



doi:10.5559/di.24.4.05

VRIJEDNOSNE PREFERENCIJE HRVATSKIH GRAĐANA KAO ODREDNICE MATERIJALIZMA

Ivan DEVIĆ, Filip MAJETIĆ, Rašeljka KRNIĆ
Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb

UDK: 316.752(497.5):17.023.5

Izvorni znanstveni rad

Primljeno: 30. 9. 2015.

Temeljni ciljevi ovog rada jesu: ispitati faktorsku strukturu skale materijalizma, razinu usmjerenosti građana Hrvatske prema materijalizmu, utvrditi hijerarhiju vrijednosti i objasniti povezanost vrijednosti i materijalizma uz kontrolu sociodemografskih obilježja. Istraživanje je provedeno na reprezentativnom uzorku punoljetnoga stanovništva (N = 1004). Za mjerenje materijalizma upotrijebljena je kratka verzija skale materijalizma (*The Material Values Scale*, Richins, 2004), a za mjerenje vrijednosti skraćeni *Uпитnik osobnih vrednota, PVQ*; Schwartz i sur., 2001). Građanima uglavnom nije važno posjedovanje i stjecanje materijalnog u smislu glavne preokupacije u životu (centralnost) te ne procjenjuju da posjedovanje i stjecanje dobara stvara doživljaj sreće (sreća u posjedovanju). Rezultati nadalje pokazuju da se najveća važnost pridaje tradiciji, univerzalizmu i dobrohotnosti, dok se najmanja važnost pridaje poticaju i moći. Što se tiče temeljnih vrijednosti kao mogućih odrednica dimenzija materijalizma, pokazalo se da sa deset vrijednosnih tipova uz kontrolu sociodemografskih obilježja možemo objasniti 16% ukupne varijance sreće u posjedovanju, kao prve izmjerene dimenzije materijalizma, te 39% ukupne varijance centralnosti, kao druge dimenzije materijalizma.

Ključne riječi: materijalizam, vrijednosti, građani Hrvatske



Ivan Dević, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar,
Marulićev trg 19/1, p. p. 277, 10 001 Zagreb, Hrvatska.
E-mail: Ivan.Devic@pilar.hr

UVOD

555

Među dijelom istraživača suvremenoga, postmodernog ili neomodernog društva odnos društva prema stjecanju i posjedovanju materijalnog, tj. ono što nazivamo materijalizmom, predstavlja aktualnu temu i jednu od prijepornih točaka.

Ovaj rad istražuje materijalizam u hrvatskom društvu, njegovu razinu te neke njegove (važnije) čimbenike. Kao uvod u empirijski dio rada u nastavku ukratko izdvajamo nekoliko važnijih pristupa konceptualizaciji i operacionalizaciji materijalizma te presjek važnijih dosadašnjih istraživanja toga društvenog fenomena.

Konceptualizacije materijalizma

Za Belka (1984, str. 291) materijalizam je skupina osobina ličnosti te predstavlja "važnost koju pojedinac pridaje posjedovanju (materijalnog), a na svojem najvišem stupnju posjedovanje dobara pretpostavlja središnje mjesto u nečijem životu te se smatra najvećim izvorom zadovoljstva i nezadovoljstva". Richins i Dawson (1992, str. 308) materijalizam vide kao vrijednost, kao "skup uvjerenja o važnosti posjedovanja dobara u životu pojedinca" ili kao "važnost pripisanu vlasništvu i stjecanju materijalnih dobara s ciljem postizanja važnih životnih ciljeva ili željenih stanja" (Richins, 2004, str. 210). Kasser (u radovima Kasser i Ryan, 1993, 1996; Kasser, Ryan, Couchman i Sheldon, 2004; Grouzet i sur., 2005) također nudi shvaćanje materijalizma kao vrijednosti, ali u nešto sveobuhvatnijem obliku nego što je to uobičajeno. Prema Kasser i sur. (2004, str. 13), "materijalistička vrijednosna orijentacija" predstavlja set uvjerenja o tome kako je dobro/poželjno težiti stjecanju financijskog uspjeha, posjedovanju lijepih stvari, posjedovanju dobrog imidža (shvaćenog kroz prizmu stjecanja i posjedovanja materijalnog) te posjedovanju visokoga društvenog statusa (također shvaćenog kroz prizmu stjecanja i posjedovanja materijalnog). Ta vrijednosna orijentacija razvija se ponajprije s iskustvom izloženim u nesigurnosti te s procesom socijalizacije u kojem pojedinac internalizira vrijednost materijalizma (Kasser i sur., 2004, str. 13). Tema nesigurnosti dio je i Inglehartove (1990) konceptualizacije, gdje autor razvoj (post)materijalizma povezuje s "oskudicom" i "socijalizacijom". Prema hipotezi oskudice, "prioriteti pojedinca odraz su (njegova) socioekonomskog okruženja, tj. najveću subjektivnu vrijednost pojedinac pridaje onome u čemu relativno oskudijeva" (Inglehart, 1990, str. 68). Prema hipotezi socijalizacije, usko povezanoj s hipotezom oskudice, "temeljne vrijednosti pojedinca u velikoj su mjeri odraz uvjeta koji su prevladavali tijekom razdoblja prije (njegove) punoljetnosti/zrelosti" (Inglehart, 1990, str. 56, 68).

Operacionalizacije koncepta

Da bi operacionalizirao svoj koncept, Inglehart je 1970. godine razvio upitnik Indeks materijalizma/postmaterijalizma, koji je inicijalno sadržavao 4 čestice, tj. vrijednosti, a kasnije (1973) proširen je na njih 12 (3 podskale po 4 čestice) (Ingle-

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 24 (2015), BR. 4,
STR. 555-576

DEVIĆ, I., MAJETIĆ, F.,
KRNIC, R.:
VRIJEDNOSNE...

hart, 1990, str. 75). U proširenoj verziji po dvije čestice u svakoj podskali odnose se na postmaterijalističke i dvije na materijalističke vrijednosti, a ispitanici rangiraju vrijednosti tako da u svakoj podskali izaberu onu kojoj su najprivrženiji i prvu sljedeću (Tranter i Western, 2004). Nadalje, Kasser i Ryan (1993, 1996) i Grouzet i sur. (2005) upitnikom Indeks aspiracija istražuju, između ostalog, stremljenje materijalizmu. Zadnja verzija upitnika (Grouzet i sur., 2005) podijeljena je u 11 kategorija s ukupno 47 čestica, tj. životnih ciljeva, o kojima se ispitanici izjašnjavaju na devetostupanjskoj skali Likertova tipa. Ti ciljevi podijeljeni su na ekstrinzične ili materijalističke i intrinzične ciljeve, poput osobnog rasta (Grouzet i sur., 2005, str. 801; Kasser i sur., 2004). Belk je (1984, 1985) za istraživanje materijalizma konstruirao Skalu materijalizma sa 24 čestice, o kojima se izjašnjava na petostupanjskoj skali Likertova tipa. Skala ima tri dimenzije (osobine ličnosti): "posesivnost", tj. "tendencija zadržavanja kontrole ili vlasništva nad nekim dobrom"; "nedarežljivost", tj. "nevoljkost davanja ili dijeljenja dobara s ostalima", i "zavist", tj. "nezadovoljstvo i ogorčenost tuđom srećom, uspjehom, reputacijom ili posjedovanjem bilo čega poželjnoga" (Belk, 1985, str. 267, 268). U svojem kasnijem radu o međukulturnim razlikama u odnosu na materijalni upitnik dodaje četvrtu dimenziju ili osobinu ličnosti, "očuvanje", definiranu kao "očuvanje događaja, iskustava i uspomena u materijalnom obliku" (Ger i Belk, 1996, str. 64). Richins i Dawson (1992) svoj koncept operacionaliziraju Skalom materijalističkih vrijednosti, koja sadrži 18 čestica sa petostupanjskom skalom Likertova tipa i tri dimenzije: "uspjeh", tj. stjecanje i posjedovanje dobara kao kriterij uspjeha; "centralnost", tj. stjecanje i posjedovanje materijalnog kao središnja životna preokupacija, i "sreća", tj. stjecanje i posjedovanje dobara kao nužan element za sreću. U kasnijem radu Richins (2004, str. 209, 216) testira četiri skraćene verzije istog upitnika: sa 15, 9, 6 i 3 čestice raspoređene u iste tri dimenzije te zaključuje kako skraćeni upitnik sa 15 čestica funkcionira bolje od izvorne verzije te kako je upitnik sa 9 čestica bolji od onoga sa 6 i 3 i "posjeduje prihvatljiva psihometrijska svojstva kada mjeri materijalizam na generalnoj razini". Za razliku od Belkova upitnika, koji se "jako oslanja na indikatore emocionalne reakcije ispitanika", upitnik Richins i Richins/Dawsona promatra prije svega njihovu kognitivnu razinu (Ahuvia i Wong, 2002, str. 391). Unatoč postojanju i drugih instrumenata za mjerenje materijalizma (npr. Campbell, 1969.; Mochis i Churchill, 1978; Trinh i Phau, 2012), razne verzije Belkova upitnika (1984, 1985), upitnika Richins (2004), te Richins/Dawsona (1992) sa navedene tri dimenzije najčešće se rabe u istraživanjima ovoga fenomena.

