

物质主义研究进展

张培培

山东第一医科大学(山东省医学科学院), 山东 济南
Email: elizaa@163.com

收稿日期: 2020年10月19日; 录用日期: 2020年11月16日; 发布日期: 2020年11月27日

摘要

本文主要回顾了物质主义的概念、测量、成因以及影响的相关研究。大多研究将物质主义看成是个人的一种价值观, 但物质主义也存在情境性的特点。物质主义的测量主要采用问卷的形式, 可以用内隐测量的方式来避免社会赞许性的问题。家庭因素、社会因素和心理不安全感是物质主义形成的关键因素。物质主义会对个体的消费行为、幸福感、社会态度和行为产生负面影响。未来可以在物质主义的干预措施、物质主义的积极效应等方面进行进一步研究。

关键词

物质主义, 测量, 不安全感, 幸福感

Research Progress on Materialism

Peipei Zhang

Shandong First Medical University & Shandong Academy of Medical Sciences, Ji'nan Shandong
Email: elizaa@163.com

Received: Oct. 19th, 2020; accepted: Nov. 16th, 2020; published: Nov. 27th, 2020

Abstract

This paper mainly reviews the concept, measurement, causes and influence of materialism. Most studies regard materialism as an individual value, but it also has situational characteristics. Materialism is mainly measured by questionnaire, and we can use implicit measurement to avoid the problem of social desirability. Family factors, social factors and psychological insecurity are the key factors in the formation of materialism. Materialism has a negative impact on individual consumption behavior, happiness, social attitude and behavior. In the future, the intervention measures of materialism and the positive effects of materialism can be further studied.

Keywords

Materialism, Measurement, Unsafety, Happiness

Copyright © 2020 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. 物质主义的概念

物质主义相关课题的研究，兴起于消费行为领域，之后社会学、政治学、心理学等专业也逐渐展开了相关研究。牛津英语词典将物质主义(materialism)解释为热衷物质的需求和欲望，忽视精神层面，是一种完全以物质兴趣为基础的生活方式、观点或倾向。

不同学者对物质主义的定义各不相同，概括起来，大致有两种取向：一种是人格取向，将物质主义看作某些人格特质的集合。Belk (1985)把物质主义定义为个体对物质财富所赋予的重要性，是获取、占有这类心理特质的外在表现。他认为物质主义三种人格特质：嫉妒，是指当看到他人的成功和地位声望比自己优越时，个体会感到嫉妒和不悦；吝啬，即不愿意与他人分享物质财富或将财物赠与他人；占有，即对个体的物质财富保持控制权和所有权；后来又加入了第四种特质——保存，即通过保存或收藏纪念品等使自己过去的经验重现。第二种是价值取向，认为物质主义是一种价值观。Csikszentmihalyi 和 Halton (1981)把物质主义分为工具性物质主义和终极性物质主义，工具性物质主义即把获得财富当作体现个人价值和实现人生目标的手段和工具；终极性物质主义则是通过获取物质财富来提升地位，获得他人的认可和赞美。Richins 和 Fournier (1991)指出物质主义是一种价值取向，物质主义者把物质占有作为实现人生目标的一种重要手段。在这一研究的基础上，Richins 和 Dawson (1992)提出，物质主义是一种重视物质财富及其获得的价值观，主要有三个特征：以追求物质财富为生活的中心；把物质财富当作快乐和幸福的来源；以物质财富来衡量个体的成功。Kasser 和 Ryan (1996)认为物质主义是一系列外部目标和行为的总和，包括通过物质财富获得社会地位和良好的社会形象，同时关注物质成功、社会地位和名誉声望在个体价值观中的重要性，三者共同衡量个体的物质主义水平。国内学者对物质主义的定义也大多沿用了价值取向的观点，李静、郭永玉(2008)指出物质主义是一种强调拥有物质财富重要性的个人价值观，并概况了物质主义者的典型特征：1) 看重物质财富的获得，渴望有更高的收入水平，更注重满足自己经济上的安全感，而更少注重人际关系；2) 自我中心和自私，不愿意与他人分享自己所拥有的东西；3) 追求充满财物的生活风格，不愿意过物质简单的生活；4) 相对于非物质主义者，物质主义者对生活更不满意。

