

نقش واسطه‌ای مقایسه اجتماعی در رابطه با حمایت اجتماعی ادراک شده والدین و

همسالان با مادی‌گرایی در دانش آموزان دوره متوسطه

* مزگان سپاه منصور¹، زهرا براتی²، فاطمه حسینقلی³

1. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز

2. دانشجوی دکترا روان‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز

3. دانشجوی دکترا روان‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز

(تاریخ وصول: 94/04/04 - تاریخ پذیرش: 94/06/25)

The Mediating Role of Social Comparison in the Relationship Between Materialism and Perceived Social Support of Parent and Peers in High School Students

* Mojgan Sepah Mansour¹, Zahra Barati², Fatemeh Hossin Gholi³

1. Assistant professor, Branch Tehran Markaz, Islamic Azad University

2. Phd student of Psychology, Branch Tehran Markaz, Islamic Azad University

3. Phd student of Psychology, Branch Tehran Markaz, Islamic Azad University

(Received: Jun. 25, 2015 - Accepted: Sep. 22, 2015)

Abstract

Introduction: The aim of this research was studying the most effective variables on materialism and explaining the relationships among them. **Method:** The study was conducted through structural equation modeling. The population included all high school students in Tehran and from among them 300 people were selected through cluster sampling. The instruments included Material Values Scale (MVS), Perceived Social Support Scale (PSSS), and Social Comparison Instruments. **Results:** The results showed that the obtained model has a suitable goodness of fit with the data. Parents' and peers' social support with the mediating role of social comparison have indirect and positive effect on materialism. Furthermore, the direct and positive effect of social comparison on materialism was significant and the highest total effect belonged to peers' support. **Conclusion:** The findings of this study matched the findings of some similar researches and provide a robust support for the hypothesized structural relationships.

Keywords: Materialism; Perceived Parent Support; Perceived Peer Support; Social Comparison; Structural Equation Modeling.

چکیده

هدف: هدف از این پژوهش بررسی اثرگذارترین متغیرها بر مادی‌گرایی و همچنین تبیین رابطه بین آن‌ها بود. **روش:** پژوهش حاضر به شیوه پژوهش‌های همبستگی از نوع مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شده است. جامعه پژوهش همه دانش آموزان دوره متوسطه شهر تهران را در بر می‌گرفت که از بین آنان تعداد 300 نفر به صورت تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند. ابزارها شامل مقیاس ارزش‌گذاری مادی (MVS)، مقیاس حمایت اجتماعی ادراک‌شده (PSSS) و ابزار سنجش مقایسه اجتماعی بود. **یافته‌ها:** مدل به دست آمده برازش مناسبی با داده‌ها داشت. حمایت اجتماعی ادراک‌شده والدین و حمایت اجتماعی ادراک‌شده همسالان با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی تأثیر غیرمستقیم و مثبتی بر مادی‌گرایی داشتند و تأثیر مستقیم و مثبت مقایسه اجتماعی بر مادی‌گرایی معنادار بود. همچنین بیشترین تأثیر کل متعلق به حمایت اجتماعی ادراک‌شده همسالان بود. **بحث و نتیجه‌گیری:** یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های مشابه قبلی مطابقت داشته و از روابط مفروض در مدل حمایت می‌کنند.

کلیدواژه‌ها: حمایت اجتماعی ادراک‌شده والدین، حمایت اجتماعی ادراک‌شده همسالان، مادی‌گرایی، مدل‌سازی معادلات ساختاری، مقایسه اجتماعی.

مقدمه

براکوس و زارانتونلو⁴ (2015) معتقدند در یک جامعه مصرف‌گرا، یک زندگی خوب به معنی تقابل بین اموال مادی و تجارب زندگی نیست. اموال (کالاهای تجاری و خدمات)، ذاتاً بخشی از زندگی ما هستند و با در اختیار داشتن آن‌ها می‌توان لحظات لذت‌بخش و معنی‌داری از شادی را ایجاد کرد. در نتیجه افراد اغلب هر دو بعد مادی و بهزیستی بلندمدت را تجربه می‌کنند، زیرا هنگام استفاده از کالاها و خدمات تجاری و ارزیابی میزان رضایت از آن‌ها به‌نوعی از شادی و ارزش روانی مرتبط با هر دو بعد دست پیدا می‌کنند (اشمیت و همکاران، 2015).

در تبیین مادی‌گرایی دو رویکرد عمده وجود دارد: رویکرد شخصیتی بلک⁵ (1984) که تأکید بر نقش سازنده هیجانات بر تجارب مادی‌گرایانه دارد و در این خصوص سه صفت شخصیتی ملکیت‌گرایی، عدم سخاوتمندی و حسادت را شکل‌دهنده مادی‌گرایی می‌داند (کاراباتی و کمال‌چیلار⁶، 2010)؛ و در مقابل رویکرد ارزش‌های شخصی مادی‌گرایانه ریچینز و داوسون⁷ (1992) قرار دارد که سه بعد را برای مادی‌گرایی تعریف می‌کنند: 1) محوریت داشتن⁸ (به معنی تمرکز بر کسب اموال و دارایی به‌عنوان فعالیت اصلی زندگی)، 2) شادکامی⁹ (به معنی دستیابی به دارایی به‌عنوان یکی از منابع اصلی رضایت‌مندی) و 3)

