

# **Investigating the effect of the pretend consumption on social capital; explaining the mediating role of perceived injustice**

## **Abstract**

Today, social capital is considered not only as a basic prerequisite for the development and treatment of a major part of the problems of modern society, but it is also one of the richest explanatory frameworks in the sociological and economic considerations of the present era, which has faced the emergence of new problems such as pretend consumption. In this phenomenon, people may be evaluated based on the appearance and consumption of others, which causes negative effects on social capital and, ultimately, an increase in perceived injustice. Therefore, according to the importance of the issue, this research is based on a practical purpose and in terms of method, it is a descriptive survey. The statistical population of the research is the citizens of Khorram Abad city, which at the 95% confidence level, the sample size is equal to 384 people, and they were selected by available sampling method. In the current research, a questionnaire was used to collect information, the validity and reliability of which was confirmed by content validity method and Cronbach's alpha. Structural equation modeling method and PLS software have been used to test hypotheses and analyze data. The results of the data show that the pretentious consumption has a positive and significant effect on social capital both directly and through the mediating variable of perceived injustice. Therefore, as a general conclusion, it should be stated that the phenomenon of affluenza and pretend consumption causes perceived injustice and in this way will weaken social capital.

**Keywords:** affluenza (pretend consumption), social capital, perceived injustice, social virus.

## بررسی تأثیر پدیده مصرف تظاهری بر سرمایه اجتماعی؛

### تبیین نقش میانجی بی‌عدالتی ادراک شده

#### چکیده

امروزه سرمایه اجتماعی نه تنها به عنوان پیش‌نیاز اساسی توسعه و پاسخ بخش عمده‌ای از مشکلات جامعه مدرن تلقی می‌شود، بلکه یکی از غنی‌ترین چارچوب‌های تبیین در ملاحظات جامعه‌شناختی و اقتصادی عصر حاضر است که با ظهور معضلات جدیدی همچون مصرف تظاهری مواجه شده است. در این پدیده، افراد ممکن است بر اساس ظاهر و مصرف دیگران ارزیابی شوند که این امر موجب تأثیرات منفی بر سرمایه اجتماعی و درنهایت، افزایش بی‌عدالتی ادراک شده می‌شود. لذا با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر پدیده آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر سرمایه اجتماعی با تبیین نقش میانجی بی‌عدالتی ادراک شده انجام پذیرفته است. این پژوهش بر اساس هدف کاربردی و به لحاظ روش، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، شهروندان شهر خرم‌آباد می‌باشند، که در سطح اطمینان 95٪ حجم نمونه برابر 384 نفر تعیین و به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. در پژوهش حاضر برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است که روایی و پایایی آن‌ها با روش اعتبار محتوا و آلفای کرونباخ تأیید شد. برای آزمون فرضیات و تحلیل داده‌ها نیز از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار PLS استفاده شده است. نتایج حاصل از داده‌ها نشان می‌دهد که مصرف تظاهری هم به صورت مستقیم و هم از طریق متغیر میانجی بی‌عدالتی ادراک شده بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. بر این اساس به صورت یک نتیجه کلی باید بیان داشت که پدیده آفلوانزا و مصرف تظاهری، باعث ایجاد بی‌عدالتی ادراک شده می‌گردد و از این طریق موجب تضعیف سرمایه اجتماعی خواهد شد.

کلید واژگان: آفلوانزا (مصرف تظاهری)، سرمایه اجتماعی، بی‌عدالتی ادراک شده.

## مقدمه

امروزه سرمایه اجتماعی موضوع پراهمیتی از نظر اجتماعی و سیاسی در همه کشورها می‌باشد؛ زیرا تعاملات و روابط انسانی در ساختن و حفظ جوامع انسانی و جامعه گسترده‌تر نقش اساسی دارد (موسوی و پورعلی، 1402، ص 18). در جوامع انسانی سرمایه اجتماعی مفهومی جدید و میان‌رشته‌ای است که توجه بسیاری از محققان و دانشمندان علوم اجتماعی را به خود جلب کرده است (ابراهیمی و دیگران، 1402، ص 69). که یکی از دیدگاه‌های مهم در مورد سرمایه اجتماعی دیدگاه کلین است، او آن را مجموعه‌ای از روابط می‌داند که می‌تواند به ایجاد هنجارها کمک کند و همچنین مجموعه‌ای از رفتارهایی که باعث می‌شود افراد با هم در جهت همکاری کنند که هم در راستای خیر و سعادت همگانی باشد (اشنایدر و حیدری، 1384) و هم مخاطرات اخلاقی را مهار کند (مهربان پور و جندقی، 1398، ص 332). از مخاطرات اخلاقی که امروزه گریبان‌گیر سرمایه اجتماعی شده است می‌توان به بی‌عدالتی ادراک شده و آفلوانزا اشاره کرد که از آن‌ها به عنوان ویروس اجتماعی یاد می‌کنند (معینی و فتاحی، 2016، ص 45). آفلوانزا (مصرف تظاهری) یا متظاهرانه، مصرفی است که به جای رفع نیاز سرمایه اجتماعی، فقط برای نشان دادن و نمایش تصویری وضعیت مصرف مردم استفاده می‌شود (Wang et al., 2019, p. 117). این نوع مصرف باعث به وجود آمدن مصرف بسیار رقابتی و فعالیت‌های اوقات فراغت سرمایه اجتماعی می‌شود که هدف آن نمایش تعلق داشتن به طبقه اجتماعی بالاتر است (Patsinouras & Fitchett, 2012, p. 154) که افراد با خرید محصولات و خدمات مورد نظر خود در تلاش هستند فقط در گروه‌های اجتماعی مورد پذیرش خود، قرار بگیرند (Vigneron & Johnson, 2004, p. 484) و همچنین تأمین نیازهای اساسی این‌گونه افراد، صرفاً در قالب خرید کالاها یا خدمات برای نشان دادن ثروت به مردم انجام می‌گیرد (Murphy, 2018, p. 26) این‌گونه الگوی مصرف غیرضروری و متظاهر، از مهم‌ترین مسائل و مشکلاتی است که پیش روی سرمایه اجتماعی امروز است (Lopez & Yoon, 2020, p. 22) این مسئله از یک‌سو به دلیل کمبود منابع و از سوی دیگر به دلیل مشکلات زیست محیطی ناشی از عادات نادرست مصرف و مهم‌تر از همه به دلیل مشکلات اجتماعی، فرهنگی و روانی ناشی از آن بر سرمایه اجتماعی، به عنوان یک موضوع کلیدی مطرح می‌شود (شعبانی، کریمی، 1394، ص 108). با این وجود، متغیر دیگری که به عنوان آفلوانزا یا

ویروس اجتماعی مطرح شد بی‌عدالتی ادراک شده می‌باشد. که در سرمایه اجتماعی قابلیت ادراک شدن را دارد (Fernandes & Awamleh, 2006, p. 2). شواهد به دست آمده از مورفی<sup>۱</sup> (۱۹۹۳)، ساکت و دی‌وری (۲۰۰۱) نشان می‌دهد که ادراک بی‌عدالتی می‌تواند منجر به گرایش به رفتارهای انحرافی و مخرب شود که موجب به وجود آمدن مشکلاتی برای سرمایه اجتماعی می‌شود. به عنوان مثال، شواهد تحقیقاتی نشان می‌دهد که ادراک بی‌عدالتی در هر زمینه‌ای از توزیع، رویه‌ها و تعامل‌ها، می‌تواند باعث شود افراد احساس آسیب و عصبانیت کنند (گل پرور و واثقی، ۱۳۹۰). با توجه به این و همچنین بر اساس نظریه مرجع شناختی، افراد با اینکه از نتایج و پیامدهای ناعادلانه احساس رنجش می‌کنند، اگر همزمان در سطح شناختی متوجه شوند، فرآیندها و تعامل‌های معطوف به آن‌ها نیز ناعادلانه است سطح خشم و عصبانیت آن‌ها ممکن است سرمایه اجتماعی را با اختلالات فراوانی روبرو کند (Van Yperen et al., 2000, p. 29). مصرف تظاهری دیگر محدود به ثروتمندان و طبقات بالای جامعه نیست، بلکه به تدریج در سایر طبقات اجتماعی نیز در حال افزایش است و مشاهده می‌شود که همه طبقات اجتماعی به نوعی درگیر مصرف تظاهری هستند. به بیان بوردیو (1390) این نوع مصرف نوعی تمایز هویتی به همراه دارد که دیگر ابزارها اکنون چنین کارکردی ندارند (حبیب‌پورگتایی، 1395، ص 106). فی‌الواقع در حالتی که آفلوانزا (مصرف تظاهری) در جامعه اشاعه یابد، به خاطر بروز احساسات منفی میان افراد، بی‌عدالتی ادراکی دور از ذهن نخواهد بود و از طریق نامتعادل ساختن رفتار شهروندان و بروز رفتارهای خارج از عرف، سرمایه اجتماعی رو به تضعیف خواهد گرایید. با توجه به توضیحات مطرح شده، در پژوهش حاضر سؤال اصلی این است که مصرف تظاهری با توجه به نقش میانجی بی‌عدالتی ادراک شده، چه تأثیری بر سرمایه اجتماعی دارد؟

در عصر حاضر، زمینه‌هایی باعث بروز ناهنجاری‌ها و آسیب‌هایی در سرمایه اجتماعی شده است که این ناهنجاری‌ها موجب مشکلات و انحرافات سرمایه اجتماعی از قوانین جامعه می‌شود. در این خصوص، از مشکلات اساسی که سرمایه اجتماعی با آن مواجه شده است آفلوانزا (مصرف تظاهری) و بی‌عدالتی ادراک شده می‌باشد. مشاهدات میدانی حاکی از آن است که شهروندان شهر خرم‌آباد همچون سایر شهروندان جامعه گرفتار معضل مصرف تظاهری هستند. در نتیجه

