

فصلنامه جهان نوین

No 6,1, 2023 , P 1-19

سال ششم، شماره بیست و یکم، بهار ۱۴۰۲، صص ۱-۱۹

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شاپا: (۲۶۴۵ - ۳۴۷۹)

توصیف الگوی مصرف و دلایل پایبندی به آن (مطالعه موردی)

محمد صادق صلوع برکاتی^۱، محمد حسینی^۲

چکیده

رفتار اقتصادی دو جزء اساسی دارد: رفتار مصرفی و رفتار تولیدی رفتار مصرفی افراد (به معنای چگونگی مصرف کالا و نوع کالاهای مصرفی) تحت تاثیر چهار عامل است: نقدینگی فرد و قیمت کالاها و خدمات، دو عاملی هستند که رفتار مصرفی فرد را محدود می‌کنند. نیازهای فرد و نظام ترجیحات او دو عاملی هستند که فرد را به بروز رفتار مصرفی بر می‌انگیزند. به عبارت دیگر عامل اول و دوم حداکثر مصرف فرد و عامل سوم و چهارم حداقل مصرف او را تعیین می‌کنند. توجه به این نکته لازم است که نظام ترجیحات، در واقع، نماینده فرهنگ جامعه در فرد است که توسط ویژگی‌های شخصیتی منحصر به فرد او، تعدیل شده است. با در نظر گرفتن مفهوم کنش عقلانی و بر [به کار بردن کاراترین وسایل برای رسیدن به اهداف] و با توجه به این نکته مهم که فرهنگ یک جامعه، نقش مهمی در تعیین اهداف افراد آن جامعه دارد و الهام بخش شیوه‌ها و روش‌های حل مشکلات آنها می‌باشد، اهمیت فرهنگ جامعه در عقلانی بودن یا نبودن (یا به طور کلی میزان عقلانیت) رفتار مصرفی افراد جامعه روشن می‌گردد.

کلمات کلیدی: رفتار اقتصادی، مصرف، عقلانیت. فرهنگ

۱- دکتری جامعه شناسی فرهنگی s.barakati@gmail.com

۲- کارشناسی ارشد جامعه شناسی hosaini1987@gmail.com

مقدمه

گسترده‌گی مفهوم توسعه موجب می‌شود که برای پرداختن دقیق‌تر به این امر مهم، جهات و سطوح مختلف آن به تفکیک مورد بررسی قرار گیرد. همان‌طور که می‌دانیم یک مفهوم، از چند بعد تشکیل می‌شود و هر بعد نیز ممکن است شامل چندین مؤلفه شود. (کیوی & کامپنهود، ۱۳۸۶) با توجه به این نکته، و بر اساس الگوی تحلیلی پارسونز (ریترز، ۱۳۷۷)، می‌توان توسعه را به چهار بعد در هم تنیده اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی (اینگلهارت، ۱۳۷۷) تقسیم کرد و برای هر بعد چندین مؤلفه قائل شد. این ابعاد کاملاً به یکدیگر وابسته‌اند. «عقلانیت» یکی از مؤلفه‌هایی است که در هر چهار بعد مفهوم توسعه به چشم می‌خورد؛ به عبارت دیگر، یکی از ویژگی‌های یک جامعه در حال توسعه، افزایش میزان عقلانیت در همه جوانب و سطوح آن است. (وبر، اخلاق پروتستانی و روح سرمایه داری، ۱۳۷۱)

از طرف دیگر، فرآیند توسعه هنگامی با موفقیت همراه است که تمام سطوح جامعه را درگیر کرده باشد. اگر برای جامعه، سه سطح کلان، میانه و خرد قائل باشیم، مؤلفه «عقلانیت» در این سه سطح نیز قابل ردیابی است. [استفاده از بهترین وسایل برای رسیدن به اهداف کلان ملی توسط دولت، تنظیم دقیق روابط بین موقعیت‌های یک سازمان برای کسب سود بیشتر، و برنامه‌ریزی درسی فردی برای موفقیت در کنکور نمونه‌هایی از عقلانیت در این سه سطح هستند].

از ترکیب سطوح توسعه و ابعاد چهارگانه توسعه با مؤلفه‌های آن، عناصر بسیاری برای مفهوم توسعه به تصویر کشیده می‌شود که یکی از آنها «مؤلفه عقلانیت در سطح خرد بعد اقتصادی مفهوم توسعه» است که در این تحقیق مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این مفهوم با مفهوم «عقلانیت در رفتار اقتصادی افراد» متناظر است.

رفتار اقتصادی دو جزء اساسی دارد: رفتار مصرفی و رفتار تولیدی. رفتار مصرفی افراد (به معنای چگونگی مصرف کالا و نوع کالاهای مصرفی) تحت تاثیر چهار عامل است: نقدینگی فرد و قیمت کالاها و خدمات، دو عاملی هستند که رفتار مصرفی فرد را محدود می‌کنند. نیازهای فرد و نظام ترجیحات او دو عاملی هستند که فرد را به بروز رفتار مصرفی بر می‌انگیزند. به عبارت دیگر عامل اول و دوم حداکثر مصرف فرد و عامل سوم و چهارم حداقل مصرف او را تعیین می‌کنند. توجه به این نکته لازم است که نظام ترجیحات، در واقع، نماینده فرهنگ جامعه در فرد است که توسط ویژگی‌های شخصیتی منحصر به فرد او، تعدیل شده است. با در نظر گرفتن مفهوم کنش عقلانی وبر [به کار بردن کاراترین وسایل برای رسیدن به اهداف] و با توجه به این نکته مهم که فرهنگ یک جامعه، نقش مهمی در تعیین اهداف افراد آن جامعه دارد و الهام بخش شیوه‌ها و روش‌های حل مشکلات آنها می‌باشد، اهمیت فرهنگ جامعه در عقلانی بودن یا نبودن (یا به طور کلی میزان عقلانیت) رفتار مصرفی افراد جامعه روشن می‌گردد. وضوح بیشتر این اهمیت منوط به توجه به این نکته است که دو عامل محدود کننده رفتار مصرفی، عواملی شبه ساختاری‌اند؛ به این معنا که ایجاد تغییر در آنها در اختیار فرد نیست و تنها با استفاده از مکانیزم‌هایی در سطح کلان ممکن می‌شود. عامل سوم، یعنی نیازهای فرد نیز، از آن جهت که میان بیشتر افراد

یکسان است، «پارامتر» است و از آن جهت که ارضای آنها از جامعه‌ای به جامعه دیگر و از فردی به فرد دیگر متغیر است، تحت تاثیر عامل فرهنگی است. بنابراین سوال آغازین ما بدین گونه مطرح می‌شود:

۱. نظام ترجیحات افراد در حوزه رفتار مصرفی چیست؟

۲. چه عامل‌هایی در ایجاد این نظام ترجیحات دخالت بیشتری دارند؟

اهمیت پرداختن به چنین تحقیقاتی، آنگاه آشکارتر می‌شود که عزمی راسخ جهت اصلاح الگوی معاش مردم ایجاد شده باشد، لکن به علت ضعف اندیشه نظری در این حوزه، هرگونه عملی، هرچند با اشتیاق و عقیده فراوان، محکوم به شکست احتمالی خواهد بود.