Pregled dosadašnjih istraživanja

Dosadašnja istraživanja materijalizma pokazuju kako se on istražuje iz raznih perspektiva i dovodi u vezu s mnogim teorijskim konceptima i sociodemografskim obilježjima.

Razlike u pogledu izraženosti materijalizma među spolovima dosad su istraživane na raznim uzorcima, a rezultati su uglavnom nedosljedni. U nekim istraživanjima pokazalo se da su muškarci skloniji materijalizmu (Kamineneni, 2005; Flori, 2004; Goldberg, Gorn, Peracchio i Bamossy, 2003; Reto, Zafar i Wolfgang, 2013), dok u drugim nije pronađena razlika po spolu (Christopher, Lasane, Troisi i Park, 2007; Jusoh, Heaney i Goldsmith, 2001; Ponchio i Aranha, 2008; Richins i Dawson, 1992; Schaefer, Hermans i Parker, 2004; Watson, 2003). U istraživanju Goldsmitha i Clarkea (2012) te Lermana i Maxwella (2006) žene su sklonije materijalizmu nego muškarci.

U pogledu razlika po dobi, rezultati istraživanja također su nekonzistentni. Rindfleisch, Burroughs i Wong (2009) otkrivaju negativnu povezanost dobi i materijalizma, a sličan rezultat (veći stupanj materijalizma kod mlađih ispitanika) dobili su Flynn, Goldsmith i Korzenny (2011), Ponchio i Aranha (2008) te Reto i sur. (2013). Kamano (1999) nalazi značajan porast materijalizma s porastom dobi na ispitanicima iz Njemačke, Francuske i Italije, ali povezanost nije bila značajna za ispitanike iz SAD-a, Japana, Velike Britanije i Nizozemske. Prema Inglehartu (1990, 1997), mlađe generacije sklonije su postmaterijalizmu, dok su one starije sklonije materijalizmu. U istraživanjima Watsona (2003) te Ryana i Dziurawieca (2001) nije pronađena povezanost između dobi ispitanika i materijalizma.

Kada govorimo o vezi materijalizma i razine obrazovanja, radovi Belka (1985), Richins i Dawsona (1992) te Watsona (2003) ne upućuju na postojanje povezanosti.

Dio autora bavio se i povezanosti materijalizma i socioekonomskoga statusa. U istraživanju Christophera i sur. (2007), Richins i Dawsona (1992), Micken (1995) te Watsona (2003) nije pronađena korelacija između materijalizma i socioekonomskoga statusa. S druge pak strane, studija Goldberga i sur. (2003) pokazuje kako su mladi ljudi iz obitelji s nižim primanjima skloniji materijalizmu.

Nama najzanimljiviji teorijski koncept koji se dovodi u vezu s materijalizmom jest koncept vrijednosti. Richins i Dawson (1992) povezuju Kahlovu listu vrijednost (Kahle, Beatty i Homer, 1986) s materijalizmom i otkrivaju kako je materijalizam u pozitivnoj korelaciji s financijskom sigurnosti te u negativnoj korelaciji s međuljudskim odnosima promatranima kao vrijednost. Kilbourne, Grünhagen i Foley (2005) povezuju vrijednosti Schwartzova modela (1992) i Skalu mate-

rijalizma Richins i Dawsona (1992). Njihovi rezultati pokazuju kako je vrijednost vlastita odricanja u negativnoj korelaciji s materijalizmom te kako materijalizam nije povezan samo s potragom za zadovoljstvom nego upućuje na potrebu za nadmoći i kontrolom. U istraživanju Karabatija i Cemalcilara (2010) materijalizam se također mjerio skalom Richins i Dawsona, a vrijednosti Schwartzovim upitnikom. Rezultati otkrivaju vrijednosti poput hedonizma, potrebe za stjecanjem moći i uspjeha kao dobre prediktore materijalizma te pozitivnu korelaciju vlastita probitka i materijalizma. Pozitivna korelacija između vlastita probitaka i materijalizma pronađena je i u nekoliko drugih istraživanja (Belk, 1985; Burroughs i Rindfleisch, 2002; Fournier i Richins, 1991).

Dosadašnjih istraživanja o materijalizmu u hrvatskom društvu tek je nekoliko. Primjerice, Brdar i Anić (2010) služile su se Upitnikom životnih ciljeva (Kasser i Ryan, 1996) na uzorku srednjoškolaca. Rezultati pokazuju kako su ekstrinzični ili materijalistički životni ciljevi povezani s češćim doživljavanjem negativnih emocija te kako oni nisu povezani sa zadovoljstvom životom i s pozitivnim emocijama (Brdar i Anić, 2010, str. 174). Nadalje, ekstrinzični ciljevi pokazali su se kao važniji ispitanicima usmjerenima prema ugodnu životu nego onima koji su usmjereni na angažiran i smislen život (Brdar i Anić, 2010, str. 179). Nadalje, Štulhofer i Kufrin (1996, str. 178), na temelju rezultata skraćene verzije Inglehartove Skale materijalizma/postmaterijalizma, pokazuju kako su u reprezentativnom uzorku opće populacije u Hrvatskoj bili zastupljeniji materijalisti (38,2%) od postmaterijalista (10,8%) te kako su postmaterijalisti (u odnosu na materijaliste) bili statistički značajno skloniji ekoaltruizmu i konkretnim oblicima ekoponašanja. Inglehartovim konceptom bavio se i Rimac (1997, str. 691) u istraživanju populacije osam većih hrvatskih gradova, u kojem pokazuje kako je "prihvaćanje postmaterijalističkih vrijednosti u određenoj mjeri posredovano obrazovanjem samog ispitanika" te utvrđuje "dominantnu ulogu formativnog razdoblja pojedinca u usvajanju tih vrijednosti". Nefat i Benazić (2014) rabe Richins – Dawsonovu Skalu materijalizma i otkrivaju kako je analizirana studentska populacija ispodprosječno materijalistički orijentirana te da nema statistički značajne razlike prema spolu. Kaliterna Lipovčan, Prizmić-Larsen i Brkljačić (2015) istraživale su odnos materijalizma, afektivnih stanja i dobrobiti te su zaključile da su hrvatski građani ispodprosječno materijalno orijentirani. Pri tome je materijalizam kao sreća u posjedovanju kod građana izraženiji nego stjecanje kao glavna preokupacija u životu. Veći rezultat na dimenziji sreće u posjedovanju povezan je s manjom dobrobiti.

