

物質主義之本土性概念初探

AN EXPLORATORY STUDY OF MATERIALISM IN TAIWAN

林耀南

龍華科技大學企業管理系助理教授

徐達光

輔仁大學餐旅管理系副教授

Yaonan Lin

Department of Business Administration

Lunghwa University of Science and Technology

Ta-Kuang Hsu

Department of Restaurant, Hotel and Institutional Management

Fu-Jen Catholic University

摘 要

本研究以物質主義概念為主題，利用質性分析方式，歸納出本地物質主義之向度。研究主要目的在於瞭解台灣物質主義之發展與現況。研究者首先以物質主義在台灣的發展脈絡做深入探討，並邀請十名具有高物質傾向者進行個別訪談或焦點團體，以了解物質主義在台灣之面向與消費價值觀。此外，為突顯高物質主義者之特質，另請兩位具低物質主義傾向者進行個別訪談。最後以台灣之經濟發展、移民社會、政治不安與西化漸深為前提，根據本研究分析結果，提出一物質主義之假設性建構。研究發現物質主義者過分注意「物質佔有」，而導致與常人不同之內在價值觀與外顯行為。其中內在價值觀包括「人有我有」、「金錢至上」、「佔有愉悅」與「物質滿意」四個向度，外顯行為則包括「過度超支」、「意見領袖」、「喜於炫耀」、「衝動購買」與「投機理財」等五個向度。最後，本研究將初探結果與西方做比較，並提出後續研究建議。

關鍵詞：物質主義、佔有、金錢

ABSTRACT

Materialists regard possessions as their core value, and believe material will provide the greatest sources of their satisfaction and dissatisfaction. We often treat materialism as the western cultural variable, and it is no research to discuss the cultural difference of materialism, especially in Taiwan. This research reviewed the construct and tried to clarify the concept of materialism in the Taiwanese culture. Qualitative research, including deeply interview and focus group, was undertaken with ten high materialists and two low materialists as comparison. The results found that Taiwanese materialists place possession and acquisition as the nature of their lives. The results also indicated that Taiwanese materialists' central value is categorized as "you have, I have", "money first", "possession pleasure", and "material satisfaction." Furthermore, their external behavior is defined as "over payment", "opinion leadership", "show-off", "impulse buying", and "high-risky investment."

Keywords: Materialism, Material possession, Money

壹、緒論

儒家勤儉樸實的傳統思想是過去華人尊崇的價值觀，但在功利社會物慾漫流思潮中已經產生了質變。Brindley（1990）將物質主義視為四大台灣的現代化價值影響來源之一。吳婉芳（1997）指出當今許多台灣的上班族在工作價值中最重視的為金錢報酬，萬世達卡（Master Card）國際組織對亞大地區的調查也顯示，香港、台灣及新加坡三地的華人，最認同「人生以賺錢為目的」的價值觀（周曉琪，1997），而過度消費的浮華風氣，卡債族與呆帳等問題日益浮現，衍生自殺與犯罪等問題，以至於必須動用大量社會資源進行補救（陳恆光，2005）。這些現象都說明了歐美國家的物質主義已經逐漸瀰漫在台灣的社會風氣中，使台灣人對於物質慾望趨於強烈，然而目前並無相關文獻將這種現象做深入的探討，也無法瞭解跨文化間物質主義之特性表現是否相同。根據上述情形，本研究將從物質主義本質之探討為出發點，進一步深入了解台灣本地物質主義之脈絡與發展。

貳、文獻探討

一、人類物質概念發展之探討

「物質主義」(materialism)這一個名詞常被一般人用來形容他人愛慕虛榮，喜愛榮華富貴，一切的行為以「錢」作為最高的準則。但事實上物質主義廣度不止於此。牛津字典(Oxford English Dictionary)定義物質主義(materialism)為：「因全心於追求物質的需求與慾望，而忽略了精神層面的生活，也就是把對物質的興趣視為生活的重心，對物質的興趣全然表現在生活的方式、意見及行為上」。Belk(1984)則定義物質主義者為「非常重視世俗財物的消費者」，他們過分崇拜物質，追求物質的佔有，並以此作為建構生活信念與行為導向的一種傾向，換言之，在日常生活中，物質主義者過分注意「獲得」與「佔有」的想法或態度。Rokeach(1973)則認為物質主義是一種價值觀，除了反應了個人對佔有或獲得物質的一種觀念，也引導其達成「必然」與「滿意」之終極目標的形式。國內學者張威龍(1999)則認為物質主義者將財物及其獲得視為個人的首要目標，是生活的一種重要方式；其評價財物和其獲得高於其他事物和生活的活動，強調物質就是其價值。綜合上述，物質主義者的想法裡，不只限於拜金，而是過分注意物質之「獲得」與「佔有」，除了把佔有物質當成人生的目的外，也直接影響到對生活滿意度的看法。

(一) 從人類基本需要到自我延伸觀點看物質的意義

一般來說，若從人類基本需要到自我延伸觀點看物質的意義，則有以下兩個主要論點：

1. 物質滿足人類基本需要

人類是一種存在的有機體，其基本的共同點就是必須從外界獲得物質（如水、空氣、掩遮物等等），故物質對人之基本需求上的意義來說甚為重要。就 Maslow(1954)所提倡的需求層次論中，較低的需求階層，例如生理、安全需求、甚至愛與歸屬需求，都需藉由直接或間接獲得物質作為其滿足的方法。而就發展心理學的角度來說，Furby and Wilke(1982)指出，不分區域與種族，六個月大的嬰兒大約70%普遍的都會有自己偏愛的物質，而一些天然災害（如火災、地震）而損失自我私人物品的受害者，一般都呈現高疏離感、沮喪與絕望。由以上可知，物質的擁有讓人們感到自信、安全及滿足生存，因此「物質的佔有」對於人類的基本生存，有相當大的意義與影響。

2. 物質在自我延伸的意義

在另一方面，Belk（1988）也提出「我們即我們所有」（we are what we have）的論點，也就是周遭的私有物品與自我本身形成「自我延伸」的特質。所謂延伸我（extended self），是指消費者把身邊的物質合併在自我概念裡面，並以此種緊密的關係來展現自我。徐達光（1997）也指出在物質匱乏的消費文化下，產品「功能價值」（功能、品質及適用性）會被強調。但在一個物質充裕高度消費的文化裡，「符號價值」（例如身份，奢華，與地位等），常為主流。符號價值之重點在於強調擁有物品代表個人身份與地位的象徵。而物質的佔有在人際關係中扮演符號的角色，例如共同擁有某些物品，意味著同屬一團體或社會階層，可以拉近彼此的距離，增加雙方的互動與人際關係（Belk, 1988；Richins & Dawson, 1992）。

綜合上述，在現在的消費「不在只是經濟的行為」更轉化為在種種符碼下，差異化的符號為一種消費活動。所以經由物質來表達自我概念似乎是經濟開發國家普遍的現象，不同的是個人表達程度的多寡，及社會整體追求物質象徵意義的齊一程度。

（二）從消費文化的觀點看物質的意義

徐達光（1997）指出，在一個文化內，如把追求物質的興趣當作是文化價值主要的「社會目的」，且文化內大部份的人也把追求物質的理由定義為愉悅性取向（如：物質的獲得代表名位的取得或與眾不同）時，則稱這個社會擁有「物質主義」的消費文化價值觀。另一方面，物質文化之特殊性即在於它是「既存事實」且有連續性，不像語言、文字或物品曾在某一時間及空間確實存在，所以 Lury（1996）認為因為物質具體存在，物品便可以擁有，也能夠被累積、儲存與收藏，更能產生許多不同的意義，物質從本質上便可以展現出物質文化的獨到之處。

Lury（1996）則把消費文化視為物質文化的一種特定的形式，並且認為這個特定形式乃是萌自於二十世紀後半的歐美社會，他將「使用」的意義放進一個更寬廣的文化脈絡來看待，不再是如經濟學是藉由使用物品來達到企業的效益，反而把物質使用納入人類社會生活的實作中，變成文化的一部份。人們透過對物質事物的使用來進行日常生活或建立社會秩序，如同原始部落用某種動物或自然事物做為圖騰，來建立他們的生活方式或社會秩序，又如同現代人以昂貴與稀有的消費品來證明自己的社會地位或價值。在這種情形下，「使用」（需求對象）以及其「對象」（物）就具有文化意義的內涵，人們的需求與慾望可依附於物質不斷變化的意義軌跡上，使我們察覺到商品意義的新闡釋。而在消費社會中，人們經濟生活的重心已

由生產活動轉為消費活動，因為生產力提高，物資由以往的匱乏慢慢變成過剩，大量而繁多的物品鼓勵人們來使用與消耗，因此消費超越了經濟上的活動，成為社會文化象徵性的一部份。

綜合上述得知，無論消費文化從哪一觀點出發，都一再強調物質基本的功能性質，在廠商大量與多元的生產下，已經轉化為象徵性的使用意義，以增進消費主體的體驗及愉悅情感，物質主義於焉產生。

