

پیامدهای مصرف‌گرایی در ایجاد نارضایتی اجتماعی و راه‌های مقابله با آن

سمیه خضریان^۱

چکیده

مصرف‌گرایی در نقطه مقابل اعتدال و میانه‌روی در مصرف قرار دارد و به طور کلی هرگونه زیاده‌روی در کمیت و اتلاف منابع را شامل می‌شود. گرایش به مصرف بیش از حد پدیده‌ای اجتماعی است که ورای پایگاه طبقاتی، موقعیت اقتصادی یا اجتماعی افراد به صورتی همه گیر نمایان گشته است و روز به روز نیز گسترش می‌یابد. این پژوهش به روش توصیفی به دنبال بررسی پیامدهای مصرف‌گرایی که منجر به نارضایتی اجتماعی می‌شود و راه‌های مقابله با آن پرداخته است. انسان از نظر روانی، آمادگی پذیرش راحت طلبی، تجمل پرستی و حتی متمایز کردن خود را از افراد دیگر را دارد تا به این وسیله بین خود و دیگر گروه‌های جامعه شکاف به وجود آورد و از این شکاف برای تثبیت وضعیت اجتماعی خود استفاده کند. از آن جا که مصرف‌گرایی، برداشت بیش از اندازه هر فرد از منابع نادر و کمیاب خانواده است، فشارهای متعددی بر خانواده وارد خواهد شد از مهمترین پیامدهای مصرف‌گرایی که منجر به نارضایتی اجتماعی خواهد شد می‌توان به نمایش ثروت و دارایی، ایجاد احساس محرومیت، گسترش فقر و فساد، شکاف طبقاتی اشاره کرد. اگر بتوانیم آگاهی و سطح فرهنگ عام را افزایش دهیم می‌توانیم بهره‌وری تولید را افزایش داده و از مصرف‌گرایی جلوگیری کنیم.

کلیدواژه: مصرف ، مصرف‌گرایی ، اسراف ، نارضایتی اجتماعی

^۱ دانش آموخته سطح ۲ حوزه علمیه الزهرا سلام الله علیها همدان. آدرس ایمیل: somayeh.kh@gmail.com

۱. مقدمه

استفاده از نعمت‌های الهی به اندازه‌ای که انسان بتواند حیات و سلامتی خود را حفظ کند و با نشاط کامل وظایف فردی و اجتماعی‌اش را انجام دهد نه تنها مطلوب بلکه واجب و لازم است. دین اسلام استفاده از نعمت‌ها را برای ایجاد گشایش و رفاه نسبی در زندگی با در نظر گرفتن حقوق دیگران و خودداری از زیاده‌روی تشویق کرده است. در دنیای جدید کالاها و اشیا از شکل سنتی خود که به عنوان ابزاری برای رفع نیازها به کار می‌رفتند خارج شده‌اند و مصرف کالا و خدمات دیگر تنها ارضای یک دسته از نیازهای زیستی نیستند بلکه کالا و مصرف به عنوان نماد و نشانه‌ای بر منزلت و شخصیت اجتماعی و ابزاری برای نشان دادن منزلت اجتماعی مورد توجه مصرف کننده قرار می‌گیرد. این فرهنگ دنیای جدید که مصرف را معیار و ملاک شخصیت و کالا را وسیله هویت بخشی در نظر گرفته، خود موجب افزایش مصرف و پدید آوردن نوعی مسابقه مصرف و مصرف‌گرایی در میان افراد جوامع شده است. نظام سرمایه‌داری غرب با توجه به تولیدات انبوهی که در پرتو پیشرفت صنعتی بدست آورده نیازمند بازار مصرف است و حیات خود را در گروی مصرف انبوه می‌بیند و سعی می‌کند با تضعیف و تخریب ارزش‌هایی نظیر قناعت، زهد، ساده زیستی، ترجیح آخرت بر دنیا، ارزش‌های مورد نظر خود را مانند دنیاطلبی، تکاثر، تفاخر، لذت طلبی، ظاهرگرایی که همگی تأمین کننده اهداف اوست نهادینه کند و از شیوه‌های مختلفی مانند تبلیغ و تشویق مصرف‌گرایی، اشاعه مد، بزرگ و موفق جلوه دادن اشراف و ثروتمندان بهره می‌گیرد.