مروری بر پیشینه

در این بخش، به مرور برخی تحقیقات انجام شده که از روش شناسی نظریه زمینه‌های استفاده کرده‌اند، پرداخته می‌شود.

1. Information needs and information-seeking behaviors of geoscience educators: A grounded theory study (Dissertation for: Ph.D. in Library and Information Management)

سوزان آبر وارد^۳ (Aber, 2005) (حریری، ۱۳۸۵) در رساله دکتری خود به نیازهای آموزشی و رفتار اطلاعات‌یابی مدرسان زمین‌شناسی می‌پردازد. با انتخاب نمونه‌ای هفت نفره از اساتید این رشته که در دانشگاه‌های مختلف تدریس می‌کنند، با استفاده از تکنیک مصاحبه (با مدرسین)، مشاهده (حضور در سر کلاس‌های مربوطه) و مرور اسناد، در نهایت به مدل ساده‌ای که نشان دهنده شیوه وابستگی مدرسین به اطلاعات آموزشی می‌رسد. نتایج حاصل بی‌شبهت به موانع آموزشی در ایران نیست: کمبود بودجه آموزشی برای تامین منابع درسی و اسلایدها و سایر وسایل کمک آموزشی از موانع عمده بر سر مدرسین این رشته بوده است.

۲. بازسازی معنایی پیامدهای نوسازی (رساله برای مدرک دکتری در رشته انسان‌شناسی)

احمد محمدپور (محمد پور، ۱۳۸۵) در رساله خود به مطالعه موردی منطقه اورامانات تخت کردستان^۴ و تغییراتی که در این منطقه روستایی بر اساس مواجهه با مظاهر مدرنیته ایجاد شده است، می‌پردازد. نگارنده در این تحقیق، که الگوی نگارش تحقیق حاضر نیز بوده است، پس از مرور نظری مفصلی بر نظریات و الگوهای نوسازی، به توصیف میدان کار خود پرداخته و سپس بلافاصله به بیان یافته‌های خود (به طور بسیار مفصل و در ۱۸۲ برگ) می‌پردازد. یافته‌ها به صورت جدول و با تفکیک بر حسب خرده نظام‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی ارائه می‌گردد. قابل ذکر است که مصاحبه‌های این تحقیق، به عنوان قسمت اصلی گردآوری داده، با ۵۶ ساکن روستا انجام می‌شود و پیاده و مرتب کردن آنها حدود یک سال وقت نگارنده را به خود اختصاص می‌دهد. یافته‌ها حاکی از آن است که علاوه بر مزایایی که نوسازی به همراه داشته است (از

3 - Susan Ward Aber

۴ اورامانات تخت منطقه‌ای روستایی و کوهستانی است که در بخش هائی از شهرستان مریوان و سروآباد کردستان واقع شده است.

قبیل وسایل زندگی مناسب‌تر و راحت‌تر)، لیکن دربردارنده معانی ناراحت کننده‌ای هم بوده است (مانند تشویق جوانان روستا برای مهاجرت به شهر که از هم پاشیدن روابط خانوادگی را در پی دارد. و از دست رفتن روش‌های سنتی زندگی که آمیختگی زیادی با اعتقادات ایشان داشته است).

3. An urban geography of dignity (Jacobson, Oliver, & Koch, 2009)

نویسندگان در این مقاله، با استفاده از تکنیک‌های نظریه زمینه‌ای، به بررسی روابط بین شهرها، و تاثیر آن بر سلامتی ساکنین، و میزان تخلفات آنان می پردازند. در نتایج تحقیق آمده است: ویژگی‌های ساختاری شهر فرآیندهای اجتماعی و فضایی خاصی را به وجود می آورند که بر سلامت جسمی و روحی ساکنین موثر بوده، و طی آنها تخلف از قانون به ارزش تبدیل شده و متخلفین، افرادی دارای شان و مقام بالا تصور می شوند.

چارچوب نظری

در این بخش به ذکر مقدمه نظری می پردازیم؛ با ذکر این نکته که در یک تحقیق کیفی چهارچوب نظری دو رسالت دارد:

۱. تصریح و شفاف سازی: به منظور درک عمیق و دقیق موضوع، لازم است که به شرح مفهوم، منشاء و پیامدهای عمل پرداخت.
۲. دیگر آنکه می توان به تشریح انواع و طبقه بندی متغیر مستقل پرداخت.

۱-۱- مقدمه

«اینکه انسان این موجود پیچیده بر چه اساس و چگونه رفتار می کند، سوالی است که هنوز جواب کاملاً مشخصی برای آن یافت نشده است. ولی به هر حال بعضی از دانشمندان پاسخ‌هایی نیز به این سوال داده‌اند. از جمله می گویند آنچه که موجب فعالیت انسان‌هاست انگیزه‌ای است که منتج از نیاز آنان می باشد؛ به گونه‌ای که انگیزه را موتور حرکت انسان نامیده‌اند.» (رحیمی نیک، ۱۳۷۴) بنابراین لازم است به شرح مبسوط مفهوم نیاز پردازیم:

۱-۲- نیاز

۱-۲-۱- تعریف نیاز

از بررسی منابع مختلف، مشخص می شود که مفهوم نیاز دربرگیرنده چهار بخش عنصر است:

۱. نیاز ضروری است.

۲. نیاز نقص است.

۳. نیاز عدم تعادل است.

۴. نیاز منشاء رفتار است.

۱-۲-۱-۱- نیاز امری ضروری است:

در فرهنگ عمید آمده است: «نیاز به معنای حاجت و ضرورت است.» (عمید، ۱۳۸۵) و در فرهنگ وبستر^۵ نیز اشاره شده است: «نیاز چیزی است که برای ارضاء و تحقق یک هدف قابل دسترسی، ضروری و مفید است.» (Ehrlich, 2005) و فرهنگ جامعه شناسی آکسفورد می نویسد: «نیاز آن چیزی است که ضروری فرض شود؛ خصوصاً چیزی که برای بقای فرد، سازمان یا هر چیز دیگری ضروری است.» (Marshall, 1998) شعاری نژاد می نویسد: «نیاز حالتی است که با لزوم انجام دادن کاری مشخص می شود.» (شعاری نژاد، ۱۳۷۵) در فرهنگ جامعه شناسی آمده است: «نیازها... باید به خاطر زنده ماندن انسان برآورده شوند.» (آبرکرامی، هیل، & ترنر، ۱۳۶۷) پارسونز عقیده دارد: هر دستگاه اجتماعی چهار نیاز دارد که اگر قرار باشد آن دستگاه پا برجا بماند، باید برآورده شود. (ریترز، ۱۳۷۷)

