

بررسی نقش فرهنگ سازی دبیران بر اصلاح الگوی مصرف

(مطالعه موردی: دبیران واحدهای آموزشی منطقه ۱ آموزش و پرورش تهران)

محمد باقر نوبخت

عضو هیئت علمی مدعو دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

nobakht@csr.ir

توران تقدیمی

دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد

علوم و تحقیقات tooran1@yahoo.com (مسئول مکاتبات)

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: هدف کلی این تحقیق، بررسی رابطه دبیران واحدهای آموزشی بر اصلاح الگوی مصرف است. در این راستا به نقش دبیر و آموزش و پرورش به عنوان اولین متولی آموزش و به عنوان عامل اثرگذار بر القاء فرهنگ بهینه مصرف در منابع قابل دسترس واحدهای آموزشی خواهیم پرداخت و نوع رابطه همبستگی مصرف بهینه و آموزش ها را بررسی خواهیم کرد.

روش پژوهش: جمع آوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای و میدانی، ابزار مورد استفاده (پرسشنامه و مصاحبه) در تحقیق، روش‌شناسی تحقیق از نوع توصیفی و استنباطی است و از نرم افزار SPSS جهت تجزیه تحلیل اطلاعات استفاده خواهد شد. حجم جامعه آماری تحقیق دبیران و مدیران واحدهای آموزشی راهنمایی منطقه ۱ تهران می‌باشد. برای پیدا کردن ضریب همبستگی از فرمول اسپیرمن استفاده شده است.

یافته‌ها: مدیران آموزش‌های مستقیم را موثر ارزیابی می‌کنند و دبیران تأثیرش را کمتر می‌دانند. تفاوت معنی‌دار است؛ معلمان و مدیران اثر آموزش‌های غیرمستقیم را همانند هم ارزیابی می‌کنند؛ توزیع فراوانی سنجش تفاوت آموزش‌های مستقیم به تفکیک میزان تحصیلات تفاوت معنی‌داری با هم ندارند و توزیع فراوانی سنجش تفاوت آموزش‌های مستقیم به تفکیک سابقه کاری (تجربه) تفاوت معناداری هست.

نتیجه‌گیری: برای الگوی مصرف، با رعایت معیارها می‌توان مصرف دانش‌آموزان مدارس را اصلاح کرد زیرا در ارتباط با خانواده و جامعه هستند در نتیجه با رعایت معیارهای زیر به اصلاح الگوی مصرف در سطح کل جامعه تأثیر گذار خواهد بود و به اعتدال و میانه‌روی نزدیک شد.

آموزش‌های غیرمستقیم نسبت به آموزش‌های مستقیم اثربخش‌تر هستند بنابراین با قاطعیت می‌توان گفت آموزش از طریق فرهنگ‌سازی به عبارت دیگر آموزش‌های فرهنگی و آموزش غیرمستقیم مهم‌تر و غنی‌ترین منبع در آموزش محسوب می‌شود.

واژگان کلیدی: فرهنگ‌سازی، الگوی مصرف، اصلاح الگوی مصرف، صرفه‌جویی

مقدمه

غیرمستقیم با اصلاح الگوی مصرف) چرا که وقتی دانش‌آموزان آموزش لازم را ببینند به خانواده‌ها منتقل کرده و خانواده‌ها به جامعه و نهایتاً کل جامعه تحت تأثیر قرار خواهد گرفت. همچنین فرهنگ‌سازی دبیران به‌عنوان متغیر مستقل قرار است روی الگوی مصرفی دانش‌آموزان تأثیر بگذارد و در تبدیل شیوه‌های مصرف به تناسب نیاز دانش‌آموزان در مدرسه و مطابق و متناسب با استانداردهای منابع در دسترس مدرسه باشد، همچنین می‌بایست روی باورهای دانش‌آموزان کار کند و گرایش آنها را از مصرف بی‌رویه به سوی مصرف بهینه تغییر دهد که در نهایت به‌عنوان هنجار مثبت نمود خواهد داشت. بنابراین مسئله اصلی این است که دبیران واحدهای آموزشی چه نقشی در اصلاح الگوی مصرف دارند؟ آنچه در اینجا مهم است فرهنگ‌سازی دبیران است یعنی دبیران چگونه می‌توانند با استفاده از جنبه‌ها و رویکردهای آموزش فرهنگی خواه مستقیم و خواه غیرمستقیم به حل این مسئله کمک کنند تا در مصرف، صرفه‌جویی داشته و به الگوی بهینه مصرف دست یافت.

مبانی نظری تحقیق

رهبر معظم انقلاب در پیام نوروزی خود به مناسبت آغاز سال ۱۳۸۸ با توجه به اهمیت اساسی مصرف مدبرانه و عاقلانه منابع کشور، سال ۱۳۸۸ را سال اصلاح الگوی مصرف اعلام کردند. (نقیبی منفرد ۱۳۸۹، ۴۲۷). مصرف واژه‌ای عربی و از آن در زبان فارسی به هزینه کردن و خرج کردن تعبیر می‌شود و اصلاح الگوی مصرف یا به عبارتی دیگر بهینه کردن مصرف و جهت دادن مصرف در راستای یک سری از الگوها، نظام‌های معنایی و جهان‌بینی‌های دینی، سیاسی، اقتصادی، فردی، فرهنگی و اجتماعی است که این نگرش‌ها و جهان‌بینی‌ها سمت و سوی الگوی مصرف را تعیین می‌کنند و تاکنون نظریات و مطالعات

مصرف چیزی است که باید تحت کنترل قرار گیرد چون منابعی که خداوند در اختیار بشر قرار داده محدود می‌باشد و از آنجائی که میزان مصرف جامعه ما، در ابعاد مختلف فراتر از استانداردهای جهانی است (کاظمی ۱۳۸۲، ۳۲) در حالی که با توجه به امکانات موجود و با مدیریت و فرهنگ‌سازی مناسب می‌تواند این میزان مصرف تا حد قابل توجهی کاهش یافته و به استانداردها و معیارهای جهانی الگوی مصرف نزدیک شود. تداوم وضعیت موجود به حدی نابسامان است که نه‌تنها از دید اقشار دانشگاهی و مسئولین بلکه آحاد مردم این روند پنهان‌نمانده و به یک بحران و پدیده حاد اجتماعی تبدیل شده است بطوریکه مسئولین جمهوری اسلامی به ویژه مقام معظم رهبری بارها در رهنمودهای خود بر اصلاح وضع موجود تأکید داشته و حتی در سال‌های گذشته سالی را به‌عنوان اصلاح الگوی مصرف اعلام کرده‌اند. از طرف دیگر یکی از معضلات و موانع تحقق اهداف برنامه‌های پنج‌ساله و به تبع آن سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور وضعیت نامطلوب الگوی مصرف موجود و اتلاف و هدر رفت منابع انرژی در کشور ما می‌باشد. لذا به نظر می‌رسد که یکی از مهم‌ترین اقدامات موثر برای بهبود وضعیت فعلی در جهت اصلاح الگوی مصرف و استفاده بهینه و بجا از منابع انرژی، می‌تواند انجام کار فرهنگی و فرهنگ‌سازی منطقی برای آحاد جامعه به ویژه نسل جوان و فرزندان این جامعه باشد محقق بر این باور است که جامعه آماری دبیران و به طور کلی در جامعه مدارس، مصرف به صورت بهینه نبوده و الگوی صحیح مصرف وجود ندارد بنابراین می‌بایست به این مسئله از طریق بررسی نقش دبیران در فرهنگ‌سازی دانش‌آموزان پرداخت بنابراین مسئله اساسی نقش فرهنگ‌سازی دبیران در اصلاح الگوی مصرف است (به عبارت دیگر رابطه روش‌های آموزشی مستقیم و یا

