

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین تفاخر اجتماعی و مصرف گرایی در بین شهروندان یزد

محل انتشار:

دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

حسین افراسیابی - عضو هیات علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد

سعید فتحی - دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه یزد

خلاصه مقاله:

در گذشته کالاها و اشیا به عنوان ابزاری برای رفع نیازها به کار میرفتند، ولی امروزه دیگر کالاها کاربرد گذشته را ندارند و مصرف کالاها و خدمات، دیگر تنها ارضای یک دسته از نیازهای زیستی نیستند؛ بلکه کالاها و مصرف آنها به عنوان نماد و نشانه‌های بر منزلت و شخصیت اجتماعی و به مثابه ابزاری جهت نشان دادن منزلت و تفاخر اجتماعی مورد توجه مصرفکننده قرار میگیرند. این مساله کلیدی تحت تاثیر عوامل مختلفی قرار میگیرد که ما در این مجال سعی شده است به بررسی رابطه آن با مصرفگرایی پرداخته شود. جامعه آماری تحقیق کلیه شهروندان شهر یزد بوده است که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 384 نفر به دست آمده است. ابزار جمعآوری پرسشنامه بود، که از اعتبار و پایایی مناسبی برخوردار بود. همچنین روش نمونهگیری به صورت خوشهای چند مرحله‌ای انجام گرفت. بر اساس یافته های تحقیق مقدار ضریب همبستگی پیرسون بین میزان تفاخر اجتماعی و عرفی شدن، 67/0 بوده است، همچنین سطح معناداری برابر با 000/0 به دست آمده است، یعنی با افزایش مصرفگرایی در جامعه، تفاخر اجتماعی نیز افزایش مییابد.

کلمات کلیدی:

الگوی مصرف، تجملگرایی 5، مصرفگرایی، تفاخر اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/580937>