---

<sup>1</sup>- Murphy

مطالعه مصرف تظاهری و اثرات آن بر سرمایه اجتماعی در این جامعه یک ضرورت پژوهشی است. در حقیقت، گسترش روزافزون مصرف تظاهری در شهروندان خرم‌آباد در طبقات مختلف اقتصادی و اجتماعی، بر شیوع آن و در نتیجه انحراف سرمایه اجتماعی دلالت دارد؛ به همین دلیل، اگر جامعه به رفع تأثیر آفلوانزا (مصرف تظاهری) و بی‌عدالتی ادراک شده بر سرمایه اجتماعی توجه نکند انحرافات اجتماعی، زمینه ظهور را در جامعه پیدا خواهند کرد. با مرور پیشینه پژوهش می‌توان بیان نمود که پژوهش‌های گذشته همچون پژوهش‌های بهیان و همکاران (1400)، خیراندیش (1397) و رستگار و همکاران (1394) توجه خود را معطوف به بررسی یک متغیر از متغیرهای پژوهش حاضر نموده‌اند. به عبارتی تاکنون پژوهشی جامع که ارتباط این سه متغیر را بررسی کرده باشد و تأثیر پدیده مصرف تظاهری بر سرمایه اجتماعی؛ با تبیین نقش میانجی بی‌عدالتی ادراک شده را در نظر گرفته باشد، انجام نگرفته است. لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر پدیده آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر سرمایه اجتماعی؛ تبیین نقش میانجی بی‌عدالتی ادراک شده در سطح شهر خرم‌آباد صورت پذیرفته است.

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### آفلوانزا (مصرف تظاهری)

در جامعه‌ی امروز، مصرف‌گرایی جنبه‌ی خطرناکی به خود گرفته و آن آفلوانزا (مصرف تظاهری) است. مصرف تظاهری به «میل و به دست آوردن یا استفاده از محصولات برای ارضای نیازها یا کمبودهای روانی» اشاره دارد (Rucker & Galinsky, 2013). بنابراین، مصرف‌کنندگان در جهت رفع این کمبودها و همچنین ایجاد و حفظ هویت برای خود به دنبال به دست آوردن و استفاده از محصولات و مارک‌هایی هستند که معتقدند ارزش‌های نمادین مطلوبی دارند (Lee & Shrum, 2013, p. 425). به عنوان مثال، ویکلاند و گولویتزر<sup>1</sup> (۱۹۸۱) نشان دادند که دانشجویان بدون داشتن مؤلفه‌های عینی موفقیت (معدل بالا و پیشنهادهای شغلی متعدد)، میل بیشتری به نشان دادن دارایی‌های نمادین (مانند ساعت‌ها و کیف‌های گران‌قیمت) برای تأیید موفقیت‌شان داشتند. اخیراً، تحقیقات نشان داده است که مصرف‌کنندگان به مصرف به عنوان وسیله‌ای برای اجتناب از تهدیدات روانی تکیه می‌کنند (Rucker & Galinsky, 2013).

<sup>1</sup>-Wikland & Gulwitzer

Lee & Shrum, 2013, p. 425؛ همچنین طبق دیدگاه وبلن، مصرف تظاهری به قصد نمایش ثروت مورد توجه قرار گرفته است (وزیری و دیگران، ۱۳۹۱). برخی نیز طیفی از دیدگاه‌ها از جمله تمایزطلبی، جستجوی هویت و جستجوی کرامت را بررسی کرده‌اند (ابوالحسن و ارزبین، ۱۳۸۹). در خارج از ایران، با استفاده از داده‌های ایالات متحده، اقلیت‌های نژادی نسبت به سفیدپوستان سهم بیشتری از بودجه خود را به مصرف‌های تظاهری اختصاص می‌دهند (Charles et al., 2007). کائوس<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) نتیجه مشابهی در آفریقای جنوبی برای غیر سفیدپوستان به دست آورد. هنریکسن<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) دریافت که توجه به برندهای لوکس در چین به دلیل تمایل به نشان دادن موفقیت و موقعیت اجتماعی و همچنین کسب احترام و اعتبار در درون گروه بوده است. سان<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) بیان کرد مردم چین برای نشان دادن موفقیت و موقعیت اجتماعی و حفظ شهرت و آبرو دست به مصارف تظاهری می‌زنند. با توجه به تغییرات اساسی در الگوهای مصرف که امروز رخ داده است، ممکن است به زودی روند دستیابی به توسعه پایدار را برای بسیاری از جوامع مصرف‌کننده، مختل نماید (بهیان و دیگران، ۱۴۰۰). مصرف تظاهری دارای دو بعد مصرف نمایشی و مصرف وضعیتی است. مصرف نمایشی عبارت است از اینکه افراد برای مورد توجه قرار گرفتن و کسب محبوبیت دست به مصرف تظاهری می‌زنند و مصرف وضعیتی اشاره به این دارد که افراد می‌خواهند موفقیت و موقعیت اجتماعی خود را نشان دهند (O'Cass & McEwen, 2004, p. 28).

### سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی جزء اقتصادی و اجتماعی تلقی می‌شود که بر رفتار افراد و سازمان‌ها در جامعه تأثیر می‌گذارد (ابراهیمی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۶۸). این مفهوم که سرمایه اجتماعی نه تنها به عنوان یک منبع ارزشمند برای افزایش سطح زندگی، بلکه به عنوان روشی برای افزایش سطح رفاه جامعه مطرح می‌شود برای نخستین بار توسط هانی‌فان<sup>۴</sup> (۱۹۱۶م) بیان شد (Seunghwan & Hyungjun, 2016) و نیز عنصری که رفتار را توسعه و دسترسی به منابع،

---

<sup>۱</sup>- Kaus  
<sup>۲</sup>- Henriksen  
<sup>۳</sup>-Sun  
<sup>۴</sup>- Hanifan

بازارها و فناوری را بهبود می‌بخشد (Rodrigo et al., 2018) و نقش بسیار مهمی در سلامت اجتماعی و فردی، رفاه روانی و آگاهی در بین مردم ایفا می‌کند (Carrilo et al., 2017) این نوع سرمایه نه به صورت انفرادی در افراد به وجود خواهد آمد و نه به صورت عینی ایجاد می‌شود (Álvarez & Romání, 2016, p. 809). بنابراین، سرمایه اجتماعی یک دارایی با مالکیت مشترک است که با سرمایه مالی یا انسانی متعلق به شخص متفاوت است (هاشمی و دیگران، 1400، ص 108). به عقیده کلمن، سرمایه اجتماعی یعنی ارزش آن بُعد از ساختار اجتماعی که به عنوان منابعی برای وابستگی متقابل بین افراد (Sabatino, 2019, p. 357) و دستیابی به اهداف، در اختیار اعضا قرار می‌گیرد (Chan, 2021). و همچنین عبارت است از: ارتباطات بین افراد (شبکه‌های اجتماعی) و اصول قوانین اعتماد متقابل و انسجامی که از این ارتباطات ناشی می‌شود (Fedor, 2019, p. 65). با این وجود، سرمایه اجتماعی دارای سه بُعد ساختاری، ارتباطی و شناختی می‌باشد که هفت خرده مقیاس شبکه‌ها، اعتماد، همکاری، فهم متقابل، ارزش‌ها، روابط و تعهد را مورد بررسی قرار می‌دهد. بُعد ساختاری: این شاخص به سیستم شبکه و روش‌های ارتباطی بین اعضای گروه و همچنین ساختار سازماندهی و میزان همگنی این اعضا اشاره دارد. بدین معنا که سرمایه اجتماعی اشاره به الگوی کلیه تماس‌های بین افراد دارد یعنی شما به چه کسانی چگونه دسترسی دارید. و مهم‌ترین جنبه‌های آن شامل روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ها و پیکربندی مناسب است. بُعد شناختی: با میزان ادراک کارکنان، چشم‌انداز و درک مشترک آن‌ها در داخل یک شبکه اجتماعی در ارتباط است. و اشاره به منابعی دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و نیز سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است که جنبه‌های مهم آن شامل زبان و کدهای مشترک و همچنین حکایات مشترک است بُعد ارتباطی: سرمایه اجتماعی توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند و مهم‌ترین جنبه‌های آن شامل اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظارات و هویت است. این معیار و بعد شناختی، نشانی از کیفیت روابط سازمانی است، اما خلاف جهت بعد رابطه‌ای، بعد شناختی، بر این متمرکز است که آیا کمیت و کیفیتی که در رابطه‌ها وجود دارد بخشی از مؤلفه شناختی برای اعضا است یا خیر. و همچنین بعد رابطه‌ای بر کیفیت روابط مانند اعتماد و صمیمیت تمرکز دارد (Nahapiet & Ghoshal, 1998, p. 252).

