

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین آگاهی به جنگ نرم، هویت فرهنگی و سبک زندگی مبتنی بر مصرف کالای فرهنگی

محل انتشار:

فصلنامه روانشناسی نظامی، دوره 7، شماره 26 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

حمید رضا حاتمی - دانشگاه جامع امام حسین (ع)

محمد حاتمی - دانشگاه خوارزمی

محمد باقر حبی - دانشگاه جامع امام حسین (ع)

هادی پرهون - دانشگاه خوارزمی

خلاصه مقاله:

مقدمه: جنگ نرم یک جنگ بدون خونریزی و مبتنی بر راهکارهای اجتماعی و فرهنگی است، در فرآیند آن قدرت های مهاجم از مرعوب سازی و ایجاد بحران های فرهنگی و اجتماعی بهره گیری می کنند، تا با یک شوک ذلت بار قدرت و فرهنگ خود را به جامعه هدف غالب کنند. پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین آگاهی به جنگ نرم، هویت فرهنگی و سبک زندگی مبتنی بر مصرف کالای فرهنگی در شهروندان تهرانی انجام گرفت. روش: در یک پژوهش توصیفی-پیمایشی، با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای از بین کلیه افراد بالای 18 سال ساکن شهر تهران 300 نفر انتخاب شدند. اطلاعات به وسیله پرسش نامه های آگاهی به تهدیدات جنگ نرم، هویت فرهنگی و سبک زندگی مبتنی بر مصرف کالای فرهنگی، جمع آوری گردید. داده ها با استفاده از آزمون آماری همبستگی پیرسون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج: نتایج پژوهش حاکی از آن بود که بین سبک زندگی افراد با آگاهی از جنگ نرم رابطه معنا داری وجود دارد ($P < 0/05$). افزون بر این بین دو متغیر هویت فرهنگی و آگاهی از جنگ نرم رابطه معنا داری وجود دارد ($P < 0/01$). همچنین بین سبک زندگی مبتنی بر مصرف کالاهای فرهنگی با هویت فرهنگی رابطه معنا داری وجود ندارد. بحث: مهمترین تهدید فرهنگی برای خانواده های ایرانی را در مفهوم سبک زندگی باید جستجو کرد، از این رو باید در قالب های فرهنگی سبک زندگی متناسب با شرایط امروز ایران و مبتنی بر ارزشهای ایرانی- اسلامی در نهادهای ذیربط چارچوب مند شده و تبلیغ گردد.

کلمات کلیدی:

آگاهی به جنگ نرم، هویت فرهنگی، سبک زندگی مبتنی بر کالاهای فرهنگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/934946>