Istraživanja vrijednosti u Hrvatskoj nisu rijetka i mogu se podijeliti u tri skupine (Ferić, 2009). Prvu skupinu čine pretežito sociološka istraživanja u kojima je pozornost istraživača usmjerena prije svega na društvene vrijednosne sustave (Labus, 2000; Rimac i Štulhofer, 2004). Drugu skupinu obilježava istraživanje radnih vrijednosti (Maslić Seršić, Šverko i Galić, 2005; Šverko, 1995; Šverko, Babarović i Šverko, 2007; Topolčić, 1998), dok treću skupinu čine istraživanja usmjerena na procjenu vrijednosti i vrijednosnih orijentacija mladih (Ajduković, 1989; Čulig, Fanuko i Jerbić, 1982; Ferić, 2002, 2006; Ferić i Kamenov, 2007; Franc, Šakić i Ivičić, 2002; Franc, Sučić i Šakić, 2009; Raboteg-Šarić i Brajša Žganec, 1995; Vlah, Lončarić i Tatalović Vorkapić, 2011). Jedan od rijetkih radova u kojem je provjerena hijerarhijska važnost osnovnih ljudskih vrijednosti (Schwartz, 1992) opće populacije RH jest istraživanje R. Mateše (2012), u kojem je na reprezentativnim uzorcima na podacima prikupljenim u okviru istraživanja ESS 2008. godine¹ (N = 1473) te ESS 2011. godine² (N = 1649) utvrđeno kako hrvatski građani u oba promatrana razdoblja najviše važnosti pridaju vrijednosnom tipu vlastita odricanja te nakon toga zadržavanju tradicije, dok najmanje važnosti pridaju vrijednosnom tipu vlastita probitka.

U Hrvatskoj do sada nije istraživani odnos materijalizma i vrijednosti. U skladu s navedenim postavljeni su i ciljevi i hipoteze ovog istraživanja.

CILJEVI I HIPOTEZE

Na temelju spoznaja do kojih su došla istraživanja spomenuta u uvodnom dijelu, postavljeni su sljedeći ciljevi istraživanja:

1. Provjeriti strukturu skale materijalizma. Prema istraživanjima autora skale materijalizma Richins i Dawsona (1992) i Richins (2004), očekuje se trodimenzionalna struktura skale materijalizma (*The Material Values Scale*) (Richins, 2004) s dimenzijama: (a) uspjeh, (b) sreća u posjedovanju, (c) centralnost.
2. Ispitati razinu usmjerenosti građana Republike Hrvatske prema materijalizmu. U skladu s ranijim istraživanjima u Hrvatskoj (Kaliterna Lipovčan i sur., 2015), hrvatski građani nisu visoko orijentirani prema materijalizmu.
3. Utvrditi hijerarhiju važnosti pojedinih vrijednosti. U skladu s istraživanjima provedenim u Hrvatskoj (Ferić, 2006, 2009; Mateša, 2012), hrvatski građani najviše važnosti pridaju vrijednostima vlastita odricanja i zadržavanju tradicije.
4. Provjeriti mogućnost objašnjenja materijalizma pomoću vrijednosti uz kontrolu sociodemografskih obilježja. Najveći pre-

diktivni doprinos u objašnjenju materijalizma imat će vrijednosti koje odražavaju orijentaciju pojedinca prema samom sebi, poput moći, dostignuća i hedonizma.

METODA

Ispitanici i postupak

Istraživanje je provedeno na etapno stratificiranom reprezentativnom uzorku punoljetnoga stanovništva Hrvatske (N = 1004), pri čemu je sačuvana proporcionalnost i slučajni izbor jedinica unutar svakoga stratuma. Podaci su prikupljeni usmenom anketom metodom licem u lice, a odaziv ispitanika bio je 66,5%. Sociodemografska obilježja ispitanika prikazana su u Tablici 1.

➔ TABLICA 1
Osnovna obilježja
ispitanika

Varijabla	Kategorije	%
Spol	Muški	48,2
	Ženski	51,8
Dob	18–30 godina	19,6
	31–40 godina	18,3
	41–50 godina	17,6
	51–60 godina	17,7
	61–70 godina	14,0
	71+ godina	12,8
Obrazovanje	Osnovna škola ili manje	23,8
	Dvo- ili trogodišnja srednja škola	14,2
	Četverogodišnja srednja škola	42,8
	Viša ili visoka škola	18,5
	Magisterij, doktorat	0,7
Tip naselja	Veći grad	24,4
	Manji grad	28,7
	Ostala manja naselja	46,9
Mjesečni prihod	Do 500 kuna	3,0
	501 – 1000 kuna	12,5
	1001 – 1500 kuna	15,6
	1501 – 2000 kuna	15,9
	2001 – 3000 kuna	21,8
	3001 – 4000 kuna	15,1
	4001 – 5000 kuna	7,2
	Više od 5000 kuna	8,8
Životni standard (samoprocjena)	Znatno ispodprosječan	7,6
	Ispodprosječan	26,9
	Prosječan	57,1
	Iznadprosječan	7,9
	Znatno iznadprosječan	0,6

Rezultati izloženi u ovom radu temelje se na podacima prikupljenima istraživanjem *Pilarov barometar hrvatskoga društva 2014*,³ koje kontinuirano provodi Institut društvenih zna-

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 24 (2015), BR. 4,
STR. 555-576

DEVIĆ, I., MAJETIĆ, F.,
KRNIC, R.:
VRIJEDNOSNE...

nosti Ivo Pilar. Terensko istraživanje provedeno je između ožujka i svibnja 2014. godine. Prikupljanje podataka bilo je organizirano tako da su anketari na unaprijed zadanim adresama u kućanstvima metodom licem u lice anonimnom anketom prikupili podatke. Unutar samoga kućanstva koje je anketarima bilo unaprijed zadano ispitana je ona osoba koja je zadnja imala rođendan.

Instrumenti

U radu je upotrijebljen skraćeni *Upitnik osobnih vrednota (PQV)* (Schwartz i sur., 2001), koji sadrži 10 čestica što mjere 10 tipova vrijednosti. Zadatak ispitanika u Schwartzovu upitniku jest da na skali od "1" – uopće mi nije slična, do "6" – vrlo mi je slična, procijene sličnost opisa navedenih u upitniku sa sobom. Primjeri čestica jesu "Važno mu/joj je biti vrlo uspješan/uspješna i želi od drugih ljudi dobiti priznanje za svoja dostignuća." ili "Važna mu/joj je tradicija, očuvanje i održavanje obiteljskih ili vjerskih običaja koji se prenose s generacije na generaciju". Podaci su iskazani na razini 10 vrijednosnih tipova, a svaki vrijednosni tip mjereno je jednom česticom. Ukupan rezultat za svaki vrijednosni tip određen je kao prosječni rezultat svih ispitanika koji su odgovorili na tražene čestice upitnika.

Za mjerenje materijalizma uzeta je *Kratka verzija skale materijalizma (The Material Values Scale)* (Richins, 2004), koja sadrži 9 čestica sa petostupanjskom skalom Likertova tipa (1 – uopće se ne slažem, 5 – potpuno se slažem) i mjeri tri dimenzije: "uspjeh", tj. stjecanje i posjedovanje dobara kao kriterij uspjeha; "centralnost", tj. stjecanje i posjedovanje materijalnog kao središnje životne preokupacije, i "sreću u posjedovanju", tj. stjecanje i posjedovanje dobara kao nužan element za sreću. Ukupan rezultat za svaku dimenziju određen je kao prosječni rezultat odgovora na svim česticama koje čine određenu dimenziju.

Od sociodemografskih varijabli upotrijebljene su: spol (muški, ženski), dob (18–30, 31–40, 41–50, 51–60, 61–70, više od 71 godinu), obrazovanje (OŠ, dvogodišnja ili trogodišnja SŠ, četverogodišnja SŠ, viša ili visoka škola te kategorija magisterij ili doktorat), tip naselja (veći grad, manji grad, ostala manja naselja), mjesečni prihod (manje od 500 kn, od 501 do 1000 kn, od 1001 do 1500 kn, od 1501 do 2000 kn, od 2001 do 3000 kn, od 3001 do 4000 kn, od 4001 do 5000 kn, više od 5000 kn) i životni standard (znatno ispodprosječan, ispodprosječan, prosječan, iznadprosječan, znatno iznadprosječan).

Obradba podataka

Za obradbu podataka primijenjene su univarijatne i multivarijatne analize. Izračunani su deskriptivni podaci upotrijebljenih varijabli.