با توجه به این که ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که پایه ریزی آن بر اساس مبانی اسلامی است و در این برهه، مصرف، تقلید اجتماعی، تبلیغات رسانه‌ای و مؤلفه‌های زندگی پست مدرن با هم گره خورده است ذائقه مصرف‌گرایی در میان جامعه افزایش پیدا کرده است و انسان‌ها ناخودآگاه درگیر برآورده کردن نیازهای کاذبی هستند که پیامدهای منفی روانی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی به همراه دارد از این رو بررسی پیامدهایی که منجر به نارضایتی اجتماعی می‌شوند و ارائه راه‌های مقابله با آن ضروری و دارای اهمیت ویژه‌ای است.

بررسی آثار موجود نشان از این دارد که پژوهش‌هایی پیرامون مصرف‌گرایی صورت گرفته است اما رویکرد پژوهش حاضر متفاوت است. برخی از این آثار عبارت‌اند از:

کتاب «الگوی مصرف در اسلام و غرب» تألیف آقای مجید نوریان به ذکر مبانی فلسفی تنظیم الگوی مصرف در اسلام و غرب و حدود و ویژگی‌های مصرف در اسلام و مصرف‌گرایی غربی و الگوی مصرف در ایران پرداخته است.

کتاب «الگوی مصرف از نگاه قرآن و حدیث» تألیف آقای محمد محمدی ری شهری، مبانی الگوی مصرف، موارد تخصیص درآمد شخصی، راه کارهای اصلاح الگوی مصرف در اموال عمومی، سیره رهبران دینی را بیان کرده است.

کتاب «بایدها و نبایدهای مصرف» به کوشش آقای حسین اسحاقی به اسراف یا اعتدال در مصرف، رفاه زدگی یا ساده‌زیستی در مصرف اشاره کرده است.

مقاله «بازدارنده‌های مصرف‌گرایی» تألیف آقایان محمد رمضانی و ابوتراب طالبی در سال ۱۳۹۶، به بررسی رابطه بازدارنده‌ها (دینداری، ارزش‌ها، سنت‌ها هویت‌ها، پایگاه اقتصادی و اجتماعی) با مصرف‌گرایی پرداخته است در واقع قصد این مقاله این است که با مطالعه بازدارنده‌ها از میزان رابطه‌ی آن با مصرف‌گرایی در سطح جامعه آگاه شود و میزان شدت هر یک از عوامل بازدارنده را در جامعه مورد سنجش قرار دهد.

مقاله‌ای با عنوان «سبک زندگی اسلامی و رابطه آن با مصرف‌گرایی» توسط خانم‌ها آذر قلی زاده و اعظم سبکتکین ریزی انجام شده است هدف این پژوهش تعیین رابطه سبک زندگی اسلامی و میزان مصرف‌گرایی خانواده‌های شهر اصفهان است. در این پژوهش ده بُعد سبک زندگی اسلامی یعنی بعد اجتماعی، عبادی، باورها، اخلاق، مالی، خانواده، سلامت، تفکر و علم امنیتی و زمان شناسی با مصرف‌گرایی بررسی شده است.

وجه امتیاز مقاله حاضر با کتب و مقالات پیشین، این است که در این مقاله سعی شده است تا پیامدهای مصرف‌گرایی که منجر به ایجاد نارضایتی اجتماعی می‌شود و راه‌های مقابله با آن مورد بررسی قرار گیرد.

۲. مفهوم شناسی

۲-۱. مصرف

مصرف از ماده صرف در لغت به معنای محل صرف (خرج) است و در اصطلاح به زمانی گفته می شود که در به کارگیری یا خرج کردن بیش از اندازه چیزی افراط یا زیاده روی به عمل آید. (فرهنگ زبان فارسی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۰۸)

مصرف که از آن به استهلاک نیز تعبیر شده، فرآیندی است که در آن ارزش استفاده چه به صورت تبدیل آن در فرآیند تولید (مصرف تولیدی) و چه به صورت استفاده ناب و ساده آن در هنگام مالکیت برای ارضای نیازها (مصرف مصرفی یا مصرف نهایی) از بین می رود. (رزاقی، ۱۳۷۴، ص ۳۵)

