Handout

Becoming a Consumer Society: A Longitudinal and Cross-Cultural Content Analysis of PrintAds from Hong Kong, the People's Republic of China, and Taiwan

In această cercetare problema abordata este despre cum învață o societate să consume. Preocuparea noastră consta în investigarea modului in care societatile au invatat sa doreasca o agendă de escaladare a obiectelor de consum contemporan; cum învață să devină ceea ce diverși autori au numit "societăți de consum."

Ipotezele identificate in text sunt:

Ipoteza 1: Apelurile de consum utilitariste si hedoniste exprimate in anunturile din Hong Kong, Taiwan si Republica Populara Chineza vor avea frecvente diferite plasand Hong Kong si RPC ca extreme iar Taiwan intre cele doua.

H2A: temele de publicitate hedoniste și utilitariste de la cele trei societati vor avea tendința pentru convergența de-a lungul timpului.

H2B: Cele trei societati vor arăta cel mai convergent cu privire la apelurile cele mai accentuate în anunțurile din Hong Kong.

Rezultatele unui studiu longitudinal cu anunturi din Hong Kong, Republica Populară Chineză (din RPC), și din Taiwan descriu culturi distincte de consum. Anunțurile din RPC subliniază apelurile utilitare, promit o viață mai bună. Anunțurile din Hong Kong subliniază valorile hedoniste, promit un stil de viață mai ușor și american. Anunțurile din Taiwan se încadrează între aceste două extreme, dar converg spre anunțurile din Hong Kong în apelurile de consum de-a lungul timpului. Anunțurile din RPC, probabil ancorate de resturile unei ideologii politice anti-materialiste, par a consemna un trend diferit.

Conceptele identificate in text sunt cele de utilitarism si hedonism.

Un punct slab pe care l-am identificat in text este faptul ca desi nivelul de dezvoltare economica este unul din factorii care modeleaza valorile de consum, nu se ofera date exacte in ceea ce priveste factorii economici. De asemenea nici dimensiunea de gen sau varsta nu este luata in considerare.

Schema articolului ar putea fi utilizata pentru a interpreta societatea romaneasca din perioada comunista prin comparatie cu societatea romaneasca din prezent.

Intrebare: In ce tip de societate se incadreaza societatea romaneasca din prezent? Societate utilitarista sau hedonista?