افراد ساکن در کشورهای توسعه‌یافته و همچنین بسیاری از مناطق دیگر جهان، مدام در معرض دریافت پیام‌هایی حاکی از مادی‌گرایی هستند و اعتقاد بر این است که دستیابی به پول و داشتن اموال زیاد در مقایسه با سایر اهداف زندگی در اولویت قرار دارد. در حالی که اعتقاد به اهمیت نسبی این اهداف مادی ممکن است بیشتر بر حفظ سازمان‌های اقتصادی سرمایه‌داری و سیستم‌های فرهنگی مصرف‌کنندگان اثر بگذارد و همچنین با هزینه‌های مربوط به بهزیستی و رفاه مردم در ارتباط است (کیسر، روزنبلوم، سامروف، دکی، نیمیک، رایان، آرنادوتیر، بوند، دیتمار، دانگان و هاوکز¹، 2014). مادی‌گرایی به‌عنوان اهمیتی که یک فرد برای اموال مادی قائل است تعریف می‌شود. در بالاترین سطح از مادی‌گرایی، اموال جایگاه اصلی را در زندگی فرد پیدا می‌کنند و به‌عنوان بزرگ‌ترین منبع رضایت‌مندی فرد مطرح می‌شوند (میتال²، 2015).

عده‌ای معتقدند که با تغییر دادن مسیر روزمره افراد جامعه به جای پرداختن به لذت‌های زودگذر به سوی کارهایی که در زمینه بهزیستی آن‌ها کمک‌های اساسی‌تر و پایدارتری می‌کند می‌توان به زندگی آن‌ها غنا بخشید (گیلوویچ، کومار و جامپل³، 2015)؛ اما بر خلاف کسانی که توصیه می‌کنند که افراد باید برای کمک قابل توجه به بهزیستی خود از لذت‌های زودگذر حاصل از کالاها و اموال مصرفی چشم‌پوشی کنند، اشمیت،

4. Schmitt, Brakus, & Zarantonello
5. Belk
6. Karabati, & Cemalcilar
7. Richins, & Dawson
8. Centrality
9. happiness

1. Kasser, Rosenblum, Sameroff, Deci, Niemiec, Ryan, A'rnado'ttir, Bond, Dittmar, Dungan, & Hawks
2. Mittal
3. Gilovich, Kumar, & Jampol

و خود-ابرازی⁷ نوجوانان حمایت نمی‌کنند، مانند محله‌های پرخطر، شرایط ضعیف اجتماعی و اقتصادی خانواده و طلاق والدین، باعث می‌شوند که نوجوانان برای موفقیت‌های مالی نسبت به وابستگی به جامعه و پذیرش خود⁸ ارزش بیشتری قائل باشند (برنز، هومل و گودنو،⁹ 1984؛ کیسر، رایان، زاکس و سامروف¹⁰، 1995).

محیط خانواده می‌تواند موجب تأیید ارزش‌های مادی‌گرایانه شود. سبک‌های تربیتی و شیوه‌هایی که نیاز کودکان را به طور کامل مرتفع نمی‌سازد با مادی‌گرایی در ارتباط است. نوجوانانی که کمتر با پدر و مادر خود را در مورد نیازهای مادی ارتباط داشته‌اند بیشتر به مادی‌گرایی روی می‌آورند و بیشتر در ارتباط با همسالان و تحت نفوذ آنان هستند. نقش گروه همسالان نوجوان حتی از نقش پدر و مادر خود مهم‌تر است، چراکه پذیرش در گروه همسالان می‌تواند فرصت‌هایی را برای توسعه شایستگی اجتماعی فراهم کند و همچنین، احساس تعلق یک نیاز اجتماعی اساسی برای انسان محسوب می‌شود. در نقطه مقابل طرد همسالان¹¹ به‌عنوان یک عامل تنش‌زای بین فردی برای نوجوان قلمداد می‌شود (جیانگ، زانگ، کی، هاوک و کیو¹²، 2015).

طبق نظریه مقایسه اجتماعی فستینگر¹³ (1945)، افراد تمایل دارند تا خود را در مقایسه با دیگران ارزیابی

موفقیت¹ (پنداشتن دارایی به‌عنوان یکی از نشانه‌های موفقیت) (سانگ، کارپتر، رابرتز، فریش و کارلیزه²، 2014)

یکی از علل مهم مادی‌گرایی، ناامنی بین فردی³ است. افراد ذاتاً در مواجهه با فشارهای جسمی و روانی از طریق اشکال مختلف به ایجاد دل‌بستگی با کسانی که از حمایت و مراقبت آن‌ها بهره‌مند هستند روی می‌آورند. در طول دوره رشد، افراد منابع ایجادکننده امنیت در زندگی خود را گسترش می‌دهند. این گسترش از پدر و مادر به نزدیکان، دوستان و همکاران توسعه پیدا می‌کند (کیفر، لاندائو، روتشیلد و سالیوان⁴، 2012). مشخص شده است که نگرش و ویژگی‌های والدین می‌تواند جهت‌گیری‌ها و ارزش‌گذاری‌های کودکان را پیش‌بینی کند (ریندفلیش و بروگز⁵، 2004). والدینی که از میزان بالایی از مادی‌گرایی برخوردارند اغلب تعامل خوب و گرمی را با فرزندان خود ندارند و از سوی دیگر افرادی که میزان بالایی از استرس را تجربه می‌کنند، اغلب از مادی‌گرایی در قالب مکانیسم دفاعی جابجایی استفاده می‌کنند؛ بنابراین افرادی که دارای والدین پرتنش هستند برای مصون ماندن از اثرات رفتاری سوء آن‌ها به مادی‌گرایی روی می‌آورند (فلوری⁶، 2007).