۲-۲. مصرف گرایی

گرایش یا عادت به مصرف بیش از نیاز یا بیهوده کالاهای اقتصادی. (فرهنگ زبان فارسی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۸۱)

از بین بردن یا مصرف کردن از طریق به کاربردن و هزینه کردن بیهوده. (اسحاقی، ۱۳۸۸، ص ۱۸۱)

مصرف گرایی به معنای مصرف نامتعارف است که نیاز فیزیکی فرد را برطرف نمی کند بلکه نیاز کاذب فرد را برطرف می کند که گاه به تقلید از دیگران، تبلیغات، وضعیت مادی و یا تغییرات ساختار جامعه ایجاد شده است. بنابراین مصرف گرایی نوعی از مصرف است که در آن تناسب مصرف با نیاز سطح درآمد و ارزش های حاکم بر روابط فردی و اجتماعی از بین رفته و خودش به ارزش تبدیل شده است. (انصاری، ۱۳۹۲، ص ۱۵۴)

۲-۳. اسراف

اسراف در لغت به معنای گزاف کاری کردن، درگذشتن از حد میانه، تلف کردن مال، ولخرجی کردن، افراط است. (معین، ۱۳۸۰، ص ۹۹)

السَّرْفُ: تَجَاوُزُ الْحَدِّ فِي كُلِّ فِعْلٍ يَفْعَلُهُ الْإِنْسَانُ وَ إِنَّ كَانَ ذَلِكَ فِي الْإِنْفَاقِ أَشْهُرُ. (راغب اصفهانی، ۱۳۷۴، ص ۴۰۷) اسراف به معنی تجاوز از حد و معیار در هر کاری است که از انسان سریزند، گرچه استعمال آن در موارد زیاده روی در انفاق مال بیشتر است.

امام علی علیه السلام می فرمایند: مَا فَوْقَ الْكَفَافِ إِسْرَافٌ (غررالحکم و دررالکلم، ح ۹۴۶۵) بالاتر از کفاف، اسراف است. یعنی هرکس موظف است از مال خود به اندازه کفاف مصرف کند. کفاف قدری از مال را گویند که برای هزینه زندگی انسان و خانواده اش در حد اعتدال کفایت کند و خرج کردن بیش از آن اسراف است.

۴-۲. نارضایتی اجتماعی

رضایت : فرهنگ فارسی معین در تعریف لغت رضایت سه گروه از واژگان شامل قبول و رضامندی، خوشحالی و خشنودی و رخصت و اجازه را به کار برده است. (معین، ۱۳۸۰، ص ۵۵۷)

اجتماع : ۱. گردآمدن تجمع، انجمن شدن، فراهم آمدن ۲. گروه فراهم آمده، دسته ای که برای هدفی مشترک گرد هم جمع شوند. (معین، ۱۳۸۰، ص ۵۳)

نارضایتی اجتماعی یا نارضایتی عمومی به وضعیتی اطلاق می شود که عدم رضایت مردم از حاکمیت به یک پدیده همه گیر تبدیل شده و گستره وسیعی از مردم را دربرمی گیرد. در واقع نارضایتی اجتماعی احساس ناخرسندی است که هر فرد از زندگی خود و از رابطه با دیگران داشته است و بر مبنای عدم تامین نیازهای اصلی و اسای انسان در عرصه های مختلف (فیزیکی، امنیت، احترام، خودشکوفایی و...) تعریف می گردد. (صادقیان و علمی، ۱۳۹۴، ص ۲۱)

۳. نگاه اسلام به مصرف

نقش مصرف در اقتصاد بسیار مهم است ولی نگاه اسلام به مصرف نگاه غایی نیست به بیان دیگر نگاه اسلام به مصرف نگاه ابزاری است زیرا در اسلام هدف نهایی از تمام فعالیت های انسان که از جمله آنها فعالیت های اقتصادی است نزدیکی به خداست. خداوند در قرآن می فرماید: «وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ» به درستی که پایان کار به سوی خداست. (نجم، ۴۲)

منظور از نزدیک شدن به خداوند کاهش فاصله زمانی و مکانی نیست، بلکه «حقیقتی است که کمال نهایی انسان محسوب می شود و آن را قرب خدا می نامیم. مرتبه ای است از وجود که در آن استعدادهای ذاتی مشخص، با سیر و حرکت اختیاری خودش به فعلیت می رسد» (مصباح یزدی، ۱۳۹۱، ص ۶۸)