尽管大多数研究都把物质主义看作一个有倾向性的个体差异，然而有研究者认为，这种价值观至少在某种程度上存在于所有人中，因为它们代表了人类的基本动机(Grouzet et al., 2005)。物质主义是一个从低到高的连续统一体，不存在绝对的非物质主义者，可以通过操作激活。已有研究通过不同方法启动了个体的物质主义，主要方法有视频或图像启动，通过观看物质主义相关的电影和广告片段来启动个体的物质主义(Ashikali & Dittmar, 2012)；实物启动：如通过彩票任务(Kim, 2013)、金钱启动(Caruso et al., 2013)等；文字启动(Mogilner & Aaker, 2009)等。启动物质主义的影响主要体现在两个方面：溢出效应，增加与物质主义相一致的行为和态度；跷跷板效应，抑制与物质主义冲突的行为和态度(Kasser, 2016)。因此，在研究中也绝不能忽视物质主义的情境性这一特点。

2. 物质主义的测量

以往研究多采用问卷来测量个体的物质主义, 研究者们使用较多的物质主义量表主要有以下两种:

Richins 和 Dawson (1992) 于 1992 年编制的物质主义价值观量表(material Values Scale, MVS)是测量物质主义的研究中应用最广泛的量表。此量表分获取中心(如“我喜欢生活中的很多奢侈品”)、获取幸福(如“如果我能买得起更多的东西, 我会更快乐”)、财富成功(如“我拥有的东西能说明我生活有多好”)三个维度, 共 18 个题目。大量研究证明, MVS 具有很高的内部一致性信度, Richins (2004)重新修订了该量表, 形成了 15 个条目的新版本, 结果表明新版本比 18 题版本具有更好的信效度。同时, 他们还修订出了 MVS 的 9 题、6 题和 3 题版用于不同的测量。李静和郭永玉(2009)以大学生为被试对该量表进行了修订, 中文版的信效度良好。

另一个应用较多的量表是欲望指数量表(Aspiration Index, AI)。该问卷由 Kasser 和 Ryan 于 1993 年编制(Kasser & Ryan, 1993), 设计了 21 个条目, 采用 5 级评分, 主要测量个体的外在目标和内在目标。内在目标主要包括自我接纳、价值实现、亲密关系等, 外部目标包括经济成功(“我会在经济上成功”)、形象(“我的形象会吸引其他人”)和受欢迎程度(“我会被很多人钦佩”)等, 要求被试从各种目标的重要性和实现的可能性两方面进行评分, 通过计算外在目标的相对中心性来评估个体的物质主义程度。该量表后来又经过了多次修订(Kasser & Ryan, 1996; Schmuck et al., 2000), 采用 7 级、9 级评分。国内研究者修订了中文版(唐海波等, 2008), 对初中生和高中生的研究得到了较高的信效度(黄任之等, 2009; 彭美春, 2009)。