اجتماعی بودن فرد نوجوان در اثر ارزش‌های مادی‌گرایانه بزرگسالان مانند تمایل بیش از حد به پول، کم‌رنگ می‌شود. وجود محیط‌های اجتماعی که از رشد

7. Self-expression

8. Self-acceptance

9. Burns, Homel, & Goodnow

10. Kasser, Ryan, Zax, & Sameroff

11. Peer rejection

12. Jiang, Zhang, Ke, Hawk, & Qiu

13. Festinger

1. Success

2. Tsang, Carpenter, Roberts, Frisch, & Carlisle

3. Interpersonal insecurity

4. Keefer, Landau, Rothschild, & Sullivan

5. Rindfleisch, & Burroughs

6. Flouri

مادی‌گرایی با متغیرهای مختلفی در ارتباط است از جمله: ابعاد مختلف مقایسه اجتماعی در نوجوانان می‌تواند منجر به بروز مادی‌گرایی شود (کیسر، رایان، کاکمن و شلدون⁵، 2004؛ چان و پرندرگست، 2007)، رفتارهای والدین و کیفیت ارتباط با آنان نقش بسزایی در ایجاد مادی‌گرایی و میزان آن در فرزندان دارد (بویژن و والکنبرگ⁶، 2003؛ فلوری، 2004؛ فلوری، 2007)، ترس از طرد شدن توسط همسالان و نوع روابط آنها می‌تواند در تمایل نوجوانان به

مادی‌گرایی نقش داشته باشد (بانرجی و دیتمار، 2008؛ ایزاکسن و روپر، 2012؛ جیانگ و همکاران، 2015)، میزان رفاه و بهزیستی در شکل‌گیری و میزان مادی‌گرایی می‌تواند مؤثر باشد (گارورسدوتیر و دیتمار⁷، 2012؛ جیاکومانونیو، مانتی و پیرو⁸، 2013؛ گیلوویچ و همکاران، 2015)، ضعف عزت‌نفس باعث شکل‌گیری و افزایش مادی‌گرایی می‌شود (پارک و جان⁹، 2011؛ میتال، 2015)، میزان مادی‌گرایی، میزان شادکامی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (کریستوفر، کوئو، آبراهام، نوئل و لینز¹⁰، 2004؛ ژانگ، هاول، کاپراریلو و گوئه‌وارا¹¹، 2014) و با رضایت از زندگی رابطه قوی دارد (اوترولوپز، پل، بلانکو و مارینو¹²، 2011؛ سانگ و همکاران، 2014). با توجه به مبانی نظری و پیشینه تجربی ذکر شده و با نظر به مدل مطرح شده توسط کیسر

کند و این مقایسه بین گروه‌ها یا بین افراد اتفاق می‌افتد. افراد می‌توانند خود را با کسانی که مرتبه پایین‌تری دارند (به منظور تقویت عزت‌نفس) و یا با کسانی که بهتر از آنها هستند (به منظور ترسیم یک الگوی ایده‌آل) مقایسه کنند. نوجوانان به مرور می‌آموزند که ارزش‌های مادی در نظر دیگران قابل قبول بوده و این مسئله را به‌عنوان یک هنجار اجتماعی می‌پذیرند (چان و پرندرگست¹، 2007). بانرجی و دیتمار² (2008) در پژوهش خود بر روی نونهالان دبستانی به همبستگی بین مادی‌گرایی و طرد همسالان پی بردند. همچنین ایزاکسن و روپر³ (2012) در مطالعه خود طی مصاحبه با نوجوانان به این موضوع پی بردند که استفاده از کالاهای دارای برند معتبر نزد نوجوانان برای ایجاد و حفظ گروه همسالان مفید هستند.

پرداختن به مادی‌گرایی از آن جهت حائز اهمیت است که یکی از حیاتی‌ترین مفاهیمی است که پژوهش‌های روان‌شناختی، آن را در بستر پارادایم⁴ اجتماعی شدن توسط والدین بررسی کرده‌اند. اگرچه برخی از پژوهش‌ها به بررسی رابطه مادی‌گرایی والدین و مادی‌گرایی فرزندان پرداخته‌اند اما پژوهش در مورد رابطه بین رفتارهای تربیتی والدین و مادی‌گرایی فرزندان کمتر انجام شده است (فلوری، 2007). همچنین می‌توان گفت که در پژوهش‌های داخلی به سازه مادی‌گرایی تقریباً پرداخته نشده است و به نظر می‌رسد با توجه به افزایش چشمگیر سبک زندگی مدرن و صنعتی در جامعه ما پرداختن به این موضوع ضرورت داشته باشد.

