionality of the Relationship between Social Well-Being and Subjective Well-Being: Evidence from a 20-Year Longitudinal Study. *Quality of Life Research*, 27, 2137-2145. <https://doi.org/10.1007/s11136-018-1865-9>
- Keltner, D., & Haidt, J. (2003). Approaching Awe, a Moral, Spiritual, and Aesthetic Emotion. *Cognition and Emotion*, 17, 297-314. <https://doi.org/10.1080/02699930302297>
- 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 & Emotion*, 20, 1-17.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). *A Theory of Goal Setting and Task Performance*. Prentice Hall.

-
- Makriyianis, H. M., Adams, E. A., Lozano, L. L., Mooney, T. A., & Liss, M. (2019). Psychological Inflexibility Mediates the Relationship between Adverse Childhood Experiences and Mental Health Outcomes. *Journal of Contextual Behavioral Science, 14*, 82-89. <https://doi.org/10.1016/j.jcbs.2019.09.007>
- Quon, E. C., & McGrath, J. J. (2014). Subjective Socioeconomic Status and Adolescent Health: A Meta-Analysis. *Health Psychology, 33*, 433-447. <https://doi.org/10.1037/a0033716>
- Robak, R. W., Chiff Riller, S. H., & Zappone, M. C. (2007). College Students' Motivations for Money and Subjective Well-Being. *Psychological Reports, 100*, 147-156. <https://doi.org/10.2466/pr0.100.1.147-156>
- Shin, D. C., & Johnson, D. M. (1978). Avowed Happiness as an Overall Assessment of the Quality of Life. *Social Indicators Research, 5*, 475-492. <https://doi.org/10.1007/BF00352944>
- Singh-Manoux, A., Adler, N. E., & Marmot, M. G. (2003). Subjective Social Status: Its Determinants and Its Association with Measures of Ill-Health in the White Hall II Study. *Social Science & Medicine, 56*, 1321-1333. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(02\)00131-4](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(02)00131-4)
- 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. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.80.6.959>
- Tian, Y., & Lu, D. (2015). The Experimental Research on the Influence of Materialism and the Emotion of Awe on Life Satisfaction and Products Preference. *Open Journal of Social Sciences, 3*, 138-145. <https://doi.org/10.4236/jss.2015.310020>
- Zhao, N., Lai, H., & Zhao, R. (2020). The Relationship between Motives for Making Money and Life Satisfaction: Evidence from 31 Cities in China. *PsyCh Journal, 10*, 76-86. <https://doi.org/10.1002/pchj.381>