## بی‌عدالتی ادراک شده

جوامع نابرابر، شهروندان ناراضی بیشتری دارد (معینی و دیگران، 2016، ص 48). عدالت سابقه‌ای به طول تاریخ بشر دارد که در همه فرهنگ‌ها و تمدن‌ها یافت می‌شود (رستگار، 1394، ص 133). بی‌عدالتی ادراک شده، ناشی از شناخت اخلاقی درست و نادرست است که افراد، گروه‌ها و ملت‌ها را به انجام اقداماتی مانند خشونت و جنگ برای اصلاح اشتباهات درک شده برمی‌انگیزد (Opotow, 2011). یافته‌های تحقیقات قبلی نشان داده است که با افزایش بی‌عدالتی ادراک شده، رابطه‌ی منافع اجتماعی با منافع فردی بسیاری از افراد جامعه ضعیف‌تر می‌شود (خیراندیش و جعفری‌نیا، 1397، ص 296) که این تجربه بی‌عدالتی در همه حوزه‌های توزیع، رویه‌ها و تعامل اجتماعی در جامعه از جهات مختلف می‌تواند مردم را تحت فشار و استرس زیادی قرار دهد. استرس و فشار ناشی از بی‌عدالتی، افراد را از لحاظ عاطفی و هیجانی مستعد انتقام‌گیری و روی آوردن به رفتارهایی مانند غیبت و پرخاشگری می‌کند (Hershcovis & Barling, 2009, p. 12). و نیز بی‌عدالتی ادراک شده و توزیع ناعادلانه موفقیت‌ها و دستاوردها، روحیه افراد را ضعیف و روحیه تلاش و فعالیت را کاهش می‌دهد، از این رو حفظ عدالت، رمز پایداری و ثبات جریان توسعه و پیشرفت جامعه و افراد است (الوانی و پورعزت، 1382، ص 19). همچنین بی‌عدالتی ادراک شده از سوی افراد می‌تواند پیامدهایی مانند ناراضی‌تی و کاهش انگیزه را به دنبال داشته باشد (Porter et al., 2001, p. 438). از این رو، پیامدهای رفتاری که از منظر نظری و پژوهشی با ادراک افراد از بی‌عدالتی ارتباط دارد، رفتارهای مخرب، رفتارهای انحرافی و رفتارهای ضداجتماعی می‌باشد (گل پرور و دیگران، 1387). بی‌عدالتی ادراک شده دارای دو بعد برابری و احساس عدالت اجتماعی می‌باشد که **برابری** عبارت است از درک افراد از برابری پاداش‌هایی است که نسبت به هم‌تایان خود دریافت می‌کنند. اگر عدم برابری ادراک شود باعث احساس ناخوشایندی می‌شود که افراد برای رفع این احساس ناخوشایند برانگیخته می‌شوند (جریبی، 1390، ص 56). **احساس عدالت اجتماعی** در سه حوزه توزیع، رویه‌ها و تعامل‌ها قابل بررسی است (Khanifar et al., 2010, p. 568؛ Nirmal & Akhilesh, 2006, p. 142) و از مقوله ادراکاتی است که به شدت تحت تأثیر شرایط، سیاست‌ها، اعمال و رفتار افراد جامعه است (Fine et al., 2010, p. 78). عدالت توزیعی به درک فرد از میزان انصاف در توزیع منابع و پاداش‌ها اشاره دارد، به عبارت دیگر،



میزانی که افراد پاداش را با عملکرد مرتبط می‌کنند (رضائیان، ۱۳۹۰). عدالت رویه‌ای حفظ عدالت و انصاف است و عدالت تعاملی نیز به رفتار و تعامل‌های عادلانه جامعه با افراد اشاره دارد (گل پرور و واثقی، ۱۳۹۰).

### پیشینه پژوهش

بهیان و همکاران (1400) در پژوهشی به حک‌شدگی مصرف متظاهرانه پرداختند. حک‌شدگی مصرف متظاهرانه در عناصر اجتماعی، ابتدا از «نقش روابط اجتماعی در بروز مصرف متظاهرانه» در کنار «تناقض‌های ارزیابانه اجتماعی» و «تناقض تحریکات اجتماعی» و درنهایت، از حک‌شدگی با کمک «تحریک‌پذیری تصویری (تصور فرد از مصرفش در اجتماع)» حکایت می‌کند. در پژوهشی شاکری و همکاران (1398) به بررسی مدل مصرف‌نمایی بر رفتار مصرف‌کنندگان در جوامع و بازارها پرداختند. نتایج نشان‌دهنده آن است که مصرف‌نمایی تابعی از عوامل بیرونی (ممتیک، پیوند اجتماعی، گروه‌های مرجع) و درونی (نیاز به قدرت، تمایز، پرستیژ، توان خرید) است. در پژوهشی دیگری خیراندیش (1397)، به بررسی عدالت سازمانی بر ارتقاء سرمایه اجتماعی با میانجی‌گری شایسته‌سالاری پرداختند. نتایج نشان‌دهنده تأثیر عدالت سازمانی بر ارتقاء سرمایه اجتماعی و تأثیر غیرمستقیم آن به واسطه متغیر میانجی شایسته‌سالاری بیان شده است. رستگار و همکاران (1394) به تأثیر بی‌عدالتی ادراک شده بر فرسودگی شغلی کارکنان با اثر میانجی تعهد سازمانی پرداختند. طبق نتایج، بی‌عدالتی ادراک شده تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر فرسودگی شغلی کارکنان دارد؛ از سویی دیگر تعهد سازمانی می‌تواند موجب کاهش فرسودگی شغلی در کارکنان شود. گل‌پرور و همکاران (1390) در پژوهشی تحت عنوان بی‌عدالتی سازمانی ادراک شده و رفتارهای مخرب: رویکرد شناخته‌ای مرجع به این نتیجه دست یافتند که بی‌عدالتی توزیعی با خروج (ترک سازمان) و بی‌عدالتی توزیعی، رویه‌ای و تعاملی با غفلت و اعتراض پرخاشگرانه دارای رابطه معنادار هستند. در خصوص پژوهش‌های خارجی، سابینه و همکاران (2021)، پژوهشی تحت عنوان «چگونه توسعه شبکه‌های اجتماعی درون سازمانی بر سرمایه اجتماعی تأثیر می‌گذارد؟» را انجام داده‌اند که بر اساس تحلیل داده‌ها مشخص شد که با برقراری روابط و توسعه شبکه‌های اجتماعی درون سازمانی و بسیج نیروهای درون سازمانی و افزایش تعاملات و تفویض اختیار بین آن‌ها سرمایه

اجتماعی در طول زمان بهبود می‌یابد. فیکرت (2019)، به بررسی تعامل سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی سازمان پرداخت. یافته‌های وی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی سازمان تأثیر مثبتی دارد.

### مدل مفهومی پژوهش و فرضیه‌های پژوهش

با توجه به چارچوب نظری و مدل مفهومی پژوهش، فرضیات به صورت زیر بیان می‌شوند.

**فرضیه اول: آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر سرمایه اجتماعی تأثیر منفی و معنی‌داری دارد.** بر اساس نظر پیر بوردیو، نظریه پرداز مشهور جامعه‌شناسی، مصرف تظاهری یک متغیر مستقل و اثرگذار اقتصادی و اجتماعی است که می‌تواند بر موضوعات و مسائل جامعه‌شناسی زیادی تأثیرگذار باشد (بوردیو، 1380). مصرف تظاهری فقط در مورد تأمین نیازهای جسمی مصرف‌کننده نیست بلکه به گفته ویلن، برای اینکه مردم ارزش خود را ثابت کنند و اعتبار کسب کنند، باید نشان دهند ثروتی بیش‌ازحد معمول دارند (ویلن، 1386). بر این اساس، نمایش در ثروت و مصرف به سبب ایجاد شکاف‌های اجتماعی میان قشرهای مختلف جامعه تأثیرات منفی بر سرمایه اجتماعی دارد (شادلو و همکاران، 1400، ص 83). لذا این‌گونه مصرف تظاهری به دلیل نابرابری در درآمد طبقات مختلف، و چشم و هم‌چشمی با هزینه‌های گزاف و بی‌مورد بر سرمایه اجتماعی تأثیر منفی و سوء می‌گذارد.

**فرضیه دوم: آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر بی‌عدالتی ادراک شده تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.** مردم در درجه اول باید کالاها و خدمات را برای رفع نیازهای فیزیولوژیکی و اساسی مصرف کنند، اما افراد مصرف خود را از این نیازها جدا می‌کنند تا به خودنمایی بپردازند و بر دیگران تأثیر بگذارند تا جایی که تقاضا برای کالاها و خدمات، از نیازهای فیزیولوژیکی و امنیتی بیشتر می‌شود و به مصرف برای تظاهر می‌انجامد (Hiz, 2011). از آثار و پیامدهای مصرف تظاهری بی‌عدالتی ادراک شده می‌باشد که این بی‌عدالتی روی رفتار افراد تأثیرگذار است (Xia & Monroe, 2004). احساس بی‌عدالتی ناشی از مصرف تظاهری زمانی رخ می‌دهد که افراد در موقعیت مقایسه اجتماعی قرار می‌گیرند، و خود را با دیگران مقایسه می‌کنند

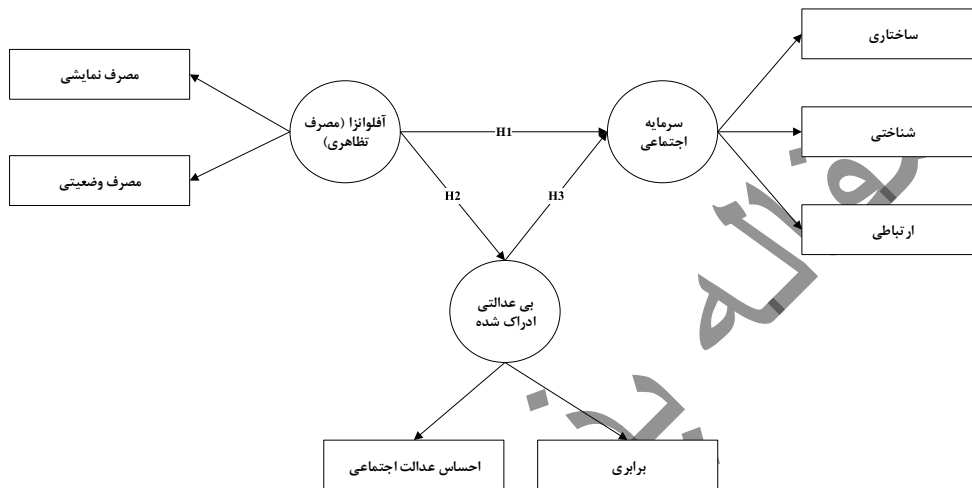
(مریخ‌نژاد اصل و همکاران، 1398، ص 79). از این رو می‌توان این فرضیه را مطرح کرد که مصرف تظاهری موجب بی‌عدالتی ادراک شده شهروندان است.