۱-۲-۱-۲- نیاز یک نقص، کمبود، فقدان، و حرمان (محرومیت) است:

چنانچه شعاری نژاد می گوید: «نیاز حالتی که با احساس فقدان چیزی مشخص می شود.» (شعاری نژاد، ۱۳۷۵) و یا پورافکاری می نویسد: «یک حالت درونی ارگانیزم که حاکی از شرایط محرومیت است.» (پورافکاری، ۱۳۷۳) همچنین بیرو می نویسد: «نیاز... احساس فقدان یا حرمانی است که به یک موجود زنده دست می دهد.» (بیرو، ۱۳۷۷) فن هرمان^۶ می گوید: «نیاز احساس یک کمبود است.» (رفیع پور، ۱۳۶۴) اتکینسون و هیلگارد^۷ می گوید: «مراد از "نیاز" اغلب حالت محرومیت فیزیولوژیایی بافت هاست» (اتکینسون & هیلگارد، ۱۳۶۸) لوکرت^۸ نیز پنج صفت مشخصه برای نیاز تشخیص می دهد: «۱- احساس کمبود ۲- تصور چاره ۳- کشاکش ۴- تشخیص جهت ۵- تشخیص شیء مطلوب» (رفیع پور، ۱۳۶۴)

۱-۲-۱-۳- نیاز یک عدم تعادل در ارگانیزم است:

تیبورتیوس^۹ اظهار می کند: «نیاز کششی برای جبران ناهماهنگی روحی و دستیابی به تعادل روانی است.» (رفیع پور، ۱۳۶۴) اتکینسون می گوید: «نیاز عبارت است از هر نوع انحراف فیزیولوژیایی از وضع بهینه.» (اتکینسون & هیلگارد، ۱۳۶۸) توضیح بیشتر اتکینسون بدین صورت است: «گرسنگی و تشنگی را می توان در زمره مکانیزم های تعادل زیستی به حساب آورد، چون رفتاری را موجب می شود که تعادل بعضی مواد را در خون برقرار می کند. در چارچوب تعادل زیستی، نیاز عبارت است از هر نوع انحراف فیزیولوژیایی از وضع بهینه؛ همتای روانشناختی آن، سائق است. وقتی نامیزانی فیزیولوژیایی اصلاح شد، سائق کاهش می یابد و فعالیت برانگیخته متوقف می شود. بسیاری از حالت های فیزیولوژیایی خود به خود اصلاح می شوند. لوزالمعده برای برقراری تعادل قند خون، قند ذخیره شده در کبد را آزاد می سازد. اما وقتی مکانیزم های خود به خودی نتوانند حالت تعادل

5 - Webster's dictionary

6 - V.Hermann

7 - Rita L. Atkinson & Ernest R. Hilgard

8 - Luckert

9 - Tiburtius

را برقرار کنند، جاندار انگیزه می‌شود (سائق فعال می‌شود) و انگیزه‌ای برای برقراری تعادل پیدا می‌کند. فردی که نشانه‌های پایین بودن قند خون را در خود دارد، در جستجوی غذا بر می‌آید. (اتکینسون & هیلگارد، ۱۳۶۸)

۱-۲-۱-۴- نیاز منشاء انگیزه و رفتار است:

برخی از روانشناسان نیاز را مهمترین عامل درونی مؤثر بر رفتار می‌دانند. پورافکاری می‌گوید: «نیازها سائق‌هایی را ایجاد می‌کنند که محرک واقعی عمل هستند.» (پورافکاری، ۱۳۷۳) شعاری نژاد اظهار می‌دارد: «نظام‌های نیاز، نیازهای انسانی هستند که انگیزه‌های رفتار را به وجود می‌آورند تا آن رفتار، موجب ارضای آن نیازها شود.» (شعاری نژاد، ۱۳۷۵) آبرکرامبی می‌گوید: «اعمال افراد در ارتباط با نیازها توضیح داده می‌شود.» (آبرکرامبی، هیل، & ترنر، ۱۳۶۷) فن هرمان می‌نویسد: «نیاز، ... همراه با کوشش در جهت برطرف کردن آن است.» (رفیع‌پور، ۱۳۶۴) هنری الکساندر مورای^{۱۰} در تعریف نیاز می‌گوید: «...نیازها سطحی از تنش را برمی‌انگیزند که ارگانیزم می‌کوشد با رفع آنها نیاز را کاهش دهد.» (حسن زاده، ۱۳۸۶)

نایلی می‌گوید: «هرگونه دور شدن حالت فیزیولوژیک موجود زنده از وضع بهینه و کنش در جهت رسیدن به آن با مفهوم نیاز معرفی می‌گردد.» (نایلی، ۱۳۷۳)

۱-۲-۲- انواع نیاز

اندیشمندان و محققین از دیدگاه‌های مختلف به انواع نیاز اشاره کرده و دسته‌بندی‌های متفاوتی از نیاز ارائه داده‌اند. بر اساس مدل مشهور پارسونز (ریتزر، ۱۳۷۷) (اسکیدمور، ۱۳۷۲) (روشه، ۱۳۷۶)، می‌توان اکثر این دسته بندی‌ها را در چهار مقوله کلی جا داد. این چهار مقوله عبارتند از:

نیازهای فرهنگی	نیازهای اجتماعی
نیازهای سیاسی	نیازهای اقتصادی

نیازهای سیاسی			
ردیف	انواع نیاز	نظریه پرداز	
۱	نیازهای فیزیولوژیک	مازلو، لینگرن، بیندراواستوارت، مان، دیویس، هرزبرگ، آلدرفر، هری استک، سالی ون، راتر	
۲	نیازهای حیوانی	فروم	
۳	نیاز به ایمنی	مازلو، هورنای	
۴	نیاز به لذت حسی	مورای	
۵	نیاز به لذت جنسی	مورای	

10- Henry Alexander Murray

ردیف	انواع نیاز	نظریه پرداز
۱	نیاز به پیروزی	مورای، هورنای، مک کلند
۲	نیاز به پرخاش	مورای
۳	نیاز به خود مختاری، اتکاء به نفس و استقلال	مورای، کرونباخ، راتر
۴	نیاز به قدرت	هورنای، مورای، مک کلند، راتر
۵	نیاز به جبران شکست	مورای
۶	نیاز به پرهیز از شکست	مورای
۷	نیاز به پشتیبانی و پشتیبان	مورای، هورنای
۸	نیاز به بهره برداری از دیگران	هورنای