二、物質主義者的特徵

(一) 以佔有為生活目的

「佔有」這一個特質在物質主義中佔有舉足輕重的地位。Belk (1985) 指出高物質主義者的貪婪性、佔有性、嫉妒性遠高於低物質主義者，且因為過分強調物質的佔有，故較一般人不容易快樂 (Belk, 1985; Richins, 1987)。而 Fromm (1976) 認為高物質主義者有高度競爭性，對於物質的佔有呈現高度不安全感，重視獲得與佔有的意義明顯高於低物質主義者。他更進一步指出物質主義者視獲得與佔有勝過其它的生活目標或人際關係，追求物質的結果不僅僅會導致不快樂，同時在消費追求的過程中，常損害其人際關係，注意的重點也會從人轉而成為物上。

(二) 以物質評定快樂與生活滿意度

Leiss, Kline, and Jhally (1986) 指出，物質主義者往往與他人比較物質多寡，並將結果當成是快樂的來源，也藉此維持自尊。Heilbroner (1956) 指出，物質主義者對物質欲求所產生的滿足，不在於這個物質改變生活品質的程度，而在於他們花多少錢佔有這個物質。Ward and Wackman (1971) 形容物質主義者把物質與錢財當作快樂與生活滿意最主要的來源，這種滿足感實際上為「快樂陷阱」(hedonic trap)，因為要維持原有的物質快樂程度，必須去追求更多的物質來達到滿足，但快樂的存在是無止境的，且獲得新物品的快樂很快就會消失，取而代之的是更多的慾望。這種惡性循環使高物質主義者更不滿意其生活 (Brickman & Compbell, 1971)。Belk (1985) 及 Richins (1987) 也附和以上的說法，他們認為物質主義者因為把思想都集中在物質的佔有，所以比一般常人顯得不快樂。

Richins and Dawson (1992) 則指出，物質主義者喜歡把自己累積的財富及物品與他人比較，並把結果當成成功或失敗的依據。Campbell (1987) 認為，物質主義者常把幻想的物質與已經擁有的物質之間的差距，當成追求的目標，並永遠堅信有更好的物質可以提昇其生活水準，因而導致永無止境的物質欲求。Leiss et al. (1986)

指出，物質主義者往往與他人比較物質多寡，並將結果當成是快樂的來源，也藉此維持自尊。另一方面，物質主義高的人也傾向於把物質的獲得及佔有視為生活中的重點。Daun（1983）曾描述物質主義者（materialism）生活的重心在於把消費物質賦予價值，並從中尋求人生意義、目的及規劃出得到物質的步驟。

（三）重視物質購買的慾望

Richins and Dawson（1992）指出物質主義是會引導人們在各種不同情境下的選擇，因此物質主義會影響物品購買之數量與形式，更進一步則會影響資源的配置，就時間來說，一個物質主義者會選擇利用同樣的時間工作來換取金錢，而不願意用同樣的時間來從事休閒活動。Mason（1981）則指出，物質主義者常花大錢去購買東西，並把滿意程度建立在別人對物品驚訝的眼神，而不是產品本身的價值。許多研究皆指出物質主義者有較高的強迫性或衝動性購買行為（徐達光，1997；Faber & O'Guinn, 1988；Mick, 1986）。

（四）以物質自我中心為取向

Yankelovich（1981）認為物質主義者的利己行為明顯高於利他行為，且常用物質來凸顯自己，高物質主義者是自我中心取向，過度強調物質而顯出自私的行為，不能忍受與他人分享或是贈予的情形，個人追求物質的熱切，超過任何的社會目標。另一些實徵研究則指出物質主義者自尊心較低（徐達光，1997；Richins & Dawson, 1992）。Richins（1987）形容高物質主義者與他人有疏離感，不關心他人。部份學者也認為高物質主義者有追求繁雜物質之特質，這些高物質主義者覺得物質的佔有與正向的態度有密切的關係（Heilbroner, 1956），並依賴科技來解決問題，但對自然環境基本本質不關心，缺乏生活的儉樸（simplicity）—即主張個體在低消費的經濟活動中，能夠滿足精神的成長與需要，繼而達成自我實現（Mukerji, 1983）。

綜合上述，物質主義者把追求快樂、維持自尊或生活滿意度的目的建立在物質和金錢的獲得或佔有，但因為把思想都集中在無盡物質的佔有，所以比一般的常人顯的不快樂。在外顯行為上，則由於強調自我中心，過度重視物質而顯出自私的行為，而忽略了人際關係的交往及自我實現等因素。

參、物質主義在台灣的發展

物質主義雖然廣受到先進國家（如美國）的重視，但在華人固有的傳統文化中，並沒有直接的提及。因此研究者不完全以西方理論角度出發，而僅用物質主義之核心概念「佔有」為核心，以台灣本地為主，探討物質主義在台灣發展之特性及相關脈絡及影響。

一、物質主義觀點在華人歷史脈絡自古至今的地位

華人社會自古以來，直接提到有關物質主義的觀點並不甚多，細究其原因，發現並不是華人缺乏物質主義的傾向，而是在眾人在傳統儒家思想的「重義輕利」的規範下，甚少直接提及有關物質慾望的相關論點，例如「君子喻於義，小人喻於利」（論語，里仁），「仁義而已矣，何必曰利」等皆是強調精神層面的追求重於物質層面的擁有。

以華人歷史傳統規範表面看來，「重義輕利」的儒家思想為華人歷史的主流，但學者們有不同的看法。侯家駒（1993）從華人經濟價值觀的演變來看，認為先秦儒家「義利」觀念與近代看法，無甚軒輊，但兩漢以後的儒家卻從形而上觀點出發，以致由於太過強調精神面的「義」，從而過分蔑視物質面的「利」，忽略了義與利本是一體之兩面。在另一方面，儒家所主張的「性善」，因為與「利」的觀點有所抵觸，在無法違背基本的社會規範下，讀書人對物質慾望的產生避而不談。因此物質主義在一般眾人的眼光中，常被歸因於負面特質，在華人的傳統概念中，往往被歸類成「貪」與「利」，如此一來，自然就無法完全見容於儒家主張「性善」的範疇內。

劉翠溶（1993）認為華人也是喜愛金錢的，只是不能說出來。在華人這樣以「道德」為倫理中心的社會，常常在行為上不追求道德，反而把道德變成追求名利的工具。文崇一（1993）進一步指出在世俗社會中，華人認為最大的事業就是升官、發財。從這樣的角度來看，人生努力的奮鬥的目標，其實就是企望獲得較多的財富，較大的權力，或做一個道德高尚的人。也就是說，求富貴或權力在華人固有的社會中是存在的，而且極為重要，但在傳統價值的規範下，而無法表現出來。

另一方面，Weber（1964）就曾以儒家的心態（Confucian mentality）來探討，他認為華人重視財富，並「神話」財富，他說「沒有其它的文明國家像中國那樣把物質福利推崇到視為最高之善的境地」。他以為華人社會發展脈絡中出現了粗俗的

「物質主義」。同時，他雖承認華人節制的德行，但他認為單單節制和貪得心以及重視財富並不能導出「資本主義的精神」（金耀基，1983）。也就是說，物質主義確實存在於華人社會中，只是因為本身歷史文化的影響，故表現物質主義的方式，與他地不同。因此與前面的論點相映稱，可以從中發現，無論從東方或是西方的角度來看，物質主義確實以不同的形式存在於華人社會中。

再者，雖然固有思想對於物質主義之定義與概念並無直接提及，但我們仍能從一些文章典籍中看出華人對物質主義相關的看法與需求，尤其是對於富貴的期待。儒法道的學者主張富貴的取得，在生活福祉及事情的處理上有絕對的正面意義。例如孔子曾云：「富與貴皆人所欲也」；莊子：「崇高莫大於富貴」；商鞅：「天下之所尊者富貴也」（商君書，賞刑）。從另一個角度來看，徐達光（1997）也認為中國在傳統經濟最發達的時期，例如十六世紀經濟發達的江南地區，即有人肯定論述「奢靡消費」，此與西方國家所謂「消費追逐快樂」的記載，正有所謂的異曲同工之妙。

綜合上述，表面上，物質主義似乎並不存在於華人社會中，但事實上，物質主義的內涵已隱隱出現在其內。研究者以為，物質主義不是不存在於華人社會中，而是因為儒家思想的傳統及一般人認為物質主義是一種負面特質的狀態下，不易直接顯露出來