**فرضیه سوم: بی‌عدالتی ادراک شده بر سرمایه اجتماعی تأثیر منفی و معنی‌داری دارد.** آنچه اهمیت دارد این است که مردم چگونه عدالت را درک می‌کنند، نه اینکه عدالت چگونه باید باشد (Greenberg & Colquitt, 2005). احساس بی‌عدالتی یا رفتار ناعادلانه اغلب به عنوان علت خرابکاری ذکر می‌شود، به طوری که بر اساس برخی مطالعات، گاهی ادراک بی‌عدالتی می‌تواند منجر به رفتارهای انحرافی مانند دزدی و خرابکاری شود (Ambrose, 2002, p. 807). در واقع، واکنش افراد به احساس بی‌عدالتی متفاوت است. بخش بزرگی از این واکنش‌ها به سرمایه اجتماعی آسیب می‌زند و منجر به پیامدهای منفی می‌شود (Reb et al., 2006). ادراک عدالت و بی‌عدالتی در جامعه، نیازهای گوناگون افراد را فعال می‌کند و منجر به رفتارهای مثبت و منفی کارکنان می‌شود، در واقع تلاش افراد برای برآوردن نیازها، گاهی آن‌ها را به سمت فساد می‌کشاند. یکی از نیازهای اساسی افراد، عدالت است و فرض بر این است که ادراک بی‌عدالتی در جامعه، سرمایه اجتماعی را مستعد فساد می‌کند. با توجه به این، نظریه برابری بیان می‌کند که تلاش افراد برای دستیابی به انصاف و عدالت در تبادلهای اجتماعی و روابط سرمایه اجتماعی چگونه است. در نظریه برابری که مبتنی بر نظریه عدم تجانس شناختی است بیان می‌کند که افراد برای حفظ سازگاری میان باورهای و رفتارهای شناختی انگیزه دارند و ادراک ناسازگاری بین رفتارها و باورها باعث عدم تجانس شناختی یا ناآرامی روانشناختی سرمایه اجتماعی است که منجر به اقدام اصلاحی می‌شود (جریبی، 1390، ص 58).

**فرضیه چهارم: بی‌عدالتی ادراک شده نقش میانجی در تأثیر آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر سرمایه اجتماعی دارد.** با توجه به آنچه گفته شد، مصرف تظاهری به عنوان عارضه‌ای که موجب بروز رفتارهای مخرب در جامعه شده، می‌تواند منجر به احساس بی‌عدالتی در افراد شود که این مقوله، سرمایه اجتماعی را مستعد تقلیل و تخفیف می‌کند. پیش‌بینی می‌شود که مصرف تظاهری، موجب احساس بی‌عدالتی و نامتعادل‌سازی رفتارها در جامعه گشته و از این طریق سرمایه اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

## مدل مفهومی پژوهش

بر اساس فرضیه‌ها و آنچه گفته شد مدل مفهومی پژوهش به شرح زیر است.



شکل 1. مدل مفهومی پژوهش

## روش و ابزار تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و از حیث روش گردآوری اطلاعات توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر شهروندان شهر خرم‌آباد می‌باشند که متشکل از افرادی هستند که با یک سوال در ابتدای پرسشنامه مشخص می‌شد که ارزش‌های نمادین و پرستیژ محصولات را بر کارایی آن ترجیح می‌دادند. با توجه به این که حجم جامعه آماری در این پژوهش نامحدود است با استفاده از فرمول محاسبه حجم نمونه کوکران، در سطح اطمینان 0/95، تعداد 384 نفر به عنوان اعضای نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش روش نمونه‌گیری به صورت در دسترس بوده است و اعضای نمونه به این صورت انتخاب شده‌اند. در خصوص معیار انتخاب نمونه باید گفت که در پرسشنامه پژوهش دو سوال که مشخص کننده داشتن مصرف تظاهری و اطلاع از این موضوع بود، از اعضای نمونه پرسیده شد. افراد انتخاب شده مطلع و آگاه از این پدیده بودند و با این پدیده و اثرات آن آشنایی داشتند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه استاندارد می‌باشد. بدین شکل که برای سنجش مصرف تظاهری از پرسشنامه اوکاس

و همکاران (2002 و 2004) استفاده شد که شامل 2 مؤلفه مصرف‌نمایشی (6 گویه) و مصرف‌وضعیتی (7 گویه) می‌باشد. برای سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ناهاپیت و گوشال (1998) که شامل 3 مؤلفه بعد ساختاری (8 گویه)، بعد شناختی (7 گویه)، بعد ارتباطی (13 گویه)، می‌باشد؛ برای بی‌عدالتی ادراک شده از پرسشنامه راسینسکی و فلدمن (1987) که شامل مؤلفه برابری (3 گویه) و پرسشنامه لطفی (1392) که شامل مؤلفه احساس عدالت اجتماعی (6 گویه) استفاده شده است. و برای مقیاس تمام گویه‌های پرسشنامه، از لیکرت پنج‌گزینه‌ای از 1. کاملاً مخالفم 2. مخالفم 3. نظری ندارم 4. موافقم 5. کاملاً موافقم استفاده شد. در خصوص روش تحلیل و نرم‌افزارهای مورد استفاده در این پژوهش لازم به توضیح است که برای بررسی و آزمون نرمال بودن داده‌ها و سنجش پایایی ابزار گردآوری داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و آلفای کرونباخ استفاده شد. همچنین برای سنجش روایی همگرا و واگرای پرسشنامه و آزمون فرضیات پژوهش از نرم‌افزار Smart Pls4 بهره گرفته شده است. مهمترین دلیل استفاده از این نرم‌افزار آن است که داده‌های پژوهش غیرنرمال بود و برای داده‌های غیر نرمال نرم‌افزار Smart Pls مناسب است. دیگر دلیل استفاده از نرم‌افزار Smart Pls این است که از نظر روش تحلیل، این تحقیق باید با استفاده از روش رگرسیون چندگانه تجزیه و تحلیل می‌شد که یکی از معتبرترین نرم‌افزارها در این زمینه Smart Pls است. همچنین از آنجایی که امروزه یکی از شاخص‌های مهم در تحقیقات کمی، لزوم بررسی روایی و پایایی به صورت همگرا و واگرا و ترکیبی است، لازم است از نرم‌افزارهای مدل‌سازی معادلات ساختاری که Smart Pls استفاده شود که این قابلیت را دارا می‌باشد. برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری از سه نوع روایی ابزار تحت عنوان روایی محتوایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است. روایی محتوایی به وسیله اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری و ادبیات موجود ایجاد شده و این روایی توسط نظرسنجی از اساتید حاصل گشت. روایی همگرا به این اصل برمی‌گردد شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند (Fornell & Larcker, 1987). همچنین در این پژوهش جهت تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) بر طبق نظر استفاده شده است. با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ متغیرها بالاتر از 0/7 است می‌توان پایایی پرسشنامه مذکور را مناسب ارزیابی کرد. در جدول 2 نتایج پایایی و روایی ابزار سنجش به طور کامل آورده شده است.

## تجزیه و تحلیل داده ها

در این پژوهش به منظور آزمون فرضیه‌ها از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری تحت نرم‌افزار smart pls4 و به منظور بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی از نرم‌افزار spss19 استفاده شده است. که به شکل جدول 1 است.

جدول 1. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

جنسیت	فراوانی	وضعیت تأهل	فراوانی	سن	فراوانی	میزان تحصیلات	فراوانی
زن	۲۱۶	مجرد	۲۱۹	کمتر از ۳۰	۲۲۰	دیپلم و پایین‌تر	۴۳
مرد	۱۶۸	متاهل	۱۶۵	۳۱ تا ۴۰	۱۲۰	فوق دیپلم	۵۳
				۴۱ تا ۵۰	۲۵	لیسانس	۱۷۹
				۵۰ سال به بالا	۱۹	فوق لیسانس و بالاتر	۱۰۹

### یافته‌های استنباطی

#### تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری

در این پژوهش قبل از ارزیابی مدل اندازه‌گیری، روایی هر سازه با استفاده از روایی واگرا و روایی همگرا سنجیده شد. برای قابلیت اطمینان (پایایی) سازگاری درونی از دو مقیاس پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ برای تعیین کفایت مدل اندازه‌گیری استفاده شد. مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده بالای 0/70 است که نشان‌دهنده سازگاری درونی بالا بر اساس نظر (Nonnali & Brenstin, 1994) می‌باشد. علاوه بر این طبق نظر (Fornell & Larcker, 1987) پایایی ترکیبی به دست آمده‌ای که بالای 0/70 باشد، نشان‌دهنده پایایی مناسبی است. و نیز طبق گفته هیر و دیگران بارهای عاملی برای گویه‌ها بالای 0/40 بود که از نظر آماری معنی‌دار هستند. در این مطالعه روایی همگرا با استفاده از میانگین واریانس استخراج شده AVE اندازه‌گیری شد. اگر AVE بزرگتر از 0/5 باشد، روایی همگرا وجود دارد. تمام مقادیر AVE به دست آمده در این مطالعه بیشتر از 0/5 بود که طبق نظر فورنل و لارکر نشان‌دهنده روایی همگرای مناسب می‌باشد. نتایج مربوط به پایایی و روایی در جدول 2 بیان شده است.