此外, 也有研究者编制了其他的物质主义量表, 然而这些量表大多存在一些共同的问题: 一是量表的跨文化的一致性问题。物质主义作为一种与文化相关的价值观, 在不同文化背景下的含义和结构往往不尽相同。有研究以丹麦、法国和俄罗斯被试为样本, 对物质主义价值观量表(MVS)进行了检验, 并没有得到很高的跨文化一致性(Griffin et al., 2004), 另有采用物质主义价值观量表和欲望指数量表对美国 and 韩国样本的研究也存在跨文化的不一致问题(Flynn et al., 2013)。因此, 需要有更多的物质主义跨文化研究来解决这个问题。二是社会赞许性问题。物质主义在有些文化中与主流倡导的文化相背离, 与功利主义和享乐主义联系在一起, 被看作是消极的价值取向, 物质主义自陈式测验的社会赞许性效应是一个不能忽视的问题。研究表明社会赞许性会对物质主义测量的结果产生影响(Mick, 1996; Solberg et al., 2004), 这也是物质主义的测量中需要解决的一个问题。为了保证测量结果的准确性, 在统计方法上, 可以将社会赞许性作为协变量进行控制。另外, 有研究者通过内隐的方法进行测量, 如 Kasser 和 Sheldon (2000)的研究采用了森林管理游戏来测量被试的物质主义, Chaplin 和 John (2007)通过拼贴画的形式研究了儿童和成人的物质主义, 王予灵等(2016)利用单类内隐联想测验(SC-IAT)测量了被试的内隐物质主义态度等, 这些方法可以减轻社会赞许性的影响, 保证结果的有效性。在今后研究中, 也可以进一步探讨有效的测量方法。

3. 物质主义的成因

3.1. 家庭因素

家庭经济条件对物质主义的作用已有大量研究。Kasser 等人(1995)的研究发现, 18 岁的青少年中, 经济状况较差的比家庭条件较好的更看重经济上的成功。Twenge 和 Kasser (Twenge & Kasser, 2013)在 1976 年至 2007 年间对美国青少年的大样本研究也发现儿童期的家庭生活水平对 10 年后的物质主义水平有负向预测作用。国内也有研究发现个体的主观家庭社会阶层与物质主义显著负相关(夏婷等, 2017)。

家庭关系尤其是父母的矛盾或离异是研究者关注的另一个家庭因素。Flouri (2004)的研究发现父母间

的矛盾会使儿童的形成物质主义价值观。Grougiou 和 Moschis (2015)的研究表明童年期的破坏性家庭事件会损害个体社会经济地位和自尊心,造成物质主义的发展。Richins (2017)提出了影响物质主义的三个养育变量:父母是否对孩子使用导向性的沟通方式,父母的温暖,物质养育——在与孩子的互动中使用物质奖励和惩罚,这些因素都会影响到孩子物质主义的形成。

3.2. 社会因素

社会因素的作用主要体现在两个方面:一是社会学习。儿童会模仿父母的价值观并认同内化,形成自己的价值观。尽管有研究发现儿童与其父母的物质主义程度存在显著相关(Banerjee & Dittmar, 2008),但相关研究已排除了这种关系具有遗传基础的可能性(Giddens et al., 2009)。因此,物质主义更有可能是通过学习获得的。广告也促进了物质主义,因为它旨在唤起人们对产品的欲望,广告宣传了一种思想,即财产是重要的,只有物质财产才能获得美、成功和幸福等令人向往的品质(Buijzen & Valkenburg, 2003)。

二是社会比较。儿童的社会比较也是物质主义形成的重要原因。经常与同伴进行交流且容易受同伴影响的个体会进行更多的社会比较,物质主义更高(Chan & Prendergast, 2007)。广告中的理想化形象会导致消费者不自觉地将自己的生活与理想化广告图像中所代表的生活进行比较,从而有更高的物质主义水平(Isaksen & Roper, 2008)。Kim 等人(2017)通过实验证明了社会比较和物质主义间的因果关系,不利的社会比较使得被试把获得经济成功放在了更重要的位置,社会比较增强了个体的物质主义。