二、物質主義在台灣의 演變

台灣人民汲汲於追求財富與地位的程度，與他地的華人相比較起來，似乎勝過幾分。其「重利愛財」原因錯綜複雜，眾說紛紜。蔡淵潔（1986）曾從歷史背景來看，他認為台灣基本上是一個移民社會。在三、四百前開發的早期，移民大部分來自閩南與廣東客家地區。就區位而言，這兩個地區山多田少而地瘠，加上人口有壓力，一直就有往海外移民的傳統。由於地理上鄰近南海，此地區的漢人不若中原地區漢人務農者，存著守成認命的人生觀，相反地，往外發展的冒險精神相對地明顯。在此前提之下，台灣人民的基本組成，就與他地的華人不近相似，他們來到此地多半為尋求更好經濟利益，所以表現出的特質與一般華人自然有所不同。

另一方面，早期荷蘭人佔據台灣，也對於台灣造成了影響。史明（1980）曾做了以下的陳述「荷蘭人所移植於台灣的制度，雖然事例不少，然而以當時的社會狀況而言，最新奇並異乎中國的，除了農奴勞動機構外，還得舉出帶有重商主義的「商品出產」和「商品流通」。由以上可以看出早期的台灣，不但因本身組成份子，為謀求經濟利益而來到台灣，另一方面，更受到外來的政治影響，形成了一個「重利」

為著眼點的社會，葉啓政（1993）認為在如此的歷史背景催化下，台灣人中養成重利愛財之價值取向的有利客觀條件焉然形成。而台灣人重利愛財的特點也表現在好賭的習性上，這種情形在文獻中屢屢可見（吳文星，2000）。綜合上述，我們可以得知，當時的台灣人民，在政治、經濟及文化環境，已經充分具備了物質主義的傾向。

1940年代國民政府退守台灣，百廢待興，政府開始積極著手改善民眾生活。之後推出一系列的經濟改革措施，帶動了台灣整個的經濟發展。使台灣從農業社會急速轉變為工業社會（黃光國，1993），之後又積極推動十項建設與十二項公共建設，更帶動了台灣整體經濟整體的興盛。此時的台灣，經濟快速成長，人民生活開始富裕，在國際地位上，也由起初的邊陲地位，逐漸擠身為半邊陲地位（林鍾雄，1993）。細察這一段時期可知，台灣進行了前所未有的族群融合及在經濟上的快速成長，但對台灣人民來說，也形成無所適從的角色混淆階段。他們逐漸脫離了貧困，擁有了財富，但卻不知如何的運用，快速起飛的經濟也將人民的價值觀快速的混淆。

而在1980年代時期，社會裡游資過多，人們有了充沛的金錢從事投機性的金錢遊戲。一時間賭風熾盛，玩大家樂、六合彩、彩券的風氣流行；地下投資公司與期貨買賣也生意興旺；玩股票，炒房地產的更是大有人在。幾年下來，整個社會被捲入狂熱的冒險賭博風暴之中，台灣遂被譏為投機冒險家的天堂（瞿海源，1991）。工商業的發展，增加社會財富累積，同時因財富而產生權力重新分配的情形也日益明顯，因此社會中不論中產階級或是高階社會地位的人民都普遍追求社會地位與財富（薛化元，2003）。徐達光（1997）也指出台灣在過去三十年來的政經發展由貧窮趨向富庶，及政治民主多元開放的環境成長下，使得當今的新世代人類較嬰兒潮或銀髮族更拜金。

2000年台灣進行了首次政黨輪替，繼任政府政策反覆，兩岸關係緊張，在戒急用忍的政策下，台灣在國際金融活動中日漸邊緣化，經濟大幅滑落，高失業率與低經濟成長率造成台灣社會問題叢生，另一方面，過去經濟成長所養成之過度消費的浮華風氣，導致了卡債金融風暴與負債家庭自殺之多種社會問題，甚至必須動用社會資源進行輔導、協助。此時此刻的台灣人民已經開始嘗到所謂的「物質享樂價值」帶來的苦果（傅雅伶，2004）。

再者，西方強勢文化入侵已是亞洲各國當今面臨之主要問題，Brindley（1989）認為台灣社會價值目前處於新舊並行的多元混合狀態，尤其是台灣面臨儒家傳統文化的包袱以及現代工業化與西化的洗禮下，社會價值的轉變更為明顯。Brindley（1990）將台灣的現代化價值按其影響來源分為四類，分別為科學化思考、功能主義、物質主

義與獨立自主。黃光國(1993)也認為當東亞華人社會由農業轉變為工商業社會之後，在儒家要求個人自我實踐的傳統之下，個人仍然可能利用傳統好學、力行及知恥之修身方法，來學習自西方的知識，來追求其生活中的目標。在這種情況下，個人所追求的不再是道德理想，而是他本身行業的成就。這樣的轉變，促成了東亞社會價值觀的多元發展。也使得華人社會普遍的重視物質主義與功利主義。台灣社會已經明顯轉型，呈現向西方文化靠攏的趨勢。

綜合上述，在台灣人民的基本組成（移民社會）及政治不安定的環境下，台灣人對於物質的佔有較他地的華人似乎更為明顯，再加上經濟過於快速的成長，物質主義的特質與價值觀已在無形之中慢慢的在台灣人的心中蔓延，尤其是經過了台灣經濟奇蹟與當今的經濟衰退之後，另一方面，西方強勢文化，確實對於台灣社會造成影響，個人追求的是本身之成就，使得華人社會普遍的重視個人主義與物質主義。正如 Brindley (1990) 與黃光國 (1993) 所認為，處於台灣社會中的個體，一方面受到西方現代個人主義強調獨立自主的影響，另一方面卻又仍然重視傳統的家庭與人際關係，因此發展出「華人式個人主義」(Chinese individualism)，而物質主義在現今台灣的傾向，正與前述說法之脈絡相似，消費物質與擁有物質已經成為社會的主流價值，人們必須用物質來證明自身的尊嚴與價值(林慧玉，2006)，且其影響層面之深與廣，更是無法衡量。在另一方面，這種台灣本地物質主義突顯之主因，而美國因經濟繁榮之背景下比較，又不盡然相同。

肆、研究方法

本研究之訪談研究，其目的在於經由實徵訪談資料，來釐清物質主義的概念。所採研究策略包含深度訪談及焦點團體訪談。以下研究者將先就研究策略加以說明，並描述其實施程序及所得資料之分析過程。

一、訪談方法

(一) 訪談法

本研究所採用之研究策略為一般性訪談導引法；研究者於事前準備一份訪談綱要，以確保訪談焦點於研究主題上。研究者在訪談中視情況需要決定訪談問題之呈現順序，並針對受訪者之反應，適時增加問題，以澄清受訪者之想法，避免研究者誤解受訪者之原意，並增加受訪資料之豐富性及可用性。訪談工作由研究者親自進行，每

次訪談時間約四十分鐘。

(二) 焦點團體訪談

焦點團體通常作為一個包含了大量，具代表性團體研究的預備階段，或增加對調查結果的頓悟（Patton, 1990）。因此本研究以焦點團體作為蒐集資料方式，以作為對本研究主題發覺與探索需求的重要工具。

二、研究對象

在訪談的樣本選取時，研究者即以具有高物質主義傾向者為主要訪談對象，以利研究目的之達成，因此，受訪樣本選取的主要條件即是受訪者將追求快樂、維持自尊或生活滿意度的目的皆建立在物質和金錢的獲得或佔有。由於本研究尚屬探索性質，故樣本之抽取以便利樣本為主。研究者先詢問團體中任何人，請這些人指出那一個人在團體中是物質佔有慾強的人，被指認人如為千夫所指，則被列入訪談對象，但被指認人不知本研究之目的。團體的選擇將涵蓋不同職業、收入、年齡、性別的團體。經初步認定後，再經由一位消費心理學博士、一位行銷管理博士共兩位專家進行進一步面試，受訪樣本選取的主要條件除上述以物質佔有為核心外。並輔以觀察發現其個人將維持自尊與自我實現皆建立在物質和金錢的獲得或佔有，且因過度重視物質顯出自私之基本價值觀（物慾至上）或因過度消費（例如卡奴、負債等等）之外顯行為。最後再進行正式訪談。本研究訪談包括進行一般性訪談與焦點團體訪談，初步進行一般性訪談十人（M1-M10），並且進行一次焦點團體的訪談，希望從不同年齡階層與職業中，找出具有高物質主義代表性者，作為受訪對象。在另一方面，為了確定與釐清高物質主義者所具有的特質，研究者另尋找兩位低物質主義者（ML11 與 M12）進行一般性訪談，其選取標準與高物質主義者之特質相對立，也就是先前文獻 Mukerji（1983）所強調「生活之儉樸」，即個人在低消費的經濟活動中，也能夠滿足精神的成長與需要，繼而達成自我實現（例如其生活重心在心靈成長與宗教）。希望藉此來映襯突顯高物質主義者之特有向度。根據上述，在樣本特性方面，共有 12 位受訪者（十位高物質主義者與兩位低物質主義者），在性別分布上，男性僅有三位，而女性九位，其理由在於過去研究發現物質主義以年輕女性居多（Belk, 1985；Richins & Dawson, 1992；張威龍，2004）。受訪者年齡介於 15-50 歲之間，其職業包括家庭主婦、酒店男公關、軍人、理財專員、門市小姐、大學助教、全職學生與待業中等等，整體來說，對於各個族群之包含具一定代表性。