Za provjeru strukture Skale materijalizma (Richins, 2004) provedene su konfirmatorna i eksploratorna faktorska analiza. Pouzdanost skala provjerena je Cronbachovim alfa-koeficijentom. Mogućnost objašnjenja materijalizma vrijednostima uz kontrolu sociodemografskih obilježja provjerena je hijerarhijskom regresijskom analizom.

REZULTATI I RASPRAVA

Usmjerenost prema materijalizmu

Izračunane prosječne vrijednosti slaganja hrvatskih građana s česticama Skale materijalizma (Richins, 2004) upućuju na relativno nisku orijentaciju ispitanika prema materijalizmu.⁴ Rezultat na šest od devet čestica nalazi se ispod teoretske aritmetičke sredine 3 (teoretski raspon 1–5). Najniža razina materijalizma dobivena je za čestice koje se odnose na dimenziju centralnosti. Drugim riječima, građani procjenjuju da im posjedovanje i stjecanje materijalnih dobara nije glavna preokupacija u životu. Dobiveni rezultat u skladu je s nalazima drugih istraživanja u Hrvatskoj (Kaliterna Lipovčan i sur., 2015).

● **TABLICA 2**
Deskriptivni podaci
varijabli Skale
materijalizma

	N	M	s
Ponekad mi prilično smeta što ne mogu kupiti sve što mi se sviđa (S)	990	3,16	1,11
Moj bi život bio bolji kad bih imao određene stvari koje nemam (S)	990	3,12	1,10
Stvari koje posjedujem govore puno o tome kako mi ide u životu (U)	989	3,05	1,04
Bio bih sretniji kada bih si mogao kupiti više stvari (S)	989	2,93	1,21
Kupovanje mi pruža veliko zadovoljstvo (C)	988	2,91	1,18
Divim se ljudima koji imaju luksuzne stanove (U)	991	2,26	1,04
Volim imati stvari koje impresioniraju ljude (U)	987	2,21	1,07
Kada su u pitanju stvari koje posjedujem, trudim se voditi jednostavan život (C) (Rekodirana čestica)	990	2,18	0,86
Volim živjeti vrlo luksuzno (C)	990	2,10	1,03

* Očekivane dimenzije na Skali materijalnih vrijednosti: U – uspjeh, S – sreća u posjedovanju, C – centralnost.

Faktorska struktura Skale materijalizma

Konfirmatornom faktorskom analizom (CFA) provjerena je teorijska struktura Skale materijalizma. Prema teorijskom modelu koji je postavio autor, Skala materijalizma sastoji se od tri dimenzije (uspjeh, sreća u posjedovanju, centralnost), pri čemu je svaka dimenzija mjerena sa tri čestice. Ovako postavljen model ne pristaje dobro podacima ($\chi^2(22) = 221,84$; $p < 0,05$; $\chi^2/df = 10,08$; CFI = 0,929; TLI = 0,884; RMSEA = 0,095). Niski regresijski koeficijenti pojedinih čestica i slaba diskriminativna valjanost Skale uspjeha (visoka korelacija između faktora uspjeha i centralnosti, $\Phi = 0,98$) upućuju na mogućnost postojanja drugačije strukture Skale materijalizma.

	U	S	C
Volim imati stvari koje impresioniraju ljude (U)	0,86		
Divim se ljudima koji imaju luksuzne stanove (U)	0,65		
Stvari koje posjedujem govore puno o tome kako mi ide u životu (U)	0,39		
Bio bih sretniji kada bih si mogao kupiti više stvari (S)		0,78	
Moj bi život bio bolji kad bih imao određene stvari koje nemam (S)		0,72	
Ponekad mi prilično smeta što ne mogu kupiti sve što mi se sviđa (S)		0,63	
Volim živjeti vrlo luksuzno (C)			0,73
Kupovanje mi pruža veliko zadovoljstvo (C)			0,64
Kada su u pitanju stvari koje posjedujem, trudim se voditi jednostavan život (C)			0,23

* Dimenzije na Skali materijalnih vrijednosti: U – uspjeh, S – sreća u posjedovanju, C – centralnost.

📌 **TABLICA 3**
Standardizirani
regresijski koeficijenti
(CFA) – mjerni model
s originalne tri skale
upitnika materijalizma

Zbog toga je za provjeru faktorske strukture upitnika provedena eksploratorna faktorska analiza. Kako bi se postigla jednostavna struktura, odnosno radi jasnije interpretacije faktora, provedena je analiza glavnih komponenata s ortogonalnom rotacijom (*varimax*). Ekstrahirana su dva faktora sa svojstvenom vrijednosti većom od 1 (Tablica 4). Na temelju toga (Kaiser Gutmann kriterij) zadržana su dva faktora koja zajedno objašnjavaju 56,5% ukupne varijance.

	Faktor 1	Faktor 2
Moj bi život bio bolji kad bih imao određene stvari koje nemam (S)	<u>0,788</u>	0,124
Ponekad mi prilično smeta što ne mogu kupiti sve što mi se sviđa (S)	<u>0,706</u>	0,143
Bio bih sretniji kada bih si mogao kupiti više stvari (S)	<u>0,701</u>	0,305
Stvari koje posjedujem govore puno o tome kako mi ide u životu (U)	<u>0,595</u>	0,033
Volim živjeti vrlo luksuzno (C)	0,257	<u>0,800</u>
Volim imati stvari koje impresioniraju ljude (U)	0,344	<u>0,774</u>
Kada su u pitanju stvari koje posjedujem, trudim se voditi jednostavan život (C)	-0,272	<u>0,690</u>
Divim se ljudima koji imaju luksuzne stanove (U)	0,429	<u>0,584</u>
Kupovanje mi pruža veliko zadovoljstvo (C)	0,483	<u>0,508</u>
Pouzdanost (α)	0,72	0,77

📌 **TABLICA 4**
Rotirana matrica
faktorske strukture
dobivena eksplorator-
nom faktorskom
analizom na
česticama upitnika
materijalizma
(N = 975)

Prvi je faktor saturiran sa 4 čestice koje sadržajno opisuju stav da posjedovanje i stjecanje materijalnih dobara stvara osjećaj sreće (dimenzija sreća u posjedovanju), dok je drugi faktor saturiran sa 5 čestica koje sadržajno najviše odgovaraju faktoru centralnosti što se odnosi na posjedovanje i stjecanje kao glavne preokupacije u životu (dimenzija centralnosti). Treći faktor, koji bi prema teorijskim očekivanjima odgovarao dimenziji uspjeha iz Upitnika materijalizma i koji bi trebao opisivati posjedovanje kao glavni indikator uspjeha i dostignuća u životu, suprotno očekivanjima autora upitnika, nije dobiven u provedenom istraživanju. Naime, 1 čestica koja u originalnom upitniku pripada faktoru uspjeha ima značajnu

projekciju na faktoru sreće a druge 2 čestice koje u originalnom upitniku pripadaju tom faktoru imaju projekcije na faktor centralnosti.

Iste ove dvije skale materijalizma dobivene su i u drugim istraživanjima na nacionalnim uzorcima u Hrvatskoj (Kaliterna Lipovčan i sur., 2015), a slično i u drugim zemljama, na nacionalnom uzorku u Rusiji (Griffin, Babin i Christensen, 2004) i u Njemačkoj (Müller i sur., 2013).

Pouzdanost je određena metodom nutarnje konzistencije i izražena alfa-koeficijentom zadovoljavajuća je te iznosi za dimenziju sreće u posjedovanju 0,72, a 0,77 za dimenziju centralnosti.

Konfirmatornom analizom provjereno je pristaje li podacima model postavljen na temelju rezultata eksploratorne faktorske analize. Ponovno primjenom CFA dobiveno je dobro pristajanje modela specificiranog na temelju rezultata EFA ($\chi^2(25) = 2518,42$; $p < 0,05$; $\chi^2/df = 8,73$; CFI = 0,93; TLI = 0,90; RMSEA = 0,088) te su u daljnjoj analizi upotrijebljena navedena dva faktora kao dimenzije materijalizma. Povezanost između faktora izražena Φ koeficijentom iznosi 0,678.