جدول (2). نتایج روایی و پایایی

متغیر	AVE	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
-------	-----	---------------	---------------

0/989	0/989	0/871	آفلوانزا (مصرف تظاهری)
0/979	0/994	0/852	سرمایه اجتماعی
0/987	0/986	0/889	بی عدالتی ادراک شده

برای اندازه‌گیری روایی واگرا از روش بارهای عاملی متقاطع و شاخص فورنل و لارکر استفاده شد. از جذر AVE برای تخمین معیار فورنل و لارکر استفاده می‌شود. با توجه به اینکه تمام متغیرهای این پژوهش اعتبار واگرا سازه‌ها را در هر دو روش تأیید کردند، در نتیجه، مدل اندازه‌گیری در این پژوهش معتبر و پایا می‌باشد.

جدول (3). روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

متغیر	آفلوانزا (مصرف تظاهری)	بی عدالتی ادراک شده	سرمایه اجتماعی
آفلوانزا (مصرف تظاهری)	0/933	-	-
بی عدالتی ادراک شده	0/992	0/943	-
سرمایه اجتماعی	0/907	0/912	0/923

#### مدل ساختاری

در این مطالعه از تحلیل PLS برای آزمایش مدل پیشنهادی استفاده شد. نتایج اثرات مستقیم در شکل 2 ارائه شده است. در این شکل واریانس، معنی‌داری آماری و ضریب مسیر نشان داده شده است. علاوه بر این مقدار  $R^2$  در نظر گرفته شده برای سازه‌های درونی به‌عنوان شاخص-های قدرت پیش‌بینی مدل ارائه شده است.

#### برازش مدل ساختاری

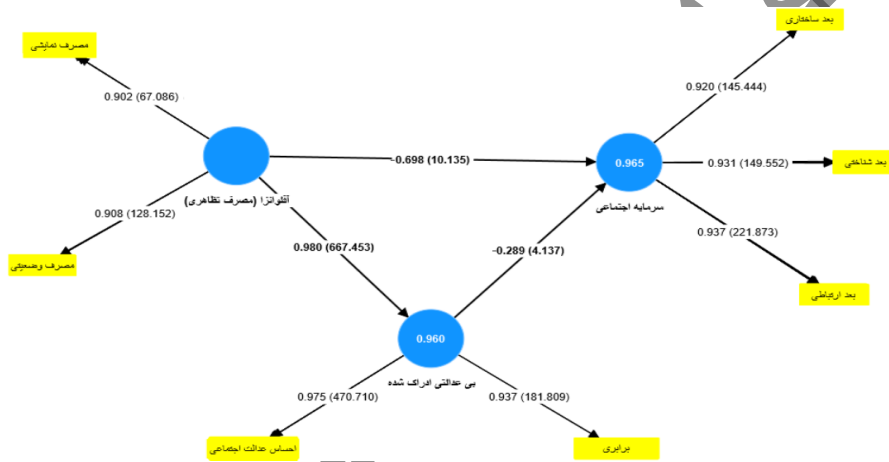
در این تحقیق از ضریب  $R^2$  و معیار  $Q^2$  برای آزمون برازش مدل سازه با روش PLS استفاده شد.  $R^2$  معیاری است که برای ارتباط بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری و نشان دادن تأثیر متغیرهای برون‌زا بر متغیرهای درون‌زا استفاده می‌شود.  $Q^2$  معیاری است که قدرت پیش‌بینی مدل را تعیین می‌کند و که توسط ( Stone & Geyser, 1975) معرفی شد. مقادیر  $R^2$  و  $Q^2$  در جدول 3 ارائه شده است.

جدول (4). مقادیر  $R^2$  و  $Q^2$

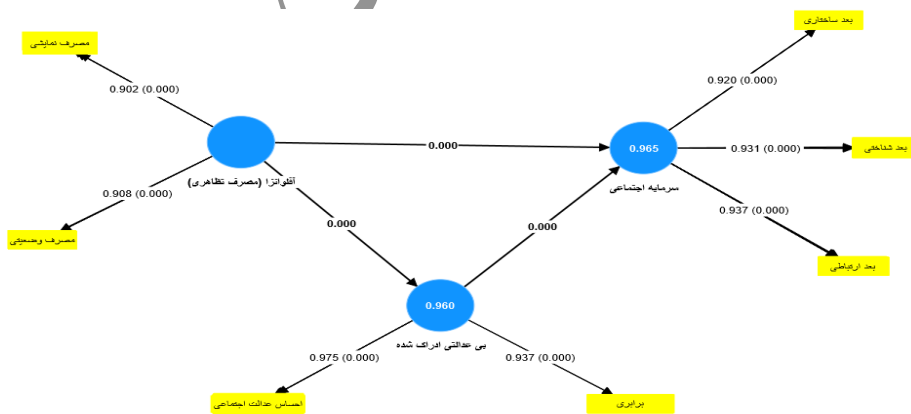
بی عدالتی ادراک	سرمایه اجتماعی
-----------------	----------------

		شده
R <sup>2</sup>	0/965	0/960
Q <sup>2</sup>	0/868	0/884

بر اساس مقادیر R<sup>2</sup> و Q<sup>2</sup> مدل ساختاری دارای برازش و قابلیت پیش‌بینی مناسبی است. و نیز، آزمون فرضیه‌ها و مدل پژوهش با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به شرح زیر می‌باشد.



شکل (2). مدل ترسیم شده همراه با ضرایب مسیر و مقادیر آماره T برای فرضیه‌های تحقیق



شکل (3). مدل ترسیم شده همراه با مقادیر P-value با عاملی و ضرایب T مسیرها



## برازش کلی مدل

شاخص GOF در مدل PLS معیاری است که برازش کلی مدل را بررسی می‌کند و میان صفر تا یک قرار دارد و مقدارهای نزدیک به یک نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل هستند. این شاخص پیش‌بینی‌پذیری کلی مدل را ارزیابی می‌کند و اینکه آیا مدل آزمایش‌شده در پیش‌بینی متغیرهای مکنون درون‌زا موفق بوده است یا خیر. از معیار GOF برای بررسی برازش مدل کلی استفاده می‌شود  $GOF=0/1$  کم،  $GOF=0/25$  متوسط و مقدار بزرگ  $GOF=0/36$  برای اندازه‌گیری قابلیت اطمینان مدل‌های PLS به کار می‌رود.

$$GOF = \sqrt{\text{Avg}(\text{Communalities}) \times \text{Avg}(R^2)}$$

بر اساس مقدار به‌دست آمده برای GOF به مقدار  $0/836$  برازش مناسب مدل کلی تأیید می‌شود. علاوه بر این مطابق جدول زیر، ضرایب معیاری برای بررسی برازش مدل ساختاری به حساب می‌آیند. و همچنین ضرایب مرتبط با متغیرهای پنهان درون‌زا مدل، با توجه به نتایج به‌دست آمده، مقادیر مناسبی می‌باشند. خلاصه‌ای از نتایج مربوط به آزمون فرضیه‌ها در جدول 5 نشان داده شده است.

جدول (5). شاخص‌های کلی برازش مدل

R <sup>2</sup>	Communalities	متغیر پنهان
-	0/871	آفلوانزا (مصرف تظاهری)
0/965	0/852	سرمایه اجتماعی
0/960	0/889	بی‌عدالتی ادراک شده
0/962	0/870	میانگین
	0/836	GOF

با توجه به تحلیل اطلاعات، نتایج فرضیات به‌صورت جدول زیر است.

جدول (6). نتایج فرضیات پژوهش

نتیجه آزمون	سطح معنی‌داری	آماره T	ضریب مسیر	فرضیه‌ها
تائید فرضیه	0/000	10/135	-0/698	H1: آفلوانزا (مصرف تظاهری) تأثیر منفی و معناداری بر سرمایه اجتماعی دارد.
تائید فرضیه	0/000	667/453	0/980	H2: آفلوانزا (مصرف تظاهری) تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بی‌عدالتی ادراک شده دارد.
تائید فرضیه	0/000	4/137	-0/289	H3: بی‌عدالتی ادراک شده تأثیر منفی و معنی‌داری بر سرمایه اجتماعی دارد.

نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار PLS Smart نشان داد که در سطح اطمینان 95 درصد فرضیه‌های اول، دوم و سوم تحقیق تائید می‌شوند. نتیجه فرضیه فرعی پژوهش با استفاده از آزمون سوبل به شرح زیر است.