三、訪談內容

基於本研究以釐清物質主義之概念為目的來看，所指涉的應該是以外在的「經

驗與行爲」與內在的「意見與價值」爲主，爲了更進一步瞭解物質主義的概念，研究者多半藉由受訪者的經驗出發，經由受訪者的經驗中延伸問題，使受訪者較能清楚的澄清其概念。另一方面，在文獻探討曾經提及，追求物質的行爲在中國傳統禮教下是衝突且被排擠的。受訪者於訪談時直接回答相關問題容易產生社會期望偏誤。因此，訪談時首先告知受訪者，欲了解受試日常生活消費習慣與購買的產品等目的，而不直接詢問個人之強烈物質傾向，訪談內容則以不拘形式的方式與受訪者談論物質主義的一些價值與行爲表現爲主。

四、訪談資料分析原則

本研究之訪談資料分析是以兩位消費心理學領域博士與三位心理系研究生爲主，訪談資料的整理與釐清之過程，則是以 Strauss and Corbin (1990) 下列的原則爲主：(1)依順序逐步閱讀訪談資料，在閱讀謄稿資料中，特別注意資料所提及特定的關連事件，並以這些事件發生的背景、過程及結果，作爲歸納思考的方向；(2)在受試的人口統計背景中，容易形成主觀的刻板印象。研究者在這個層次作法上以跳離所形成的主觀意識爲重點，並嘗試由重複的事件，字義的敘述中，由不同的角度加以思索內涵深層意義，來抽離高物質主義者獨有的概念；(3)研究者對訪談資料所抽離出的類別有所瞭解後，再把每一個受試者對這些原始的概念做一重新整合，以瞭解每個受試者在這些籠統概念上所表現的程度，並作成摘要，予以編碼；(4)在經過步驟三後，研究者進一步的合併或分解原先抽離的概念，並分析這些概念所可能具有的屬性及構面。在建立屬性或構面前，研究不斷以相反概念來審視這些對立的概念，並不斷顛覆與重建的過程中，修飾原有的高物質主義所具有的向度。

另一方面，在訪談資料分析上，由於研究者將物質主義視爲一種價值觀，因此研究者嘗試以價值觀爲基礎，進行訪談資料結果之分析。但不可否認的，如洪瑞斌 (1998) 所認爲，價值觀乃是個體主觀的信念系統，也就是說個體主觀認爲應該重要或值得去追求的觀念，可是這樣的應然 (價值信念層次) 卻往往和實然 (行爲表現層次) 出現差距，在另一方面，Rokeach (1979) 也認爲，價值體系乃是一種持久的信念，此種信念不僅僅是認知的，而且是行動的預先準備。而在消費心理學的領域中，對於行爲層次的探討是絕對不可或缺的，因此，研究者除了以價值觀爲基礎，由內而外，進行訪談資料的分析外，也以行爲層次爲另一個出發點，由外而內，進行資料分析，再進一步加以相互參照。

伍、物質主義概念向度之分析

一、內在價值觀取向

根據本研究受訪者的文本資料進行類屬分析結果，本研究發現本地物質主義所表現出之基本內在價值觀共可歸納四類，其中包括「人有我有」、「金錢至上」、「佔有愉悅」與「物質滿意」。在此對於此四種價值觀做說明：

(一) 人有我有

物質主義者由於過度重視外界對其看法及本身強烈追求物質的佔有，在「輸人不輸陣」的情況下，他們會傾向於別人有什麼，他們也要有什麼，求得立足點上的平等，以免被人家輕視而產生自卑的感覺。另一方面，物質主義者往往與他人比較物質多寡，並將結果當成是快樂的來源，也藉此維持自尊。在這種驅力的驅使下，一方面他們會相當注意流行的資訊以免顯得落伍。另一方面他們也常常會花費很多的時間、金錢或心力去尋找他人所擁有的物品。例如受訪者 M1 陳述。

喔！那是因為同事大家跟著買啊，大家買我就買啊！「輸人不輸陣」，你也知道啊！在我們公司，誰不穿名牌，沒辦法啊！我不想自卑。（M01H11）

物質主義者除了要求跟別人一樣的物质外，常常想更進一步，擁有比他人更多或是更佳物質，以求得他人的羨慕眼光或是滿足自己炫耀的目的。例如受訪者 M3 之說法。

有啊！就是，球鞋嘛！就是覺得人家都有，大家都有，我就很想馬上去買一雙。到了店裡，眼睛馬上就花了！買了一雙跟別人一樣的，我還要多一雙跟別人不一樣的，反正穿舊以後還可以賣給那些羨慕我的同學。（M03H05）

相對於物質主義者的強調「人有我有」的想法，非物質主義者對於物質的擁有則採取截然不同的態度，他們比較不會受外在的影響，會視自己的需要購買產品。如受訪者 M12 所述。

比方說我覺得別人很容易說大家有什麼我就要去買什麼，我覺得我比較不會，就是我覺得這點跟大家不太一樣，就真的是比較視自己的需求去買東西，然後依自己喜歡的和自己的個性去買東西，那至於像穿著上我也比較不會講求跟人家去追求潮流，什麼等等的，這個我都不會。（M12L13）

(二) 金錢至上

金錢乃人社會中等價概化媒體的原型。它是人們獲取與累積諸種世俗化社會資源不可或缺的隨制要件（葉啓政，1993）。因此金錢表面上只是獲得物質的一種手段或方法，但它也隱含了物質的特性與意義，且更可作為獲得其他物質最直接的方法。物質主義者強烈沈迷於物質的追求，自然無法忽視金錢這一種聚象徵性概化性的交換媒體（*symbolically generalized medium of interchange*）。物質主義者對於金錢的重視，並不亞於對於物質的擁有的渴望上，他們視金錢是萬能的，是相當重要的。他們也會不斷的追求金錢，以達到滿足。例如受訪者 M5 與 M10 之陳述。

錢是可以滿足慾望的東西啊。譬如說你想買東西，你有錢的話就可以去買。錢真的是蠻重要的。（M05H12）

我從小到大，最想要的就是錢！（M10H16）

另一方面，由於物質主義者過分重視金錢，甚至如同重視物質之程度一般，視為生活中不可或缺的部份，所以他們常常以金錢作為本身生活是否具有快樂與安全感的主要依據。例如受訪者 M1 提到：

我本人感覺是身上有錢就有安全感，有錢可以買東西要做什麼都可以，不會感到很無助，沒有錢會很覺得很惶恐。就例如會感覺到，人在外面，臨時肚子餓，就算要吃個東西都不行，或是車有什麼問題都無法解決，所以我會覺得有點隱憂，雖然說事情沒有發生，但是會讓我很擔心，就連生活週遭的一切都會擔心，因為沒有錢一切都會沒有辦法，束手無策。（M01H06）

既然物質主義者以金錢衡量本身的快樂、安全感及本身的價值與自尊，再加上他們具有「以物示人」的特質，在實際的生活中，物質主義者便常常以價錢來衡量一個物品的價值，或是將此種想法擴大化至他人身上，以他人具有金錢的多寡來衡量其成就或能力。例如受訪者 M5 之說法。

有錢是代表什麼意思？其實就是說物質代表一個人能力，就有錢代表一個人的能力啊！（M05H21）

相對於物質主義者，我們可以從一些非物質主義者的特質中找出一些與物質主義者對於金錢不同的看法，對於這些物慾低的人來說，金錢不是萬能，對於追求金錢的方式，他們也是覺得夠用就好，因為他們覺得除了金錢之外，還有許多東西值得追尋。如 M11 所述。

其實錢也不能救命啊，只能滿足自己的需要吧，自己足夠用就好啦！可以使自己的物質可以滿足吧！也不至於太奢侈浪費，然後留給下一代有個好的教育啊。（M11L08）

再者，非物質主義者對於物質主義者或是物質慾望高的人採取不認同的態度，因為他們覺得物質主義者會比較功利，而且用錢或是其他物質來衡量一切事物。

所以說就是我覺得金錢價值慾望高的人，我反而會評定他較低的價值對了，就是他可能金錢都很重要，可能覺得你某些方面有利用價值，才跟你交朋友，因為金錢慾望高的人可能很多方面都用有沒有價值，有沒有利用價值之類來衡量的吧！就是說他會把金錢方面的價值推展到其他方面的價值就對了。（M11L07）

另一方面，物質主義價值之產生往往受到家庭與社會因素影響（張威龍，2004；徐達光，1997），其形成歷程，往往可以從其金錢觀念受到家庭與社會的影響來得知，尤其家庭環境影響最大。家庭教育使子女常以物質或金錢衡量人格價值的高低。我們可以從受訪者的言談中，屢屢看到這樣的情形。例如受訪者 M5 與 M8 所述：

