

عنوان مقاله:

تحلیل ویلنی مجازی اشرافسالارانه

محل انتشار:

هشتمین همایش ملی تازه های روانشناسی مثبت (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

میلاذ رشیدی میبیدی - دانشجوی دبیری کارشناسی علوم اجتماعی

خلاصه مقاله:

امروزه فضای مجازی تاثیر شگرفی در روابط اجتماعی انسان ها گذاشته است به گونه ای که می توان گفت آن را پیچیده تر کرده است. در این مقاله تلاش شده تا با استفاده از پژوهش ها و مقالات گوناگون با محوریت نظریه تن آسای به این موضوع بپردازیم که طبقه مرفه امروز نسبت به گذشته چه تفاوت هایی دارد و مهم تر از آن در این بین فضای مجازی چه نقشی را ایفا می کند. در ادامه با آوردن استنادهایی به این مسئله می پردازیم که خرید کالاهای لوکس سال به سال در حال افزایش است و این به آن معنا است که ویلن جامعه مصرفی و تجملی کنونی را درست پیش بینی کرده بود. اما خارج از تاثیر گذاری رسانه ها در ترویج این زندگی تجملی، هدف ما در این مقاله این است که بدانیم فضای مجازی و اینترنت به عنوان ابزاری در دست طبقه مرفه در ترویج این نوع از سبک زندگی تجملی چه نقشی را بازی می کند. در پایان به این قضیه خواهیم پرداخت که فضای مجازی تا چه حد می تواند در ترویج این نوع از سبک زندگی تجملی تاثیر گذار باشد و طبقه مرفه با نشان دادن سبک زندگی مادی خود (مسکن، اتومبیل، ساعت، پوشاک برند، فراغت نماین خود و...) در فضای مجازی، امروزه تاثیر به مراتب شگرف و بزرگی بر طبقات پایین تر خود می گذارد که تنها راه مقابله با آن تغییر سبک زندگی است.

کلمات کلیدی:

ویلن، مصرف متظاهرانه، فراغت متظاهرانه، تجمل گرایی، کالای لوکس، فضای مجازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1433230>

