



مہر نوش باستانی
کارشناس الہیات و فقہ و حقوق اسلامی
مہدی رئوف
کارشناس ارشد مدیریت

عکاس: طیبہ رحیمی

بنیانِ حافلی فکر کے آموزش و پرورش

اشاره

به نظر می‌رسد که الگوی مصرف به یکی از دغدغه‌های جامعه و مسئولان کشور تبدیل شده است. آنچه در این میان کمتر مورد توجه قرار گرفته بنیان‌های فکری این پدیده است که در این مقاله بدان پرداخته شده از سویی نیز ارتباط این پدیده با نظام آموزش و پرورش فوق‌العاده حائز اهمیت است. لذا این دو پدیده را در ارتباط با یکدیگر در مقاله‌ی حاضر بررسی کرده‌ایم.

کلیدواژه‌ها: مصرف، بهره‌وری و رفتارسازی در مصرف

براساس چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق سال ۱۴۰۴ هجری شمسی، کشورمان باید کشوری توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه باشد. از این‌رو ضروری است، ویژگی‌های این چشم‌انداز مورد توجه قرار گیرند و سپس احصا شوند. مقام معظم رهبری، بسترسازی‌های لازم برای نیل به آن را هر سال در پیام‌های نوروزی و در طول سال به ملت بزرگ ایران در قالب موضوع‌هایی هم‌چون انضباط مالی - انضباط اقتصادی، نوآوری و شکوفایی، وحدت ملی - انسجام اسلامی، اصلاح الگوی مصرف بیان داشته‌اند. هم‌چنین، در کنار فرمایش رهبر معظم انقلاب اسلامی، می‌توان با درس‌گیری از شرایط حاکم بر اقتصاد جهانی در چند سال اخیر و بالاخص در ماه‌های گذشته، مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری و توجه ویژه به موضوع اصلاح الگوی مصرف برای کشور عزیزمان را شکل داد.

به صراحت می‌توان عنوان کرد که پس از جنگ تحمیلی و گرایش کشور به بازسازی و افزایش رفاه نسبی اجتماعی در مصرف کالاها، شاهد بی‌ضابطه‌گی در کشور، اعم از بخش دولتی و خصوصی بوده‌ایم و هر یک از مسئولان بخش‌های گوناگون، موضوع اصلاح الگوی مصرف توسط شهروندان را، در مقوله‌هایی هم‌چون مصرف بالای نان و ضایعات مربوطه، مصرف بی‌رویه‌ی آب، مصرف بی‌حد انرژی (آب، برق، گاز، سوخت و...)، بالا بودن مصرف کاغذ و... اعلام داشته‌اند. پیام نوروزی رهبر معظم انقلاب اسلامی این موضوع را از حالت توجه عمومی به تکلیف شرعی مبدل کرده است تا هم مسئولان کشور در قوای سه‌گانه، و هم شخصیت‌های اجتماعی و آحاد مردم، در تدوین برنامه‌های مدون، همراهی و همکاری کنند.

ضرورت داشتن تعریف جامع و در عین حال روان و قابل اجرا، با در نظر گرفتن اقبال همه‌ی آحاد ملت احساس می‌شود که در آن، زیرساخت‌ها، آداب، عادات و فرهنگ، در قالب الگویی قابل قبول و مطلوب پیشنهاد شود.

از طرف دیگر، «اسراف» نیز عبارت است از: بیهوده خرج کردن مال، زیاده‌روی در خورد و خوراک، حیف و میل کردن مواد غذایی، هدر دادن منابع کمیاب، زیاده‌روی در انواع امورات و... که حاکی از خارج شدن از حد اعتدال است. بنابراین، اندازه‌نگه داشتن در مخارج نسبت به درآمد براساس ضرورت‌ها، و پس‌انداز لازم از مازاد مصرف، می‌تواند افراد را در مقابل اسراف محافظت کند. به عبارت دیگر، چنان‌چه تغییری در شیوه‌ی زندگی در کره‌ی خاکی ایجاد نشود، نسل‌های آینده که به غذا، سرپناه و بهداشت مناسب نیاز دارند، به این امور دست نمی‌یابند و در این زمینه، عواملی نظیر رشد جمعیت و مصرف‌گرایی، تهدیدی عمده برای نسل‌های آینده تلقی خواهند شد. مواردی هم‌چون خرید کالای بسیار گران به جای خرید کالای با قیمت پایین‌تر و با کیفیت مشابه، نظیر خرید خودروهای خارجی با انواع برندها، مثالی از اسراف تلقی می‌شود.

