

عنوان مقاله:

تبیین رویکردهای اخلاقی متفاوت در پیشایندها و پیامدهای خرید نمایشی بانوان

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های اخلاقی، دوره 12، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

علی افشاری - دانشگاه آزاد اسلامی، تهران

حمیدرضا سعیدنیا - دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال

حسین وظیفه دوست - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر مصرف نمایشی از نگاه بانوان با سبک زندگی متفاوت شامل دانشگاهیان و حوزویان و همچنین بررسی این مسئله است که مصرف نمایشی در افراد منجر به چه کنش هایی می شود. این پژوهش از نظر هدف، بنیادی است و از نظر روش شناسی با استفاده از نظریه داده بنیاد به بررسی و تحلیل دیدگاه بانوان به مصرف نمایشی کالاهای لوکس می پردازد. روش گردآوری داده ها میدانی و با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه ساختار یافته در دو گروه از افراد جامعه آماری شامل ۱۵ نفر از بانوان دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران و ۱۵ نفر از بانوان طلاب حوزه علمیه جامعه الزهرا قم می باشد. نتایج حاصل از مطالعه بیانگر تفاوت بین باور و دیدگاه گروه اول و دوم نسبت به مفهوم مصرف نمایشی بوده و نشان می دهد بانوان دانشجوی تمایل بیشتری به مصرف نمایشی کالاهای لوکس داشته و بانوان طلاب تمایل کمتری به مصرف نمایشی دارند و به دنبال کنترل آن از طریق توجه به اخلاق اسلامی و زندگی دینی می باشند. این تفاوت در دیدگاه دانشجویان و طلاب براساس عوامل علی شامل عوامل ساختاری، رفتاری، روانشناسی و اجتماعی ایجاد می شود. این پژوهش برای اولین بار به مفهوم مصرف نمایشی از دو دیدگاه با رویکردهای فکری متفاوت و مقایسه آن ها در کشور ایران پرداخته است.

کلمات کلیدی:

مصرف نمایشی، کالاهای لوکس، مادی گرایی، جامعه دینی، اخلاق اسلامی، تولید ملی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1880846>