3.3. 心理不安全感

个体的不安全感会使他们把物质主义作为一种补偿策略来减少痛苦和焦虑。Kasser 和 Sheldon (2000)的实验发现在死亡凸显条件下的被试表现出了更高水平的物质主义。回忆起被同伴拒绝的经历会使青少年的物质主义水平更高(Jiang et al., 2015)。另有研究发现,采用奉承和请求的自我表现方式的个体,物质主义程度更高,这两种自我表现方式会使被试感受到更多的无助感和更少的力量感,因此他们更倾向于通过积累财物来消除这种不安全感(Christopher et al., 2005)。王予灵等(2016)在实验室情境中启动了个体的存在不安全感,结果发现,高存在不安全感组的个体内隐物质主义态度显著高于低存在不安全感组,物质主义是个体应对存在不安全感的一种策略,该策略可以满足个体寻求确认和控制的需要。

4. 物质主义的影响

4.1. 物质主义与消费行为

研究发现个体的高物质主义与高消费有显著相关,尤其是消费有助于个体的地位和形象的建立时(Kasser, 2016)。高物质主义的个体在金钱管理方面更宽松,理财技能更差(Donnelly et al., 2013)。Dittmar 等(2014)的元分析结果显示物质主义和强迫性消费间存在显著正相关,高物质主义的个体更难抑制自己的购买冲动。物质主义也与增加享乐主义、形象和地位的消费行为和态度间存在正相关,这些行为不仅经常涉及香烟、酒精等的消费,而且往往具有强烈的享乐主义成分。高物质主义者更关注地位,他们通常报告说想赚钱的原因是为了拥有比邻居更好的汽车和房子(Srivastava et al., 2001)。王洁等(2014)的元分析结果显示物质主义及其维度均对强迫性购物有预测作用。

4.2. 物质主义与幸福感

根据自我决定理论(SDT),个体的幸福感主要取决于自主性、能力感和归属感这三种基本心理需要的满足(Ryan & Deci, 2000),而物质主义恰恰阻滞了这三种基本心理需要的满足,因此不利于幸福感的产生(陈勇杰, 姚梅林, 2012)。大量研究证实了物质主义和个体的幸福感之间的负相关。Dittmar 等人(2014)

对 258 个独立样本进行了元分析, 结果显示物质主义和个体的幸福感之间存在中等程度的负相关($r = -0.15$)。跨时间(从 6 个月到 12 年)和跨国(挪威、美国)的研究均显示, 物质主义的降低与幸福感的提高间存在正相关(Hellevik, 2003; Kasser et al., 2014)。周开济等(2018)对国内外基于中国样本的研究进行元分析, 结果表明物质主义与主观幸福感存在中等程度的负相关($r = -0.20$)。

4.3. 物质主义与社会态度和行为

由于物质主义与仁爱、家庭、社会等观念间的冲突, 大量研究表明, 物质主义与人际关系问题和对他人更消极的态度有关。与低物质主义者相比, 高物质主义者会经常陷入孤独的恶性循环中(Pieters, 2013), 有更多的焦虑型依恋(Norris et al., 2012), 在平衡家庭和工作方面遇到更多困难(Promislo et al., 2010)。物质主义会使人们更少关注环境和参与公共事务, 减少与家人相处的时间, 减少对社会问题的关注, 有更少的慈善捐款等(Kasser & Ahuvia, 2002)。在囚徒困境游戏中, 即使与朋友一起玩, 物质主义得分也能预测更多的竞争性和更少的合作性的行为(Sheldon & McGregor, 2000)。李原(2014)以城市居民为研究对象, 研究结果也表明物质主义与人际信任显著负相关。

5. 研究展望

以往的大量研究发现了物质主义的负面影响, 但是关于如何干预和缓解物质主义带来的影响方面, 还有很大的研究空间。Kasser (2016)总结了减轻物质主义的三种策略, 主要包括激活与物质主义相反的价值观或目标, 减少对环境中相关信息和价值观的接触和影响, 帮助人们减轻不安全感、威胁感和对无法满足自身需要的担心。王静等(2019)指出缓解物质主义需要积极营造减少物质主义价值观的社会氛围, 需要积极借鉴传统文化中的合理价值要素, 积极鼓励个体对自身内在价值的提升及追求。然而已有研究大多数是一次或几次的短期干预, 干预是否会对物质主义产生持久性改变是今后研究要解决的问题。另外, 干预措施的作用机制也尚不明确, 需要进一步探究。