我爸的觀念就是：你做大官、賺大錢，你就是講話大聲，頭抬高；沒有錢就是被踩在腳底下。這就是我爸給我的觀念，所以我印象深刻。我再怎麼窮，我也會讓他們的樣子感覺起來很有錢，就這麼簡單。你沒有錢什麼都沒有啊！有錢人講話就大聲一點，沒錢人頭就低低的。（M05H11）

像我以前覺得不錯的，不管是在地攤或夜市，我也會買起來。可是自從被我爸唸那叫「鹹菜乾」之後就不敢了。我媽現在就灌輸我這種觀念“只要是百貨公司的牌，不管是什麼牌，都給它買沒關係。（M08H19）

同時在訪談中也隱約可以看到前述探討「物質主義在台灣演變」之文獻提到台灣移民社會、政治不穩之歷史脈絡與經濟快速發展對於形成物質主義之影響。例如受訪者 M7 與 M8 所述：

因為我爸是外省軍人，覺得台灣不穩定，沒有在台灣生根的打算，眷村經驗環境又不是很好，四個小孩同時念大學時，學費都二、三十萬。所以從國中開始，我就希望趕快長大，趕快大學畢業，趕快賺錢。一直到現在經濟開始寬裕，雖然我覺得錢不一定能買得到較好的關係或知心的朋友，但錢它起碼讓我們小時候不虞匱乏。我說實話，錢買得到尊嚴，但它不等於尊重。（M07H23）

我父親是老師，它可以讓你生活得還不錯，但沒有多餘的錢讓你買玩具。在這種家庭下

來的，你可能也不敢要求父親買什麼，所以會變成心裡的願望。後來長大後，整個經濟起飛，家庭環境開始變好，它變得很便宜，所以一看到會想到小時候的心態，一口氣買它一堆，但我不會去玩它，看隔壁有沒有小孩子可以送。（M08H19）

而文獻所提及之西方消費文化入侵，影響消費者之物質與金錢觀，也可以從受訪者 M5 之訪談中略見一二。

我也覺得這幾年的變化對我影響很大，信用卡或是購物頻道都是叫你多買嘛。沒錢怎麼多買，這些都是從美國人身上學來的。（M05H06）

（三）佔有愉悅

物質主義者因為相當重視物質的佔有，在追求物質過程中的心理狀態，也較一般人激烈。所以在物質佔有的過程中，也比一般人較容易感到對於該物強烈渴望與需求的感覺。例如受訪者 M1 與 M4 之陳述。

在找某樣東西的時候，如果有針對某樣東西去找的時候，會覺得蠻焦急的。在找到的時候，會不計任何代價，也就是一定要拿到手，多少錢都是其次，也不會討價還價。（M01H17）

很高興啊，通常都是買很高興的，因為通常那種店就是很大啊！很多樣品啊，看到眼花撩亂很高興，然後，看了很多衣服啊，看了就很高興，像昨天啊，去買外套啊，買了就很高興啊，不知道ㄟ，買東西就很高興，就那種人性的，也不是人性，就是我那種愛買的天性吧！（M04H09）

當他們買到自己想要得到的物品時，他們當下馬上獲得立即強烈的滿足與快樂，但這種感覺並無法持續多久。例如受訪者 M6 之說法。

買完以後會覺得非常有滿足感。要去買東西的過程，可能是因為有點急，所以會特別有精神，可是有時候買到了，那個滿足的時間可能不是很長，可能買完了以後覺得買到了就沒什麼感覺了，可能是在買東西的那個時候覺得特別興奮，買了以後覺得買到了，就可以鬆一口氣了，好像一件事情做完了一樣。（M06H08）

（四）物質滿意

物質主義者過份重視物質，因此擁有物質的多寡充分影響他們的生活，對於物質主義者來說，所謂「快樂的生活」，即是在物質上獲得充分的滿足，甚至應該說是必須擁有較豐裕的物質。他們的生活滿意度也完全是由擁有物質的好壞與多寡來決定。如受訪者 M4 所述。

滿意喔！快樂喔！總之有好的東西可以用，其他就比較不是那麼重要了！像現在，我最快樂的事就是星期六晚上爸爸帶我出去買東西，住了一星期的校，我有一種好放鬆的感覺，越買越快樂，抱著重重的禮物回家，再大吃一頓，是我一星期唯一值得快樂的事了。（M04H17）

相對於物質主義者完全以物質作為生活滿意度，非物質主義者有相當不同的看法，他們多半用物質以外的東西來評定生活滿意度，就算談到了物質，也只是認為不要匱乏，與物質主義者強調要「好」的心態大不相同。例如受訪者 M12 提到：

什麼樣的生活讓我滿意喔？會讓我生活感到滿意喔，可能就是家裡都和和氣氣的吧！然後沒有什麼問題，然後可能想要什麼或是說自己需要什麼，都有辦法依自己的能力去買到那樣東西，或是依自己的努力去得到那樣東西，包括學業，包括工作，包括日常所需這樣，有一個好的家庭，有一個好的生活環境。（M12L06）

根據上述，研究者發現台灣本地物質主義之「佔有」之核心基本假設雖然與西方物質主義相同，但在價值觀上確實與西方物質主義有所不同，研究者會進一步在結論討論其相同與相異點。

二、外顯行為面取向

根據本研究受訪者的文本資料進行內容分析結果，本研究發現本地物質主義所表現出之外顯行為共可歸納五類，其中包括「過度超支」、「意見領袖」、「喜於炫耀」、「衝動購買」與「投機理財」。在此對於此五種外顯行為構面做說明：

（一）過度超支

如前所述，物質主義者為了滿足不斷佔有物質的慾望或者衝動性購買行為，常常會造成不良的後果，其中最明顯的就是過度揮霍金錢，造成了預算的超支，他們往往將原因歸咎於自己無法掌握花錢的分寸。例如受訪者 M1 之說法。

但是後來那些比較容易得來的錢會花的更快，也更沒目的，因為感覺到錢得來的容易，所以會更沒有節制，看到對眼的東西就買了，也不考慮需求性，就是到汐止做電動玩具，一個月薪水八萬，算是中高，但是那八萬塊花不到一個星期，然後又很窮，等著領薪水，甚至還負債，花錢沒有節制。（M01H14）

在物質主義者的現實生活中，由於時常超支的結果，除了向他人借錢之外，在信用卡的使用頻率上更為明顯，並且常常達到信用額度或者必須利用循環利息付

帳，他們雖然抱怨信用卡的缺點，甚至憤而將卡剪掉，但仍然無法擺脫使用信用卡的習慣。例如受訪者 M2 之說法。

信用卡給別人的第一個是方便，第二個是理財的作用，可是在我手中的話，好像只有得到方便這個好處吧！那理財的話，完全是背道而馳啦！我覺得卡在我手上，好像是一個吸錢器，如果它的額度三萬就刷三萬，五萬就刷五萬。其實從以前到現在都是這樣啊！永遠都在交它那個循環利息，永遠都在交它那個卡費，永遠不停止這樣子！像我自己就很激動的把害人的卡剪過兩次！因為我覺得卡在我身上好像就是沒有辦法限制自己的消費行為嘛！（M02H17）

相對於物質主義者，非物質主義者非常重視金錢的支出，他們常常會計算自己本身擁有金錢的多寡而決定是否購買此項產品，而不像物質主義者一般，為了得到擁有物質的立即滿足，而不考慮實際的狀況。另一方面，他們認為信用卡會造成過度預支金錢或欠債的看法，因此對於信用卡的使用，採取比較不積極的態度。如受訪者 M12 所述。

喔，我有提款卡，沒有信用卡，那提款卡的話，是因為比較方便，不用用那個存款簿領來領去啊！可能就是方便上的問題囉。那信用卡我會覺得目前可能比較不是那麼必須，因為覺得有了信用卡可能自己比較會亂花錢啊！所以就比較沒有去辦那個信用卡的念頭。那不過將來還是可能會去辦，不過可能會很少用。（M12L20）

（二）意見領袖

物質主義者由於重視物質的購買與佔有，希望在物質上具有強烈的主導地位，並且常主動蒐集產品的訊息。也因為接觸物質資訊的頻繁，熟能生巧，久而久之便對於產品資訊頗為瞭解，吸收產品的資訊的質與量由簡單變為複雜，所以常常主動提供訊息給他人，成為團體中的意見領袖。例如受訪者 M8 之說法。

我覺得應該是朋友的影響吧！以前或許不會注意到這麼多東西可以買，但是買久了，習慣了，甚至有時候還會比別人買的更多，買久了，自己就成為行家了，逛街就會去注意，以前都是別人告訴你，現在換你去告訴別人，因為越買越熟練了！（M08H18）

在另一方面，由於物質主義者之所屬團體中若有人需要購買物品時，將會尋求其意見，因此物質主義者也以自己身為有關物品的意見領袖，獲得他人的重視，而深深自豪，並藉此獲得成就感。如果受訪者 M4 所述。