Deset vrijednosnih tipova

Na osnovi dobivenih procjena ispitanika na 10 čestica upitnika osobnih vrednota (Schwarz i sur., 2001) izračunane su prosječne procjene važnosti 10 motivacijskih tipova (Tablica 2). Hrvatski građani najveću važnost pridaju vrijednosnom tipu *tradicija* ($M = 4,36$). Drugi je po važnosti vrijednosni tip *univerzalizam* ($M = 4,26$), dok je treći po važnosti vrijednosni tip *dobrohotnost* ($M = 4,25$). Hrvatski građani najmanju važnost pridaju vrijednosnom tipu *moći* ($M = 2,35$). U skladu sa Schwartzovom teorijom univerzalizma i sadržaja strukture vrijednosti (Schwartz, 1992), građani najveću važnost pridaju poštovanju, prihvaćanju i održavanju običaja i ideja tradicijske kulture ili religije kojoj pripadaju, teže razumijevanju, poštovanju, prihvaćanju i zaštiti dobrobiti ljudi i prirode te važnim procjenjuju očuvanje i unaprjeđivanje dobrobiti ljudi s kojima su u čestom kontaktu. Najmanje važnim od svih 10 ispitanih vrijednosti procjenjuju važnost uzbuđenja, novosti i izazova u životu te važnost društvenoga statusa i prestiža, kontrole i dominacije nad pojedincima i materijalnim dobrima.

Dobiveni rezultati o hijerarhiji važnosti pojedinih vrijednosti među hrvatskim građanima s najvišim prosječnim procjenama važnosti vrijednosnih tipova tradicije, dobrohotnosti i univerzalizma i najnižim procjenama važnosti vrijednosnih tipova moći i poticaja u skladu su s rezultatima koji su općenito dobiveni na uzorcima opće populacije odraslih ispitanika u Hrvatskoj (Ferić, 2006, 2009; Mateša, 2012) i u drugim zemljama (Schwartz i Bardi, 2001; Torres i Brites, 2006; Schwartz i sur., 2001.; Schwartz i Bardi, 1997).

➔ TABLICA 5
Hijerarhija važnosti
10 osnovnih tipova
vrijednosti

Motivacijski tip	N	M	s
Tradicija	992	4,36	1,35
Univerzalizam	990	4,26	1,24
Dobrohotnost	992	4,25	1,18
Sigurnost	990	4,20	1,28
Konformizam	987	4,20	1,23
Nezavisnost	991	3,75	1,35
Dostignuće	989	3,29	1,37
Hedonizam	990	3,10	1,40
Poticaaj	989	2,58	1,35
Moć	990	2,35	1,21

Povezanost vrijednosti i materijalizma

Prije provjere mogućnosti objašnjenja materijalizma vrijednosnim tipovima uz kontrolu sociodemografskih obilježja provjerena je povezanost među svim varijablama izražena Pearsonovim koeficijentom korelacije (Tablica 6). Od sociodemografskih varijabli s centralnosti i sa srećom u posjedovanju najviše je povezana dob (negativna korelacija). Dakle, stariji ispitanici manje su orijentirani prema materijalizmu, što je u skladu s nalazima drugih istraživanja (Flynn i sur., 2011; Ponchio i Aranha, 2008; Reto i sur., 2013). U pogledu povezanosti vrijednosnih tipova i materijalizma, najveća povezanost za obje dimenzije materijalizma dobivena je s vrijednosnim tipovima moć, hedonizam, dostignuće i poticaj. Dobiveni nalazi u skladu su s očekivanjima i nalazima drugih istraživanja (Belk, 1985; Burroughs i Rindfleisch, 2002; Fournier i Richins, 1991).

Kako bismo provjerili povezanost 10 vrijednosnih tipova s materijalizmom, provedene su dvije hijerarhijske regresijske analize. Za prediktorski skup varijabli uzeta su sociodemografska obilježja i vrijednosni tipovi, a kao kriterij u prvoj regresijskoj analizi primijenjena je skala sreće u posjedovanju. U drugoj regresijskoj analizi uzeti su isti prediktori, dok je za kriterij upotrijebljena druga skala materijalizma, odnosno skala centralnosti. Cilj je utvrditi u kolikoj se mjeri materijalizam može objasniti vrijednostima uz kontrolu sociodemografskih obilježja (Tablica 7).

Obje hijerarhijske analize proveli smo u tri koraka. U prvi korak uvrstili smo varijable spol, dob, obrazovanje i tip naselja. U drugi smo dodali mjesečne prihode i životni standard kao pokazatelje financijske situacije, a u trećem smo dodali 10 vrijednosnih tipova iz Schwartzova upitnika (Schwartz i sur., 2001).

➔ TABLICA 6
Povezanost vrijednosti
i materijalizma

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1 Centralnost																	
2 Sreća u posjedovanju	0,05																
3 Spol	0,00	0,05															
4 Dob	-0,30**	-0,18**	-0,02														
5 Obrazovanje	0,08**	-0,05	0,00	-0,29**													
6 Tip naselja	0,06*	0,07*	-0,03	-0,06*	-0,25**												
7 Mjesečni prihodi	0,04	-0,09**	-0,06*	-0,08**	0,37**	-0,22**											
8 Životni standard	0,12**	-0,14**	-0,06*	-0,15**	0,27**	-0,12**	0,48**										
9 Nezavisnost	0,15**	0,12**	0,02	-0,22**	0,22**	-0,08**	0,13**	0,07*									
10 Moć	0,54**	0,25**	-0,13**	-0,22**	0,12**	0,01	0,06*	0,11**	0,24**								
11 Sigurnost	-0,04	0,09**	0,09**	0,06*	-0,02	-0,05	0,02	-0,04	0,19**	0,08**							
12 Hedonizam	0,35**	0,19**	-0,09**	-0,36**	0,18**	-0,03	0,08**	0,13**	0,35**	0,40**	0,18**						
13 Dobrohotnost	-0,17**	-0,03	0,14**	0,07*	-0,05	-0,04	-0,02	-0,04	0,24**	-0,08**	0,42**	0,20**					
14 Dostignuće	0,36**	0,23**	-0,04	-0,24**	0,16**	-0,06*	0,03	0,10**	0,39**	0,40**	0,22**	0,49**	0,18**				
15 Poticaj	0,43**	0,21**	-0,07*	-0,40**	0,19**	-0,02	0,10**	0,18**	0,30**	0,49**	-0,05	0,55**	-0,01	0,46**			
16 Konformizam	-0,13**	0,08**	0,07*	0,13**	-0,09**	0,02	-0,01	-0,05	0,14**	-0,08**	0,42**	0,05	0,45**	0,14**	-0,15**		
17 Univerzalizam	-0,21**	-0,02	0,10**	0,12**	0,01	-0,04	0,03	-0,04	0,21**	-0,15**	0,35**	0,08**	0,51**	0,12**	-0,12**	0,59**	
18 Tradicija	-0,17**	0,02	0,08*	0,25**	-0,15**	0,05	-0,08**	-0,08**	0,04	-0,17**	0,33**	-0,04	0,44**	0,06*	-0,18**	0,48**	0,47**

*p < 0,01; **p < 0,05

➔ TABLICA 7
Hijerarhijska regre-
sivska analiza
sociodemografskih
obilježja i vrijednosti
na materijalizam

		Sreća u posjedovanju (β)	Centralnost (β)
1. korak	Spol	0,05	-0,01
	Dob	-0,21**	-0,29**
	Obrazovanje	-0,11**	0,01
	Tip naselja	0,03	0,04
2. korak	Spol	0,04	0,01
	Dob	-0,23**	-0,28**
	Obrazovanje	-0,07*	-0,01
	Tip naselja	0,02	0,05
	Mjesečni prihodi	0,01	-0,01
	Životni standard	-0,15**	0,10**
3. korak	Spol	0,08**	0,10**
	Dob	-0,14**	-0,10**
	Obrazovanje	-0,09**	-0,05
	Tip naselja	0,02	0,05
	Mjesečni prihodi	0,01	0,02
	Životni standard	-0,18**	0,03
	Nezavisnost	0,02	-0,02
	Moć	0,15**	0,38**
	Sigurnost	0,04	-0,03
	Hedonizam	0,05	0,10**
	Dobrohotnost	-0,13**	-0,13**
	Postignuće	0,12**	0,15**
	Poticaj	0,07	0,09**
	Konformizam	0,12**	0,01
Univerzalizam	-0,06	-0,10**	
Tradicija	0,07	0,03	
Korak 1	ΔR ²	0,05**	0,09**
	Korigirani R ²	0,05**	0,09**
Korak 2	ΔR ²	0,02**	0,01**
	Korigirani R ²	0,06**	0,09**
Korak 3	ΔR ²	0,09**	0,30**
	Korigirani R ²	0,16**	0,39**
R		0,41	0,63
R ²		0,16	0,39