مصرف، افزایش مطلوبیت است). بیژن بید آباد: (سال ۱۳۸۹) (رفتار اقتصادی باید درست شود تا به سمت یوتیلیتاریانسیسم نرویم). *سمانه قلی پور*: (سال ۱۳۸۹) (موثرترین روش تغییر در نگرش مصرفی، آموزش از سنین کودکی و از طریق نظام آموزشی است). محسن صادقی: (سال ۱۳۸۸) (مصرف‌کننده نیاز به ابزار حقوقی دارد یعنی قانون مناسب و جامع با حقوق بنیادین). *سعادت‌مند*: (سال ۱۳۸۸) (دبیران باید به وضعیت جهانی آگاه باشند و همچنین یادگیری در مصرف بهینه نقش اساسی دارد). *چارچوب نظری با رویکرد جامعه‌شناختی*: (سال ۱۳۸۸) (الگوی مصرف از رفتارهای اجتماعی جامعه است چون عمومیت دارد، پایدار است و در قالب‌های ثابت مشاهده می‌شود). رفتار پایدار نتیجه فرهنگ جامعه است و معتقدند تعریف فرهنگ این چنین است: غیرمادی، ساخته بشر، دارای عمومیت و تغییرات آن زمان بر است.

مطالعات تجربی

انگن: (حدود یک قرن قبل) (با افزایش مصرف کل، درصد مخارج مربوط به اغذیه کاهش می‌یابد). *شومپیتر* (سال ۲۰۰۹) (در اقتصاد سرمایه‌داری، هدف نهایی از مصرف، افزایش مطلوبیت است). *میلتون فریدمن*: سال (۱۹۵۷) (مصرف تابع درآمد دائمی است) *آدام اسمیت*: (سال ۱۷۷۶) (حاکمیت مصرف‌کننده را مطرح می‌کنند). *جان مینارد کینز*: (۱۹۳۶) (تقسیم مناسب بین درآمد، مصرف و پس انداز). *دوزنبری*: (سال ۱۹۴۰) (توجه مستقیم به نقش فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه در مصرف). *کوزنتز*: (سال ۱۹۴۶) (متوسط میل به مصرف طی دوره‌های طولانی ثابت است پس بایستی رابطه متناسبی بین درآمد و مصرف وجود داشته باشد). *دیدگاه خرد و کلان* (سال ۱۹۴۶) *دیدگاه خرد* (تقاضای کالا تابعی از قیمت و درآمد است) و *کلان* (مانند دیدگاه کینز در آن

متفاوتی چه در خارج از کشور و چه در داخل در این باره به شرح ذیل در سه گروه مطالعاتی ارائه شده است:

(۱) مطالعات نظری (۲) مطالعات تجربی (۳) مطالعات موردی

مطالعات نظری

اسلام (مصرف تحت تأثیر اعتدال است) و بزرگان دین (مانند امام علی (ع) چقدر زیبا و بجاست که انسان از مصرف بی‌رویه بپرهیزد)، بزرگان ادب (کلیات سعدی: به نان خشک قناعت کنیم و جامه دلق)، ویلفرد پاره تو: (سال ۱۹۲۳-۱۸۴۸) (در سطح مطلوبیت فردی نمی‌توان بهبود ایجاد کرد مگر آن که فرد دیگری در مقابل متحمل کاهش در سطح مطلوبیت مصرف خود شود). *فرانسیس اجورث*: (۱۸۴۵-۱۹۲۶) (در حالت اشتغال کامل وضعیت رفاهی فرد بالاتر نمی‌رود مگر اینکه در مقابل فرد دیگری متضرر شود). *مودیگانی*: (سال ۱۹۴۰) (رعایت اعتدال در مصرف). *کرت لوین*: (سال ۱۹۵۰) (تغییر مستلزم سه فعالیت خروج از انجماد، تغییر یا حرکت و انجماد مجدد است و اهرم‌های ایجاد سکوی سوزان، تصویری مطلوب را ایجاد می‌کنند از آینده، ارتباط و...). *دیدگاه پست‌مدرن‌ها*: سال (۱۹۲۹) نیاز مصرفی انسان را رسانه‌ها و تبلیغات ایجاد می‌کنند. *نظریه سبک زندگی*: (سال ۱۳۸۳) (افراد کالاهای خاصی می‌خرند تا سبک زندگی‌شان را نشان دهند که متأثر از فضای پست‌مدرن در جوامع غرب است). *دیدگاه تمایز اجتماعی و مصرف تظاهری*: (سال ۲۰۰۴) (الگوی مصرف متأثر از تلاشی است که افراد برای ایجاد تمایز اجتماعی می‌کنند). *دیدگاه اخلاق سرمایه‌داری ماکس وبر* (سال ۲۰۱۰) مصرف تابعی از دین است. *نظریات جامعه‌شناسی* (سال ۱۸۷۶) (به طبقه اجتماعی افراد توجه می‌کند). سرمایه‌داری: (سال ۲۰۱۱) (هدف نهایی