نیازهای اجتماعی		
ردیف	انواع نیاز	نظریه پرداز
۱	نیاز به حرمت و احترام	مازلو
۲	نیاز به عشق و محبت	مازلو، لینگرن، هورنای، کرونباخ، راتر
۳	نیاز به تعلق، گروه جویی، وابستگی	مازلو، لیویت، لینگرن، فروم، آلدفر، راتر
۴	نیاز به حقارت	مورای
۵	نیاز به مهر انگیزی	مورای
۶	نیاز به حفظ حیثیت	مورای، هورنای
۷	نیاز به جلب توجه	لینگرن
۸	نیاز به مقبولیت	کرونباخ، لیویت
۹	نیاز به تایید همگان	کرونباخ
۱۰	نیاز به احترام به نفس	کرونباخ
۱۱	نیاز به و تصدیق	هورنای، کرونباخ
۱۲	نیاز به تحسین و تمجید	هورنای
۱۳	نیاز به همانندی	فروم
۱۴	نیاز به بازی	مورای
۱۵	نیاز به ارتباط با دیگران	مک کلند
۱۶	نیاز به رجوع به اصل	فروم

نیازهای فرهنگی		
ردیف	انواع نیاز	نظریه پرداز
۱	نیاز به خودیابی یا خودشکوفایی و پیشرفت	مازلو، مک کله لند
۲	نیاز به تعالی و کمال	فروم، هورنای، آلدفر، لیویت
۳	نیاز به دقت و باریک بینی	مورای
۴	نیاز به جستجو	مان
۵	نیاز به پیروی	مورای
۶	نیاز به خلاقیت و احساس شایستگی	لینگرن، راتر
۷	نیازهای به رشد روانی	هرزبرگ
۸	نیاز به فهمیدن	مورای

جداول فوق بر اساس منابع زیر طراحی شده است:

(حیدری چروده، ۱۳۸۲) (رحیمی نیک، ۱۳۷۴) (حسن زاده، ۱۳۸۶) (هورنای، ۱۳۷۷) (مازلو، ۱۳۶۷) (رفعت & قاسم زاده، ۱۳۸۳) همانطور که در جدول بالا ملاحظه می‌شود، نیازها طیف وسیعی از احتیاجات نوع بشر را در برمی‌گیرند. بعضاً به نظر می‌رسد که برخی از موارد جدول فوق نیز واجد ویژگی‌های چهارگانه نیاز نیستند؛ حال آنکه نظریه پردازان مختلف در این اعتقاد که نیاز از عدم تعادل (روحي یا جسمی) است و رفع آن ضروری است و منشاء عمل است (مستقیم یا غیر مستقیم) است، اتفاق نظر دارند.

با توسل به سلسله مراتب سایبرنتیک^{۱۱} در نظریه کنش، می‌توان این نیازها را اولویت‌بندی کرد. البته با چشم پوشی از برخی نکات مندرج در این سلسله مراتب. به عنوان مثال از نکات اصلی این نظام، جریان بی وقفه اطلاعات و انرژی بین طبقات مختلف آن است. (روشه، ۱۳۷۶) (ریتزر، ۱۳۷۷) (اسکیدمور، ۱۳۷۲) اولویت‌بندی بر این اساس به صورت زیر خواهد بود: (چلبی، ۱۳۷۵)

- ۱- نیازهای فرهنگی
- ۲- نیازهای اجتماعی
- ۳- نیازهای سیاسی
- ۴- نیازهای اقتصادی

این اولویت بندی متضمن دو معنا می‌باشد:

۱. مادامی که نیازهای پُر انرژی [نیازهای اقتصادی] تا حدی معینی ارضاء نشوند، فرد قادر به ارضاء سایر نیازها نخواهد بود. این معنا در سلسله مراتب مازلو از نیازها نیز به چشم می خورد. (مازلو، ۱۳۶۷) (رفیع پور، ۱۳۷۸)
۲. از آنجا که در شرایط معمولی، بسیار کم پیش می آید که نیازهای پُر انرژی در حدی از اشباع قرار نداشته باشند، پس اغلب راه برای ارضاء نیازهای کم انرژی تر - نیازهای اجتماعی در درجه اول، و نیازهای فرهنگی در درجه دوم - نیز باز است. با توجه به آمیختگی ابزار ارضاء نیاز [در صفحات بعد به آن می پردازیم]، می توان نتیجه گیری کرد که در اغلب شرایط ارضاء حد معینی از همه نیازها گریز ناپذیر است.

۱-۲-۳- آمیختگی نیازها

«نیازهای انسان به طور مجزا قابل ارضاء نیستند. نیازها عموماً با هم آمیخته اند.» (رفیع پور، ۱۳۷۸) به عنوان مثال نیاز به ارتباط با دیگران، از طریق زندگی اجتماعی در گروه و محله و ... ارضاء می شود؛ و همین زندگی اجتماعی نیازهای امنیت یا جمع آوری غذا را نیز رفع می کند. و یا غذا خوردن در یک رستوران شیک، به طور همزمان هم نیاز به غذا را رفع می کند و هم میل انسان به مقبولیت و نیاز به آبرو را ارضا می کند. این آمیختگی نیازها در خرید کالا و رفتار مصرفی افراد نیز به طور گسترده ای بروز پیدا می کند. معمولاً هدف از خرید یک کالا ارضای همزمان چند خواسته است. البته این به معنای نفی اهمیت و اولویت یک دلیل نیست. مثلاً غرض اصلی از خرید صابون، حفظ سلامتی و رعایت بهداشت است. لیکن خریدار به هنگام خرید، به فکر بوی خوش، رنگ جالب، اندازه مناسب و قیمت بهینه نیز است. همچنین اگرچه هدف اصلی از خرید خانه، ارضاء نیاز به ایمنی است، لیکن می تواند نیاز به آبرو (با انتخاب محله مناسب)، نیاز به روابط (ب انتخاب خانه نزدیک به آشنایان) و ... را نیز تامین نماید. نیازهایی که ارضای آنها هیچ کارآیی دیگری نداشته باشد، بسیار نادر استند. (رفیع پور، ۱۳۷۸)

۱-۲-۴- نیازها تحت تاثیر عوامل اجتماعی - فرهنگی اند

نیازها هم در پیدایی و هم در شیوه ارضاء به شدت تحت تاثیر عوامل اجتماعی و در راس آنها فرهنگ قرار دارند. فرهنگ به عنوان زمینه مشترک ذهنی اعضای یک گروه [اعم از گروه خانواده، گروه دوستی و یا جامعه کل] شیوه مشاهده، شیوه تفسیر، معانی مشترک (شارون، ۱۳۷۹) (aldridge, 2006) و ارزشگذاری های اعضای خود را تعیین می کند؛ و با ایجاد یک ساختار ذهنی مشترک بین اعضاء، تا حد زیادی بین آنها همسانی ایجاد می کند.