5. Kasser, Ryan, Couchman, & Sheldon

6. Buijzen, & Valkenburg

7. Garðarsdóttir, & Dittmar

8. Giacomantonio, Mannetti, & Pierro

9. Park, & John

10. Christopher, Kuo, Abraham, Noel, & Linz

11. Zhang, Howell, Caprariello, & Guevarra

12. Otero-López, Pol, Bolaño, & Mariño

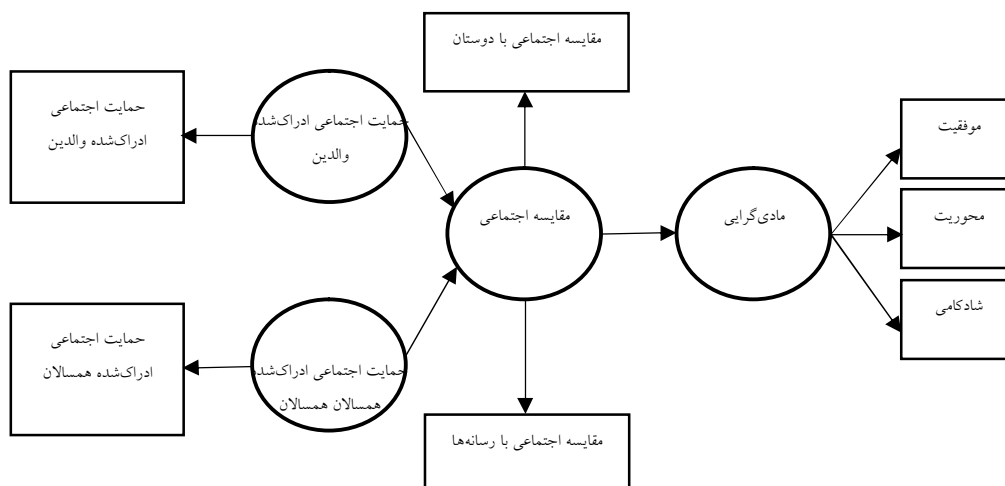
1. Chan, & Prendergast

2. Banerjee, & Dittmar

3. Isaksen, & Roper

4. Paradigm

و همکاران (2004) و چان و پرندرگست (2007) مدل مفهومی زیر طراحی شد.



شکل 1. مدل مفهومی مادی گرایی بر اساس حمایت اجتماعی ادراک شده والدین، حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان و میانجی گری مقایسه اجتماعی

در بین دانش آموزان 13 تا 17 ساله شهر تهران بود. در این پژوهش قصد بر این بود تا با آزمودن مدل فرضی مطرح شده و روابط بین متغیرهای مذکور به شناخت و تبیین مؤثرترین مسیرهایی که به مادی گرایی منجر می شوند پرداخته شود.

روش

پژوهش حاضر دارای هدف بنیادی است و به شیوه پژوهش های همبستگی از نوع مدل سازی معادلات ساختاری انجام شده است. جامعه پژوهش شامل تمامی دانش آموزان دوره متوسطه شهر تهران بود که 300 نفر از آنها به روش تصادفی خوشه ای به عنوان نمونه انتخاب شدند، چون اگر تعداد متغیرهای نهفته پژوهش 4 مورد یا بیشتر بود حداقل به 200 نفر نیاز است. تعداد کمتر نامطلوب است زیرا آماره های استاندارد در مدل سازی بر پایه مفروضه توزیع نرمال محاسبه

بر اساس مدل مفهومی پژوهش، فرض بر این است که مادی گرایی با میانجی گری مقایسه اجتماعی تحت تأثیر غیرمستقیم دل بستگی به والدین، دل بستگی به همسالان قرار دارد و همچنین مقایسه اجتماعی تأثیر مستقیم بر مادی گرایی دارد. فرض اصلی پژوهش برانزنده بودن مدل با داده هاست و فرضیه های فرعی به قرار زیر هستند:

1. حمایت اجتماعی ادراک شده والدین با میانجی گری مقایسه اجتماعی تأثیر غیرمستقیم معناداری بر مادی گرایی دارد.
2. حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان با میانجی گری مقایسه اجتماعی تأثیر غیرمستقیم معناداری بر مادی گرایی دارد.
3. مقایسه اجتماعی تأثیر مستقیم معناداری بر مادی گرایی دارد.

هدف پژوهش حاضر تبیین مدلی از اثرگذارترین متغیرهای روان شناختی در شکل گیری مادی گرایی

گزارش کرده‌اند. در این پژوهش همسانی درونی به روش آلفای کرونباخ برای کل مقیاس 0/73 به دست آمد.

مقیاس حمایت اجتماعی ادراک شده³ (PSSS): این مقیاس در سال 1983 توسط پروچیدانو و هلر⁴ به منظور سنجش میزان حمایتی که از سوی خانواده و دوستان ادراک می‌شود طراحی شد. مقیاس مذکور دارای 40 سؤال است که 20 سؤال اول آن مربوط به حمایت دوستان و همسالان و 20 سؤال بعدی مربوط به حمایت خانواده و والدین است و نمره‌گذاری آن به صورت طیف لیکرت شامل مخالفم (1) تا حدی مخالفم (2)، نظری ندارم (3) تا حدی موافقم (4) و موافقم (5) است. روایی سازه و روایی ملاکی این مقیاس مورد تأیید قرار گرفته است (لوپز و کوپر⁵، 2011). همچنین همسانی درونی آن به روش آلفای کرونباخ توسط لیو⁶ (1998) برای حمایت خانواده 0/81 و برای حمایت دوستان 0/77 و توسط لوپز و کوپر (2011) برای حمایت خانواده بین 0/89 تا 0/92 و برای حمایت دوستان 0/84 تا 0/92 گزارش شده است. در این پژوهش همسانی درونی به روش آلفای کرونباخ برای حمایت خانواده 0/63 و برای حمایت دوستان 0/75 به دست آمد.