می‌باشد که هر فردی در هر جامعه‌ای با یکی از این ۳ بخش یا همه بخش‌ها رو به رو می‌باشد که با توجه به نیاز هر فردی، بشر در زندگی روزانه خود به یکی از این بخش‌ها می‌پردازد؛ اما بخشی که در این متن بیشتر مد نظر می‌باشد، بخش مصرف است که تمام افراد یک جامعه بی‌شک برای ادامه حیات خود به این بخش نیاز اساسی دارند. چوپانی رستمی (سال ۱۳۸۸) (از جریان‌های متعدد توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی صد ساله اخیر ایران؛ جمعیت کشور در پدیده‌های مهمی چون تولید ملی، مصرف ملی، تجارت کشور و سرمایه‌گذاری تحولات ساختاری چشمگیری تجربه کرده است). غلامی (سال ۱۳۸۸) (مصرف‌گرایی در بین کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه عمدتاً بعد از جنگ جهانی رواج پیدا کرد. دولت‌ها و صاحبان صنایع ابتدا در کشورهای صنعتی و سپس در کشورهای در حال توسعه، انسان را به‌عنوان یک ماشین مصرف‌کننده مد نظر قرار دادند تا از این رهگذر به اهداف اقتصادی خود که همانا افزایش مداوم سود است، نائل شوند. غافل از اینکه این موضوع به‌عنوان پدیده‌ای جهانی گریبان گیر تمامی جوامع خواهد گشت؛ اما وجود اختلافات قابل توجه میان الگوی مصرف در ایران با استانداردهای تعریف شده جهانی حاکی از آن است که اصلاح الگوی مصرف در جامعه ایرانی از جمله مهم‌ترین نیازهای کنونی است). نصر اصفهانی (سال ۱۳۸۸) (صرفه‌جویی به مفهوم مصرف چیزی به شکل درست و مناسب آن است. این مساله برای ایجاد تعادل میان درآمد و هزینه بسیار مهم و اساسی است). گروه قرآن پژوهی (سال ۱۳۸۹) (صرفه‌جویی در ارتباط با مصرف چیزی است که دارای مالکیت می‌باشد و انسان در قبال آن کار و یا هزینه‌ای پرداخته). اورک شیرانی (سال ۱۳۸۸) (مصرف‌گرایی پس از انقلاب صنعتی رونق چشمگیری پیدا کرد؛ و ریشه در ساختار اجتماعی دارد و نمی‌توان

در آمد عامل اصلی تعیین کننده مخارج مصرفی می‌باشد و یا مانند دیدگاه دوزنبری نظریه درآمد نسبی را مطرح کرد یعنی درآمد نسبی عامل اساسی تعیین مخارج مصرفی افراد است).

مطالعات موردی

موسایی (سال ۱۳۸۸) (الگوی مصرف از رفتارهای پایدار جامعه است)، طباطبایی (سال ۱۹۷۳) (اراده انسان خود یکی از عوامل رفتار انسان‌هاست)، ابراهیمی (سال ۱۳۸۸) (دستیابی به الگوی صحیح مصرف زمانی ممکن است که ملاک‌های اقتصاد سالم شناخته شود)، اسماعیلی (سال ۱۳۸۸) (ذکر مبانی عقلی دینی در باره اصلاح مصرف)، منصوری (سال ۱۳۸۸) (مدل خطی اصلاح مصرف: مرحله اصلاح الگوی فکر، اصلاح الگوی رفتار، اصلاح الگوی عمل)، نوری خیابوی (سال ۱۳۸۸) (پیشنهاد ۱۲ مورد در خصوص اصلاح مصرف از جمله تهیه بروشورهای تبلیغاتی مصرف با تاکید بر آموزه‌های دینی و باورهای ملی)، تاجور (سال ۱۳۸۸) (مخارج مصرفی در درآمد ملی دارای سهم بزرگی است)، گروه پژوهشی اقتصاد مرکز تحقیقات استراتژیک (سال ۱۳۸۸) (توسعه ارتباطات و آی تی)، مرادی الشتر (سال ۱۳۸۸) (تاجران بعد از اشباع بازارهای داخلی، برای فروش کالاها به سوی کشورهای خارجی روی آوردند)، آتش پور (سال ۱۳۸۲) (عوامل فرهنگی تأثیراتی عمیق بر رفتار مصرف‌کننده می‌گذارد)، میلانی (سال ۱۳۸۸) (توزیع مصرف و تابع درآمد)، چوپانی رستمی (سال ۱۳۸۸) (علم اقتصاد، توزیع و مصرف و تولید)، عاشوری (سال ۱۳۸۸) (مصرف ضروری مقداری است که برای ادامه زندگی انسانی واجب است)، طالب تاش (سال ۱۳۸۸) (انسان درباره چگونگی بهره‌برداری از نعمت‌ها اجازه ندارد). توانایان فرد (سال ۱۳۷۹) (علم اقتصاد همواره با ۳ بخش اساسی تولید، توزیع و مصرف روبرو

توانمندی‌های جامعه در هر مقطع زمانی، با محدودیت‌هایی مواجه هستند و از سوی دیگر، میزان نیاز، به سبب رشد جمعیت همواره در حال افزایش است. از این رو، چنین وضعیتی لزوماً افزایش تولید را می‌طلبد که در صورت عدم تحقق آن، تولید ناچیز کالاها و خدمات بین جمعیتی زیاد تقسیم می‌گردد و این نتیجه‌ای جز افزایش فقر و محرومیت به دنبال ندارد)

با مرور پیشینه تحقیق در می‌یابیم که اقدامات، کارکردها و سیاست‌گذاری‌هایی به صورت عملی صورت گرفته است که در انتقال آموزه‌های مربوط به اصلاح الگوی مصرف موثر است.

در بین مطالب ارائه شده در مبانی نظری به نظر محقق دیدگاه چارچوب نظری با رویکردی جامعه‌شناختی جامع تراست و محقق دیدگاه این گروه را به عنوان مبانی نظری پذیرفته و پایه و مدل و مبانی نظری مطالعه تحقیقی خود قرار داده است که به شرح ذیل می‌باشد و پس از آن نظریات جامعه‌شناسی ذکر شده است.

چارچوب نظری با رویکردی جامعه‌شناختی

در اینجا رویکرد به الگوی مصرف برخلاف تئوری‌های مصرف که در مبانی نظری مورد اشاره قرار گرفت رویکردی جامعه‌شناختی به الگوی مصرف است. علت اتخاذ این روش، از دید تئوریک اشکالاتی است که رویکرد اقتصادی صرف برای تبیین و پیش‌بینی دارد چرا که در آن‌ها به ریشه‌های مصرف و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن بی‌توجهی شده و از دید کاربردی نیز این است که اعمال تغییر در الگوی مصرف، با سیاست‌گذاری صرف اقتصادی، موفقیت این‌گونه سیاست‌ها را با مشکل مواجه کرده است. برای روشن شدن این رویکرد، ذیلاً به صورت مختصر به بررسی و طرح ابعاد جدید این رویکرد می‌پردازیم:

صرفاً یکی از نهادهای اجتماعی نظیر خانواده، سیاست، اقتصاد و یا فرهنگ را مسئول چنین وضعیتی تلقی کرد. از جمله عوارض این پدیده می‌توان به تحدید منابع، آلودگی‌های محیط‌زیست و فاصله‌ی اجتماعی و تشدید رفتارهای غلط فردی و اجتماعی چون «اسراف» اشاره کرد). ابطحی (سال ۱۳۸۶) (مصرف‌گرایی نوین در اثر گسترش سرمایه‌داری برای اولین بار در کشورهای غربی به وجود آمد و سپس به جوامع دیگر بسط پیدا کرد. سرمایه‌داری دارای یک هدف اصلی به نام سود سازی است و برای رسیدن به هدف تولید بیشتر، فروش بالاتر، سرمایه‌گذاری بیشتر و چرخش این پروسه است). رزاقی (سال ۱۳۷۴) و سعادت‌مند (سال ۱۳۸۸) (به تدریج با رشد آموزش و پرورش عمدتاً به شکل غربی و بی‌انطباق با فرهنگ و امکانات مادی و معنوی داخلی در کشور، دانش‌آموختگان داخلی بسیاری که تحت تأثیر آموزش و فرهنگ وارداتی پرورش یافتند به گروه‌های اجتماعی رواج دهنده الگوی مصرف برون‌زا اضافه شدند). ملک محمدی: (سال ۱۳۸۱) مصرف از مؤلفه‌های اساسی زندگی بشر است و جدا کردن حیات از مصرف، کاری ناشدنی به حساب می‌آید). «آدام اسمیت» مصرف را تنها غایت و مقصد انواع تولید می‌داند و بر این باور است که سود تولید کننده باید تنها تا آن درجه ملحوظ و مطمح نظر باشد که برای تشویق مصرف کننده، ضروری شمرده می‌شود). صادقی (سال ۱۳۸۹) (در هیچ جامعه‌ای فراوانی مطلق وجود ندارد و عوامل تولید با محدودیت و کم‌یابی نسبی مواجه می‌باشند. الگوی مصرف حاکم بر جامعه می‌تواند به تخصیص بهینه منابع و نحوه به‌کارگیری عوامل تولید کمک کند، به گونه‌ای که در برگیرنده نیازهای ضروری و اساسی باشد و با اولویت‌بندی و تشخیص میزان اهمیت هر یک، زمینه لازم را برای استفاده منطقی از امکانات فراهم آورد. بنابراین، با توجه به این که از یک سو، امکانات و

تغییر کند در نتیجه اگر پذیرفتیم که الگوی مصرف یک رفتار اجتماعی است در آن صورت باید بپذیریم که تغییر اصولی آن، نیازمند «تغییر در فرهنگ» است و نمی‌توان صرفاً با متغیرها و تعیین‌کننده‌های اقتصادی به تغییر الگوی مصرف از وضع موجود» به وضع مطلوب» پرداخت. در واقع برای تغییر الگوی مصرف لازم است علاوه بر تغییر در متغیرهای اقتصادی موثر بر الگوی مصرف، به تغییر فرهنگ مصرفی نیز پرداخت. زیرا ایجاد رفتار پایدار جدید در حوزه مصرف (تغییر الگوی مصرف) بدون ایجاد فرهنگ ممکن نیست و برای ایجاد این تغییر پایدار، صرفاً ایجاد تغییر در تعیین‌کننده‌های اقتصادی کافی نیست. (موسایی ۱۳۸۸، ۳۵۹)

نظریات جامعه‌شناسی

آنچه در این نظریه در رابطه با مصرف حائز اهمیت می‌باشد توجه به طبقه اجتماعی افراد است. در این دیدگاه افراد جامعه در طبقات مختلف اقتصادی - اجتماعی قرار دارند. افرادی که در یک طبقه زندگی می‌کنند ویژگی‌های مشترک زیادی با یکدیگر دارند این ویژگی‌ها اگر چه اغلب، ویژگی‌های مشترک اقتصادی است اما می‌توان به دیگر ویژگی‌ها، مانند شباهت‌های فرهنگی و اجتماعی نیز اشاره داشت. «بورديو» جامعه‌شناس فرانسوی، مصرف را در ارتباط مستقیم با طبقه اجتماعی و مقولاتی مانند درآمد، اعتبار اجتماعی، نوع شغل و آموزش، میزان مصرف و نظایر آن تعریف می‌کند بر این اساس افرادی که در طبقات مختلف جامعه هستند با توجه به طبقه‌ای که در آن زندگی می‌کنند (طبقه پایین، متوسط، بالا) اقدام به خرید کالاهای خاصی می‌کنند بنابراین، سرمایه اجتماعی و منزلت خود در جامعه را با توجه به نوع کیفیت مصرف خود تعیین خواهند نمود. پس می‌توان با توجه به آرای بورديو گفت: طبقات بالای اجتماعی که سرمایه

ویژگی‌های همه رفتارهای اجتماعی که از «عمومیت» بالایی برخوردار هستند «دایمی»، «پایداری» و «استمرار» آنهاست.

بر این اساس می‌توان رفتارهای انسانی را به دو دسته تقسیم کرد:

رفتارهای پایدار؛

رفتارهای غیر پایدار.

رفتارهای پایدار انسانی، رفتارهایی هستند که تکرار می‌شوند و از قالب‌های نسبتاً ثابتی برخوردار هستند. گاهی این رفتارها جنبه فردی دارند و گاهی این رفتارها در میان جمع بیشتری رواج دارند و اگر از یک عمومیت بالایی برخوردار باشند یک «رفتار اجتماعی» محسوب می‌گردد.

الگوی مصرف در یک جامعه از جمله رفتارهای اجتماعی یک جامعه است، چرا که تمام ویژگی‌های فوق‌الذکر را دارد. هم می‌توان به «عمومیت» آن اشاره کرد و هم پایدار هستند و به تبع آن نوعی «تکرار» در آن دیده می‌شود و در قالب‌های نسبتاً ثابت» قابل مشاهده هستند.

رفتارهای پایدار، نتیجه فرهنگ جامعه است در واقع اگر فرهنگ را، محیط و بستری غیرمادی که به‌وسیله بشر در یک مدت طولانی ساخته شده و به‌وسیله اکثریت جامعه مورد پذیرش قرار می‌گیرد بدانیم در آن صورت ویژگی فرهنگ عبارت است از:

۱) غیرمادی است

۲) ساخته بشر است

۳) عمومیت دارد

۴) تغییرات آن زمان‌بر است

از ویژگی‌های بالا نتایج زیر حاصل می‌شود:

تغییر فرهنگ به کندی صورت می‌گیرد.

