

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه میان پدیده مصرف گرایی با دینداری، مدگرایی و مدیریت بدن (مطالعه موردی: جوانان 18 تا 20 ساله شهرستان رفسنجان)

## محل انتشار:

ماهنامه پژوهش ملل، دوره 4، شماره 47 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسنده:

محمدعلی امیرپورسعید - کارشناسی جامعه شناسی گرایش پژوهشگری علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران

## خلاصه مقاله:

پس از روبرو شدن جامعه ما با مدرنیته و به تبع آن فرهنگ مدرن، تغییراتی در ارزش های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و ... ایجاد شد. یکی از پیامدهای تغییرات در چنین ارزش هایی گسترش پدیده مصرف گرایی در جامعه است. از همین رو پژوهش حاضر نتیجه یک تحقیق پیمایشی کمی می باشد که در رابطه با بررسی رابطه مصرف گرایی با متغیرهای دین داری، مدگرایی و مدیریت بدن صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق جوانان 18 تا 30 ساله شهرستان رفسنجان بوده است که حجم نمونه براساس فرمول کوکران برابر با 422 نفر بوده که برای اطمینان بیشتر به 450 نفر افزایش یافت. نتایج بیانگر آن است که مدگرایی بیشترین تاثیر را بر روی مصرف گرایی افراد دارد. یافته دیگر تحقیق نشان می دهد که دین داری رابطه منفی و معنادار با مصرف گرایی دارد که این نکته بیانگر تضاد آموزه ها و ارزش های دینی با روحیه مصرفی است. دیگر اینکه مدیریت ظاهر و بدن که در دنیای امروزی آن را سرمایه جسمانی افراد می دانند نیز با مصرف گرایی افراد رابطه ای معنادار و مثبت دارد؛ بدین معنا که با رشد روحیه مصرفی، افراد علاقه مندی بیشتری در مدیریت ظاهری خود دارند. نتایج نشان می دهد که متغیرهای مستقل تحقیق به میزان (47 درصد) با متغیر وابسته همبستگی دارند که از بین متغیرهای مستقل، مدگرایی تاثیر بیشتری (46 درصد) بر روی میزان مصرف گرایی افراد دارد و این تاثیر معنادار (0/000) میباشد.

## کلمات کلیدی:

مصرف گرایی، دین داری، مدگرایی، مدیریت بدن، جامعه شناسی مصرف

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/994582>

