**مصرف‌گرایی و هویت اخلاقی با تکیه بر سبک زندگی شهروندان ایرانی**

سید علی اصغر هاشم‌زاده**[[1]](#footnote-1)\***

**چکیده**

مصرف‌گرایی به عنوان یک پدیده جهانی، بیشتر از منظر اثرات جمعیِ مثبت یا منفی‌اش بر ساختارهای اقتصادی بررسی شده است. اما دیدگاه‌های معدودی به اثرات منفی آن بر هویت فردی مصرف‌کننده توجه داشته‌اند. ارزیابی اثرات منفی مصرف‌گرایی با تأکید بر تعارضات هویتی، مسئله‌ای کلیدی است که باید به آن پرداخت. این مقاله با رویکردی نظری به بررسی تأثیر مصرف‌گرایی بر رفتار و سنت‌های اخلاقی با تکیه بر شواهدی در جامعه ایران می‌پردازد. ابتدا به عوامل مهمی که تأثیری منفی بر هویت مصرف‌کننده دارند اشاره شده، عناصر کلیدی تأثیرگذار در هویت فرد مورد بحث قرار گرفته و در نهایت سازوکارهایی عملی برای حمایت و جلوگیری از آسیب‌های اخلاقی حاصله پیشنهاد گردیده است.

**کلید واژه‌ها:** مصرف‌گرایی، مصرف اخلاقی، هویت فردی، هویت جمعی، شهروند ایرانی

1. \*. دانشجوی دکترای فلسفه اخلاق دانشگاه قم [Ph.morality@gmail.com](mailto:Ph.morality@gmail.com) [↑](#footnote-ref-1)