۴. پیامدهای مصرف گرایی

مصرف در هر جامعه ای به فرهنگ و هنجارهای حاکم بر آن وابسته است. تغییر روش مصرف و رواج مصرف-گرایی با تبلیغات و تهاجم فرهنگی، جوامع را به مصرف گرایی می کشاند که ضامن بقای نظام سرمایه داری است. ترویج مصرف گرایی بدون توجه به زیر ساخت های تولید و امکانات موجود پیامدهای منفی برای جامعه خواهد داشت. از جمله پیامدهایی که منجر به نارضایتی افراد در جامعه می شوند عبارت اند از:

و مکتبی که داشت زندگی شخصی او ساده بود، زره می‌بافت و همان زرهی را که با دست خود بافته بود در بازار می‌فروخت و از این طریق زندگی می‌کرد. حضرت عیسی آن چنان آزاد و ساده زندگی می‌کرد که مرکب او دو پایش و ابزار او دو دستش و ماه، چراغ شب او بود. همه پیامبران الهی چنین بودند. آنها چنین زندگی می‌کردند که می‌توانستند جامعه خودشان را رهبری کنند. (مطهری، ۱۳۷۵، ص ۱۶۶)

در مرتبه‌ی پایین‌تر، علما و دانشمندان جامعه هستند که با دوری از تجمل و مصرف‌گرایی می‌توانند مسیر حرکت جامعه را به سمت ساده زیستی هدایت کنند. از بین علماء، عالمان دینی وظیفه‌ای بس دشوارتر بر عهده دارند و در صورتی می‌توانند مردم را به ساده زندگی کردن و به اندازه مصرف کردن سوق دهند که خودشان ساده زیست باشند و اعتدال در مصرف را رعایت کنند.

ساده زیستی امام خمینی رحمه الله که به حق از علمای ربانی و وارسته زمانه بود، زبانزد خاص و عام است. ایشان به روحانیون و مسئولان کشور می‌فرمود: از اهم مسائل که باید تذکر بدهم، مسئله‌ای است که به همه روحانیت و دست اندرکاران کشور مربوط می‌شود و همیشه نگران آن هستم که مبدا این مردمی که همه چیزشان را فدا کردند و به اسلام خدمت نموده و به منت گذاشتند، به واسطه اعمال ما از ما نگران شوند، زیرا آن چیزی که مردم از ما توقع داشته و دارند کیفیت زندگی اهل علم است. اگر خدای نخواست، مردم ببینند که آقایان وضع خودشان را تغییر داده‌اند، عمارت درست کرده‌اند و رفت و آمدهایشان مناسب شأن روحانیت نیست و آن چیزی را که نسبت به روحانیت در دلشان بوده، از دست بدهند، از دست دادن آن همان و از بین رفتن اسلام و جمهوری اسلامی همان.

یکی از نمونه‌های پرهیز از زیاده‌روی در مصرف در زندگی امام خمینی، می‌توان به نمونه زیر اشاره کرد:

بانو زهرا مصطفوی می‌گوید: روزی در نوفل لوشاتو به دلیل ارزانی، دو کیلو پرتقال خریدم و چون هوا خنک بود فکر کردم تا سه چهار روز پرتقال خواهیم داشت. امام با دیدن پرتقال‌ها فرمودند: این همه میوه برای چیست؟ عرض کردم پرتقال ارزان بود برای چند روز این قدر خریدم. فرمودند: دو گناه مرتکب شده‌اید یک گناه برای اینکه ما نیاز به این همه پرتقال نداشتیم و دیگر اینکه شاید امروز در نوفل لوشاتو کسانی باشند که تا به حال به دلیل گران بودن پرتقال نتوانسته‌اند آن را تهیه کنند و شاید با ارزان شدن آن می‌توانستند بخرند، در حالیکه شما این مقدار میوه را برای چند روز خریده‌اید. ببرید مقداری از آن را پس دهید. گفتم اینجا حساب‌ها که با کامپیوتر صورت می‌گیرد و برگرداندن آن مشکل است. فرمودند باید راهی برایش یافت، پس پرتقال‌ها را پوست بگیرید و آن‌ها را پرپر کرده، نگاه دارید، شب هنگام که مردم برای نماز می‌آیند، آن را به چادر بیاورید و بین‌شان توزیع کنید تا همه بخورند؛ شاید از این رهگذر خداوند از سر تقصیرات شما بگذرد.

