

عنوان مقاله:

بررسی عوامل تاثیر گذار روانشناختی و جامعه شناختی بر حمایت ایرانیان از تولیدات اقتصادی

محل انتشار:

همایش ملی فرهنگ سازی اصلاح رفتارهای اقتصادی در ایران امروز (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

هادی حسن دوست فرخانی - کارشناسی ارشد جامعه شناسی

امید رضایی - کارشناسی ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی

خلاصه مقاله:

مقاله فوق با هدف قرار دادن موضوع تغییر نگرش ایرانیان به کالای ایرانی به بررسی علمی این موضوع از رویکرد علم روانشناسی و روانشناسی اجتماعی نموده است. نگرش هر انسان به موضوعی خاص تعیین کننده نهای رفتار وی هست، به عبارت دیگر رفتار جنبه بیرونی و عملیاتی نگرش های افراد اند، هر انسان به طور معمول در طول زندگی رومزمره رفتارهای مختلفی از خود به نمایش می گذارد که مبنای تمامی آنها بر ساختار نگرشی آنها استوار است. از این روی زمانی که بتوانیم نگرش های فرد را به خوبی بشناسیم و در جهت ایجاد نگرشی همسو با اهداف خویش در وی گام برداریم در آینده نیز رفتار وی را به شکل غیر مستقیم هدایت و کنترل خواهیم کرد. لذا در این مقاله با استفاده از روش کیفی مروری و بر مبنای تئوری های نوین روان شناسی و روان شناسی اجتماعی، ابتدا به بررسی موضوع پرداخته و در گام بعدی عوامل موثر در تغییر نگرش اجتماعی به تولیدات ملی را استخراج نموده شده است، در پایان سه رویکرد کلی به عنوان عوامل موثر بر تغییر نگرش 1- استفاده از مزیت نسبی و تخصصی کردن تولید، 2- لزوم استفاده از تکنیک های روان شناسی صنعتی در تولید کالا 3- استفاده از سرمایه اجتماعی در راستای ترغیب مخاطب به استفاده از کالای داخلی) استخراج شده و به تحلیل آن در قالب پیشنهاد پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

نگرش، سرمایه اجتماعی، تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/209839>