«تبذیر» نیز حکایت از ریخت و پاش دارد. برای مثال، تهیه و تدارک غذای مهمانی بیش از تعداد مهمان، ابراز همدردی در مجالس ترحیم با چند صد شاخه گل به جای چند شاخه و... همگی دلالت بر تبذیر دارند. فردی که در رفتارهای اجتماعی خود اسراف می‌کند، در حالی که می‌تواند در حد و ظرفیت خود به خود، بخورد و بپوشد، مازاد بر نیاز او بلااستفاده می‌ماند، از مصادیق اسراف است.

شهید مرتضی مطهری: نیز در این زمینه گفته‌اند: «از آن جهت که مواد خام اولیه، قبل از انجام کار، به همه‌ی افراد تعلق داشته است، نمی‌توان ادعا کرد که پس از انجام کار تعلق آن به دیگران سلب می‌شود. اما بدون شک کاری که شخصی روی آن انجام داده، سبب می‌شود که او نسبت به دیگران اولویت داشته باشد. اثر این اولویت این است که حق دارد استفاده مشروع از آن ببرد؛ یعنی استفاده‌ای که با هدف‌های طبیعت و فطرت هماهنگی دارد. چون در عین حال این مال به جامعه تعلق دارد. از این‌رو اسراف و تبذیر و هرگونه استفاده‌ی نامشروع از مال ممنوع است. پس به فرض محال، اگر شخصی می‌توانست محصولی را بدون دخالت طبیعت به وجود آورد، باز هم حق تبذیر و اسراف آن را نداشت».

مصادیق مصرف و اسراف از منظر قرآن کریم

در فرهنگ و آموزه‌های دینی، تأکید فراوانی بر صرفه‌جویی و استفاده از نعمت الهی شده است. خارج شدن از حد اعتدال که در تعریف واژگان اسراف به آن پرداخته شد، موضوعی است که به کرات در قرآن کریم به آن اشاره شده است؛ از جمله در آیات ۱۲۷ سوره‌ی طه، ۶۷ سوره‌ی فرقان، ۳۱ سوره‌ی اعراف، ۲۸ و ۴۳

شبکه‌ی مفهومی اصلاح الگوی مصرف

در فرهنگ لغت فارسی، «مصرف» به معنی خرج کردن است. لیکن تعابیر گوناگونی را می‌توان بر آن مترتب دانست. جامعه‌شناسان، اقتصاددانان، مهندسان بخش‌های تولیدی - صنعتی، مدیران بخش‌های گوناگون و... هر یک مصرف و جلوگیری از اسراف را براساس نگاه‌های درون‌بخشی خود مورد توجه قرار می‌دهند. لذا

سوره‌ی المؤمن (غافر)، ۱۵۱ سوره‌ی شعرا، ۱۴۱ سوره‌ی انعام، ۸۳ سوره‌ی یونس، ۹ سوره‌ی انبیا. این آیات حاوی نمونه‌هایی از اشارات مستقیم این کتاب آسمانی به مسرفان است. ترجمه‌ی آیات مذکور به شرح زیر است:

سوره‌ی طه آیه‌ی ۱۲۷: «این چنین اسراف‌کاران و کسانی را که به آیات پروردگارشان ایمان نمی‌آورند، جزا می‌دهیم. هر آینه عذاب آخرت سخت و پایدارتر است.»

سوره‌ی فرقان آیه‌ی ۶۷: «و آنان که چون هزینه می‌کنند، اسراف نمی‌کنند و خست نمی‌ورزند، بلکه میان این دو، راه اعتدال را می‌گیرند.»

سوره‌ی اعراف آیه‌ی ۳۱: «بخورید و بیاشامید، ولی اسراف نکنید که خدا اسراف‌کاران را دوست نمی‌دارد.»

سوره‌ی المؤمن (غافر) آیه‌ی ۲۸: «هر آینه خدا هیچ گزافکار دروغ‌گویی را هدایت نمی‌کند.»