而且也不會聽到別人說我不懂的事了，因為我也有啊！在功課上，我可能有一些不太懂

的地方，但是在我能力可以買到的東西，如果不懂，就沒有什麼可以跟人家比了，你功課比我好，我要請教你，等你要買東西時，你就要求我了，所以說啊！個人都有個人的長處。總是要有人羨慕的地方嘛！（M04H09）

（三）喜於炫耀

如前所述，物質主義者除了有不落人後的心態外，他們也希望更進一步擁有比別人更多更好的物品，達到突顯自己的目的，所以物質主義者在現實生活行為中，常常用物質作為顯示自己高人一等的象徵，在各種場合中，他們皆希望將自己所擁有的物品顯露出來，顯示自己與一般人不同，並藉此獲得成就與滿足感。例如受訪者 M1 之說法。

當我買了一些特別的物品時，我最希望讓周遭的好友看到，並用讚美的眼光來看著我，例如我買了一雙一萬元 GUCCI 的皮鞋，我就是馬上會穿去上班，讓我的同事們看到並引起他們的討論與羨慕，這時我的心情實在是非常的爽！（M01H21）

而物質主義者雖然極度希望他人注意並羨慕他們所擁有的物質，但另一方面又不會刻意提及自己所擁有的物品，而是希望他人自行發覺而提及並稱讚，避免給他人「故意炫耀」的負面印象。但他們仍會利用各種方式，假裝不是故意或是不禁意的表現出自己的物質，搏得他人的羨慕與讚美。例如受訪者 M7 之說法。

我覺得我是一個喜歡被名牌包起來的人，電腦啊！衣服啊！都要是名牌，尤其是手錶，我最喜歡當我露出手錶時，別人露出羨慕的表情，然後問我是那裡買的，要多少錢，我通常都會把價錢說高一點。可是我不會刻意露出手錶，那樣太假了，我一定是等到不經意露出來時，那時的感覺好像是坐 BMW Z3 跑車的感覺一樣。我喜歡那部車。（M07H10）

另一方面，物質主義者為了可以達到炫耀的目的，他們常常會尋找一些被大眾接受，但是較為特別的產品，以區隔自己與他人的不同，顯示出自己的優越感。如受訪者 M3 之陳述。

不會！我覺得...如果買一樣東西人家沒有的，我有人家沒有的，感覺很好啊！我覺得我有這樣東西！可是人家沒有，譬如說像那種限量的，我有人家沒有，感覺很好啊！我覺得...我很喜歡嘛！我很喜歡人家沒有的東西！好像可以把他們很狠的踩在腳底下，很爽就對了！（M03H05）

炫耀的成分，對於物質主義者購買物品來說，有相當大的決定因素，在訪談的過程中，受訪者常提及炫耀是購買物品的重要因素，因為擁有此物品後，往往可向

他人炫耀，獲得滿足。如受訪者 M4 之陳述。

其實我買物品，常常就只是要滿足虛榮，也就是向別人炫耀的感覺吧。像是譬如說那種寬褲子已經有很多了，可是爲了要讓別人看出來說很屌，就要再買很寬的褲子啊。炫耀的物品大部份都是衣服，鞋子，雖然有炫耀的成分在裡面，可是還是有實用的價值。（M04H09）

相對於物質主義者偏重於「以物示人」的購買心態上來說，非物質主義者購買物品的主要因素，並不是在炫耀，而是從本身的需求、物品價錢高低與實用性來看，與物質主義者有很大的不同。例如受訪者 M11 之說法。

就滿足基本的需要，滿足基本的生理上需求就對了！產生購買的慾望，缺乏吧，缺乏那東西的時候。通常自己一個人是不太會去買東西，那還有的話就是，像日常用品的話，就是說缺了嘛，才會去買，這樣子。（M11L17）

（四）衝動購買

衝動購買通常是指缺乏理性或是缺乏選擇性的評估，具有衝動購買特質的人，在商店內最後決定的購買的產品，往往和在進入商店之前的計畫不同（Rook, 1987）。物質主義者往往以物質的擁有作爲生活重心，他們常常喜歡逛街或是蒐集產品的訊息，看到特定物品，就深深的被其吸引，不計一切代價，一定要想辦法獲得。在另一方面，物質主義者常常強調自己的需求與欲求，他們認爲這種感覺是強迫的、固執的、渴望的，但這種情形往往造成其生活上的困擾。例如受訪者 M1 之說法。

我在購買的過程中會不顧任何一切，不管價錢，不管當時的狀況，一直追尋我要的東西，一直到買到爲止！我常常不知道怎麼拿捏花錢的分寸，有時會花超過自己有的錢，這樣就很辛苦，必須去補足這個差額，很傷腦筋，因爲我不是一個會爲了買東西去做長期計劃的人，像要買東西，如果我要買就一定要買到，就是有點衝動。（M01H11）

如前所述，物質主義者既然具有衝動性購買之行爲特質，其衝動性購買往往形成了立即的行動而忽視潛在的行爲後果，他們在購買物品時，幾乎都沒考慮到現實的因素，因此在購買之後，往往伴隨著對於產品強烈的不滿意和後悔的心態，由於不適用，他們常常將物品放置一旁或是轉送給他人。例如受訪者 M7 之說法。

有時候會覺得其實不必要買的東西爲什麼要買？可是那時候怎麼會想買？買了以後才後悔，都會這樣子。（M07H14）

相對於物質主義者的，我們可以從一些非物質主義者的特質中找出一些與物質

主義者的衝動性購買行為之相異處。非物質主義者在購買物品時，常常會再三考慮比較，貨比三家，或是常藉由相關資訊管道來確定其是否值得購買。如受訪者 M12 所陳述。

我在購買的過程中，會很努力去比對吧！比對說那個價錢跟別家是不是差不多，是不是合理，這樣子，是不是有符合自己的想法，所以其實我在購買的過程中比較認真思考一點。那感覺上的話除非是買自己喜歡的東西，不然一般來說是不會太過於興奮。通常有感覺是買完以後，比較有感覺。（M12L13）

（五）投機理財

如前所述，物質主義者因沈迷於金錢與物質的追求上，認為金錢至上，視金錢為萬能，另一方面，也由於物質的擁有需要大量的金錢作為後盾，所以如何快速獲得大量的金錢，是他們所殷切盼望的，在實際狀況中，物質主義者追求金錢的態度比較不踏實，常存有「及時滿足」的心態，因此他們傾向於投資獲利高但風險也高的行業來謀取暴利（例如投機性股票、期貨），正如吳文星（2000）提到在經濟發展下，台灣人重利愛財與愛賭博的特點。有時甚至將投資理財視為賭博一般，或者是為了金錢不擇手段。例如受訪者 M6 提到：

或許會想到一些比較偏門的，也不是違法的事，因為比較有利潤，或許有時候是說覺得那個錢好賺，然後就去做，比較沒顧慮那麼多就去做，但是後來那些比較容易得來的錢會花的更快，也更沒目的，因為感覺到錢得來的容易，所以會更沒有節制。（M06H18）

相對於物質主義者的投機性理財方式，非物質主義者對於金錢的管理則採取較為保守的態度，例如用儲蓄的方式，或者節省花費，得到累積金錢的效果。例如受訪者 M11 與 M12 之說法。

我以後有比較多的金錢，我會儲存吧！就是用儲蓄的方式，這樣比較保險！（M11L08）

累積財富喔，就定期的存款啊！然後，對，大概就定期的存款吧！投資的方式，可能自己比較笨，不太會用。或者靠別人幫忙儲蓄，別人幫我投資，或是詢問別人的意見看看說有沒有什麼方法是累積財富的更好方法吧，不然大部份就是儲蓄的方式，就是看自己賺多少存多少吧！這樣子，就是儘量不要花費掉，花費夠就好了。（M12L10）

根據上述，本研究亦發現本地物質主義者之外顯行為表現，由於受到外在社會文化脈絡之影響，與西方之物質主義之傳統購面，又有其顯著之不同（例如意見領袖、投機理財與過度超支）。

陸、結論與建議

一、本地物質主義之建構

回顧整個研究可知，因受到文化、地域等因素之影響，台灣物質主義概念與西方物質主義確實有所不同。本研究彙整過往文獻加上研究的訪談分析結果，嘗試勾勒出如下列圖 1 之本地物質主義假想概念圖。根據文獻回顧之方式，在圖中以移民社會的淵源、經濟發展榮景與衰退、政治不安定的惶恐及西方文化入侵等因素當作本地物質主義發展的濫觴。台灣早期民眾（中國東南隅的閩粵人民）是在基本生存與經濟壓力下的拓荒者，由於不同時期的領導者，皆以移民或過渡心態來治理台灣，導致了人民對於這塊土地的認知與歸屬感不足。在近四十年的經濟快速成長，台灣民眾在短暫的時間累積了大量的金錢卻不知如何應用，只好由追逐與佔有金錢的過程中得到滿足，又因為經濟快速衰退，對物質與金錢的佔有更為重視。而從政治的因素來看，兩岸的不穩定關係導致台灣民眾缺乏安全感，因此常常抱著短視近利的心態來面對未來。另一方面，西方強權的勢力擴張，使得西方物質文化快速入侵，塑造了當前資本主義式的台灣文化。在上述這些因素之下，目前台灣社會價值已成為以物質主義之基本價值-「物質佔有」為保障自我之方式。