近年来, 研究者也开始关注物质主义的积极效应。Sagiv 和 Schwartz (2000)认为价值观与幸福感的关系取决于价值观与环境支持的匹配程度。他们对商学院和心理学院的大学生的研究发现, 物质主义对商学院的大学生的作用并不是消极的, 因为他们所处的环境支持和鼓励这种价值观。Shrum 等人(2013)提出应当强调物质主义对主观幸福感的双重影响, 李静等(2017)也从不安全感的补偿策略和工具性物质主义方面探讨了物质主义的积极影响。今后对于物质主义价值观, 应从更全面的角度进行分析, 未来研究可以继续从整合的视角考察物质主义的影响。

参考文献

- 陈勇杰, 姚梅林(2012). 物质主义与幸福感: 基于自我决定理论的关系探析. *北京师范大学学报(社会科学版)*, (3), 23-29.
- 黄任之, 姚树桥, 丁立平(2009). 欲望指数量表中文版在初中生中的验证. *中国学校卫生*, 30(12), 1102-1103.
- 李静, 郭永玉(2008). 物质主义及其相关研究. *心理科学进展*, 16(4), 637-643.
- 李静, 郭永玉(2009). 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*, 7(4), 280-283.
- 李静, 杨蕊蕊, 郭永玉(2017). 物质主义都是有害的吗?——来自实证和概念的挑战. *心理科学进展*, 25(10), 1811-1820.
- 李原(2014). 物质主义价值观与幸福感和人际信任的关系研究. *华中师范大学学报(人文社会科学版)*, 53(6), 175-180.
- 彭美春(2009). 欲望指数量表中文版在高中生中的信度和效度研究. 硕士学位论文, 长沙: 中南大学.
- 唐海波, 邝春霞, 姚树桥(2008). 欲望指数中文版的信度、效度分析. *中国临床心理学杂志*, 16(1), 15-17.
- 王洁, 陈健芷, 高爽(2014). 从物质主义价值观视角看强迫性购物: 一项元分析. *中国临床心理学杂志*, 22(3), 451-456.

