کد خبر: ۲۹۴۲۴۷
یکشنبه ۲۱ خرداد ۱۴۰۲ ۱۱:۰۲

هویت اجتماعی و مقاومت فرهنگی

مقالهٔ «هویت اجتماعی و مقاومت فرهنگی؛ مطالعهٔ مصرف کالاهای فرهنگی غیرمجاز در شهر تهران» را محمدمهدی رحمتی، همایون مرادخانی، مهدی سلطانی گردفرامرزی و سجاد مرادی نوشته‌اند و در دورهٔ ۱۹، شمارهٔ دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۱ مطالعات جامعه‌شناختی منتشر شده است.

باتوجه‌به اهمیت فزایندهٔ هویت و مصرف در جامعه‌شنای معاصر و نیز ارتباط میان این دو، مقالهٔ حاضر درصدد بررسی رابطهٔ میان هویت اجتماعی و مصرف کالاهای فرهنگی غیرمجاز در شهر تهران برآمده است. دلیل انتخاب کالاهای فرهنگی، آن است که مصرف در این حوزه، بیش از سایر حوزه‌ها از قید ضرورت‌های اقتصادی رها شده و بهتر می‌تواند روند تغییرات رخ‌داده و گروه‌بندی‌های هویتی را بازنمایی کند. در مبانی نظری، از دیدگاه‌های بوردیو و گیدنز استفاده شده است. تحقیق به روش پیمایش و در میان جوانان شهر تهران، با حجم نمونهٔ ۴۰۱نفر صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که بین سطح مخالفت فرهنگی و مصرف کالاهای فرهنگی غیرمجاز، رابطهٔ مستقیم و بین متغیر ایدئولوژی خانوادهٔ سنتی و مصرف کالاهای غیرمجاز، رابطه‌ای معکوس وجود دارد. همچنین رابطهٔ میزان سرمایهٔ فرهنگی با مصرف ماهواره، مستقیم و مصرف سی‌دی و دی‌وی‌دی‌های غیرمجاز معکوس است.

لینک دریافت مقاله در مجلهٔ مطالعات جامعه‌شناختی