

۱۸۱۹۱۵۹



سید یت مصرف

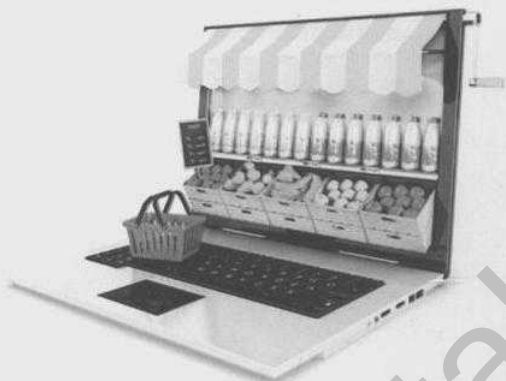
سید محمد امام

www.ketab.ir

فهرست مطالب

۷	دوره
۸	(۱) تعریف مصرف
۸	(۲) انواع مصرف
۹	(۳) آسیب‌شناسی مصرف‌زدگی
۹	(یک) آسیب‌های فردی مصرف‌گرایی
۱۰	(دو) آسیب‌های اجتماعی مصرف‌گرایی
۱۲	(۴) آسیب‌شناسی مصرف
۱۲	(یک) آسیب‌های فردی مصرف
۱۲	(دو) آسیب‌های اجتماعی مصرف
۱۴	(۵) مهارت‌ها و راهکارهای مدیریت مصرف
۱۴	(یک) راهکارهای ناظر به دستگاه‌های دولتی
۱۵	(دو) راهکارهای ناظر به فرد
	نتیجه‌گیری
	کتابنامه

مصرف‌گرایی در دوران مدرن. تغییر اندیشه مردم درباره مصرف پدید آمده است. پیش از دهه ان مدنی، مردم نخست کالاها و خدمات ضروری و درجه اول خریداری می‌کردند سپس به تهیه کالاها و خدمات غیرضروری آن‌ها می‌پرداختند و ملاحظه توان خرید خود اقدام می‌کردند؛ امروزه مصرف‌گرایی بی‌رویه گریبان‌گیر بیشتر کشورها شده است و ریشه این امر را باید در شرکت‌های چندملیتی و جهانی، مناطق آزاد، فضای مجازی اینترنت و تبلیغات ماهواره‌ای جستجو کرد که مرزها را در هم شکسته، مردم را در دام مصرف‌گرایی گرفتار کرده‌اند. مصرف‌گرایی نو از اواخر قرن نوزدهم با شعار «بگذار مرزها آزاد باشند» شروع شد و در نیمه اول قرن بیستم به اوج خود رسید.



درآمدی نیز ایران پهلوی دوم با وابستگی درآمد دولت به نفت و نبود شعب صنعت کشاورزی، الگوی مصرف، تابعی از تولیدات خارجی شد. رستارهای مصرفی مردم تغییر یافت. از آثار منفی جامعه‌شناختی مصرف‌دلی می‌توان به تبدیل ثروت به مصرف، نمایش ثروت، شکاف طبقاتی، نابرابری اجتماعی و محرومیت اشاره کرد.^۱

(۱) تعریف مصرف

مصرف واژه‌ای عربی است و در زبان فارسی به معنای «درماندن» و در زبان انگلیسی به consumption تعبیر می‌شود. در اصطلاح اقتصادی در تبیین مقوله مصرف آمده است: ثروت وسیع درآمد است و از درآمد خالص (درآمد منهای استهلاک) به در صورت

۱. پاکاک، مصرف، ترجمه خسرو صیری، ص ۳.