

عنوان مقاله:

انتخاب های عقلانی و مصرف

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی رویکردهای نوین مدیریت، روانشناسی و علوم انسانی در قرن ۲۱ (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

مریم پورکسمایی - مربی گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

مقاله حاضر به بررسی رابطه ی سبک زندگی و مصرف، با تمرکز بر مصرف پوشاک و پیامدهای آن در میان جوانان استان زنجان، از منظر عقلانیت ابزاری می پردازد. چارچوب نظری این پژوهش بر پایه نظریات سبک زندگی و مصرف، و همچنین نظریات عقلانیت و انتخاب بنا شده است. در این مقاله، عقلانیت ابزاری به عنوان نقطه شروعی برای درک پیچیدگی های سبک زندگی، و نه به عنوان تحلیلی برای رابطه ی علی و معلولی آن، مورد استفاده قرار می گیرد. روش تحقیق این پژوهش پیمایشی است و جامعه آماری آن شامل افراد (زن و مرد) ۱۵ سال به بالا ساکن در استان زنجان می باشد. نمونه گیری به صورت چند مرحله ای طبقه بندی شده انجام شده و حجم نمونه ۶۱۰ نفر است. یافته های پژوهش نشان می دهد که حدود ۳۰ درصد از پاسخ دهندگان، زمان فراغت خود را به گشت و گذار در مراکز خرید و پاساژها اختصاص می دهند. در حدود ۴۵ درصد از پاسخ دهندگان، زمان زیادی را صرف انتخاب لباس خود می کنند و همچنین، حدود ۵۵ درصد از آنان اظهار داشتند که در انتخاب لباس حساسیت زیادی به خرج می دهند. ۲,۳۷ درصد از پاسخ دهندگان نیز از مد و لباس های جدید پیروی می کنند. علاوه بر این، بیش از ۷۵ درصد از پاسخ دهندگان در هنگام تصمیم گیری، معمولاً راه حل های مختلف را در نظر می گیرند و حدود ۷۷ درصد از آنان بیان داشتند که هنگام انجام یک عمل، محاسبه سود و زیان می کنند. از سوی دیگر، ۱۷ درصد از پاسخ دهندگان معتقد بودند که افرادی که اهل محاسبه و سود و زیان هستند، بیشتر فریب می خورند.

کلمات کلیدی:

سبک زندگی؛ مصرف؛ عقلانیت؛ عقلانیت ابزاری؛ انتخاب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2019491>