۷-۵. اجرای عدالت

نبود عدالت اقتصادی و جلوگیری نکردن از انباشته شدن ثروت در دست عده‌ای خاص از عوامل مهم پدیده مصرف‌گرایی است. از این رو اجرای عدالت و توزیع عادلانه ثروت، زمینه گسترش آن را می‌کاهد و یا نابود می‌سازد. امیرمؤمنان، علی علیه السلام عامل اصلاح و سامان دهی امور جامعه را دادگستری می‌داند و می‌فرماید: «الرَّعِيَّةُ لَا يُصْلِحُهَا إِلَّا الْعَدْلُ» توده‌های مردم را جز عدالت، اصلاح نمی‌کند (غرر الحکم و دررالکلم، ص ۳۴)

۵-۸. نفی الگوپذیری از مصرف‌بیگانگان

یکی از اصول تأکید شده در آموزه‌های دینی پرهیز از الگو قرار دادن بیگانگان و به ویژه دشمنان جامعه اسلامی در زمینه مصرف عمومی است. الگوپذیری از بیگانگان در نوع و مقدار کالاهای مصرفی، از جنبه‌های گوناگون به جامعه اسلامی زیان می‌رساند. از جنبه اقتصادی، این کار بیشتر سبب ترویج مصرف کالاهای خارجی و بی‌توجهی به تولید ملی و کالاهای داخلی می‌شود که مقرون بر خارج ساختن سرمایه از کشور، به تولید و اقتصاد ملی ضربه می‌زند. از جنبه اجتماعی و فرهنگی نیز نوعی تبلیغ عملی و ترویج فرهنگ بیگانه و تهدیدی برای اصالت‌های فرهنگی و حتی دینی در جامعه به شمار می‌رود. به یقین، الگوپذیری در مصرف، ناخواسته، الگوپذیری در اخلاق و رفتار را در پی خواهد داشت، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله با اشاره به این نکته می‌فرماید: «لَا يَشْبَهُ الزَّيُّ بِالزَّيِّ حَتَّى يَشْبَهُ الْخُلُقُ بِالْخُلُقِ وَ مَنْ شَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ» (کنز العمال، ج ۴، ص ۲۸۷). شکل‌ها به یکدیگر همانند نمی‌شود، جز آنکه خلق و خواها به هم نزدیک گردد و هر کس خود را شبیه گروهی سازد، از آنان به شمار می‌رود.

روشن است که انسان در زندگی، نیازمندی‌های گوناگونی دارد. برخی نیازمندی‌ها اساسی و ضروری است و برخی در درجه بعدی قرار می‌گیرد. برخی هزینه‌ها نیز تنها برای تأمین یا افزایش رفاه و آسایش زندگی است و تلاش برای برآوردن این نیازهای غیر ضروری، ما را به بیگانگان وابسته می‌کند که از نظر دینی چنین کاری نکوهش شده است.

نتیجه گیری

پدیده مصرف گرایی و رابطه آن با افزایش انتظارات افراد باعث بالا رفتن تعداد کالاها و ارزش های مصرفی در سبد خانوارها و یا افراد شده است و هزینه تحمیلی بر دوش افراد جامعه زیاد می شود به این ترتیب افراد که تحت تاثیر سبک مصرفی موجود و نمایش داده شده در رسانه ها قرار دارند و از طرفی توانایی لازم را ندارند، فشار زیادی را متحمل می شوند که به برهم خوردن تعادل روان آنها منجر می شود. مصرف گرایی در ساختار اجتماعی ریشه دارد و پیامدهای آن عبارت اند از تبدیل ارزش به ضد ارزش نمایش ثروت و دارایی ها ایجاد احساس محرومیت گسترش فقر و فساد و شکاف طبقاتی که این پیامدها باعث افزایش تمایز اجتماعی و در نتیجه نارضایتی اجتماعی می شوند. اگر ارزش های والای معنوی در سطح جامعه کم رنگ شود و دنیاطلبی و رسیدن به رفاه و لذات مادی به صورت یک ارزش درآید و چشم و هم چشمی ها برای بلا بردن سطح کمی و کیفی افزایش یابد ، روند مصرف گرایی و رفاه زدگی در جامعه تشدید می شود و عدالت اقتصادی و اجتماعی را تحت الشعاع قرار می دهد. بنابراین باید برای رفع این پدیده اجتماعی اقداماتی صورت گیرد. از جمله راه های مقابله با مصرف گرایی رعایت تعادل در مصرف، مدیریت مصرف در خانواده، برنامه ریزی برای الگوی مصرف، تقویت باورهای دینی نظارت همگانی، معرفی الگوی مناسب در جامعه، اجرای عدالت، نفی الگوپذیری از مصرف بیگانگان.