مقایسه اجتماعی: برای سنجش میزان مقایسه اجتماعی در دو بعد مقایسه با رسانه‌ها و مقایسه با دوستان از سه سؤال استفاده شد که توسط چان

می‌شوند (هومن، 1388). شیوه نمونه‌گیری به این صورت بود که ابتدا از بین مناطق شهر تهران 2 منطقه؛ و از بین مدارس این دو منطقه 4 مدرسه به طور تصادفی انتخاب شدند و ابزارهای زیر به صورت گروهی و بدون محدودیت زمانی بر روی 300 نفر از دانش‌آموزان این مدارس اجرا شد.

مقیاس ارزش‌گذاری مادی¹ (MVS): این مقیاس که برای اولین بار در پژوهش‌های داخلی از آن استفاده می‌شود توسط داوسون و ریکینز (1992) به منظور ارزیابی شیوه ارزش‌گذاری نوجوانان در مورد مسائل مادی زندگی ساخته شد. این مقیاس 18 سؤالی دارای سه خرده مقیاس محوریت داشتن، شادکامی و موفقیت است که سهم هر کدام از خرده مقیاس‌ها 6 سؤال است و نمره‌گذاری آن به صورت طیف لیکرت شامل مخالفم (1) تا حدی مخالفم (2)، نظری ندارم (3) تا حدی موافقم (4) و موافقم (5) است. ریکینز (2004) این مقیاس مورد تجدید نظر قرار داد و پس از بررسی‌های مکرر به یک مقیاس 15 سؤالی دست پیدا کرد که طی آن چند فرم کوتاه 9 سؤال، 6 سؤالی و 3 سؤالی به دست آمد و ساختار سه عاملی مقیاس تأیید شد. همچنین همسانی درونی از طریق آلفای کرونباخ برای مقیاس 15 سؤالی 0/87 به دست آمد. واتسون² (2014) و ژانگ و همکاران (2014) همسانی درونی مقیاس را به روش آلفای کرونباخ به ترتیب 0/86 و 0/82

3. Perceived Social Support Scale
4. Procidano, & Heller
5. Lopez, & Cooper
6. Liu

1. Material Values Scale
2. Watson

لیکرت 5 درجه‌ای شامل مخالفم (1) تا حدی مخالفم (2)، نظری ندارم (3) تا حدی موافقم (4) و موافقم (5) پاسخ دهند. میزان همبستگی بین این دو سؤال در پژوهش چان و پرندرگست (2007) 0/62 گزارش شده است. میزان همبستگی بین این دو سؤال در پژوهش حاضر 0/49 بود که در سطح 0/01 معنادار بود و میزان آلفای کرونباخ 0/66 به دست آمد که قابل قبول است.

یافته‌ها

از بین شاخصه‌ای توصیفی، میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای آشکار پژوهش در جدول 1 گزارش شده‌اند.

و پرندرگست (2007) طراحی شده است. برای سنجش میزان مقایسه با رسانه‌ها از آزمودنی‌ها خواسته شد تا به سؤال «شما چند وقت یکبار به بازیگر یا خواننده مورد علاقه‌تان در مورد اینکه چه چیزی می‌خرند توجه می‌کنید؟» در یک طیف لیکرت 5 درجه‌ای شامل مخالفم (1) تا حدی مخالفم (2)، نظری ندارم (3) تا حدی موافقم (4) و موافقم (5) پاسخ دهند. همچنین برای سنجش میزان مقایسه اجتماعی با دوستان و همسالان از آزمودنی‌ها خواسته شد تا میزان موافقت خود را درباره دو عبارت «به آنچه که دوست نزدیکم خریداری می‌کند توجه می‌کنم» و «از بین دوستان، به آن‌هایی که پول‌دارتر هستند و آنچه که خریداری می‌کنند توجه می‌کنم» در یک طیف

جدول 1. میانگین و انحراف استاندارد متغیرها

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	کجی	کشیدگی
حمایت اجتماعی ادراک شده والدین	2/48	0/46	0/21	-0/24
حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان	3/88	0/44	-0/10	0/09
مقایسه اجتماعی با دوستان	4/44	1/22	-0/52	-0/30
مقایسه اجتماعی با رسانه‌ها	4/32	1/07	-0/59	-0/08
موفقیت	4/26	0/74	-0/21	-0/34
محوریت	3/34	0/96	0/11	-0/29
شادکامی	3/17	0/81	0/04	-0/17
مادی‌گرایی	3/59	0/83	-0/03	-0/22

مقایسه اجتماعی با دوستان است. همچنین میزان کجی و کشیدگی تمام متغیرها بین 2 و -2 قرار دارد که نشان‌دهنده نزدیک بودن توزیع داده‌ها به توزیع نرمال است. ماتریس همبستگی مرتبه صفر پیرسون مربوط به متغیرها در جدول 2 نمایش داده شده است.