- 王静, 张心怡, 任凤芹, 霍涌泉(2019). 物质主义价值观研究的理论、方法与缓解干预策略. *心理学探新*, 39(1), 3-8.
- 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(4), 921-926.
- 夏婷, 李静, 郭永玉(2017). 家庭社会阶层与大学生物质主义的关系: 自尊的中介作用. *心理与行为研究*, 15(4), 515-519.
- 周开济, 周正, 王映朝, 兰春梅, 邓家齐(2018). 物质主义与主观幸福感的关系: 基于中国样本的元分析. *心理技术与应用*, 6(1), 29-41.
- Ashikali, E.-M., & Dittmar, H. (2012). The Effect of Priming Materialism on Women's Responses to Thin-Ideal Media. *British Journal of Social Psychology*, 51, 514-533. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.2011.02020.x>
- Banerjee, R., & Dittmar, H. (2008). Individual Differences in Children's Materialism: The Role of Peer Relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 17-31. <https://doi.org/10.1177/0146167207309196>
- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World. *Journal of Consumer Research*, 12, 265-280. <https://doi.org/10.1086/208515>
- Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2003). The Unintended Effects of Television Advertising: A Parent-Child Survey. *Communication Research*, 30, 483-503. <https://doi.org/10.1177/0093650203256361>
- Caruso, E. M., Vohs, K. D., Baxter, B., & Waytz, A. (2013). Mere Exposure to Money Increases Endorsement of Free-Market Systems and Social Inequality. *Journal of Experimental Psychology: General*, 142, 301-306. <https://doi.org/10.1037/a0029288>
- Chan, K., & Prendergast, G. (2007). Materialism and Social Comparison among Adolescents. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 35, 213-228. <https://doi.org/10.2224/sbp.2007.35.2.213>
- Chaplin, L. N., & John, D. R. (2007). Growing Up in a Material World: Age Differences in Materialism in Children and Adolescents. *Journal of Consumer Research*, 34, 480-493. <https://doi.org/10.1086/518546>
- Christopher, A. N., Morgan, R. D., Marek, P., Keller, M., & Drummond, K. (2005). Materialism and Self-Presentational Styles. *Personality and Individual Differences*, 38, 137-149. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.03.015>
- Csikszentmihalyi, M., & Halton, E. (1981). *The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139167611>
- 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. <https://doi.org/10.1037/a0037409>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.07.006>
- Flouri, E. (2004). Exploring the Relationship between Mothers' and Fathers' Parenting Practices and Children's Materialist Values. *Journal of Economic Psychology*, 25, 743-752. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2003.06.005>
- Flynn, L. R., Goldsmith, R. E., & Kim, W.-M. (2013). A Cross-Cultural Study of Materialism and Brand Engagement. *Journal of Multidisciplinary Research*, 5, 49-69.
- Giddens, J. L., Schermer, J. A., & Vernon, P. A. (2009). Material Values Are Largely in the Family: A Twin Study of Genetic and Environmental Contributions to Materialism. *Personality and Individual Differences*, 46, 428-431. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.11.008>
- Griffin, M., Babin, B. J., & Christensen, F. (2004). A Cross-Cultural Investigation of the Materialism Construct: Assessing the Richins and Dawson's Materialism Scale in Denmark, France and Russia. *Journal of Business Research*, 57, 893-900. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00290-4](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00290-4)
- Grougiou, V., & Moschis, G. P. (2015). Antecedents of Young Adults' Materialistic Values. *Journal of Consumer Behaviour*, 14, 115-126. <https://doi.org/10.1002/cb.1505>
- Grouzet, F. M., Kasser, T., Ahuvia, A., Dols, J. M. F., Kim, Y., Lau, S., Ryan, R. M., Saunders, S., Schmuck, P., & Sheldon, K. M. (2005). The Structure of Goal Contents across 15 Cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 800-816. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.89.5.800>
- Hellevik, O. (2003). Economy, Values and Happiness in Norway. *Journal of Happiness Studies*, 4, 243-283. <https://doi.org/10.1023/A:1026232018534>
- Isaksen, K. J., & Roper, S. (2008). The Impact of Branding on Low-Income Adolescents: A Vicious Cycle? *Psychology & Marketing*, 25, 1063-1087. <https://doi.org/10.1002/mar.20254>
- Jiang, J., Zhang, Y., Ke, Y., 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. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.01.001>