منابع

*قرآن کریم

*نهج البلاغه

۱. اسحاقی، حسین. (۱۳۸۸)، بایدها و نبایدهای مصرف، قم: انتشارات دفتر عقل
۲. انصاری، عبدالله. (۱۳۹۲)، اسلام و مصرف گرایی نوین، بی جا، پژوهشگاه فرهنگ و هنر و اتباطات
۳. رئیسی، حسین. (۱۳۹۱)، رسانه و نقش خانواده در تولید ملی حمایت از کار و سرمایه ایرانی، قم: مرکز پژوهش های اسلامی
۴. رزاقی، ابراهیم. (۱۳۷۴)، الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، بی جا، شرکت چاپخش سهامی خاص
۵. رشیدی، مهدی. (۱۳۸۴)، افزون طلبی و راه های تعدیل ثروت در اسلام، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما
۶. صدری افشار، غلامحسین، (۱۳۹۰)، فرهنگ زبان فارسی، بی جا، فرهنگ معاصر.
۷. محمدی ری شهری، محمد. (۱۳۸۸)، الگوی مصرف از نگاه قرآن و حدیث، قم، موسسه علمی فرهنگ دارالحدیث
۸. مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۹۱)، جامعه و تاریخ از دیدگاه قرآن، چاپ هفتم، تهران، شرکت چاپ و نشر بین الملل
۹. مطهری، مرتضی، (۱۳۷۵)، حق باطل بضمیمه احیای تفکر اسلامی، چاپ شانزدهم، تهران، انتشارات صدرا
۱۰. معین، محمد، (۱۳۸۰)، فرهنگ فارسی معین، چاپ دوم، تهران ، چاپخانه صالحان
۱۱. نوریان، مجید. (۱۳۸۳)، الگوی مصرف در اسلام و غرب، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

منابع عربی

۱. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، (۱۳۸۸)، غررالحکم و دررالکلم، قم، دارالحدیث
۲. حرعاملی، محمد بن حسن، (۱۳۷۰)، وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه، قم، موسسه آل بیت
۳. دیلمی، ابی محمد حسن بن محمد، (۱۴۱۳ ه ق)، ارشادالقلوب، بیروت، موسسه الاعلمی المطبوعات
۴. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، (۱۳۷۴)، مفردات الفاظ القرآن، دمشق، دارالقلم
۵. متقی هندی، (۱۳۷۲)، کنز العمال فی سنن الاقوال الافعال، بیروت، انتشارات الرساله

بیانات

حسینی خامنه ای، سیدعلی، برگرفته از بیانات در دیدار اعضای بسیج هیات علمی دانشگاه ها ۸۹/۴/۲

مقالات

۱. رمضانی آرانی، مجید. محمدیان ساروی، محسن (۱۳۹۸)، شناسایی و اولویت بندی عوامل اقتصادی موثر بر نارضایتی های اجتماعی
۲. سهراب زاده، مهران. زمانی، سیمین ، مصرف و مصرف گرایی و پیامدهای آن
۳. صادقیان، خدیجه. علمی، محمود، (۱۳۹۲)، بررسی رابطه اجتماعی با مسوولیت اجتماعی دبیران دبیرستان های عجب شیر
۴. طالبی، ابوتراب. رمضانی، محمد، (۱۳۹۶) ، بازدارنده های مصرف گرایی
۵. قلی زاده، آذر. سبکتکین ریزی، اعظم، (۱۳۹۴) ، سبک زندگی اسلامی و رابطه آن با مصرف گرایی