کندی سرعت تغییر فرهنگ، آن را به عامل محدود کننده سرعت تغییرات در سایر حوزه‌ها تبدیل می‌کند برای تغییر رفتارهای اجتماعی، باید فرهنگ جامعه

جامعه آماری ما عبارت است از کلیه دبیران و مدیران زن مدارس راهنمایی دخترانه در منطقه ۱ تهران که طبق آمار به دست آمده حجم این جامعه آماری ۲۱۵ نفر که ۲۱ نفر مدیر و ۱۹۴ نفر دبیر می‌باشند.

در این پژوهش از ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده کرده که حاوی ۲۱ سؤال پنج گزینه‌ای است که سؤالات مطابق دیدگاه نظریه پردازان داخل و خارج کشور و همچنین از دیدگاه اسلام است. در مورد روش گردآوری اطلاعات، ضمن اخذ مجوز کتبی از سازمان آموزش و پرورش در مدارس حاضر شده و اهداف مورد نظر را توضیح داده و به توزیع پرسشنامه مبادرت شده است. تکمیل پرسشنامه‌ها ۲ ماه به طول کشید.

در این پژوهش جهت رسیدن به روایی محتوایی نظر اساتید محترم راهنما اخذ و با کارشناسان و خبرگان مصاحبه صورت گرفت و ۲۱ سؤال که نزدیکی مفهومی با موضوع قابل سنجش را داشت انتخاب گردید. برای بررسی اعتبار پایایی و همسانی درونی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده که مقدار آلفای کرونباخ برای آموزش‌های مستقیم (۱۰ سؤال) ۰/۷۰ و برای آموزش‌های غیر مستقیم (۱۱ سؤال) ۰/۷۲ بود که نشانگر اعتبار پرسشنامه می‌باشد.

در مورد کارآمدی و اثر بخش بودن ۲۱ آیتم آموزشی و فرهنگی (که تقسیم شده به روش‌های آموزشی مستقیم و غیرمستقیم) و نرمال بودن پرسشنامه از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج حاکی از نرمال بودن توزیع نمرات تمامی متغیرهای مورد بررسی بود و نتیجه حاصل توزیع نرمال را نشان می‌دهد بطوریکه ارزیابی توزیع مستقیم و غیر مستقیم تصویر زنگوله را نشان می‌دهد.

اجتماعی بالاتری دارند، نوع خاصی از کالاها را استفاده می‌کنند و طبقات پایین، کالاهایی را مصرف می‌کنند که معرف سرمایه و منزلت اجتماعی پایین‌تری هستند این قبیل نظریات، نظریاتی موسوم به نظریات مارکسیستی هستند. (آقاجانی و دیگران ۱۳۸۸، ۱۵۹)

فرضیه اول

همبستگی مستقیمی بین روش مستقیم آموزش‌های فرهنگی با اصلاح الگوی مصرف دانش‌آموزان وجود دارد.

فرضیه دوم

همبستگی مستقیمی بین روش غیرمستقیم فرهنگسازی دبیران با اصلاح الگوی مصرف دانش‌آموزان وجود دارد.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت کیفی، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش آماری، توصیفی است و با توجه به اینکه نوع روش تحقیق توصیفی است لذا از روش آماری توصیفی به ویژه شاخص‌های مرکزی مانند میانگین و همچنین از شاخص‌های پراکندگی مانند انحراف معیار، واریانس و موارد مشابه استفاده می‌شود و برای نشان دادن و توصیف همبستگی از نرم‌افزار spss در تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده می‌شود و انواع روابط ممکن است میان دو یا چند متغیر موجود باشد که در این تحقیق رابطه از نوع همبستگی می‌باشد همچنین برای نشان دادن رابطه همبستگی و محاسبه ضریب همبستگی از فرمول اسپیرمن استفاده شده است. از آنجائی که داده‌های مربوط به جامعه آماری مورد نظر به صورت رتبه‌بندی (ordinal) بوده و با مقیاس رتبه‌ای (ordinal scale) رتبه‌بندی شده، از مقیاس ترتیبی استفاده شده است.

جدول ۱: نتایج بررسی‌های محققان درباره مصرف

سؤال ردیف	محقق	یافته‌ها
۱	سمانه قلی پور	آموزش از سنین کودکی، راه تغییر نگرش افراد است
۲ و ۳	زهره سعادت‌مند و دیگران	اساس آموزش و پرورش موفق، آگاهی معلمان نسبت به اوضاع جامعه است
۴	گروه تحقیقاتی قرآن پژوهشی	مطالعات نشانگر این است که توازن کافی میان آب مصرفی و آب مورد نیاز وجود ندارد
۶، ۷ و ۸	یورداکو (محقق هندی)	معلمان و والدین در انتخاب غذای میان وعده دانش‌آموزان از اولویت بالایی برخوردارند
۸	بیژن بیدآبادی	مصرف کننده بخشی از مطلوبیت خود را به دلیل تباه شدن منابع از دست می‌دهد
۹، ۱۰	محسن صادقی	حمایت از حقوق مصرف‌کننده با اعطای حقوق بنیادینی چون حق دسترسی به اطلاعات در اصلاح الگوی مصرف نقش مستقیم و غیرمستقیم داشته باشد.
۱۱، ۱۲، ۱۳	انگل	با افزایش مصرف کل، درصد مخارج مربوط به اغذیه کاهش می‌یابد
۱۴	آدام اسمیت	برای تحقق حاکمیت مصرف‌کننده در بازار شرایطی را به شرح ذیل مطرح می‌کند: (۱) اطلاع دقیق از خواست مصرف‌کننده (۲) بیان خواسته‌ها (۳) تأثیر خواست مصرف‌کننده بر تولید (۴) آزادی تمام (عدم دخالت دولت در امور اقتصادی)
۱۵	جان میناردکینز	درآمد عامل اصلی تعیین کننده مخارج مصرفی است
۱۶	فرانسیس اجورث	در تعادل عمومی بین رضایتمندی افراد، در وضعیت بهینه نمی‌توان در سطح مطلوبیت فردی بهبود ایجاد کرد مگر آن که فرد دیگری در مقابل، متحمل کاهش در سطح مطلوبیت خود شود.
۱۷	اندو- مودیگیلانی	دوران حیات افراد را به سه دوران نوجوانی، میان‌سال و پیری یا به عبارت دیگر، دوره قبل از سن اشتغال، حین اشتغال و بازنشستگی، تقسیم می‌کند
۱۸	تئوری دوزنبری	به طور مستقیم توجه به نقش فرهنگ و ارزش‌ها و هنجارهای شکل‌گرفته جامعه دارد.
۱۹، ۲۰، ۲۱	اسلام	مصرف تحت تأثیر اعتدال است