۱-۲-۴-۱- نیازها در پیدایش تحت تاثیر نظام فرهنگ قرار دارند

این نظر مورد قبول اکثر نظریه پردازان قرار دارد تا آنجا که بسیاری از آنها، در تقسیم بندی اولیه خود از نیاز، نیازهای اجتماعی را نیز قرار داده اند. دیویس نیازها را به دو دسته اولیه و ثانویه تقسیم می کند و نیازهای ثانویه را شمال احتیاجات اجتماعی می داند. (رحیمی نیک، ۱۳۷۴) لینگرن یکی از دو دسته عمده نیازها را نیازهای هنجاری^{۱۲} معرفی می کند و عنوان می دارد که

آنها حاصل انتظارات اجتماعی و انتظارات افراد از یکدیگر است. نیاز هنجاری اهمیت نیازهای فیزیولوژیک یا روانی را ندارند. بر اساس معیارهای موجود در جامعه می‌توانند [با سایر نیازهای هنجاری] مقایسه شود و بعد از مقایسه انتخاب گردد.

(Unrau, Gabor, & Grinnell, 2007)

همچنین میزان وابستگی و نیازمندی به نیاز تا حدی به شرایط اجتماعی و فرهنگی افراد بستگی دارد. (رفیع پور، ۱۳۷۸) اگر در فرهنگ جامعه الف، همانندی با دیگران و هم‌رنگی با جماعت بسیار مهم باشد، طبعاً ارضاء سایر نیازها تحت تاثیر این امر قرار می‌گیرند. و یا اگر در جامعه ب موفقیت فردی در حوزه اقتصادی بسیار مهم باشد، طبعاً عنصر هم‌رنگی با جماعت بسیار کم‌رنگ‌تر از جامعه الف خواهد بود. همچنین نیازها در طول مراحل جامعه پذیری (= بر حسب افزایش سن) و بر اساس فرامین فرهنگ، قابل تقویت، تشدید یا تضعیف هستند. (رفیع پور، ۱۳۷۸) همچنین این نکته را نیز اضافه کنید که نیازهای غیراجتماعی^{۱۳} طی فرایند اجتماعی شدن به نیازهای اجتماعی تبدیل می‌شوند. (رفیع پور، ۱۳۷۸)

۱-۲-۴-۲- نیازها در شیوه ارضاء به شدت تحت تاثیر شرایط اجتماعی و فرهنگی قرار دارند

ابزار و وسایل ارضاء نیازها در شرایط هر جامعه و حتی هر گروه متفاوت است. (رفیع پور، ۱۳۷۸) این گزاره آن قدر واضح به نظر می‌رسد که محلی از بحث باقی نمی‌ماند. حداقل تاثیر فرهنگ بر شیوه ارضاء نیاز، کانالیزه کردن و جامعه پسند کردن آن است. (رفیع پور، ۱۳۷۸)

۱-۳- نظریه کنش

نظریه کنش^{۱۴} نمایانگر هسته اصلی علوم مربوط به اعمال انسانی است. (Munch, 1987) پارسونز (پارسونز، ۱۹۹۱) در همین راستا درصدد ارائه مدلی مفهومی برای تحلیل رفتار است. با توجه به این مدل، دقت در چهار امر، برای تحلیل کنش اهمیت تام دارد: (Parsons, Shils, & Smelser, 2001)

a. رفتار فرد برای رسیدن به اهداف خاصی جهت‌گیری شده است.

b. رفتار فرد در یک وضعیت خاص روی می‌دهد. این وضعیت شامل چیزهای فیزیکی و اجتماعی پیرامون کنشگر است. (روشه، ۱۳۷۶)

c. رفتار فرد به طور هنجاری قاعده‌مند شده است.

d. رفتار مستلزم تلاش و صرف انرژی است.

همان طور که در قسمت بیان مساله گفته شد، رفتار مصرفی فرد، تحت تاثیر چهار عامل قرار دارد:

۱. نقدینگی فرد

۲. قیمت کالاها و خدمات

13- asocial

14 -The theory of action

۳. نیازهای فرد

۴. نظام ترجیحات

در جهت انطباق این نظریه با پژوهش حاضر، فرض می‌شود:

در نکته *a*، هدف از کنش همانا ارضاء یک یا چند نیاز کنشگر است. البته طیف نیازهای ارائه شده آن قدر وسیع و شامل نیازهای متعددی است که عملاً نیز مانع و یا مشکلی برای پیاده کردن نظریه ایجاد نخواهد کرد. همانطور که پیش از این توضیح داده شد، نیازها به طور گسترده‌ای تحت تاثیر دوجانبه فرهنگ هستند.

درباره نکته *d*، اگرچه تلاش و انرژی، در اصل نظریه، اشاره به انرژی ای است که در تحلیل نهایی به ارگانیزم فیزیولوژیک ختم می‌شود (Parsons, Shils, & Smelser, 2001)، اما در این تحقیق شامل هرگونه مصرف مادی و پولی نیز خواهد شد.

درباره نکته *b*، می‌توان آن را به نظام ترجیحات کنشگر تعبیر کرد که کنشگر را وادار می‌کند مناسب‌ترین عمل ممکن را انجام دهد. توضیح آنکه بر اساس نظر پارسونز و شیلز هر کنشگر دارای یک نظام موضع‌گیری‌ها^{۱۵} است (Parsons, Shils, & Smelser, 2001)؛ و سیستم موضع‌گیری‌های کنشگر مرکب از تعداد زیادی از جهت‌گیری‌های خاص است که هر یک از آنها، تصویری است که کنشگر از وضعیتی که در آن قرار دارد و نسبت آن با آنچه می‌خواهد (اهدافش)، است. این جهت‌گیری‌ها می‌تواند ضمنی یا آشکار، خودآگاه یا ناخودآگاه باشد. از آنجا که نیازها (اهداف) و شیوه ارضاء آنها به شدت تحت تاثیر فرهنگ هستند، و البته نمی‌توان نقش سلابیق و عقاید فردی (= جنبه‌های منحصر به نظام ترجیحات) را ندیده گرفت، پس می‌توان نکته *b* را به نظام ترجیحات کنشگر در هر موقعیت تعبیر کرد.

راجع به نکته *c*، به نظر می‌رسد که به بهترین وجه می‌توان به آرای وبر مراجعه کرد. همانطور که خود وبر به درستی اشاره می‌کند، «برای یک تحلیل علمی نوع شناختی، مناسب‌تر است که هر رفتار غیر عقلانی را به عنوان انحراف از کنش عقلانی صرف در نظر بگیریم.» (وبر، اقتصاد و جامعه، ۱۳۷۴) خاطر نشان می‌شود که بر اساس الگوی وبر، چهار نوع آرمانی از کنش از هم قابل تفکیک هستند: (وبر، اقتصاد و جامعه، ۱۳۷۴)

۱. کنش عقلایی هدفمند: شامل گرایش به مجموعه‌ای از اهداف مشخص فردی می‌شود. در این گرایش، رفتار عوامل بیرونی و افراد دیگر پیش‌بینی می‌شود. این گونه پیش‌بینی‌ها به مثابه شرایط و وسایل کسب توفیق آمیز اهداف عقلایی شخص هستند.