#### نتایج آزمون سوبل

با توجه به تصمیم مربوط به فرضیه چهارم پژوهش و اثر میانجی از آزمون سوبل استفاده می‌شود. با توجه به ضرایب مسیر استاندارد شده در شکل 2 آفلوانزا (مصرف تظاهری) به مقدار 0/98 درصد بی‌عدالتی ادراک شده را به‌طور مستقیم توصیف می‌کند. بی‌عدالتی ادراک شده نیز به مقدار 0/28 از تغییرات سرمایه اجتماعی را به‌طور مستقیم توصیف می‌کند. با توجه به موارد گفته شده می‌توان چنین استنباط کرد که آفلوانزا (مصرف تظاهری) از طریق بی‌عدالتی ادراک شده به مقدار  $0/98 \times 0/28 = 0/274$  بر سرمایه اجتماعی تأثیر دارد. از آزمون سوبل برای اندازه‌گیری اهمیت اثر میانجی یک متغیر بر رابطه بین دو متغیر استفاده می‌شود. در آزمون سوبل z-value از نسبت زیر به دست می‌آید، اگر قدر مطلق این مقدار از  $1/96$  بیشتر شود می‌توان معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را در سطح اطمینان 0/95 درصد، تائید کرد.

$$Z - \text{Value} = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * s_a^2) + (a^2 * s_b^2) + (s_a^2 * s_b^2)}}$$

در این رابطه a مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل و میانجی، b مقدار ضریب مسیر بین متغیر میانجی و وابسته،  $s_a$  خطای استاندارد مسیر بین متغیر مستقل و میانجی،  $s_b$  خطای

استاندارد مسیر بین متغیر میانجی و وابسته است. مقادیر مربوط به  $S_b$  و  $S_a$ ,  $b, a$  به ترتیب برابر با  $0/98$ ,  $0/28$ ,  $0/001$  و  $0/070$  است. با قرار دادن اعداد در فرمول مقدار معنی‌داری  $4/02$  به دست می‌آید. در حالی که مقدار قدر مطلق  $z$ -value حاصل از آزمون سوئل بیشتر از  $1/96$  است. می‌توان استدلال کرد که تأثیر متغیر میانجی بی‌عدالتی ادراک شده در رابطه میان آفلوانزا (مصرف تظاهری) و سرمایه اجتماعی معنادار است.

### نتیجه‌گیری

در جوامع امروزی، که فرهنگ رقابت و چشم و هم‌چشمی به سرعت در حال رشد است آفلوانزا به عنوان یک ویروس اجتماعی که نمونه‌ای از آن مصرف تظاهری می‌باشد، سراسر سرمایه اجتماعی را فراگرفته است. در چنین فرهنگ‌های رقابتی، طبقات پایین با طبقات بالا به چشم و هم‌چشمی می‌پردازند (وبلن، ۱۳۸۶). و مصرف‌کنندگان با دارایی کم خود را با مصرف‌کنندگان مرفه مقایسه می‌کنند و متوجه تفاوت‌هایی می‌شوند و با نمایش عمومی همان مقدار از دارایی-ها، برتری خود را دوباره به دست می‌آورند. همچنین تحقیقات روان‌شناختی نشان می‌دهد که کالاهای مطلوب در اختیار دیگران، مهمل‌کنشی برای به دست آوردن آن کالاها را ایجاد می‌کند (Crusius & Mussweiler, 2012, p. 147) و تمایل بیشتری برای پرداخت هزینه‌ی آن‌ها به وجود می‌آید و اگر امکان به دست آوردن کالا وجود نداشته باشد، احساس حقارت ایجاد می‌شود (Van de Ven et al., 2011, p. 985) وجود این احساسات ناشی از بی‌عدالتی ادراک شده است که با تضادهای نامطلوب بین گروهی همراه است و حاکی از روابط نامتقارن قدرت می‌باشد که در آن گروه مسلط همه حقوق و امتیازات را متعلق به خود می‌داند در حالی که گروه زیردست را از حقوق و امتیازات خود سلب می‌کند (Opotow, 2011) این‌گونه تجربه انواع مختلف بی‌عدالتی در جامعه می‌تواند شهروندان را به طور جدی تحت استرس و فشار قرار دهد. فشار و استرس ناشی از بی‌عدالتی، افراد را از نظر عاطفی و هیجانی مستعد تلافی‌جویی و روی‌آوری به رفتارهایی مانند پرخاشگری می‌کند (Hershcovis & Barling, 2009, p. 33) که تمام این مسائل از عوامل تضعیف سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود. با توجه به آنچه گفته شد پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر پدیده آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر سرمایه اجتماعی؛ تبیین نقش میانجی بی‌عدالتی ادراک شده صورت گرفته است. در این قسمت یافته‌ها به تفکیک فرضیات مطرح می‌گردد. فرضیه اول پژوهش نشان داد که آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر سرمایه

اجتماعی تأثیر منفی و معنی‌داری دارد در خصوص نتیجه این فرضیه باید گفت شکاف عمیقی بین نیاز و مصرف شاهد هستیم به طوری که مصرف با نیازهای انسان مطابقت ندارد و مصرف بیش از آن است. که این‌گونه مصرف تظاهری به دلیل نابرابری در درآمد طبقات مختلف، و چشم و هم‌چشمی با هزینه‌های گزاف و بی‌مورد بر سرمایه اجتماعی تأثیر منفی و سوء می‌گذارد. نتایج حاصل از این فرضیه با پژوهش بهیمان و همکاران (1400) همخوانی دارد.

فرضیه دوم پژوهش این‌گونه بود که آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر بی‌عدالتی ادراک شده تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. در این باره باید گفت که افراد طبقه پایین از لحاظ توان خرید، موقعیت اجتماعی و پرستیژ نسبت به افراد دارای سرمایه اقتصادی و فرهنگی غنی، احساس ناعدالتی می‌کنند و برای نزدیک شدن به آن‌ها دست به مصرف تظاهری می‌زنند. نتایج این فرضیه با پژوهش شاکری و همکاران (1398) همخوانی دارد.

فرضیه سوم بیان‌کننده این بود که بی‌عدالتی ادراک شده بر سرمایه اجتماعی تأثیر منفی و معنی‌داری دارد. احساس بی‌عدالتی یا رفتار ناعادلانه اغلب به عنوان علت خرابکاری ذکر می‌شود، به طوری که بر اساس برخی مطالعات، گاهی ادراک بی‌عدالتی می‌تواند منجر به رفتارهای انحرافی مانند دزدی و خرابکاری شود که بخش بزرگی از این واکنش‌ها به سرمایه اجتماعی آسیب می‌زند و منجر به پیامدهای منفی می‌شود. نتایج این فرضیه با پژوهش گل‌پرور و همکاران (1390) همخوانی دارد.

در نهایت فرضیه چهارم پژوهش بی‌عدالتی ادراک شده نقش میانجی در تأثیر آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر سرمایه اجتماعی دارد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش این فرضیه را تأیید کردند. تاکنون مطالعه‌ای با این موضوع صورت نگرفته و این مورد جنبه نوآوری پژوهش حاضر محسوب می‌شود که مطابق با آن، وجود پدیده آفلوانزا (مصرف تظاهری) علاوه بر اثرگذاری مستقیم بر سرمایه اجتماعی به صورت غیرمستقیم و با ایجاد و افزایش بی‌عدالتی ادراک شده شهروندان موجب تأثیر منفی بر رفتار آن‌ها به عنوان سرمایه‌های اجتماعی جامعه می‌شود.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد رابطه‌های میان تمام متغیرهای مدل معنادار است و مدل پیشنهادی نیز تأیید شده است. نتایج بیانگر آن است که در سطح اطمینان 95 درصد، آفلوانزا (مصرف تظاهری) بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در خصوص جنبه عملی و کاربردی پژوهش حاضر باید گفت اگر در جامعه‌ای مسئولان آن نسبت به ارزش‌های افراد وفادار باشند و شهروندان در امور مختلف مشارکت و همکاری کنند، در چنین جامعه‌ای افراد می‌توانند فارغ از طبقه اجتماعی و شغلی‌شان از منافع موجود در جامعه بهره ببرند و حتی اگر کسی احساس بی‌عدالتی کند و حقی از او ضایع شود، می‌تواند به حق خود برسد و این‌گونه هیچ کدام از شهروندان به خاطر جبران بی‌عدالتی به سمت رفتارهای نادرست مانند مصرف تظاهری حرکت نمی‌کند و باعث ایجاد اثرات منفی در سرمایه اجتماعی نمی‌شود.

### پیشنهادهات

- پیشنهاد می‌شود، مسئولان، مدل و اشکال مصرف تظاهری در جامعه را شناسایی و تجزیه و تحلیل کنند تا بتوانند پیامدهای منفی این رفتارها را به راحتی و با اطمینان خاطر مدیریت کرده و با اجرای اقدامات پیشگیرانه مناسب از پیامدهای منفی آن بکاهند.
- پیشنهاد می‌شود مسئولان با افزایش میزان مشابهنه و مطابقت اهداف و ارزش‌های جامعه با ارزش‌های شهروندان تأثیر ناملایمت‌ها بر سرمایه اجتماعی را کاهش دهند.
- پیشنهاد می‌شود جوامع با از بین بردن تبعیض طبقاتی، آثار منفی بی‌عدالتی ادراک شده و مصرف تظاهری بر سرمایه اجتماعی را به حداقل برسانند.
- پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده، تأثیر آفلوانزا (نصرف تظاهری) بر دیگر مؤلفه‌ها مورد بررسی قرار بگیرد، و همچنین دیگر متغیرهای مؤثر بر بی‌عدالتی ادراک شده را شناسایی کنند.
- پیشنهاد می‌شود که پیشایندها و پسایندهای سرمایه اجتماعی با رویکرد آمیخته مورد مطالعه قرار گیرد.
- پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی، از روش آمیخته استفاده شود. همچنین با توجه به اینکه پژوهش حاضر روی شهروندان شهر خرم‌آباد انجام گرفته است. لذا، بهتر است پژوهشگران آینده نتایج به دست آمده از این تحقیق را به دیگر جوامع آماری که از نظر ابعاد متفاوت با جامعه پژوهش حاضر است تبیین دهند.