本研究根據文本資料進行類屬分析，發展出以物質主義為主的四種內在價值觀：(1)人有我有：物質主義者由於過度重視外界看法及本身強烈追求物質的佔有，他們會傾向於別人有什麼，他們也要有什麼，甚至更好；(2)金錢至上：物質主義者視金錢是重要且萬能的。他們也會不斷的追求金錢，以達到滿足。並以金錢作為本身生活是否具有快樂與安全感的主要依據；(3)佔有愉悅：物質主義者不斷追求物質以求得生活中的快樂，在追求物質過程中的心理狀態，也比一般人較容易感到對於該物強烈渴望與需求的感覺；(4)物質滿意：物質主義者過份重視物質，因此擁有物質的多寡充分影響他們的生活，他們的生活滿意度也完全是由擁有物質的好壞與多寡來決定。另一方面，物質主義者之特徵也同時反應在外顯行為上，根據研究結果，可發現物質主義者之五種外顯行為：(1)過度超支：物質主義者為了滿足不斷佔有物質的慾望或者衝動性購買行為，常常會造成過度揮霍金錢，造成了預算的超支，無法掌握花錢的分寸；(2)意見領袖：物質主義者希望在物質上具有強烈的主導地位，並且常主動蒐集產品的訊息，熟能生巧，久而久之便對於產品資訊頗為常常主動提供訊息給他人；(3)喜於炫耀：物質主義者常常用物質作為顯示自己高人一等的象徵，並藉此獲得成就與滿足感；(4)衝動購買：物質主義者往往以物質的擁有與購買作為生活重心，並強調自己購買的需求與欲求，他們認為這種感覺是強迫且渴望的；(5)投機理財：物質主義者追求金錢的態度比較不踏實，因此他們傾向於投資獲利高但

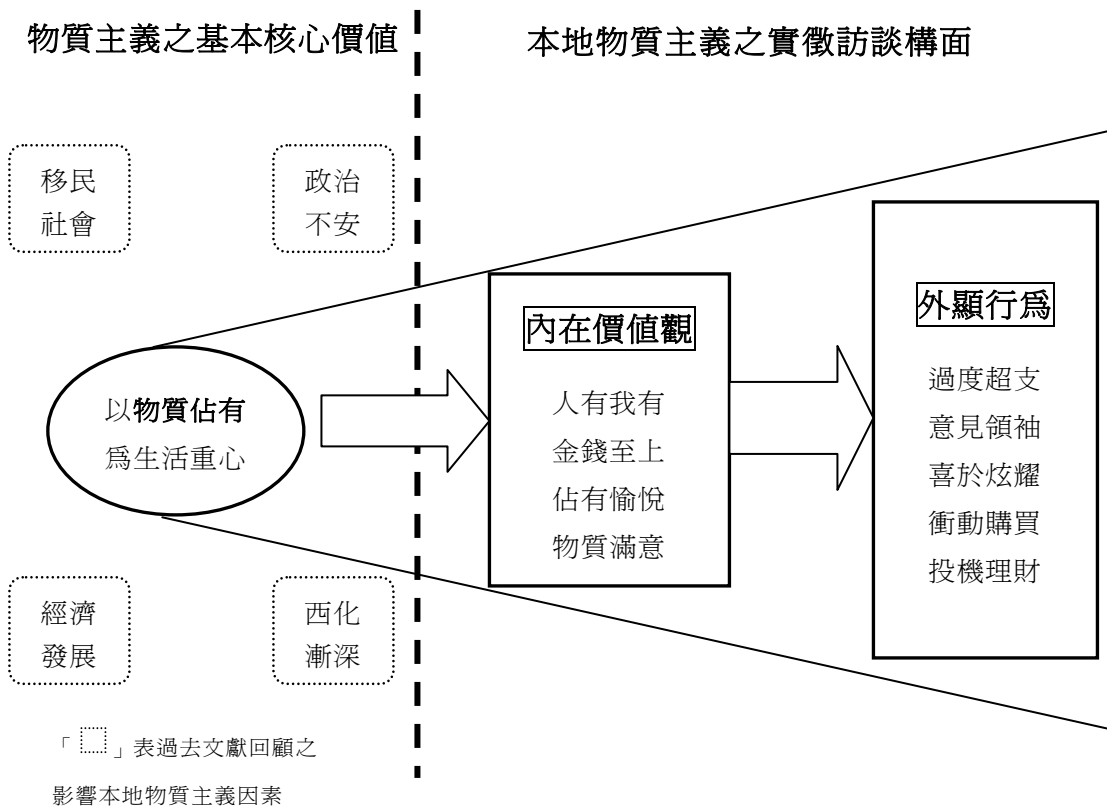


圖 1 本地物質主義概念圖

風險也高的行業來謀取暴利，甚至將投資理財視為賭博一般，或者是為了金錢，不擇手段。

二、本地物質主義與西方物質主義之比較

根據本研究分析內容與前述西方文獻探討做比較，本研究發現台灣本地物質主義之構面與西方物質主義在內在價值觀與外顯行為上同時具有某些類似之處，如下所示：

- (一) 金錢至上：本研究發現物質主義者視金錢是重要且萬能的。他們也會不斷的追求金錢，以達到滿足。並以金錢作為本身生活是否具有快樂與安全感的主要依據。

西方文獻：Richins and Dawson (1992) 指出，一個物質主義者會選擇利用同樣的時間工作來換取金錢，而不願意用同樣的時間來從事休閒活動。

(二) 佔有愉悅：本研究發現物質主義者不斷追求物質以求得生活中的快樂，在追求物質過程中的心理狀態，也比一般人較容易感到對於該物強烈渴望與需求的感覺。

西方文獻：Campbell (1987) 認為，物質主義者常把幻想中物質的佔有與真實中物質佔有之間的差距當成追求的目標，因而導致永無止境的物質慾求。

(三) 物質滿意：本研究發現物質主義者過份重視物質，因此擁有物質的多寡充分影響他們的生活，他們的生活滿意度也完全是由擁有物質的好壞與多寡來決定。

西方文獻：Ward and Wackman (1971) 形容物質主義者把物質與錢財當作快樂與生活滿意最主要的來源。

(四) 喜於炫耀：本研究發現物質主義者常常用物質作為顯示自己高人一等的象徵，並藉此獲得成就與滿足感。

西方文獻：Mason (1981) 指出，物質主義者常花大錢去購買東西，並把滿意程度建立在別人對物品驚訝的眼神，而不是產品本身的價值。

(五) 衝動購買：本研究發現物質主義者往往以物質的擁有與購買作為生活重心，並強調自己購買的需求與欲求，他們認為這種感覺是強迫且渴望的。

西方文獻：許多研究皆指出物質主義者有較高的強迫性或衝動性購買行為 (Rook, 1987; Faber & O'Guinn, 1988; Mick, 1996)。

在另一方面，在本土文化之脈絡發展下，本地物質主義或是西方物質主義亦有差異。在內在價值觀上之「人有我有」，西方物質主義並未提及。其原因可能在於華人之「好面子」的價值觀及在集體主義之傳統文化價值下薰陶下，對於被別人評價的敏感度相當高，且高物質主義者本身又常常以擁有外顯物質的多寡來評定一個人的地位，自然會相當重視外界本身之看法。而在外顯行為上，「過度超支」、「意見領袖」及「投機理財」與國外研究不同。「過度超支」可以視為衝動購買或是永無止境追求物質的後果。而在「意見領袖」上，研究者以為一方面是由於物質主義者平日對於各種物質極為重視，常常蒐集產品的訊息。因為接觸頻繁，熟能生巧，所以可以主動教

導或是提供訊息給他人。另一方面，也反應台灣地區人民迷信專家權威。且消費資訊管道的缺乏，因而造成所謂「意見領袖」的出現。在「投機理財」上，研究者則以為台灣人民的最出基本組成，多半是為了求取經濟利益或是逃離戰禍，對於金錢的追上，自然較一般人較為積極。而政治不穩定，造成民眾普遍不安的心態，因此常常希望能快速擁有大量的金錢，增加自身的安全感。再者，經濟發展與衰退起伏過大，人民缺乏正確的投資理財概念，甚至將「理財」視為另一種賭博方式，而造成了此一惡性循環。