**p < 0,01

Nakon kontroliranja sociodemografskih varijabli u prvom koraku, koje objašnjavaju tek 5% rezultata na skali sreće u posjedovanju te samo 9% rezultata na skali centralnosti i kontroliranja ostalih sociodemografskih obilježja koja se odnose na financijsku situaciju kućanstva u drugom koraku koja objašnjavaju tek 2% rezultata na skali sreće u posjedovanju te samo 1% rezultata na skali centralnosti, konačnim uvođenjem 10 vrijednosnih preferencija u trećem koraku ukupna objašnje-

na varijanca rezultata na skali sreće u posjedovanju povećava se za dodatnih 9%, odnosno dodatnih 30% za skalu centralnosti. Na taj način cijelim skupom opisanih prediktorskih varijabli možemo ukupno objasniti 16% varijance sreće u posjedovanju, kao dimenzije materijalizma, te 39% varijance centralnosti, kao druge izmjerene dimenzije materijalizma.

Od ispitanih sociodemografskih varijabli pokazalo se da najveći prediktivni doprinos objašnjenja da posjedovanje i stjecanje dobara stvara doživljaj sreće (skala sreće u posjedovanju) uz kombinaciju ostalih prediktora ima dob ($\beta = -0,21^{**}$), obrazovanje ($\beta = -0,11^{**}$) i životni standard ($\beta = -0,15^{**}$), i to tako da mlađi ispitanici, slabije obrazovani i ispitanici nižega standarda daju veće procjene osjećaja sreće. Pokazalo se i to da jedino dob ($\beta = 0,29^{**}$) i životni standard ($\beta = 0,10^{**}$) u kombinaciji s ostalim prediktorima pridonose objašnjenju posjedovanja i stjecanja materijalnog kao glavne preokupacije u životu (skala centralnosti). I tu mlađi ispitanici i osobe boljega životnog standarda daju veće procjene centralnosti.

Kao što je rečeno, veću razinu materijalizma kod mlađih osoba pronašli su i Flynn i sur. (2011), Ponchio i Aranha (2008) te Reto i sur. (2013). Manja orijentacija prema materijalizmu kod starijih osoba mogla bi biti i rezultat promjene u vrijednosnim prioritetima koja dolazi sa starenjem, pa prema tome pojedinci s godinama nešto veću važnost pripisuju vrijednostima "sigurnosti", "konformizma", "tradicije" i "dobrohotnosti", koje uključuju skrb o dobrobiti drugih, odanost vlastitoj grupi i njezinim članovima te nadilaženje sebičnih interesa, a sve manju važnost pridaju vrijednostima poput "moći", "dostignuća", "poticaja" i "nezavisnosti" (Inglehart, 1990; Knafo i Schwartz, 2001), koje su sebično orijentirane. Što se tiče obrazovanja, negativna korelacija obrazovanja i materijalizma pronađena u našem istraživanju nije u skladu s nalazima drugih istraživanja pronađenim u pregledu literature (Belk, 1985; Richins i Dawson, 1992; Watson, 2003). Kao što smo mogli vidjeti iz pregleda dosadašnjih istraživanja, analiza povezanosti životnoga standarda i materijalizma u drugim istraživanjima nudi nedosljedne rezultate. U interpretaciji dobivene negativne korelacije životnoga standarda i doživljaja sreće u posjedovanju, odnosno dobivene pozitivne korelacije životnoga standarda i razine centralnosti, treba uzeti u obzir da je dobivena korelacija – iako statistički značajna – izrazito niska. Osim toga valja imati na umu moguća ograničenja primijenjene Skale materijalizma, jer je moguće da neke čestice Skale materijalizma, poput čestice "Moj bi život bio bolji kad bih imao određene stvari koje nemam" ili čestice "Bio bih sretniji kada bih si mogao kupiti više stvari" možda više mjere siromaštvo ili materijalnu deprivaciju nego što mjere materijalizam.

Pokazalo se kako spol te prosječni mjesečni prihodi kućanstva u našem kontekstu ne pridonose značajno objašnjenju materijalizma. Ovaj je nalaz u skladu s nalazima nekih drugih autora, koji također nisu dobili razliku u materijalizmu s obzirom na spol (Christopher i sur., 2007; Jusoh i sur., 2001; Ponchio i Aranha, 2008; Richins i Dawson, 1992; Schaefer i sur., 2004; Watson, 2003) i prihode kućanstva (Richins i Dawson, 1992; Micken, 1995; Watson, 2003; Nefat i Benazić, 2014).

Što se tiče prediktivnoga doprinosa vrijednosti u objašnjenju materijalizma, pokazalo se da je pridavanje veće važnosti moći ($\beta = 0,15^{**}$), dostignuću ($\beta = 0,12^{**}$) i konformizmu ($\beta = 0,12^{**}$) te pridavanje manje važnosti dobrohotnosti ($\beta = -0,13^{**}$) povezano s procjenom da posjedovanje i stjecanje dobara stvara doživljaj sreće. Također, pokazalo se da je pridavanje veće važnosti moći ($\beta = 0,38^{**}$), dostignuću ($\beta = 0,15^{**}$), hedonizmu ($\beta = 0,10^{**}$) i poticajima ($\beta = 0,09^{**}$) te pridavanje manje važnosti dobrohotnosti ($\beta = -0,13^{**}$) i univerzalizmu ($\beta = -0,10^{**}$) povezano s većom procjenom posjedovanja i stjecanja materijalnog kao glavne preokupacije u životu. Dobiveni nalazi u skladu su s nalazima drugih empirijskih radova koji su pokazali da su upravo navedene vrijednosti povezane s materijalizmom, i to vjerojatno zbog toga što su materijalisti egoistično orijentirani (Belk, 1985; Burroughs i Rindfleisch, 2002; Fournier i Richins, 1991). Zbog egoistične orijentacije više vrednuju vrijednosti poput moći, dostignuća, poticaja i hedonizma te naglašavaju društvenu superiornost, društveni ugled i želju za emocionalno ugodnim i uzbudljivim.

ZAKLJUČAK

Ovo istraživanje pokazuje kako hrvatski građani ne procjenjuju posjedovanje i stjecanje kao glavnu preokupaciju u životu te da posjedovanje i stjecanje materijalnih dobara uglavnom ne vide kao izvor sreće.

Nadalje, pokazalo se kako ispitanici najveću važnost pridaju vrijednosnom tipu "tradicija". Drugi je po važnosti vrijednosni tip "univerzalizam", dok je treći po važnosti vrijednosni tip "dobrohotnost". Najmanju važnost pridaju vrijednosnom tipu moći. Prema tome, hrvatski građani visoko vrednuju vrijednosti koje promiču prihvaćanje i održavanje običaja te ideja tradicionalne kulture ili religije kojoj pripadaju. Visoko su u hijerarhiji i vrijednosti pomaganje drugima i skrb za njihovu dobrobit. S druge strane, hrvatski građani ne pridaju veliku važnost društvenom statusu i prestižu te kontroli i dominaciji nad pojedincima.

Hijerarhijskom regresijskom analizom sa deset vrijednosnih tipova kao prediktorima uz kontrolu sociodemografskih obilježja možemo objasniti 16% ukupne varijance sreće u po-

sjedovanju, kao prve dimenzije materijalizma, te 39% ukupne varijance centralnosti, kao druge dimenzije materijalizma.