## منابع

1. ابراهیمی، رضایی، فرزین؛ قادری، صلاح‌الدین (1402). سرمایه اجتماعی و کارایی سرمایه‌گذاری شرکت. دانش سرمایه‌گذاری، 12(45)، 71-53.
2. ابوالحسن تنهایی، حسین؛ ارزبین، فرید (۱۳۸۹). بررسی جامعه‌شناختی الگوی مصرف لوازم‌آرایی در میان دانشجویان دانشگاه آزاد واحد آستارا، تالش (غرب گیلان). فصلنامه تخصصی جامعه‌شناسی، ۵ (2).
3. اشناپد، بارارا؛ حیدری، داوود (1384). رشد آموزش علوم اجتماعی، شماره 29.
4. الوانی، سید مهدی؛ پورعزت، علی‌اصغر (۱۳۸۲). عدالت اجتماعی، شالوده توسعه پایدار. مجله کمال مدیریت، ۲-۳، ۱۷-۲۸.
5. بوردیو، پیر (۱۳۸۰). نظریه‌ی کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه‌ی مرتضی مردی‌ها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
6. بهیان، شاپور؛ بیات، فاطمه؛ محمدی، اصغر (1400). برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی پاییز، شماره 48.
7. جریبی، جعفر (1390). بررسی احساس عدالت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی شهر تهران). جامعه‌شناسی کاربردی، 22(3)، 62-41.
8. حبیب‌پور گنتابی، کرم؛ بابایی‌همتی، زرنوش (1395). مصرف‌نمایشی خرید در بین خانواده‌های شهر تهران (مطالعه‌ی موردی مناطق 1، 7 و 19). مطالعات راهبردی زنان، 19(73)، 124-95.
9. خیر اندیش، مهدی؛ جعفری‌نیا، سعید (۱۳۹۷). تأثیر عدالت سازمانی بر ارتقای سرمایه اجتماعی با میانجی‌گری شایسته‌سالاری در سازمان، مدیریت سرمایه اجتماعی، د ۵، ش ۲، ص ۲۹۱-۳۱۴.
10. رستگار، سیاه‌سرانی کجوری (1394). تأثیر بی‌عدالتی ادراک‌شده بر فرسودگی شغلی کارکنان با اثر میانجی تعهد سازمانی. چشم‌انداز مدیریت دولتی، 6(4)، 149-125.
11. رضائیان، علی (۱۳۹۰). انتظار عدالت در سازمان. انتشارات سمت، تهران.
12. شادلو، ندا؛ مسعودی، امیربیک (1400). نمودهای مصرف‌گرایی تمایزطلبانه و نمایشی در شبکه اجتماعی اینستاگرام. رهپویه ارتباطات و فرهنگ، 2(1)، 86-69.

13. شعبانی، احمد؛ کریمی، علی اکبر (۱۳۹۴). « بررسی مقایسه‌ای مفهوم شأن در الگوی مصرف فرد مسلمان و نظریه مصرف متظاهرانه»، مطالعات اقتصاد اسلامی، دوره ۷، شماره ۲ (۱۴): ۱۵۴-۱۰۷.
14. شیرازی، زینب؛ چیت‌ساز، محمدعلی؛ حجازی، سید ناصر (1400). بررسی جامعه‌شناختی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و رضایت از زندگی در بین شهروندان شهر شهرضا. پژوهش‌های جامعه‌شناسی، 15(4)، 7-24.
15. کمالی، افسانه؛ خودکاری، لعلیا (1393). بررسی مصرف تظاهری و عوامل مؤثر بر آن در شهر تهران. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، 37 (10).
16. گل پرور، محسن؛ واثقی، زهرا (۱۳۹۰). فشار ادراکی عاطفی تعیین‌کننده تعامل ابعاد بی‌عدالتی سازمانی برای رفتارهای مثبت و منفی: معرفی نظریه فشار ادراکی PAST و عاطفی. دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی، دوره جدید، سال دوازدهم، شماره ۱.
17. لطفی، رزیتا (1392). احساس عدالت و رابطه آن با گرایش‌های سیاسی (مطالعه‌ی شهر تهران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.
18. مریخ نژاد اصل، علی؛ حیدرزاده، کامبیز؛ منصوریان، یزدان (1398). عوامل شناسایی بر واکنش‌های مصرف‌کنندگان به تبعیض‌های قیمتی. فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران، 14(54)، 77-104.
19. معینی، فتاحی (1394). آفلوانزا و بررسی اجتماعی. ماهنامه علمی-آموزشی تخصصی مدیریت تدبیر، 26(282)، 46-50.
20. موسوی، سیدصائب؛ پورعلی، محمدرضا (1402). سرمایه اجتماعی و اهرم مالی. دانش سرمایه‌گذاری، 12(46)، 1-23.
21. مهربان پور، محمدرضا؛ جندقی، محمد (۱۳۹۸). جایگاه مالی و سرمایه اجتماعی، مدیریت سرمایه اجتماعی. دوره ۶، شماره ۳، ص ۳۴۹-۳۲۷.
22. مهرگان، نادر؛ دلیری، حسن (1392). فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار) - سال پانزدهم - شماره دوم - تابستان - صفحات 1-136.
23. نیکومرام، هاشم؛ طلوعی‌اشلقی، عباس؛ کاووسی، اسماعیل (۱۳۸۷). سرمایه اجتماعی. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
24. وبلن، تورشتاین (۱۳۸۶). نظریه طبقه تن‌آسا، ترجمه‌ی فرهنگ ارشاد، تهران: نشرنی.

25. وزیری، هاجر؛ بهروان، حسین؛ یوسفی، علی (۱۳۹۱). مصرف نمایشی پوشاک و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: دانش آموزان دبیراستانی شاهرود نمونه). مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد. شماره ۲۰.
26. هاشمی، سیدحامد؛ طبری، مجتبی؛ فرهادی محلی، علی؛ معطوفی، علی رضا (۱۴۰۰). جایگاه سرمایه اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای در توسعه قابلیت‌های توانمندساز مدل چارچوب عمومی ارزیابی (CAF) با تکنیک آنتروپی شانون و دیمتل. مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۸، شماره ۱، صص ۱-۱۷۹.

## References

1. Abolhassan Tanhai, H., Urzbin, F. (2008). Sociological study of the consumption pattern of cosmetics among students of Astara Azad University, Talesh (West Gilan). Specialized quarterly journal of sociology. 5 (2). (in Persian)
2. Álvarez, E. C. & Romani, J. R. (2016). "Measuring social capital: further insights", journal of Gac Sanit, 31(1), pp. 57–61.
3. Alwani, S. M., Pourezat, A. A. (2012). Social justice, the foundation of sustainable development. Kamal Management Journal, 2-3, 17-28. (in Persian)
4. Ambrose, M. L. (2002). Contemporary justice research: A new look at familiar questions. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 89, pp: 803-812.
5. Ambrose, Maureen L. (2002), "Contemporary Justice Research: A new Look at Familiar Question", Organizational Behavior and Human Decision Processes, 89.
6. Behian, S., Bayat, F., Mohammadi, A. (2021). Welfare Planning and Social Development Autumn, No. 48. (in Persian)
7. Bourdieu, Pierre. (2001). Theory of action: practical reasons and rational choice, translated by Morteza Mardiha, Tehran: Naqsh and Negar publishing house. (in Persian)
8. Bourdieu, Pierre. (2011). distinction; Social criticism of Zokhi's judgments, translated by Hassan Chavoshian, Tehran: Third Edition. (in Persian)
9. Carrillo Álvarez, E. & Riera Romani, J. (2017). Measuring social capital: further insights, Gaceta sanitaria, 31, 57–61.
10. Chan, Chiwai. (2021). The Mental Health of Unemployed and Socially Isolated Middle aged men in Tin shui wai, Hong Kong. PhD thesis, University of Essex.



11. Charles, K. K., & Roussanov, N. (2009). Conspicuous consumption and race. *Quarterly Journal of Economics*, 124 (2), 425-467.
12. Charles, K. K.; E. Hurst. & N. Roussanov. (2007). Conspicuous Consumption and Race (No. w13392). National Bureau of Economic Research.
13. Cohen- Charash, Yochi & Spector, Paul E. (2001) "The Role of Justice in organizations: A meta - analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86,278-321.
14. Coleman, J, S. (1988). Social capital in the creation of human capital, *American Journal of Sociology*, Vol. 94, pp.95-120.
15. Crusius, J., & Mussweiler, T (2012). When people want what others have: The impulsive side of envious desire. *Emotion*, 12 (1), 142- 153.
16. Ebrahimi, Rezaei, Farzin, Qadri, Salahuddin. (2023). Social capital and investment efficiency of the company. *Investment Knowledge*, 12(45), 53-71. (in Persian)
17. Fedor, C. G. (2019). Social capital and community development: Case study, *Social Research Reports*, 11(1),65-77.
18. Fernandes, C. & Awamleh, R. (2006). " Impact oforganizational justice in an expatriate work envi ronment", *Management Research News*, 29 (11): 701-712.
19. Fikret sozbilir. (2019). The intevaction between social capital, creativity an efficiency in organizations. *Thinking skills and creativiity*,27,92\_100.
20. Fine, S., Horowitz, I, Weigler, H., & Busis, L. (2010). Is good character good enough? The effects of situational variables on the relationship between integrity and counterproductive work behaviors. *Human Resource Management Review*, 20, 73-84.
21. Golparor, M., Vathaghi, Z. (2019). Perceptual emotional strain as a determinant of the interaction of dimensions of organizational injustice for positive and negative behaviors: introducing the theory of PAST perceptual and emotional strain. *Knowledge and research in applied psychology*, new period, twelfth year, number 1. (in Persian)
22. Greenberg, Jerald, Jason A. Colquitt. (2005). " *HandBook of Organizational Justice*", Psychology Press (Formerly Published by Lawrence Erlbaum Associates).
23. Habibpour Getabi Babaei, K., Hemati, Z. (2015). Demonstration shopping consumption among families in Tehran (study of regions 1, 7 and 19). *Women's Strategic Studies*, 19(73), 124-95. (in Persian)
24. Hashemi, S. H., Tabari, M., Farhadi Mohali, A., Matofi, A. R. (1400). The