三、研究建議與貢獻

研究者在進行本研究之初，即希望將本研究定位於本土性研究，但由於「物質主義」乃是屬於西方的概念，研究者雖極力以本土的角度出發（本地受訪者、本地文獻史料），但仍無法完全走出西方物質主義脈絡之框架，因此研究者希望往後研究，能完全拋開西方的概念，重新再以貼近本土現象作為出發，或是從華人固有的概念為出發點來進行研究。也正是所謂的「下而上」紮根理論的發展過程（Strauss & Corbin, 1990）。另一方面，在本研究中可發現出相當有趣的一點，那就是西方文獻提及，但本研究未發現的物質主義特質，以負面居多（例如吝嗇、忌妒和貪婪）。其原因可能如文獻所發現之華人多以形而上觀點出發，太過強調精神面的「義」，從而過分蔑視物質面的「利」，自然不見容於物質主義之負面特質。再者，研究者在文獻探討與討論中皆認為物質主義不能完全以正面或負面來界定，因此研究者在進行研究的過程中，並未強烈的預設立場。但本研究結果與西方相關文獻確實有所出入。因此後續研究者或許可以此為題，分別由中西方觀點來看，由質性資料上詳細比較兩者的不同，做更進一步的探討。

兩岸三地在政治與次文化不同的情況下，人民之消費態度與價值觀也一定有相當程度的不同。若能將本研究之受訪對象擴大化，將族群分為台灣、香港、中國大陸，其結果必有相當大的差異。再者，各個世代其價值觀必定有所變遷，如果若能以年齡縱斷的方式，細分為幾個族群，瞭解各個年齡層在物質主義概念上的差異及價值觀變遷流動之世代差異，也會是相當有趣的議題。

另一方面，若要將本研究探討之「本土財富概念」再跟其他本土性概念作一個整合，研究者則建議可將華人最重視的「名望」、「權力」做更進一步的整合性研究。如此一來，我們可以嘗試瞭解台灣人汲汲於追求生命中最重要三個概念「名」、「利」、「權」，是否具有某些相關，抑或是背後有一個更大的因素，造成台灣本地華人對於這三者感到如此的渴望。

最後，「過度消費」及「卡奴」已是目前台灣面臨之重大社會問題，也因為這些問題，造成許多治安與家庭事件。許多消費者所表現之過度超支、衝動購買與投機理財等狀態，正是本研究探索物質主義之外顯行爲，其背後之脈絡核心，也正是物質主義者強調之物質占有之基本價值。本研究之結果，可供政府與相關單位了解國人過度消費之行爲與金錢至上之基本價值，繼而對於其衝動消費或過度超支之狀況與誘發因素作更充分的了解，進而提出適當的防治辦法，將有助於避免民眾因為過度消費而引發之社會問題。

參考文獻

一、中文部分

1. 文崇一(1993)，道德與富貴：中國人的價值衝突，載於楊國樞(編) 中國人的價值觀－社會科學觀點，247-272，台北：桂冠圖書公司。
2. 史明(1980)，台灣人四百年史，台北：蓬島文化公司。
3. 吳婉芳(1997)，90年代台灣工作精神，台北：經濟日報。
4. 吳文星(2000)，認識台灣歷史篇-對日本殖民統治時期社會變遷之編撰，人文及社會學科教學通訊雙月刊，10(5)，2-4。
5. 周曉琪(1997)，近八成台灣人賺錢第一，台北：工商時報。
6. 林鍾雄(1993)，經濟發展四十年，台北：自立晚報。
7. 林慧玉(2006)，國小高年級學童物慾觀、學習態度、成就動機與學業成就之相關研究：兼論性別差異，嘉義：嘉義大學國民教育研究所未出版碩士論文。
8. 金耀基(1983)，儒家倫理與經濟發展：韋伯學說的重探，載於楊國樞、李亦園、文崇一等(編) 現代化與中國化論文集，29-56，台北：桂冠圖書公司。
9. 侯家駒(1993)，中國人經濟價值觀的演變，載於楊國樞(編) 中國人的價值觀－社會科學觀點，193-218，台北：桂冠圖書公司。
10. 洪瑞斌(1998)，工作價值觀概念與測量工具發展，台北：輔仁大學應用心理研究所未出版碩士論文。
11. 陳恆光(2005)，卡債 政府放任銀行吸血，台北：中華日報。

12. 徐達光(1997)，物質主義：概念的發展與測量，國家科學委員會專題研究報告。
13. 黃光國(1993)，自我實現與華人社會中的價值變遷，載於楊國樞(編)國人的價值觀－社會科學觀點，66-121，台北：桂冠圖書公司。
14. 黃光國(1993)，儒法鬥爭之現代體現評（中國資本主義精神），載於楊國樞(編)本土心理學的開展，346-352，台北：桂冠圖書公司。
15. 張威龍(1999)，青少年家庭溝通型態對物質主義和強迫性購買之影響研究，管理評論，18(12)，87-177。
16. 張威龍(2004)，台灣區大專學生虛榮特性、物質主義及價值知覺關係之研究，管理學報，21(5)，629-651。
17. 葉啓政(1993)，當前台灣社會重利愛財之價值取向的解析，載於楊國樞(編)中國人的價值觀－社會科學觀點，1-34，台北：桂冠圖書公司。
18. 傅雅伶(2004)，90年代台灣工作精神，東海大學政治學研究所未出版之碩士論文。
19. 薛化元(2003)，台灣開發史，台北：三民出版社。
20. 劉翠溶(1993)，中國人的財富觀念，載於楊國樞(編)中國人的價值觀－社會科學觀點(頁 219-246)，台北：桂冠圖書公司。
21. 蔡淵黎(1986)，清代臺灣社會領導階層的組織，史聯雜誌，高雄：中華民國台灣史蹟研究中心。
22. 瞿海源(1991)，社會心理學新論，台北：巨流圖書公司。

二、英文部分

1. Belk, R. W. (1984). Three scales to measure constructs related to materialism: Reliability, validity, and relationships to measures of happiness. Advances in Consumer Research, 11, 291-297.
2. Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. Journal of Consumer Research, 12, 265-280.
3. Belk, R. W. (1988). Material values in the comics. Journal of Consumer Research, 14, 26-42.

4. Brickman, P., & Campbell, D. T. (1971). Hedonic relativism and planning the good society. In M. H. Appley (Ed), Adaptation-level theory. New York: Academic Press.
5. Brindley, T. A. (1989). Socio-psychological value in the Republic of China (I). Asian Thought and Society : An International Review, 14(41-42) , 98-115.
6. Brindley, T. A. (1990). Socio-psychological value in the Republic of China (II). Asian Thought and Society: An International Review, 15(43), 1-15.
7. Campbell, C. (1987). The romantic ethic and the spirit of modern consumerism. New York: Basil Blackwell.
8. Daun, A. (1983). The materialistic life-style: Some socio-psychological aspects. In L. Uusitalo (Ed), Consumer Behavior and Environmental Quality, Helsinki: Gower.
9. Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1988). Compulsive consumption and credit abuse. Journal of Consumer Policy, 11, 97-109.
10. Fromm, E. (1976). To have or to be? New York: Harper and Row.
11. Furby, L., & Wilke, M. (1982). Some characteristics of infants preferred toys. Journal of Genetic Psychology, 140, 207-219.
12. Heilbroner, R. L. (1956). The quest for wealth: A study of acquisitive man. New York: Simon and Schuster.
13. Leiss, W., Kline, S., & Jhally, S. (1986). Social communication in advertising: Person, products and images of well-being. Toronto: Methuen Press.
14. Lury, C. (1996). Consumer Culture. Cambridge UK: Polity Press.
15. Maslow, A. (1954). Motivation and Personality. New York: Harper.
16. Mason, R. S. (1981). Conspicuous consumption: A study of exceptional consumer behavior. Westmead England: Gower Publishing Company.
17. Mich, D. G. (1986). Consumer research and semiotics: Exploring the morphology of signs symbols and significance. Journal of Consumer Research, 13, 196-213.
18. Mukerji, C. (1983). From graver images: patterns of modern materialism. New York: Columbia University Press.

19. Patton, D. M. (1990). An examination of present research strategies of 1990's. Journal of Business Ethics, 9, 275-281.
20. Richins, M. L. (1987). Media, materialism, and human happiness. Advances in Consumer Research, 14, 352-356.
21. 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.
22. Rokeach, M. (1973). The Nature of human Values. New York: Free Press.
23. Rokeach, M. (1979). Understanding human Value. New York: Free Press.
24. Rook, D. W. (1987). The buying impulse. Journal of Consumer Research, 24(14), 191.
25. Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (1990). Basics of qualitative research grounded theory Procedures and Techniques, Newbury Park: Sage.
26. Ward, S., & Wackman, D. (1971). Family and media influences on adolescent learning, American Behavioral Scientist, 14, 415-427.
27. Weber, M. (1964). Bureaucracy. In H. Gerth and C. Mills (Ed), From Max Weber: Essays in Sociology. New York: Oxford University Press.
28. Yankelovich, D. (1981). New rules: Searching for self fulfillment in a world turned upside down. New York: Random House.

2007年03月12日收稿

2007年05月22日初審

2007年09月06日複審

2007年09月19日接受