۲. کنش عقلایی ارزشی شامل باور آگاهانه به ارزش یک رفتار اخلاقی، زیبایی شناختی، مذهبی و غیره است که فارغ از هرگونه چشم اندازی برای توفیق بیرونی است و فقط به خاطر خودش وجود دارد.

۳. کنش عاطفی ناشی از تمایلات خاص و وضعیت احساسی شخص است.

۴. کنش سنتی حاصل گرایش به سنت است؛ که از طریق عادات طولانی مدت ایجاد می‌شود.

جالب توجه است که در علم بازاریابی^{۱۶}، متناظر با این انواع آرمانی، الگوهای رفتار مصرفی افراد تعریف می‌شود: گاه مصرف کننده تحت تاثیر شرایط درگیری ذهنی، دست به تصمیم گیری عقلانی می زند؛ (متناظر با کنشهای عقلانی ویر) گاه تحت تاثیر احساس و هیجان خود عمل خرید را انجام می‌دهد؛ (متناظر با کنش عاطفی ویر) و گاه رخدادهای محیطی عمل مصرف کننده را تحت کنترل خود دارند. (موون & مینور، ۱۳۸۴)

روش تحقیق

در این تحقیق سعی شده است، حتی المقدور با تکنیک های کیفی و به طور خاص با استفاده از نظریه زمینه‌ای داده‌ها جمع‌آوری شود.

توضیح آنکه، قبل از چاپ کتاب کشف نظریه زمینه‌ای توسط گلیزر و اشتراوس (۱۹۶۷)، نظریه پردازان بزرگی چون بلومر (۱۹۵۴) و مرتن (۱۹۵۷) به مشکل نبود ارتباط بین نظریه جامعه شناختی و تحقیق تجربی پرداخته بودند؛ (Glaser & Pidgeon & henwood, 2004) (Strauss, 1980) گلیزر و اشتراوس در سال ۱۹۶۷، برای اولین بار به طور مدونی سعی کردند محدودیت‌هایی را که به واسطه اشتغال مکرر به آزمودن تعداد کمی نظریه های بزرگ مقیاس و پهن دامنه، بر تحلیل جامعه شناختی تحمیل شده را رفع کنند. (Pidgeon & henwood, 2004) آنان ابراز داشتند که «شیوه‌ای را تدوین کرده‌اند که به وسیله آن، می‌توان رابطه آشکار و واضحی با مشکل و پدیده مورد بررسی، در خلال جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، تشخیص داد، و در طول مطالعه آن را حفظ کرد.» (Pidgeon & henwood, 2004)

نظریه زمینه‌ای، نظریه‌ای برگرفته از داده‌ها به دست می‌دهد؛ به شرطی که از خطوط راهنمای نظام‌مند و انعطاف‌پذیری آن برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها استفاده شود. (Charmaz, 2006) (حریری، ۱۳۸۵) (منصوریان، ۱۳۸۵) (محمد پور، ۱۳۸۵) در این روش، گردآوری و تحلیل داده‌ها و نظریه استنتاج شده از آنها در ارتباط نزدیکی با هم قرار دارند. پژوهشگر اجازه می‌دهد که نظریه از دل داده‌ها پدیدار شود؛ و بدون استنتاج از پیش فرض های قبلی، به طور تجربی، عینی، زمینه‌ای و مستقیم داده‌ها را کشف می‌کند. (حریری، ۱۳۸۵) (Deasy, 2003) در نظریه زمینه‌ای، مانند اغلب روش‌های کیفی، قابلیت تعمیم عامل موثری نیست؛ زیرا هدف درک پدیده است نه کنترل آن. (حریری، ۱۳۸۵)

در این روش، بسیار مهم است که صرفاً وابسته به داده‌های کلامی و نوشتاری نباشیم؛ بلکه اهمیت مشاهده همیشه مورد تاکید است. (Deasy, 2003) در صورتی که داده‌های گردآوری شده به صورت تن نباشد، یا باید به متن تبدیل شود، و یا اینکه در خدمت داده‌های متنی و حمایت مفهومی و نظری از آن قرار گیرند. (محمد پور، ۱۳۸۵) از آنجا که داده‌های گردآوری شده

^{۱۶} marketing

ممکن است توده بزرگ و پیچیده‌ای را شامل شوند؛ لذا از نظر روش شناسان کیفی نخستین چالش برای محقق این است که از آنها سر درآورد. (محمد پور، ۱۳۸۵)

برای سهولت، و از آنجا که مصاحبه عمیق نیازمند صبر و اشتیاق زیاد پاسخگو می‌باشد، با مشورت استاد محترم راهنما نمونه گیری به صورت نمونه در دسترس انجام پذیرفت. در اجرای مصاحبه‌ها، سعی شد به طور مدون و با استفاده از طبقه‌بندی COICOP (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۶) از کالاهای مصرفی، راجع به اقلام خریداری شده بحث شود. بر اساس جدول‌هایی که پیش از این تهیه شده بود، مصاحبه‌ها آغاز شد. اما چون پر کردن دقیق تمام جداول برای هریک از پاسخگویان کاری بسیار پر هزینه و وقت‌گیر تشخیص داده شد، به کلیات جدول و دلایل احصاء شده از خلال صحبت‌های پاسخگویان اکتفا شد. اگرچه شیوه متداول در ارائه گزارش‌های کیفی، بیان تفصیلی یافته‌ها است، اما به علت، وقت کافی نداشتن، با اجازه و هماهنگی استاد محترم راهنما، تنها خلاصه‌ای از یافته‌ها ارائه می‌گردد.

یافته‌ها

بر اساس الگوی تحریری که در دست داشتیم (محمد پور، ۱۳۸۵)، سعی شده است یافته‌ها حتی المقدور، به صورت جدول ارائه شود. برخی اقلام مصرفی (مانند دخانیات) بودند که در هیچکدام از مصاحبه‌ها (توسط پاسخگویان) به آنها اشاره‌ای نشد. پس از لیست یافته‌ها حذف شدند.

اطلاع جالب توجه برای نگارنده این بود که اگرچه به جز یکی از پاسخگویان، بقیه از لحاظ مالی تا حدودی تامین بودند، اما نظام ترجیحات اغلب پاسخگویان آن قدر برای نیازهای پر انرژی اهمیت قایل بود، که مجالی برای بروز و سپس ارضای نیازهای فرهنگی باقی نمی‌ماند. جز یکی از پاسخگویان که توانسته بود با مهارت‌های پر انرژی، فرصت کمی را برای ارضای نیازهای فرهنگی خود مهیا کند. (به عنوان نمونه پیاده شده یک مصاحبه، بخش اول مصاحبه با همین فرد آورده شده است.)