سوره‌ی المؤمن (غافر) آیه‌ی ۴۳: «بی‌شک آن‌چه شما مرا به آن دعوت می‌کنید، یارای آتش نیست که در دنیا و آخرت کسی را به سوی خود خواند. حال آن‌که بازگشت ما به سوی خدای یکتاست و گزافکاران در جهنم باشند.»

سوره‌ی شعرا آیه‌ی ۱۵۱: «فرمان اسرافکاران را نپذیرید.»

سوره‌ی انعام آیه‌ی ۱۴۱: «و اوست که باغ‌هایی آفرید نیازمند به داربست و بی‌نیاز از داربست و درخت خرما و کشتزار با طعم‌های گوناگون و زیتون و انار، همانند در عین ناهمانند. چون ثمره آوردند، از آن‌ها بخورید و در روز درو حق آن را نیز بپردازید و اسراف نکنید که خدا اسراف‌کاران را دوست ندارد.»

سوره‌ی یونس آیه‌ی ۸۳: «از بیم آزار فرعون و مهتران قوم، جز گروهی از آن‌ها به موسی ایمان نیاوردند، و فرعون در زمین برتری جست و او از گزاف‌کاران بود.»

سوره‌ی انبیاء آیه‌ی ۹: «سپس هر وعده‌ای که با ایشان نهادیم برآوردیم، و آن‌ها و هر کس را که خواستیم رهانیدیم و گزافکاران را هلاک کردیم.»

از این آیات کریم به درستی می‌توان دریافت که اسراف و تبذیر تا چه حد نامطلوب و نامناسب است و نشان می‌دهد که پرهیز از اسراف، احترام و تعظیم به نعمت‌های پروردگار است.

مصادیق مصرف و اسراف در بیانات امامان (ع)

براساس تعالیم علوی، انسان در مصرف محدود است. حتی در مصرف شخصی اموال خویش باید به جامعه و نیازهای آن توجه داشته باشد و بداند که مصرف افزون از حد، در حقیقت اسراف در حق اجتماع است، نه اسراف در مال شخصی. بی‌تردید، انسان مالک کالاهایی است که به طور مشروع به دست می‌آورد و مصرف آن‌ها به میزان دل‌خواه جایز است، ولی مصرف اضافی به حقوق جامعه

زیان می‌رساند. بنابراین، انسان دین‌باور باید به نیازهای جامعه توجه داشته باشد، به آلودگی‌های زیست محیطی بنگرد، در محدودیت منابع دقت کند، وضعیت کلی جامعه و تولید هر کالا را بسنجد، و نیازهای بخش‌های اجتماعی را در نظر بگیرد.

در «نهج‌البلاغه» احادیث فراوانی در خصوص مصرف و اسراف آمده است. در این‌جا به چهار حدیث در این زمینه اشاره می‌شود:

حدیث ۲/۶۸۹۹: «هر چه از میانه‌روی زیادتر باشد، اسراف است.»

حدیث ۲/۵۱۸۸: «اسراف را رها کن. نه از گشاده‌دستی اسراف‌گر ستایش می‌شود و نه به بینوایی او دل‌سوزی.»

حدیث ۲/۸۹۰: «ولخرجی، نشانه‌ی تهیدستی است.»

حدیث ۲/۹۰۵۷: «کسی که به ولخرجی افتخار می‌کند، با ورشکستگی و تهیدستی تحقیر خواهد شد.»

در روایات موجود از ائمه‌ی اطهار، امامان و معصومین نیز، بارها بر ضرورت پرهیز و دوری جستن از اسراف تأکید شده است. پاره‌ای از این روایات به قرار زیرند:

رسول اکرم (ص): «شکم‌بارگی، اسباب نافرمانی خداوند است. کم‌خوری از پاکدامنی است و پرخوری از اسراف.»

حضرت علی (ع): «از پرخوری (مصادیق اسراف) پرهیزید که سبب قساوت قلب، تبلی در به جا آوردن نماز و تباهی بدن می‌شود.»

حضرت علی (ع): «هیچ‌گاه قناعت پیش نیاید، جز آن‌که حرص و طمع از میان برود.»