در پژوهش حاضر داده‌های به‌دست آمده از پرسشنامه‌ها وارد رایانه شده و با استفاده از نرم‌افزار SPSS در سطح توصیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در سطح توصیفی با استفاده از شاخص‌های فراوانی (فراوانی، درصد فراوانی، درصد تراکمی و...)، شاخص‌های گرایش مرکزی، پراکندگی داده‌ها توصیف شده‌اند و جهت بررسی رابطه بین متغیرها و بررسی فرضیه‌ها از آزمون t (مستقل معناداری و تأثیر مثبت متغیر) استفاده شده است زیرا در بررسی انجام شده نمرات، متغیرهای مورد بررسی از توزیع نرمال برخوردار بوده‌اند. در این تحقیق دو متغیر سنجیده می‌شود بنابراین از آزمون تی تست مستقل استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

توزیع فراوانی پاسخگویان به سؤالات: درصد توزیع فراوانی بیشتر مربوط به پاسخ تا حدودی و زیاد است.

توزیع فراوانی سنجش تفاوت آموزش‌های مستقیم به تفکیک میزان تحصیلات دبیران و مدیران: تفاوت معناداری با هم ندارند.

توزیع فراوانی سنجش تفاوت آموزش‌های مستقیم به تفکیک سابقه کاری و تجربه تفاوت معناداری هست.

جهت سنجش همبستگی از فرمول اسپیرمن استفاده شد:

نتیجه این همبستگی این است که بین آموزش‌های مستقیم و غیر مستقیم همبستگی معنی‌دار، مثبت و مستقیم است. $r = 0/546$

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اینکه وضعیت مصرف در جامعه ما اعم از مصرف فردی و اجتماعی بهنجار نیست و نیازمند اصلاح الگوی مصرف هستیم و با توجه به رو به کاهش بودن منابع طبیعی، رشد جمعیت، نیاز انسان‌ها و از طرفی لزوم برگزیدن الگو در تمام ابعاد زندگی از جمله مصرف، لذا بایستی ملاکی را برای مصرف صحیح در زندگی در نظر گرفت.

بنا بر آنچه دریافت شد و همچنین با بحث و بررسی در این نوشتار به این نتیجه رسیدیم و دریافتیم که:

برای الگوی مصرف، با رعایت ۲۴۲ معیار می‌توان مصرف دانش‌آموزان مدارس را اصلاح کرد زیرا در ارتباط با خانواده و جامعه هستند در نتیجه با رعایت معیارهای زیر به اصلاح الگوی مصرف در سطح کل جامعه تأثیرگذار خواهد بود و به اعتدال و میانه‌روی نزدیک شد. برخی از آن ملاک‌ها و معیارها عبارت‌اند از:

مدیران آموزش‌های مستقیم را موثر ارزیابی می‌کنند و دبیران تأثیر آن را کمتر می‌دانند بنابراین تفاوت معنی‌دار است.

Sig = 0/008 df = 213 t = -2/697

جدول ۲: نتایج آزمون t برای آموزش‌های مستقیم

گروه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
دبیران	۱۹۴	۰/۷۷۶/۳	۴۹۸۲۹/۰
مدیران	۲۱	۳۷۹۹/۳	۳۷۱۶۷/۰

نتایج حاصل از آزمون تی تست نشان می‌دهد که معلمان و مدیران اثر آموزش‌های غیرمستقیم را همانند هم ارزیابی می‌کنند.

Sig = 0/22 df = 213 t = 1/22

جدول ۳: نتایج آزمون t برای آموزش‌های غیر مستقیم

گروه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
دبیران	۱۹۴	۳۱/۳	۵/۰
مدیران	۲۱	۴۵/۳	۳۸/۰

ترتیب و رتبه به‌دست آمده از ۲۱ سؤال نشان می‌دهد سؤال ۱۵ با کسب میانگین ۸۲۰/۳ حائز رتبه اول است.

توزیع فراوانی برحسب درصد پاسخگویان: دبیران ۲/۹۰ و مدیران ۸/۹

توزیع فراوانی برحسب میزان تحصیلات: کارشناس ارشد = ۱۵ نفر

توزیع فراوانی برحسب تجربه کاری و سابقه: ۹/۸۱ درصد پاسخگویان سابقه بالای ۱۵ سال دارند

توزیع فراوانی برحسب سن: ۲/۶۵ درصد مربوط به سن ۳۵ تا ۴۰ سال است.

تربیت اجتماعی از جمله مقوله‌هایی است که از نظر در آمیختگی با نهادهای آموزش و پرورش یک جامعه، آن چنان وحدت و یکپارچگی دارد که تفکیک و جدایی آن از دیگر مجامع و نهادهای تربیتی امری غیرمنطقی و محال به نظر می‌رسد.

به همین دلیل هدف من این بود که در وهله اول تأثیر نقش آموزش را بر اصلاح الگوی مصرف بررسی کنم و سپس نقش آموزش به روش مستقیم و روش غیرمستقیم و اثرات آن را در اصلاح بهینه مصرف در مدارس راهنمایی دخترانه در منطقه ۱ آموزش و پرورش تهران بررسی کنم. نتیجه توزیع پرسشنامه حاوی سؤالات آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم این است: در نگاهی دقیق و عمیق می‌توان دریافت که یادگیری فرایندی است که به صورت هدفمند و از طریق آموزش‌های مستقیم مانند ارائه مطالب در کتب درسی، مراسم صبح گاهی و یا برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای دانش‌آموزان بسیار موثر و مفید است و همچنین بین ارزیابی آموزش‌های غیرمستقیم و مستقیم رابطه همبستگی مستقیم و مثبت وجود دارد. یعنی اینکه هر پاسخگویی که آموزش غیرمستقیم را موثر ارزیابی کرده آموزش مستقیم را نیز موثر ارزیابی کرده است؛ و رابطه همبستگی بین آنها از نوع مستقیم است.

نتیجه‌گیری نسبت به دو فرضیه

فرضیه اول این است که به نظر می‌رسد همبستگی مستقیمی بین روش غیرمستقیم فرهنگ‌سازی دبیران با اصلاح الگوی مصرف دانش‌آموزان وجود داشته است. نتیجه محاسبه فوق این است که دبیران و مدیران اثر آموزش‌های غیرمستقیم را همانند هم ارزیابی می‌کنند.

فرضیه دوم این است که به نظر می‌رسد همبستگی مستقیمی بین روش مستقیم آموزش‌های فرهنگی با اصلاح الگوی مصرف دانش‌آموزان وجود داشته است.