نوع	دلیل ارائه شده	نوع نیاز ارضا شده	نمونه‌ها
خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها	توجه به ارزش غذایی مواد	اقتصادی	جایگزینی گوشت قرمز با گوشت سفید
			تاکید بر استفاده روزانه از میوه جات
			جایگزینی قند با کشمش و عسل
			استفاده حداقلی از نمک و روغن
میل به خرید ارزان و زیاد	بیماری یکی از افراد خانواده	اقتصادی	اجتناب از خرید عاطفی
			اجتناب از خرید نوشابه و خرید حداقلی چای
وجهه اجتماعی	خرید به قصد خوشحال کردن یکی از اعضای خانواده	اجتماعی	خرید برنج کوپنی به جای برنج ایرانی
			خرید مقدار معینی گوشت گوسفند در ماه به رغم نداشتن پول کافی
خرید به قصد خوشحال کردن یکی از اعضای خانواده	اجتماعی	اجتماعی	غذا خوردن مستمر در بیرون با علم به مضر بودن آن
			خرید گوجه سبز، خرید بستنی

نوع	دلیل ارائه شده	نوع نیاز ارضا شده	نمونه ها
۱. پوشاک و کفش	مقاومت	اقتصادی	
	جلب رضایت همسر	اجتماعی	خودم هیچی، اما باید خانم را راضی نگه داشت.
	زیبایی نسبی	از نظر خود یا خانواده	فرهنگی
		از نظر دیگران غیر مهم	اجتماعی
		(مد گرایی)	
	تمیزی لباس (غیر موثر بر قیمت)	اجتماعی	به اتوکشی خیلی اعتقاد دارم.
	ارزان بودن	اقتصادی	
	رنگ لباس (موثر بر آرامش روحی و روانی)	فرهنگی	
	موثر در تربیت فرزندان	فرهنگی (معطوف)	می خرم که بچه‌ام در مدرسه مورد تمسخر واقع نشود و بعداً عقده‌ای نشود.
		به دیگری مهم	

نوع	دلیل ارائه شده	نوع نیاز ارضا شده	نمونه ها	
۲. مسکن، انرژی و وسایل منزل	تزیین و لوازم منزل	رنگ روشن (موثر بر آرامش روحی و روانی)	فرهنگی	
		توجه به سلیقه خانواده و نه دیگران	فرهنگی / اجتماعی	
		(اعم از خویشاوند و...)		
		هماهنگی خانه با وسایل خانه	اجتماعی	باید وسایل منزلمان به خانه مان و محله مان بخورد.
		موثر در تربیت فرزندان		پسر عمو و دختر عموی دوقلوی فرزندم تخت دارند، اگر برای او نخرم عقده‌ای می‌شود.
۳. مسکن، انرژی و وسایل منزل	انتخاب مسکن	رفتن به محله بالاتر	اجتماعی	
		رفتن به محله نزدیکتر به محله آشنایان	اجتماعی	
		رفتن به خانه بزرگتر	اجتماعی	
		رفتن به محله ارزاتر (صرفه جویی در منزل)	اقتصادی	
	اجتناب از دخالت های خانواده های دیگر		دور شدن از محل قدیمی همسر	
انرژی	عوامل اجتماعی	سیاسی	پیشنهاد شد به ما که برویم و از منزل یک خانم پیری محافظت کنیم و خانمم برایش غذا بپزد و از او پرستاری کند، در این صورت ما حقوق می‌گرفتیم و مصرف انرژی برایمان رایگان	

نوع	دلیل ارائه شده	نوع نیاز ارضا شده	نمونه ها
بیمه درمانی و انواع دیگر (بیمه)	پراخت هزینه کم و مستمر به جای ناگهانی و زیاد	اقتصادی (تامین امنیت)	بیمه عمر می کنم خودم را که بچه هایم سود ببرند.
	کنار گذاشتن پول برای تامین آتیه	اقتصادی (تامین امنیت)	ماهی ۲۰ هزار تومان برای تشنج بچه ام می دهم
	میل به بقا و تندرستی	اقتصادی	سعی می کنیم بهتر بخوریم که کمتر مریض شویم.
	کاهش هزینه های درمان	اقتصادی	

نوع	دلیل ارائه شده	نوع نیاز ارضا شده	نمونه ها
تفریح	علاقه به کوه و دشت	اجتماعی	گردش یک روزه دسته جمعی برنامه ریزی شده با خویشان نزدیک
	لذت همنشینی با آدم های با مرام	اجتماعی	گردش چند روزه دسته جمعی برنامه ریزی شده با همکاران اداره
	تفریح و ایجاد تنوع غذایی	اجتماعی	غذا بیرون خوردن

نوع	دلیل ارائه شده	نوع نیاز ارضا شده	نمونه ها
خود	افزایش حقوق پایه	اقتصادی	
	تغییر نوع استخدام	اقتصادی	
	علم آموزی	فرهنگی	
	رسیدن بیشتر و آموزش های اضافی	فرهنگی	مهد کودک اداره فقط ماهی ۵ هزار تومان می گیرد، ولی یک مربی است و هزار تا بچه. خب کمی بیشتر پول می دی، بچه را جایی می گذاری که خلوت تر است و بهتر
فرزندان	جو آموزشی بهتر	فرهنگی	پول که نداشتیم بچه را غیرانتفاعی ثبت نام کنیم، محلله خودمان هم (قله ساختمان) که بچه را نمی شود ثبت نام کرد، بی ادب می شود.
	بیشترین استفاده از کمترین امکانات	اقتصادی	به جای ثبت نام در کلاس زبان که هزینه اش زیاد است برای ما، سعی می کنیم با پشتکار زیاد از کتاب خودآموز زبان بخوانیم. تازه کتابها را هم از کتابخانه امانت می گیریم که هزینه اضافی پرداخت نکنیم.
	صرفه جویی	اقتصادی	توی کلاس های دانشکده، جارو که می کنم بعضی وقت ها مداد یا خودکاری پیدا می شود. می گزارمشان در کشوی میز استاد. اگر بعد از چند وقت کسی نیامد دنبالش، می برمش برای استفاده خودم و بچه ها.

هم چنین پرسش‌های ضمنی و آشکار از مصاحبه شونده‌گان راجع به اینکه چرا به چنین نظام رفتاری‌ای عمل می‌کنید؟ پاسخ‌های زیر را به دنبال داشته است:

منشاء رفتار	نمونه
فرهنگ خانوادگی	
تاثیر رفتار پدرم	
تجارب کودکی	می دانم مسخره شدن چه طهمی دارد. پس سعی می‌کنم پسرم مسخره نشود.
شرایط زندگی در کودکی	ملزم به عقلانی عمل کردن بودیم برای جور درآمدن دخل و خرج
عمل نکردن به الگوهای ترویجی تلویزیون	پیروی از الگوهای تلویزیون باعث بر هم خوردن نظم خرج و دخل می‌شود.
همسان‌گزینی در ازدواج	انتظارات یکسان داشتن همسر
هم‌رنگی با جماعت	
وضع نامساعد اقتصادی	
شرایط پیش آمده بعد از ازدواج	