Što se tiče temeljnih vrijednosti kao mogućih odrednica dimenzija materijalizma, pokazalo se da su vrijednosti koje odražavaju orijentaciju pojedinca prema samom sebi – poput moći, dostignuća i hedonizma – bolji prediktori materijalizma od vrijednosnih tipova koji se odnose na skrb o dobrobiti drugih i nadilaženje sebičnih interesa, kao što je vrijednosni tip vlastita odricanja koji obuhvaća univerzalizam i dobrohotnost. Drugim riječima, pridavanje veće važnosti vrijednosnom tipu moći, dostignuću i konformizmu te pridavanje manje važnosti vrijednosnom tipu dobrohotnosti povezano je s procjenom da posjedovanje i stjecanje materijalnih dobara stvara doživljaj sreće. Osim toga, pridavanje veće važnosti vrijednosnom tipu moći i vrijednosnim tipovima dostignuća, hedonizma i poticaja te pridavanje manje važnosti vrijednosnim tipovima dobrohotnosti i univerzalizmu povezano je s većom procjenom posjedovanja i stjecanja materijalnog kao glavne preokupacije u životu.

BILJEŠKE

¹ ESS Round 4: European Social Survey Round 4 Data (2008). Data file edition 4.3. Norwegian Social Science Data Services, Norway – Data Archive and distributor of ESS data for ESS ERIC.

² ESS Round 5: European Social Survey Round 5 Data (2010). Data file edition 3.2. Norwegian Social Science Data Services, Norway – Data Archive and distributor of ESS data for ESS ERIC.

³ *Pilarov barometar hrvatskoga društva* (2014), Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar. Dostupno na <http://barometar.pilar.hr>

⁴ U prosjeku se samo 26,6% građana slaže ili se potpuno slaže s navedenim česticama.

LITERATURA

Ahuvia, A. C. i Wong, N. Y. (2002). Personality and values based materialism: Their relationship and origins. *Journal of Consumer Psychology*, 12(4), 389–402. doi:10.1207/15327660260382414

Ajduković, M. (1989). *Vrijednosne orijentacije maloljetnih delikvenata*. Zagreb: Narodne novine i Pravni fakultet u Zagrebu.

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.

Belk, R. W. (1985). Materialism: Traits aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 265–280. doi:10.1086/208515

Brdar, I. i Anić, P. (2010). Životni ciljevi, orijentacije prema sreći i psihološke potrebe adolescenata: Koji je najbolji put do sreće? *Psihološka teme*, 19(1), 169–187.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 24 (2015), BR. 4,
STR. 555-576

DEVIĆ, I., MAJETIĆ, F.,
KRNIC, R.:
VRIJEDNOSNE...

Burroughs, J. E. i Rindfleisch, A. (2002). Materialism and well-being: A conflicting values perspective. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 348–370. doi:10.1086/344429.

Campbell, D. T. (1969). Materialism. U J. P. Robinson i P. R. Shaver (Ur.), *Measures of social attitudes* (str. 651–659). Ann Arbor: Institute for Social Research.

Christopher, A. N., Lasane, T. P., Troisi, J. D. i Park, L. E. (2007). Materialism, defensive and assertive self-presentational tactics, and life satisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26(10), 1145–1162. doi:10.1521/jscp.2007.26.10.1145

Čulig, B., Fanuko, N. i Jerbić, V. (1982). *Vrijednosti i vrijednosne orijentacije mladih. Rezultati istraživanja provedenog u SR Hrvatskoj 1981. godine*. Zagreb: Centar društvenih djelatnosti Saveza Socijalističke omladine Hrvatske.

Ferić, I. (2002). *Provjera postavki Schwartzove teorije univerzalnih sadržaja i strukture vrijednosti*. (Magistarski rad). Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

Ferić, I. (2006). *Provjera stabilnosti vrijednosnih sustava: Ispitivanje utjecaja konteksta na hijerarhiju i strukturu vrijednosti*. (Doktorska disertacija). Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

Ferić, I. (2009). *Vrijednosti i vrijednosni sustavi: psihologijski pristup*. Zagreb: Alinea.

Ferić, I. i Kamenov, Ž. (2007). Vrijednosti kao prediktori stavova i ponašanja: Postoji li utjecaj redoslijeda mjerenja? *Društvena istraživanja*, 16(1-2), 51–71.

Flouri, E. (2004). Exploring the relationship between mothers' and fathers' parenting practices and children's materialist values. *Journal of Economic Psychology*, 25(6), 743–752. doi:10.1016/j.joep.2003.06.005

Flynn, L. R., Goldsmith, R. E. i Korzenny, F. (2011). Brand engagement in self-concept: A psychometric and demographic analysis. *Journal of Multidisciplinary Research*, 3(2), 5–18.

Fournier, S. i Richins, M. L. (1991). Some theoretical and popular notions concerning materialism. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 403–414.

Franc, R., Sučić, I. i Šakić, V. (2009). Vrijednosti kao rizični i zaštitni čimbenici socijalizacije mladih. *Diacovensia*, 16(1-2), 135–146.

Franc, R., Šakić, V. i Ivičić, I. (2002). Vrednote i vrijednosne orijentacije adolescenata: Hijerarhija i povezanost sa stavovima i ponašanjima. *Društvena istraživanja*, 11 (2-3), 215–238.

Ger, G. i Belk, R. W. (1996). Cross-cultural differences in materialism. *Journal of Economic Psychology*, 17(1), 55–77. doi:10.1016/0167-4870(95)00035-6

Goldberg, M. E., Gorn, G. J., Peracchio, L. A. i Bamossy, G. (2003). Understanding materialism among youth. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 278–288. doi:10.1207/s15327663jcp1303_09

Goldsmith, R. E. i Clark, R. A. (2012). Materialism, status consumption, and consumer independence. *The Journal of Social Psychology*, 152 (1), 43–60. doi:10.1080/00224545.2011.555434

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 24 (2015), BR. 4,
STR. 555-576

DEVIĆ, I., MAJETIĆ, F.,
KRNIC, R.:
VRIJEDNOSNE...

- Griffin, M., Babin, B. J. i 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(8), 893–900. doi:10.1016/S0148-2963(02)00290-4
- Grouzet, F. M. E., Kasser, T., Ahuvia, A., Dols, J. M. E., Kim, Y., Lau, S., Ryan, R. M., Saunders, S., Schmuck, P. i Sheldon, K. M. (2005). The structure of goal contents across 15 cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(5), 800–816. doi:10.1037/0022-3514.89.5.800
- Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. New York: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies* (Vol. 19). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Jusoh, W. J. W., Heaney, J. G. i Goldsmith, R. E. (2001). Self-ratings of materialism and status consumption in a Malaysian sample: Effects of answering during an assumed recession versus economic growth. *Psychological Reports*, 88(3), 1142–1144.
- Kahle, L. R., Beatty, S. E. i Homer, P. (1986). Alternative measurement approaches to consumer values: The List of Values (LOV) and Values and Life Style (VALS). *Journal of Consumer Research*, 13(3), 405–409. doi:10.1086/209079
- Kaliterna Lipovčan, Lj., Prizmić-Larsen, Z. i Brkljačić, T. (2015). Materialism, affective states, and life satisfaction: Case of Croatia. *SpringerPlus*, 4, 699. doi:10.1186/s40064-015-1494-5
- Kamano, S. (1999). Comparing individual attitudes in seven countries. *Social Science Research*, 28(1), 1–35. doi:10.1006/ssre.1998.0630
- Kaminen, R. (2005). Influence of materialism, gender and nationality on consumer brand perceptions. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 14(1), 25–32. doi:10.1057/palgrave.jt.5740167
- Karabati, S. i Cemalcilar, Z. (2010). Values, materialism, and well-being: A study with Turkish university students. *Journal of Economic Psychology*, 31(4), 624–633. doi:10.1016/j.joep.2010.04.007
- Kasser, T. i 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(2), 410–422. doi:10.1037/0022-3514.65.2.410
- Kasser, T. i Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 280–287. doi:10.1177/0146167296223006
- Kasser, T., Ryan, R. M., Couchman, C. E. i Sheldon, K. M. (2004). Materialistic values: Their causes and consequences. U T. Kasser i A. D. Kanner (Ur.), *Psychology and consumer culture: The struggle for a good life in a materialistic world* (str. 11–28). Washington, DC: American Psychological Association. doi:10.1037/10658-002
- Kilbourne, W., Grünhagen, M. i Foley, J. (2005). A cross-cultural examination of the relationship between materialism and individual values. *Journal of Economic Psychology*, 26(5), 624–641. doi:10.1016/j.

joep.2004.12.009

Knafo, A. i Schwartz, S. H. (2001). Value socialization in families of Israeli-born and Soviet-born adolescents in Israel. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(2), 213–228. doi:10.1177/0022022101032002008

Labus, M. (2000). Vrijednosne orijentacije u hrvatskom društvu. *Sociologija sela*, 38 (suppl. 1/2), 169-204.