۱) رعایت اعتدال و میانه‌روی در زندگی شاخص ارزش‌های دینی و توجه به ویژگی جوامع برتر در حوزه عقاید و رفتار؛

۲) دوری از الگوهای نادرست رفتاری و کرداری؛

۳) از آنجا که معلمان در فرهنگ‌سازی اصلاح الگوی مصرف در جامعه و مدارس نقش ممتازی دارند، شناخت معلمان از الگوی صحیح مصرف و راه‌های انتقال الگوها بسیار راهگشا خواهد بود؛

۴) مطالعه و بازنگری نقش مدیریت منابع انسانی، مدیریت زمان، مدیریت فرهنگی و اجتماعی، مدیریت منابع جغرافیایی و اقتصادی؛

۵) شناخت نقاط ضعف در زمینه فرهنگی و تقویت این نقاط و بهره‌جستن از نقاط قوت فرهنگی جامعه؛

۶) هماهنگی بیشتر بین دستگاه‌ها و نهادها؛

۷) توسعه فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر به‌عنوان ساز و کاری در جهت اصلاح الگوی مصرف؛

۸) ارائه تعاریف و مصادیق اصلاح الگوی مصرف در سطح کلاس و مدرسه؛

۹) ارائه تجارب موفق در ارتقای بهره‌وری و مدیریت بهینه منابع مختلف انسانی و اقتصادی در داخل و خارج از کشور، با تاکید بر اصلاح الگوی مصرف و تشویق و ترغیب افراد و سازمان‌ها جهت گام نهادن در راستای بهره‌وری؛

۱۰) ارائه تجهیزات مناسب و استفاده از فناوری‌های مدرن که خود عامل کاهش مصرف در زمینه‌های مختلف به ویژه انرژی است.

یکی از کارکردهای عمومی آموزش و پرورش، تربیت کردن (آموزش دادن) کودکان و نوجوانان است. بدین معنی که در هر جامعه‌ای کوشش می‌شود از طریق تعلیم و تربیت، ارزش‌ها، هنجارها، نگرش‌ها، انتظارات و الگوهای فرهنگی به نسل آینده منتقل گردد.

جدول ۴: راهکارهای پیشنهادی محقق برای اصلاح الگوی مصرف

ردیف	فرضیه	ارزیابی و نتایج مبتنی به فرضیه‌های تحقیق	پیشنهادات
۱	بین آموزش‌های مستقیم با اصلاح الگوی مصرف همبستگی وجود دارد	همبستگی مثبت، مستقیم و معنی‌دار است	درخواست از دفتر برنامه‌ریزی درسی سازمان آموزش و پرورش جهت تغییر، بهبود محتوای دروس و تقویت موضوع در این زمینه در کتب عربی، حرفه و فن، علوم، ورزش، فعالیتهای پرورشی (بدلیل ماهیت دروس و تاثیرگذاری)
			استفاده از امکانات و تکنولوژی روز مثلا بهره گیری از نرم افزارپاور پوینت و یا نشان دادن اسلاید در خصوص مصرف
			اجرای سیاست تشویقی - تنبیهی
			تذکر موضوع بصورت جدی
			تاکید موضوع مبنی بر اینکه نظررهربر و مسئولین است
			برنامه‌ریزی با خانواده دانش آموز در جهت همسوئی موضوع درخانه و مدرسه
			ذکر موضوع در برنامه صبحگاهی
			در صورت عدم رعایت درج مورد انضباطی
			استفاده از جلوه‌های بصری در سلف سرویس و سرویس بهداشتی
			طراحی دیوار مدرسه
۲	بین آموزش‌های غیرمستقیم با اصلاح الگوی مصرف همبستگی وجود دارد	همبستگی مثبت، مستقیم و معنی‌دار است	فرهنگ‌سازی با توجه به اختلاف قومیت‌ها و فرهنگها
			تقویت باورها و ارزشها
			تشویق دانش‌آموزان که در بین خانواده پلیس این موضوع باشند و عکس العمل نشان دهند
			نمایش فیلم، تئاتر
			تجهیز کتابخانه مدرسه به امکانات نرم افزاری و سخت افزاری نظیرتئیه کتاب، جزوه، بروشور، لوح فشرده، درج
			استفاده از جلوه‌های بصری نظیر نصب تابلوهای نمایشی
			تاکید بر حس مسئولیت و تعهد دانش‌آموزان
			گنجاندن مطالبی در برنامه صبحگاهی
			استفاده از جلوه‌های بصری در سلف سرویس و سرویس بهداشتی
			طراحی دیوار مدرسه

پیشنهادات	ارزیابی و نتایج مبتنی به فرضیه‌های تحقیق	فرضیه	ردیف
احادیث مرتبط از ائمه			
برگزاری مسابقه مقاله نویسی، همایش، کنفرانس و نشست پرسش و پاسخ			
مشتاق بودن دبیران جهت آموزش			
برگزاری نمایشگاه و جشنواره‌های هنری و کارهای دستی در مدرسه مبنی بر موضوع			
دبیران به رفتارهای خود عنایت داشته باشند (بلحاظ پوشش لباس، رفتارها و کردارها)			

نتیجه محاسبه فوق این است که دبیران و مدیران اثر آموزش‌های مستقیم را همانند هم ارزیابی نمی‌کنند یعنی اینکه در ارزیابی آموزش مستقیم بین دبیران و مدیران تفاوت معنی‌داری پیدا شده است. مدیران آموزش‌های مستقیم را موثرتر ارزیابی کردند و دبیران تأثیر آن را کمتر دانستند.

ارائه راهکارها و پیشنهادها

این مقاله به دنبال بررسی رابطه نقش آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم با اصلاح الگوی مصرف دانش‌آموزان در مقطع راهنمایی می‌باشد و بررسی‌ها نشان داد که موارد زیر بسیاری از مشکلات مصرف غیر بهینه را بهبود می‌بخشد.

بر اساس نتایج به دست آمده اگر آموزش مستقیم و غیرمستقیم بهینه مصرف کردن در محیط‌های آموزشی وزارت آموزش و پرورش رویکرد اجرایی داشته باشد افراد در مدارس در کار خود بهتر انجام وظیفه می‌کنند و راندمان کار بالا می‌رود و جامعه هم به اهداف از پیش تعیین شده نزدیک تر خواهد شد.