با توجه به جدول 1 کمترین و بیشترین میزان میانگین به ترتیب مربوط به متغیرهای حمایت اجتماعی ادراک شده والدین و مقایسه اجتماعی با دوستان است. کمترین و بیشترین میزان انحراف استاندارد به ترتیب مربوط به متغیرهای حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان و

جدول 2. ماتریس همبستگی مرتبه صفر متغیرها

متغیرها	1	2	3	4	5	6
1 حمایت اجتماعی ادراک شده والدین						
2 حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان	$-0/681^{**}$					
3 مقایسه اجتماعی با دوستان	$0/165^{**}$	$0/142^*$				
4 مقایسه اجتماعی با رسانه‌ها	$0/090$	$0/319^{**}$	$0/500^{**}$			
5 موفقیت	$0/117^*$	$0/212^{**}$	$0/190^{**}$	$0/252^{**}$		
6 محوریت داشتن	$0/064$	$-0/056$	$-0/184^{**}$	$-0/255^{**}$	$0/224^{**}$	
7 شادکامی	$0/030$	$-0/122^*$	$-0/246^{**}$	$-0/322^{**}$	$0/049$	$0/547^{**}$

** معنادار در سطح $0/01$

* معنادار در سطح $0/05$

همچنین تعداد داده‌های مفقود بسیار ناچیز بود. نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از شاخص‌های کجی و کشیدگی تأیید شد. خطی بودن رابطه بین متغیرها به وسیله نمودار پراکنش بررسی شد که شکل نمودارها بیانگر رابطه نسبتاً خطی و قابل قبول بین متغیرها بود. ماتریس جدول 2 نمی‌تواند بیانگر هم خطی بین متغیرهای بیرونی باشد زیرا صرفاً همبستگی تفکیکی (جزئی) بین دو متغیر بیرونی نشان‌دهنده هم خطی یا عدم آن است. طبق محاسبات همبستگی تفکیکی (جزئی) بین حمایت اجتماعی ادراک شده والدین و حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان $0/13$ بود که معنادار نبوده و حاکی از حداقل بودن هم خطی بین متغیرهای بیرونی است. بنابر نتایج به دست آمده مفروضه‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری برقرار بوده و می‌توان از این روش آماری استفاده کرد.

برای آزمودن فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر برآزش داده‌ها با مدل به بررسی شاخص‌های نیکویی برآزش¹ پرداخته شد. مقدار این شاخص‌ها در جدول 3 گزارش شده‌اند.

همان‌طور که در جدول 2 مشاهده می‌شود همبستگی بین حمایت اجتماعی ادراک شده والدین و حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان، حمایت اجتماعی ادراک شده والدین و مقایسه اجتماعی با دوستان، حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان و مقایسه اجتماعی با رسانه‌ها، حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان و موفقیت، مقایسه اجتماعی با دوستان و همه متغیرها، مقایسه اجتماعی با رسانه‌ها و همه متغیرها و همبستگی محوریت داشتن با موفقیت و شادکامی در سطح $0/01$ معنادار به دست آمده‌اند. همچنین همبستگی حمایت اجتماعی ادراک شده والدین و موفقیت، حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان و مقایسه اجتماعی با دوستان، حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان و شادکامی در سطح $0/05$ معنادار شده است. استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری نیازمند رعایت مفروضه‌های خاص خود است. این مفروضات شامل فاصله‌ای بودن مقیاس اندازه‌گیری متغیرها، حداقل بودن داده‌های مفقود، نرمال بودن توزیع داده‌ها، خطی بودن رابطه متغیرها و حداقل بودن میزان هم خطی چندگانه بین متغیرهای بیرونی است (هومن، 1388). با توجه به ابزارهای پژوهش مبنای جمع‌آوری داده‌ها فاصله‌ای بودن مقیاس اندازه‌گیری بود،

¹. Goodness of fit indexes

جدول 3. میزان شاخص‌های نیکویی برازش

شاخص	<i>df</i>	<i>p</i>	RMSEA	NFI	CFI	RFI	GFI
میزان	13/79	0/38	0/01	0/99	0/99	0/99	0/99

به مطلوبیت میزان شاخص‌های نیکویی برازش می‌توان نتیجه‌گیری کرد که مدل به دست آمده با داده‌ها برازش دارد.

برای آزمودن فرضیه‌های فرعی، تأثیرات کل، مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مکنون بررسی شدند. میزان این تأثیرات در جدول 4 گزارش شده‌اند.