- Kasser, T. (2016). Materialistic Values and Goals. *Annual Review of Psychology*, 67, 489-514. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033344>
- Kasser, T., & Ahuvia, A. (2002). Materialistic Values and Well-Being in Business Students. *European Journal of Social Psychology*, 32, 137-146. <https://doi.org/10.1002/ejsp.85>
- 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. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.65.2.410>
- 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. <https://doi.org/10.1177/0146167296223006>
- Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2000). Of Wealth and Death: Materialism, Mortality Salience, and Consumption Behavior. *Psychological Science*, 11, 348-351. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00269>
- Kasser, T., Rosenblum, K. L., Sameroff, A. J., Deci, E. L., Niemiec, C. P., Ryan, R. M., Árnadóttir, O., Bond, R., Dittmar, H., & Dungan, N. (2014). Changes in Materialism, Changes in Psychological Well-Being: Evidence from Three Longitudinal Studies and an Intervention Experiment. *Motivation and Emotion*, 38, 1-22. <https://doi.org/10.1007/s11031-013-9371-4>
- Kasser, T., Ryan, R. M., Zax, M., & Sameroff, A. J. (1995). The Relations of Maternal and Social Environments to Late Adolescents' Materialistic and Prosocial Values. *Developmental Psychology*, 31, 907-914. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.31.6.907>
- Kim, H. (2013). Situational Materialism: How Entering Lotteries May Undermine Self-Control. *Journal of Consumer Research*, 40, 759-772. <https://doi.org/10.1086/673191>
- Kim, H., Callan, M. J., Gheorghiu, A. I., & Matthews, W. J. (2017). Social Comparison, Personal Relative Deprivation, and Materialism. *British Journal of Social Psychology*, 56, 373-392. <https://doi.org/10.1111/bjso.12176>
- Mick, D. G. (1996). Are Studies of Dark Side Variables Confounded by Socially Desirable Responding? The Case of Materialism. *Journal of Consumer Research*, 23, 106-119. <https://doi.org/10.1086/209470>
- Mogilner, C., & Aaker, J. (2009). "The Time vs. Money Effect": Shifting Product Attitudes and Decisions through Personal Connection. *Journal of Consumer Research*, 36, 277-291. <https://doi.org/10.1086/597161>
- Norris, J. I., Lambert, N. M., DeWall, C. N., & Fincham, F. D. (2012). Can't Buy Me Love?: Anxious Attachment and Materialistic Values. *Personality and Individual Differences*, 53, 666-669. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.05.009>
- Pieters, R. (2013). Bidirectional Dynamics of Materialism and Loneliness: Not Just a Vicious Cycle. *Journal of Consumer Research*, 40, 615-631. <https://doi.org/10.1086/671564>
- Promislo, M. D., Deckop, J. R., Giacalone, R. A., & Jurkiewicz, C. L. (2010). Valuing Money More than People: The Effects of Materialism on Work-Family Conflict. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 935-953. <https://doi.org/10.1348/096317909X480167>
- Richins, M. L. (2004). The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form. *Journal of Consumer Research*, 31, 209-219. <https://doi.org/10.1086/383436>
- Richins, M. L. (2017). Materialism Pathways: The Processes That Create and Perpetuate Materialism. *Journal of Consumer Psychology*, 27, 480-499. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2017.07.006>
- 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. <https://doi.org/10.1086/209304>
- Richins, M., & Fournier, S. (1991). Some Theoretical and Popular Notions Concerning Materialism. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, 403-414.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55, 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- 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. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(200003/04\)30:2<177::AID-EJSP982>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(200003/04)30:2<177::AID-EJSP982>3.0.CO;2-Z)
- Schmuck, P., Kasser, T., & Ryan, R. M. (2000). Intrinsic and Extrinsic Goals: Their Structure and Relationship to Well-Being in German and US College Students. *Social Indicators Research*, 50, 225-241. <https://doi.org/10.1023/A:1007084005278>
- Sheldon, K. M., & McGregor, H. A. (2000). Extrinsic Value Orientation and "The Tragedy of the Commons". *Journal of Personality*, 68, 383-411. <https://doi.org/10.1111/1467-6494.00101>
- Shrum, L. J., Wong, N., Arif, F., Chugani, S. K., Gunz, A., Lowrey, T. M., Nairn, A., Pandelaere, M., Ross, S. M., & Ruvio, A. (2013). Reconceptualizing Materialism as Identity Goal Pursuits: Functions, Processes, and Consequences. *Journal of Business Research*, 66, 1179-1185. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.08.010>

-
- Solberg, E. G., Diener, E., & Robinson, M. D. (2004). Why Are Materialists Less Satisfied? In T. Kasser, & A. D. Kanner (Eds.), *Psychology and Consumer Culture: The Struggle for a Good Life in a Materialistic World* (pp. 29-48). Washington DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10658-003>
- 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 & Social Psychology*, *80*, 959-971. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.80.6.959>
- 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. <https://doi.org/10.1177/0146167213484586>