پیشنهادها

(۱) ایجاد شرایط تحصیل هم با همت خود دبیران هم همکاری مدرسه و سازمان آموزش و پرورش؛

(۲) تدریس موارد مختلف آموزشی به دانشجویان تربیت معلم در دانشگاه‌ها؛

(۳) تجدیدنظر در برنامه‌های آموزشی دبیران تا به درجه‌ای از کمال دست یابند تا بتوانند اندیشه و خیال خود را نسبت به محیط آموزشی بسط و گسترش دهند؛

(۴) امکان استقرار واحد الگوی مصرف جهت نظارت

(۵) تغییر و تحول روش‌های آموزشی دبیران در جهت نزدیک سازی با دانش‌آموزان برای برقراری ارتباط آموزشی موثرتر؛

(۶) برنامه‌ریزی شغلی دبیران در جهت افزایش مدیریت دانش خود در ارتباط با موضوع.

منابع و مآخذ

(۱) ابراهیمی، ا. و دیگران، (۱۳۸۸). ۳۰ نکته در اصلاح الگوی مصرف از دیدگاه قرآن و تحلیل محتوای بیانات و دیدگاه مقام معظم، مجموعه مقالات همایش ملی حرکت ملی فرهنگی اصلاح الگوی مصرف، اسلامشهر.

(۲) ابطحی، ح. (۱۳۸۶). مدیریت منابع انسانی، موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت تهران.

(۳) اسماعیلی، ر. و دیگران، نگاهی نو به اصلاح الگوی مصرف و راهکارهای گروه پژوهشی زیر

- نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌های آزاد اسلامی، اصفهان.
- ۴) اورک شیرانی، ر.، (۱۳۸۹). آسیب شناسی مصرف‌گرایی در الگوهای موجود، فرهنگ الگوی مصرف و الگوسازی - مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای اندیشه‌های امام (ره) دانشگاه آزاد/اسلامی، اسلامشهر
- ۵) تاجور، آ. و دیگران. (۱۳۸۹). نقش زن ایرانی در اصلاح الگوی مصرف و ارائه راهکار، مجموعه مقالات همایش ملی حرکت ملی فرهنگی اصلاح الگوی مصرف، اسلامشهر.
- ۶) توانایان فرد، ح. (۱۳۷۹). صرفه‌جویی (پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و توانگری اقتصادی)، انتشارات مولف، تهران.
- ۷) چوپانی رستمی، م. و دیگران. (۱۳۸۸). مفهوم-شناسی شعار حکیمانه اصلاح الگوی مصرف مقام معظم رهبری در جامعه اسلامی (بانگاه موردی به جمهوری اسلامی ایران)، مجموعه مقالات همایش ملی اصلاح الگوی مصرف از نگاه قرآن و سنت، تهران.
- ۸) سعادت‌مند، ز. و سلطان‌دوست، ن. سهرابی رنایی، م. (۱۳۸۸). نقش معلمان در اصلاح الگوی مصرف، مجموعه مقالات همایش ملی حرکت ملی فرهنگی اصلاح الگوی مصرف، اسلامشهر.
- ۹) شومپتر، جوزف آ. (۱۳۷۵). تاریخ تحلیل اقتصادی، ترجمه فریدون فاطمی، چاپ اول، نشر مرکز، تهران.
- ۱۰) عاشوری، مهدی و دیگران. (۱۳۸۹). بررسی الگوی مصرف از منظر ارزش‌های دینی و اخلاقی قرآن کریم و ارائه راهکارهایی برای فرهنگ‌سازی آن بر اساس نظام ارزشی دین مبین اسلام، مجموعه مقالات همایش ملی حرکت ملی فرهنگی اصلاح الگوی مصرف دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان.
- ۱۱) غلامی، ر. و دیگران (۱۳۸۸). نوع‌شناسی راهکارهای اصلاح الگوی مصرف، مجموعه مقالات همایش ملی حرکت ملی فرهنگی اصلاح الگوی مصرف، اسلامشهر.
- ۱۲) صادقی، م. (۱۳۸۹). نقش قوانین حمایت از حقوق مصرف‌کننده در اصلاح الگوی مصرف: با نگاهی تحلیلی به حقوق ایران، مجموعه مقالات همایش اصلاح الگوی مصرف، تهران.
- ۱۳) صادقی، ح. (۱۳۷۵). سیزده اندیشمند و اقتصاددان مسلمان، مباحثی در اقتصاد خرد، نگرش اسلامی، تهران موسسه تحقیقات اقتصادی دانشگاه تربیت مدرس، مجموعه مقالات همایش ملی حرکت ملی فرهنگی اصلاح الگوی مصرف، اسلامشهر.
- ۱۴) طالب تاش، ع. (۱۳۸۸). الگوی مصرف در آموزه‌های قرآن، مجموعه مقالات همایش ملی حرکت ملی فرهنگی اصلاح الگوی مصرف، اسلامشهر.
- ۱۵) طباطبایی، م. علامه. (۱۹۷۳). المیزان فی التفسیر القران، چاپ اول، بیروت مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.
- ۱۶) عبدا... میلانی، م. (۱۳۸۸). بررسی توزیع درآمد و الگوی مصرف، مجموعه مقالات همایش اصلاح الگوی مصرف مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران.
- ۱۷) گروه پژوهشی اقتصاد. (۱۳۸۸). مجله اقتصادی مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- ۱۸) مرادی الشتر، ح. و دیگران. (۱۳۸۸). نگاهی نو به اصلاح الگوی مصرف و راهکارها. گروه پژوهشی زیر نظر نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌های آزاد اسلامی، اصفهان.

- ۱۹) منصوری، علی. (۱۳۸۸). الگوهای دینی و مصرف- زدگی در جامعه ایران، مجموعه مقالات همایش ملی اصلاح الگوی مصرف از نگاه قرآن سنت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران.
- ۲۰) موسایی، م. (۱۳۸۸). ریشه‌های فرهنگی الگوی مصرف با تأکید بر ارزش‌های دینی، مجموعه مقالات همایش اصلاح الگوی مصرف، تهران.
- ۲۱) ملک‌محمدی، ح. (۱۳۸۱). بر لبه پرتگاه مصرف- گرایی، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، تهران.
- ۲۲) نقیبی منفرد، ح. (۱۳۸۹). نقش حکمرانی مطلوب در اصلاح الگوی مصرف، مجموعه مقالات همایش اصلاح الگوی مصرف، تهران.
- ۲۳) نوری خیاوی، ل. (۱۳۸۸). نقش رسانه‌ها و دولت در تغییر الگوی مصرف، مجموعه مقالات همایش ملی حرکت ملی فرهنگی اصلاح الگوی مصرف، اسلامشهر.

- 24) Kuznets, s.(1946). National income a summary of findings (new national bureau of economic research (Simon Kuznets) 0154 pages.
- 25) Milton, f.(1957). Dornbusch, r. and fishchers, 1985 & Robert, e. hall, 1987.
- 26) Milton, f. (1957). A theory of the consumption function Princeton, n. j. Princeton university press.