با توجه به جدول 3 از آنجا که شاخص‌های دو معنادار نشده است، تفاوت معناداری بین ماتریس واریانس - کواریانس مورد مشاهده و مورد انتظار وجود ندارد. آماره ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب (RMSEA) کمتر از 0/05 و شاخص‌های برازش نرم (NFI)، برازش مقایسه‌ای (CFI)، برازش نسبی (RFI) و نیکویی برازش (GFI) بین 0/95 و 1 قرار دارند؛ بنابراین با توجه

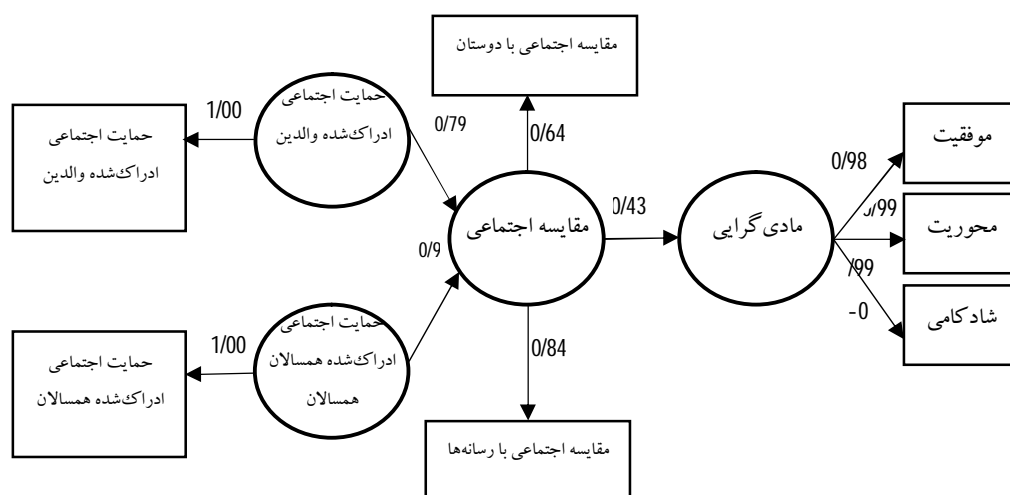
جدول 4. تأثیرات کل، مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مکنون

متغیر وابسته	متغیر مستقل	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	تأثیر کل
مادی‌گرایی	حمایت اجتماعی ادراک شده والدین	-	0/34**	0/34**
	حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان	-	0/40**	0/40**
	مقایسه اجتماعی	0/43**	-	0/43**
مقایسه اجتماعی	حمایت اجتماعی ادراک شده والدین	0/79**	-	0/79**
	حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان	0/92**	-	0/92**

** معنادار در سطح 0/01

و مثبت حمایت اجتماعی ادراک شده والدین و حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان بر مقایسه اجتماعی در سطح 0/01 معنادار شده‌اند؛ بنابراین فرضیه‌های فرعی پژوهش تأیید می‌شوند. ضرایب استاندارد شده مدل پژوهش در شکل 2 نشان داده شده‌اند.

طبق جدول 4 تأثیرات غیرمستقیم و مثبت حمایت اجتماعی ادراک شده والدین و حمایت اجتماعی ادراک شده همسالان بر مادی‌گرایی با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی در سطح 0/01 معنادار شده‌اند. همچنین تأثیر مستقیم و مثبت مقایسه اجتماعی بر مادی‌گرایی و تأثیرات مستقیم



شکل 2. ضرایب استانداردشده مدل مادی‌گرایی بر اساس حمایت اجتماعی ادراک‌شده والدین، حمایت اجتماعی ادراک‌شده همسالان و میانجی‌گری مقایسه اجتماعی

بحث و نتیجه‌گیری

معناداری بر مادی‌گرایی داشت. این یافته با نتایج پژوهش‌های بویژن و والکنبرگ (2003)، فلوری (2004) و فلوری (2007) مطابقت داشت. در واقع با افزایش حمایت از سوی والدین، افراد با جهت‌گیری مثبتی خود را با دوستانشان و اطلاعات ارائه‌شده در رسانه‌ها مقایسه می‌کنند. این در حالی است که حمایت ضعیف والدین با کاهش دادن عزت‌نفس فرزندان (پارک و جان، 2011؛ میتال، 2015) منجر می‌شود تا آن‌ها در مقایسه با همسالانشان تصور منفی از خود داشته باشند. به همین دلیل نوجوانانی که از حمایت اجتماعی ادراک‌شده والدین برخوردارند در مورد ارزش‌گذاری‌های مادی نگرش مثبت بیشتری پیدا می‌کنند.

حمایت اجتماعی ادراک‌شده همسالان با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی تأثیر غیرمستقیم معناداری بر مادی‌گرایی داشت. این یافته با نتایج پژوهش‌های بانرجی و دیتمار (2008)، ایزاکسن و

فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر برآزش مدل با داده‌ها تأیید شد. این مطلب به این معنی است که مدل مفهومی طراحی‌شده در ابتدای پژوهش با داده‌های تجربی به دست آمده سازگاری و همخوانی دارد و به عبارت دیگر چهارچوب نظری پژوهش با واقعیت انطباق دارد. در بین متغیرها، با توجه میزان تأثیرات کل به دست آمده، حمایت اجتماعی ادراک‌شده همسالان تأثیرگذارترین متغیر بود. همچنین مادی‌گرایی به‌عنوان متغیر اصلی پژوهش بیش از همه تحت تأثیر مقایسه اجتماعی قرار داشت و مقایسه اجتماعی متغیر میانجی مناسبی برای حمایت اجتماعی ادراک‌شده والدین و همسالان بود. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش‌های کیسر و همکاران (2004) و چان و پرندرگست (2007) مطابقت داشت.