- position of social capital, social responsibility and professional ethics in the development of the enabling capabilities of the General Assessment Framework (CAF) model with Shannon and Dimtel's entropy technique. *Social Capital Management*, Volume, 8, No. 1, pp. 1-1. 179. (in Persian)
25. Henriksen, M. (2009). *Luxury Fever in China*. (Master Thesis). Copenhagen Business School. CBS. Department of Intercultural Communication and Management. ICM; Danmark. Institut for Interkulturel Kommunikation og Ledelse. IKL.
  26. Hershcovis, M.S., & Barling, J. (2009). Towards a multi - foci approach to workplace aggression: A meta analytic review of outcomes from different perpetrators. *Journal of Organizational Behavior*, 31 (1): 24-44.
  27. Hiz, Gülay. (2011). " A field survey on the conspicuous consumption trend in turkey (case study of mugla province)". *International journal of social sciences and humanity studies*, 3 (2), 1309-8063.
  28. Jaribi, J. (2011). Investigating the feeling of social justice and factors affecting it (case study of Tehran city). *Applied Sociology*, 22(3), 41-62. (in Persian)
  29. Kamali, A. Automatri, L. (2013). Investigating pretend consumption and factors affecting it in Tehran. *Cultural and Communication Studies*, 37 (10). (in Persian)
  30. Kaus, W. (2013). Conspicuous Consumption and " Race ": Evidence from South Africa. *Journal of Development Economics*. 100 (1). 63-73.
  31. Khanifar, H., Jandghi, G., and Shojaie, S. (2010). Organization Consideration between Spirituality and Professional Commitment. *European Journal of Social Sciences*, 12, 558-570. (in Persian)
  32. Khairandish, M., Jafarinia, S. (2018). The effect of organizational justica on the promotion of collective capital with the mediation of governanceinthe organization, *social capital management* ,5(2),291\_316. (in Persian)
  33. Lee, J., & Shrum, L. J (2013). Self - threats and consumption. In A. A. Ruvio, & R. W. Belk (Eds). *Routledge companion to identity and consumption* (pp. 414-430). New York: Routledge.
  34. López, Ramón E.; Yoon, Sang W. (2020). " Sustainable development: Structural transformation and the consumer demand ". *Structural Change and Economic Dynamics*, 52, 22-38.
  35. Lotfi, R. (2012). The sense of justice and its relationship with political tendencies (a study of the city of Tehran), master's thesis, Allameh Tabatabai University, Faculty of Social Sciences. (in Persian)
  36. Mazzocco, P. J.; D. D. Rucker; A. D. Galinsky. & E. T. Anderson. (2012).

- Direct and Vicarious Conspicuous Consumption: Identification with Low - status Groups Increases the Desire for High - status Goods. *Journal of Consumer Psycholog.* 22 (4). 520-528.
37. Mehrabanpour, M. R., Jandaghi, M. (2018). Financial status and social capital, social capital management. Volume 6, Number 3, pp. 327-349. (in Persian)
  38. Mehrgan, Nader, Deliri, Hassan. (2012). *Economic Research Quarterly (Sustainable Growth and Development) - 15th Year - Number 2 - Summer - Pages 1-136.* (in Persian)
  39. Merikhnejad Asl, Heydarzadeh, and Mansourian. (2019). Identification factors on consumers' reactions to price discrimination. *Quarterly Journal of Iranian Society of Management Sciences*, 14(54), 77-104. (in Persian)
  40. Moini, Fatahi. (2014). Social viral influenza. *Specialized Scientific-Educational Monthly of Tadbir Management*, 26(282), 46-50. (in Persian)
  41. Mousavi, Seyyed Saib, Pournali, M. R. (2023). Social capital and financial leverage. *Investment Knowledge*, 12(46), 1-23. (in Persian)
  42. Murphy, John L. (2018). " Measuring Conspicuous Consumption ". *Journal of Social Science for Policy Implications*, 6 (2), 26-33.
  43. Murphy, John L. (2018). " Measuring Conspicuous Consumption ". *Journal of Social Science for Policy Implications*, 6 (2), 26-33.
  44. Nahapiet, J., and Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2), 242-266.
  45. Nikumram, H., Toloui Ashlaghi, A., Kavousi, I. (2008). Social capital. Publications of Islamic Azad University, Science and Research Unit. (in Persian)
  46. Nirmala, M.C., & K.B. Akhilesh. (2006). An attempt to Redefine Organizational Justice: in the Rightsizing Environment. *Journal of Organizational Change Management*, 19, 2, 136-153.
  47. O'Cass, A. & Frost, H. (2002). " Status brands: examining the effects of non - product - related brand associations on status and conspicuous consumption ", *journal of product & brand management*, V. 11, N. 2, pp. 67-88.
  48. O'Cass, A. & McEwen, H. (2004). " Exploring Consumer Status and Conspicuous Consumption ", *Journal of Consumer Behaviour* 4 (1): 25-39.
  49. Opatow, S. (2011). Social injustice. *The encyclopedia of peace psychology.*
  50. Patsiaouras, G. (2010). Rethinking Veblen's Contribution to Consumer Research: a. Enquiry into the Perception of ' Status Consumption ' by Middle - Income British Consumers (Doctoral Dissertation, University of Leicester).

51. Patsiaouras, G. and Fitchett, J. (2012), " The evolution of conspicuous consumption ". *Journal of Historical Research in Marketing*, 4 (1), 154-176.
52. Porter, C Colquit, J.A, Conlon, D.E, Wesson, M.J, Porter, C & Ng, K.Y, (2001). Justice atthe millennium: A meta - analysis review of 25 years of organizational justice research, *Journal of Applied Psychology*, 86, 425-445.
53. Rasinsky, K. (1987) " What's Fair is Fair - or Is It? Value Differences Underlying Public Views about Social Justice. " *Journal of Personality and Social Psychology*, 53 (1): 201-204.
54. Reb, Jachen and Boarry M. Goldman and Russel Crapanzano. (2006). Different Wrong, Different " Remedies? Reactions to Organizational Remedies After Procedural and Interactional Injustice", *Personal Psychology*.
55. Rezaian, A. (2019). Expecting justice in the organization. Samet Publications, Tehran. (in Persian)
56. Robbins, J. M., Ford, M. T., & Tetrick, L. E. (2011). Perceived unfairness and employee health: A meta - analytic integration. *Journal of Applied Psychology*. Advance online publication, 1, pp: 1-39.
57. Rodrigo-Alarcón, J., García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., & Parra-Requena, G. (2018). From social capital to entrepreneurialorientation: Themediating role of dynamic capabilities, *European Management Journal*, 36(2), 195-209.
58. Rastegar, Siah Sarani Kejori. (2014). The effect of perceived injustice on employee burnout with the mediating effect of organizational commitment. *Public Management Perspectives*, 6(4), 125-149. (in Persian)
59. Rucker, D. D., & Galinsky, A. D (2013). Compensatory consumption. In A.
60. Sabatino, M. (2019). Economic resilience and social capital of the Italian region, *International Review of Economics & Finance*, Vol. 61, 355-367.
61. Sabine, R., Bakker, H. J., Hendriks, P.L. (2021). Lets itgoor let it grow? Personal network development and the monbilization of intra organizational social capi tal. *Journal homepage: www.elsevier.com/locate/soncnet*.
62. Sackett, P.R., & Devore, C.J. (2001). Counterproductive behaviors at work. In N. Anderson, D. Ones, H. Sinangil, & C. www.ir Viswesvaran (Eds.), *Handbook of industrial, work, and organizational psychology*, vol. 1 (PP.145-164). Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
63. Seunghwan, M. & Hyungjun, S. (2016). Which type of social capital matters for building trust in government? Looking for a new type of social capital in the governance era, *Journal of Sustainability*, 8(322), 1-15.
64. Shabani, A., Karimi, A. A. (2014). "A comparative study of the concept of

- dignity in the consumption pattern of a Muslim person and the theory of ostentatious consumption", *Islamic Economic Studies*, Volume 7, Number 2 (14): 107-154. (in Persian)
65. Shadlou, N., Masoudi, & Amirbek. (2022). Manifestations of discriminating and demonstrative consumerism in the Instagram social network. *Communication and Culture Guide*, 2(1), 69-86. (in Persian)
  66. Shirazi, Chitsaz, Hijazi, & Seyed Naser. (2021). Sociological study of the relationship between social capital and life satisfaction among the citizens of Shahreza city. *Sociological Research*, 15(4), 7-24. (in Persian)
  67. Shnaider, B., Heydari, D. (2005). *Social Science Education Growth*, No. 29. (in Persian)
  68. Van Yperen, N.W., Hagedoorn, M., Zweers, M., & Postma, S. (2000). Injustice and employees' destructive responses: The mediating role of state negative affect. *Social Justice Research*, 13 (31), 291-312.
  69. Veblen, Thorstein. (2007). *Theory of Tanasa class*, translated by Farhang Irshad, Tehran: Nashrani. (in Persian)
  70. Waziri, H., Behrvan, H., Yousefi, A. (2019). Dramatic consumption of clothes and factors affecting it (case study: high school students of Shahrood sample). *Journal of Social Sciences*, Ferdowsi University of Mashhad. Number 20. (in Persian)
  71. Xia, L. and Monroe, KB. And Cox, JL. (2004), The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions, *Journal of Marketing*, 68 (4), 1-1.