

تبیین فرهنگی مد و مصرف گرایی در زندگی معاصر

دکتر مسعود گلچین^۱، عیسی عابدینی^۲، جواد لطف الله پور^۳

۱-دانشیار گروه آموزشی جامعه شناسی دانشگاه خوارزمی

۲-دانشجوی دکتری سیاستگذاری فرهنگی دانشگاه خوارزمی تهران و پژوهشگر اداره کل آموزش و پرورش

آذربایجانشرقی

۳-رییس گروه تحقیق و پژوهش اداره کل آموزش و پرورش آذربایجانشرقی و دانشجوی دکتری مدیریت استراتژیک

چکیده:

در جهان امروزی فرهنگ مردمی مدرن معادل فرهنگ توده‌ای و فرهنگی تجارت‌زده که بصورت انبوه تولید و مصرف می‌شود. تحولات چشمگیر در عرصه فن‌آوری ارتباطات و رشد مصرف گرایی، نقش فرهنگ رسانه‌ای و فرهنگ عامه‌پسند جهانی در جامعه‌پذیری جوانان را افزایش داده است. گسترش فرهنگ مصرف گرایی در کشورمان تا بدانجا کشیده شده که رغبت برای خرید کالاهایی که نیاز اساسی در آن دیده نمی‌شود بالا رفته و به تشدید رفتارهای مصرفی، که در اسلام از آن به عنوان اسراف یاد می‌کنیم منجر گردیده است و متأسفانه در بیشتر خانواده‌ها مصرف گرایی نوعی افتخار محسوب می‌شود. در قسمت اول این مقاله به جامعه مصرفی، مدگرایی و ویژگی‌های آن و علل گرایش به مصرف کالاهای خارجی خواهیم پرداخت و در قسمت دوم مقاله سعی بر آن داریم تا موضوع را از دیدگاه جامعه‌شناسان مورد بررسی قرار داده و در پی ارائه الگویی در زمینه علل مصرف کالاهای خارجی و ضرورت اصلاح ساختارهای برآییم.

واژگان کلیدی: مصرف گرایی، مصرف کالاهای خارجی، گرایش به مصرف، الگوهای مصرف، سبک زندگی.