

## عنوان مقاله:

مصرف نمایشی

## محل انتشار:

پنجمین همایش ملی پژوهش های حرفه ای در روانشناسی و مشاوره با رویکرد ازنگاه معلم (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسنده:

ابوب حمزه ای - کارشناسی ارشد، جامعه شناسی، دانشگاه خوارزمی کرج، اداره آموزش و پرورش شهرستان اشنویه، دبیرستان متوسطه اول عشایری گیلانی زاده شیخان

## خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر مطالعه کمی در باره مصارف نمایشی دانشجویان دانشگاه خوارزمی تهران واحد حصارک کرج می باشد که در آن بر اساس دیدگاه های نظری و رویکردهای مفهومی موجود در باره اینگونه مصارف و همچنین واکنشها و ساز و کارهای مورد استفاده جهت مقابله با این آثار ( در صورت لزوم ) سعی شده است این موضوع در مورد دانشجویان دانشگاه تربیت معلم بررسی گردد. هدف اصلی این تحقیق پیدا کردن مقوله هایی که دانشجویان آنها را بعنوان مصرف نمایشی بکار می برند و زمینه اینگونه مصرف که آیا متاثر از محیط دانشگاه هست یا نه ؟ و رابطه فردگرایی و چشم وهمچشمی و میزان تحصیلات با مصرف نمایشی می باشد. تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که مقوله های : عطر و ادکلن ، لباس، اشیای لوکس ، گوشی موبایل ، ماشین و هنر و موسیقی ، عمده ترین مقوله های مصرف نمایشی می باشند. همچنین همبستگی مثبت و بلایی بین فردگرایی و چشم و همچنین با میزان مصرف نمایشی وجود دارد و همبستگی بالا و منفی بین میزان تحصیلات با میزان مصرف نمایشی وجود دارد. در این مطالعه از روش های کمی و پرسش نامه برای یافتن گستره ی مصارف نمایشی استفاده شده است .

## کلمات کلیدی:

هویت ، هویت اجتماعی ، قشر اجتماعی ، منزلت ، پایگاه اجتماعی ، بدعت ها و مدها، مصرف فرهنگی ، مصرف تظاهری ، سبک زندگی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1758844>