منابع

- آبرکرامی، ن.، هیل، ا.، & ترنر، ب. ا. (۱۳۶۷). فرهنگ جامعه شناسی. (ح. پویان، مترجم) تهران: چاپخش.
- اتکینسون، ر.، & هیلگارد، ا. (۱۳۶۸). درآمدی به روانشناسی. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- اسکیدمور، و. (۱۳۷۲). تفکر نظری در جامعه شناسی. (ع. م. حاضری، س. سبزیان، ا. رجب زاده، م. مقدس، & ع. هاشمی گیلانی، مترجم) نشر سفیر.
- اینگلهارت، ر. (۱۳۷۷، پاییز). نوسازی و پسانوسازی. ارغنون.
- بیرو، آ. (۱۳۷۷). فرهنگ علوم اجتماعی: انگلیسی - فرانسه - فارسی. (ب. ساروخانی، مترجم) تهران: کیهان.
- پورافکاری، ن. (۱۳۷۳). فرهنگ جامع روانشناسی - روانپزشکی. تهران: فرهنگ معاصر.
- چلبی، م. (۱۳۷۵). جامعه شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
- حریری، ن. (۱۳۸۵). اصول و روشهای پژوهش کیفی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- حسن زاده، ر. (۱۳۸۶). انگیزش و هیجان. تهران: ارسباران.
- حیدری چروده، م. (۱۳۸۲). نیازهای فرهنگی دانشجویان دانشگاه فردوسی. مشهد.
- رحیمی نیک، ا. (۱۳۷۴). تئوریهای نیاز و انگیزش. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- رفعت، م.، & قاسم زاده، .. (۱۳۸۳). بررسی نیازهای آموزشی و فرهنگی دانش آموزان شهر مشهد. مشهد.
- رفیع پور، ف. (۱۳۷۸). آناطومی جامعه: مقدمه ای بر جامعه شناسی کاربردی. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- رفیعپور، ف. (۱۳۶۴). جامعه روستائی و نیازهای آن: پژوهشی در ۳۲ روستای برگزیده استان یزد. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- روشه، گ. (۱۳۷۶). جامعه شناسی تالکوت پارسونز. (ع. نیک گهر، مترجم) تهران: موسسه فرهنگی انتشاراتی تبیان.
- ریترز، ج. (۱۳۷۷). نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر. تهران: انتشارات علمی.
- شارون، ج. (۱۳۷۹). ده پرسش از دیدگاه جامعه شناسی. (م. صبوری، مترجم) تهران: نشر نی.
- شعاری نژاد، ع. (۱۳۷۵). فرهنگ علوم رفتاری. تهران: امیر کبیر.
- عمید، ح. (۱۳۸۵). فرهنگ عمید: شامل واژه های فارسی و لغات عربی مصطلح در زبان فارسی. تهران: امیر کبیر.
- کیوی، ر.، & کامپنهود، ل. و. (۱۳۸۶). روش تحقیق در علوم اجتماعی. (ع. نیک گهر، مترجم) تهران: توتیا.
- مازلو، آ. ا. (۱۳۶۷). انگیزش و شخصیت. (ا. رضوانی، مترجم) مشهد: معاونت فرهنگی آستان قدس رضوی.
- محمد پور، ا. (۱۳۸۵). بازسازی معنایی پیامدهای نوسازی. شیراز: دانشگاه شیراز.
- مرکز آمار ایران، .. (۱۳۸۶). طبقه بندی مصرف فردی بر حسب هدف در ایران (بر اساس COICOP). تهران: مرکز آمار ایران.
- منصوریان، ی. (۱۳۸۵). گراند تئوری چیست و چه کاربردی دارد؟. دانشگاه تربیت معلم، گروه تکنولوژی آموزشی.

- موون، ج. س. & مینور، م. (۱۳۸۴). رفتار صرف کننده. (ع. صالح اردستانی، مترجم) تهران: فارابی.
- نائلی، م. (۱۳۷۳). انگیزش در سازمانها. اهواز: دانشگاه شهید چمران.
- ویر، م. (۱۳۷۱). اخلاق پروتستانی و روح سرمایه داری. (ع. هاشمی گیلانی، تدوین، & ع. انصاری، مترجم) تهران: سمت.
- ویر، م. (۱۳۷۴). اقتصاد و جامعه. (ع. منوچهری، م. ترابی نژاد، & م. عمادزاده، مترجم) تهران: انتشارات مولی.
- هورنای، ک. (۱۳۷۷). خودکاوی. (ک. پارسای، مترجم) تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- Aber, S. W. (2005). Emporia State University, Kansas: Information needs and information-seeking behaviors of geoscience educators: A grounded theory study. Kansas: Emporia State University
- aldrige, m. (2006). culure. In j. scott, socilogy the key concepts (pp. 46-51). london: routledge
- Charmaz, K. (2006). Constructing grounded theory: a practical guide through qualitative analysis. SAGE
- Deasy, D. (2003). Non assumptive research. In B. Laurel, Design research: methods and perspectives. MIT Press.
- Ehrlich, E. (2005). Collins Gem Webster's Dictionary. HarperCollins Publishers.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1980). The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research. Transaction publication.
- Jacobson, N., Oliver, V., & Koch, A. (2009). An urban geography of dignity. Health & Place , 15 (3), 695-701.
- Marshall, G. (1998). A Dictionary of Sociology. london: Oxford University Press.
- munch, r. (1987). Theory of action: towards a new synthesis going beyond Parsons. Taylor & Francis.
- Parsons, T., Shils, E., & Smelser, N. J. (2001). Toward a general theory of action: theoretical foundations for the social sciences. Transaction Publishers.
- Pidgeon, N., & henwood, K. (2004). Grounded theory. In M. A. Hardy, & A. Bryman, Handbook of data analysis. SAGE.
- Unrau, Y. A., Gabor, P., & Grinnell, R. M. (2007). Evaluation in social work: the art and science of practice. Oxford University Press.

Describing the consumption pattern and the reasons for adhering to it (case study)

Mohammadsadiq Tuloua Barkati, Mohammad hosini

Abstract

Economic behavior has two basic components: consumption behavior and production behavior. People's consumption behavior (in the sense of how to consume goods and the type of consumer goods) is influenced by four factors: a person's liquidity and the price of goods and services are two factors that limit a person's consumption behavior. . A person's needs and his preference system are two factors that motivate a person to show consumption behavior. In other words, the first and second factors determine the individual's maximum consumption and the third and fourth factors determine his minimum consumption. It is necessary to pay attention to the fact that the system of preferences is, in fact, a representative of the society's culture in the individual, which is modified by his unique personality traits. Considering the concept of rational action and [using the most efficient means to achieve goals] and considering the important point that the culture of a society plays an important role in determining the goals of the people of that society and inspires the methods and methods of solving their problems. is, the importance of the society's culture is clarified in the rationality or not (or in general, the level of rationality) of the consumption behavior of the members of the society.

Key words: economic behavior, consumption, rationality, culture