Lerman, D. i Maxwell, S. (2006). Joining a consumer society: Russian immigrant versus American materialism. *Journal of Consumer Behaviour*, 5(6), 479–490. doi:10.1002/cb.197

Maslić Seršić, D., Šverko, B. i Galić, Z. (2005). Radne vrijednosti i stavovi prema poslu u Hrvatskoj: Što se promijenilo u odnosu na devedesete? *Društvena istraživanja*, 14(6), 1039–1054.

Mateša, R. (2012). *Vrijednosne preferencije hrvatskih građana i odnos vrijednosti i religioznosti* (Diplomski rad). Hrvatski studiji, Zagreb.

Micken, K. S. (1995). A new appraisal of the Belk Materialism Scale. U F. R. Kardes i M. Sujan, *Advances in Consumer Research* 22 (str. 398–405). Provo, UT: Association for Consumer Research.

Moschis, G. P. i Churchill, G. A. (1978). Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research*, 15(4), 544–609. doi:10.2307/3150629

Müller A., Smits, D. M., Claes, L., Gefeller, O., Hinz, A. i Zwaan, M. (2013). The German version of the Material Values Scale. *GMS Psycho-Social-Medicine*, 10, 1–9. doi:10.3205/psm000095

Nefat, A. i Benazić, D. (2014). Materijalizam, statusna i upadljiva potrošnja studenata u Hrvatskoj. *Ekonomski pregled*, 65(3), 241–259.

Ponchio, M. C. i Aranha, F. (2008). Materialism as a predictor variable of low income consumer behaviour when entering into installment plan agreements. *Journal of Consumer Behaviour*, 7(1), 21–34. doi:10.1002/cb.234

Raboteg-Šarić, Z. i Brajša-Žganec, A. (1995). Sustav terminalnih vrednota adolescenata prije rata i u ratu. *Psychologia Croatica*, 1(1-2), 17–26.

Reto, F., Zafar, U. A. i Wolfgang, H. (2013). Gender issues in consumer materialism: The case of Mexico. *Journal of Transnational Management*, 18(2), 82–100. doi:10.1080/15475778.2013.782230

Richins, M. L. (2004). The material values scale: Measurement properties and development of a short form. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 209–219. doi:10.1086/383436

Richins, M. L. i Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303–316. doi:10.1086/209304

Rimac, I. (1997). O nekim aspektima valjanosti postmaterijalističkog koncepta. *Društvena istraživanja*, 6(6), 677–694.

Rimac, I. i Štulhofer, A. (2004). Socio-cultural values, economic development and political stability as correlates of trust in the European Union. U K. Ott (Ur.), *Croatia accession to the European Union: Institutional challenges*. Zagreb: Institute of Public Finance.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 24 (2015), BR. 4,
STR. 555-576

DEVIĆ, I., MAJETIĆ, F.,
KRNIĆ, R.:
VRIJEDNOSNE...

Rindfleisch, A., Burroughs, J. E. i Wong, N. (2009). The safety of objects: Materialism, existential insecurity, and brand connection. *Journal of Consumer Research*, 36(1), 1–16. doi:10.1086/595718

Ryan, L. i Dziurawiec, S. (2001). Materialism and its relationship to life satisfaction. *Social Indicators Research*, 55(2), 185–197. doi:10.1023/A:1011002123169

Schaefer, A. D., Hermans, C. M. i Parker, R. S. (2004). A cross-cultural examination of materialism in adolescents. *International Journal of Consumers Studies*, 28(4), 399–411. doi:10.1111/j.1470-6431.2004.00395.x

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1–65. doi:10.1016/S0065-2601(08)60281-6

Schwartz, S. H. i Bardi, A. (1997). Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe. *Political Psychology*, 18(2), 385–410. doi:10.1111/0162-895x.00062

Schwartz, S. H. i Bardi, A. (2001). Value hierarchies across cultures taking a similarities perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(3), 268–290. doi:10.1177/0022022101032003002

Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M. i Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(5), 519–542. doi:10.1177/0022022101032005001

Štulhofer, A. i Kufrin, K. (1996). Od obilja do altruizma i druge ekološke priče. Postmaterijalistički sindrom i ekološke vrijednosti u Hrvatskoj. *Socijalna ekologija*, 5(2), 171–184.

Šverko, B. (1995). The structure and hierarchy of values viewed cross-nationally. U D. E. Super, B. Šverko i C. M. Super (Ur.), *Life roles, values, and careers: International findings of the work importance study* (str. 225–238). San Francisco : Jossey-Bass.

Šverko, B., Babarović, T. i Šverko, I. (2007). Vrijednosti i životne uloge u kontekstu odabira zanimanja i razvoja karijere. *Suovremena psihologija*, 10(2), 295–320.

Topolčić, D. (1998). Zaposleni u novom radnom okružju – postojanost ili promjenjivost radnih vrijednosti. U I. Rogić i Z. Zeman (Ur.), *Privatizacija i modernizacija* (str. 211–233). Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.

Torres, A. i Brites, R. (2006). European attitudes and values: The perspective of gender in a transverse analysis. *Portugese Journal of Social Sciences*, 5(3), 179–214. doi:10.1386/pjss.5.3.179_1

Tranter, B. i Western, M. (2004). *Question ordering effects in Inglehart's postmaterial index*. Izlaganje sa skupa Australasian Political Studies Association Conference 2004, University of Adelaide, 29. rujna – 1. listopada 2004.

Trinh, V.-D. i Phau, I. (2012). The overlooked component in the consumption of counterfeit luxury brands studies: Materialism – a literature review. *Contemporary Management Research*, 8(3), 251–264. doi:10.7903/cmr.11156

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 24 (2015), BR. 4,
STR. 555-576

DEVIĆ, I., MAJETIĆ, F.,
KRNIĆ, R.:
VRIJEDNOSNE...

Vlah, N., Lončarić, D. i Tatalović Vorkapić, S. (2011). Struktura vrijednosnih orijentacija i hijerarhija vrednota učenika strukovnih škola. *Društvena istraživanja*, 20(2), 479–493. doi:10.5559/di.20.2.10

Watson, J. J. (2003). The relationship of materialism to spending tendencies, saving and debt. *Journal of Economic Psychology*, 24(6), 723–739. doi:10.1016/j.joep.2003.06.001

Value Preferences of Croatian Citizens as Determinants of Materialism

Ivan DEVIĆ, Filip MAJETIĆ, Rašeljka KRNIĆ
Institute of Social Sciences Ivo Pilar, Zagreb

The aim of this study is to check the factor structure of The Material Values Scale, examine the orientation of Croatian residents towards materialism, examine their basic human value hierarchy, and to identify and explain the relationship between values and materialism with control of socio-demographic characteristics. The survey was carried out on a representative sample of 1004 adult Croatian residents. The short version of The Material Values Scale (MVS) (Richins, 2004) was applied for the materialism examination and the short version of the Portrait Values Questionnaire (PVQ) (Schwartz et al., 2001) was applied for the value examination. The results show that possession and acquisition of goods are mainly not important for Croatian residents in terms of the main preoccupation in life, and, on average, they do not believe that consumption leads to happiness. Croatian residents attribute more importance to tradition, universalism and benevolence and less to stimulation and power. In terms of the relationship between values and materialism, it turned out that ten value types with control of socio-demographic characteristics explain 16% of the total variance of happiness, as a first measured dimension of materialism, and 39% of the total variance of centrality as a second dimension of materialism.

Keywords: materialism, values, residents of Republic of Croatia