حمایت اجتماعی ادراک‌شده والدین با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی تأثیر غیرمستقیم

پژوهش‌های کیسر و همکاران (2004) و چان و پرندرگست (2007) مطابقت داشت. در واقع میزان و نوع مقایسه اجتماعی بر ارزش‌گذاری‌های مادی افراد تأثیرگذار است. بر طبق این یافته، شیوه‌ای که افراد بر اساس آن خود را با سایرین مقایسه می‌کنند بر نوع رویکردشان نسبت به مادی‌گرایی تأثیر می‌گذارد و همچنین نگرشی که افراد از همسالان و رسانه‌ها نسبت به رفتارهای اجتماعی کسب می‌کنند می‌تواند زمینه‌ساز مادی‌گرایی و موجب افزایش آن باشد.

روپر (2012) و جیانگ و همکاران (2015) مطابقت داشت. حمایت اجتماعی ادراک‌شده همسالان موجب پذیرش اجتماعی فرد شده و در نتیجه او ترغیب می‌شود تا خود را با هنجارها و شاخص‌هایی که نوجوانان از طریق آن‌ها به مقایسه خود با همسالانشان می‌پردازند هماهنگ کند. همچنین از این طریق رفتارهای خود را با آن دسته از معیارهای مادی که نزد همسالان اهمیت دارند همسو می‌کند.

مقایسه اجتماعی تأثیر مثبت و مستقیم معناداری بر مادی‌گرایی داشت. این یافته با نتایج

منابع

- ساختاری. تهران: انتشارات سمت.
- Banerjee, R. & Dittmar, H. (2008). "Individual differences in children's materialism: The role of peer relations". *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(1), 17-31.
- Buijzen, M. & Valkenburg, P.M. (2003). "The effects of television advertising on materialism, parent-child conflict, and unhappiness: A review of research". *Journal of Applied Developmental Psychology*, 24(4), 437-456.
- Burns, A.; Homel, R. & Goodnow, J. (1984). "Conditions of life and parental values". *Australian Journal of Psychology*, 36(2), 219-237.
- Chan, K. & Prendergast, G. (2007). "Materialism and social comparison among adolescents". *Social Behavior and Personality: an international journal*, 35(2), 213-228.
- Christopher, A.N.; Kuo, S.V.; Abraham, K.M.; Noel, L.W. & Linz, H.E. (2004). "Materialism and affective well-being: The role of social support". *Personality and Individual Differences*, 37(3), 463-470.
- Flouri, E. (2007). "The relationship between parenting and materialism in British mothers and fathers of secondary school age children". *The Journal of Socio-Economics*, 36(2), 167-176.
- Garðarsdóttir, R.B. & Dittmar, H. (2012). "The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland's perceived prosperity". *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 471-481.
- Giacomantonio, M.; Mannetti, L. & Pierro, A. (2013). "Locomoting toward well-being or getting entangled in a material world: Regulatory modes and affective well-being". *Journal of Economic Psychology*, 38, 80-89.

- Gilovich, T.; Kumar, A. & Jampol, L. (2014). "A wonderful life: Experiential consumption and the pursuit of happiness". *Journal of Consumer Psychology*, 25(1), 138-151.
- 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*.
- Karabati, S. & Cemalcilar, Z. (2010). "Values, materialism, and well-being: A study with Turkish university students". *Journal of Economic Psychology*, 31(4), 624-633.
- 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), 1-22.
- Kasser, T.; Ryan, R.M.; Couchman, C.E. & Sheldon, K.M. (2004). *Materialistic values: Their causes and consequences*. In T. Kasser & A. D. Kanner (Eds.), *Psychology and consumer culture*. Washington, DC: American Psychology Association.
- 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(6), 907.
- Keefer, L.A.; Landau, M.J.; Rothschild, Z.K. & Sullivan, D. (2012). "Attachment to objects as compensation for close others' perceived unreliability". *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(4), 912-917.
- Liu, Y. L. (1998). "Family support, peer support and adolescents' coping with different stressors". *Journal of National Taitung Teachers College*, 9, 37-60.
- Lopez, M.L. & Cooper, L. (2011). "Social support measures review". *National Centre for Latino Child & Family Research*.
- Mittal, B. (2015). "Self-concept clarity: Exploring its role in consumer behavior". *Journal of Economic Psychology*, 46, 98-110.
- Otero-López, J.M.; Pol, E.V.; Bolaño, C.C. & Mariño, M.J.S. (2011). "Materialism, life-satisfaction and addictive buying: Examining the causal relationships". *Personality and Individual Differences*, 50(6), 772-776.
- Park, J.K. & John, D.R. (2011). "More than meets the eye: The influence of implicit and explicit self-esteem on materialism". *Journal of consumer psychology*, 21(1), 73-87.
- 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(3), 219-224.
- Schmitt, B.; Brakus, J.J. & Zarantonello, L. (2015). "From experiential psychology to consumer experience". *Journal of Consumer Psychology*, 25(1), 166-171.
- 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.
- Watson, D.C. (2014). "Materialism: Profiles of agreeableness and neuroticism". *Personality and Individual Differences*, 56, 197-200.
- Zhang, J.W.; Howell, R.T.; Caprariello, P.A. & Guevarra, D.A. (2014). "Damned if they do, damned if they don't: Material buyers are not happier from material or experiential consumption". *Journal of Research in Personality*, 50, 71-83.
- Richins, M.L. (2004). "The material values scale: Measurement properties and development of a short form". *Journal of consumer research*, 31(1), 209-219.