حضرت علی (ع): «شانه‌ی اسراف‌کننده سه چیز است: به مقداری که حق ندارد بخورد، می‌خورد. به مقداری که حق ندارد بیوشد، می‌پوشد. به مقداری که حق ندارد بخرد، می‌خرد.»

حضرت علی (ع): «آن‌که به حد میانه بسنند می‌کند، هرگز هلاک نگردد.» هم‌چنین آن حضرت می‌فرماید: «آن‌که حد میانه را به خوبی رعایت نکند، زیاده‌روی تباهاش می‌سازد.»

امام سجاد (ع): «پرده‌ای بین من و اسراف حایل کن و با در پیش گرفتن انفاق و میانه‌روی، به زندگی من قوام بخش و راه‌های صحیح مصرف و اندازه‌گیری در معیشت را به من تعلیم فرما و به لطف خود مرا از ارتکاب تبذیر بر کنار دار.»

امام جعفر صادق (ع): «می‌فرمایند رسول خدا بر عایشه وارد شد. پاره نانی بر زمین دید و نزدیک بود آن را زیر پا بگیرد. آن را برگرفت و تناول نمود و سپس به عایشه فرمود: نعمت‌های الهی را تعظیم و تکریم کن، زیرا این چنین نیست که نعمت‌های خداوندی از میان گروهی رخت بریند و سپس به زودی به آن‌ها برگردد.»

گذری بر مقوله‌ی مصرف

در مورد مکاتب و نظریات مرتبط با موضوع مصرف، مقاله‌ای با عنوان «چالش‌ها و چشم‌اندازهای اصلاح الگوی

مصرف» توسط «مؤسسه‌ی مطالعات دین و اقتصاد» به چاپ رسیده که حاوی مطالب تجمیعی خوبی است. در این مقاله بیان شده است که تا قبل از ربع اول قرن بیستم، تلقی‌های منفی از مصرف در فرهنگ اروپایی (خواه در زبان فرانسه و خواه در زبان انگلیسی) وجود داشت. به عبارت دیگر، در فرهنگ فرانسه و انگلیس، با تعابیری هم‌چون چپاول کردن، خراب کردن، از بین بردن و از توان انداختن، معادل‌سازی می‌شد. به همین دلیل، ۲۵ سال اول قرن بیستم، برداشت از مصرف عموماً منفی و ملامت‌آمیز از خشونت بود که این برداشت کاملاً با نظر **ماکس وبر** در خصوص اخلاق پروتستان انطباق داشت.

در اخلاق پروتستان دو مؤلفه‌ی کلیدی که وبر آن‌ها را منشأ توسعه‌ی اروپا به حساب می‌آورد، وجود دارد: اول این که در جهان بینی پروتستان، شرط رستگاری انسان این است که تا سرحد توان تلاش کند، به گونه‌ای که وبر معتقد بود: انباشت سرمایه برای کارآفرینان اروپایی ارزش نفس‌الامری دارد. مؤلفه‌ی دیگر اخلاق پروتستان، اکتفا به حداقل مصرف است. یعنی انسان پروتستان برای رسیدن به رستگاری خود را مؤظف می‌داند، تا جایی که در توان دارد کار کند و تا جایی که امکان دارد، از مصرف‌های غیرضرور خودداری ورزد. وبر و بسیاری از نظریه‌پردازان برجسته عقیده دارند که این رویکرد مهم‌ترین منشأ دگرگونی‌های توسعه‌ای در کشورهای صنعتی بوده است. اما شواهد بی‌شمار تاریخی نشان می‌دهند، از سال‌های ۱۹۰۰ تا ۱۹۲۵ که نظام تولید انبوه موضوعیت پیدا کرد و کشورهای صنعتی توانستند به توانایی بی‌سابقه‌ای دست پیدا کنند، بار منفی فرهنگی درباره‌ی مصرف جای خود را بسیار سریع به تشخیص هویت افراد برحسب الگوی مصرف داد و بر آن اساس، فرد مورد ارزیابی قرار گرفت.

به این ترتیب به نظر می‌رسد در تجربه‌ی کشورهای صنعتی دو مورد مهم را مشاهده می‌کنیم:

۱. تقدم ارتقای بنيه‌ی تولیدی نسبت به الگوی مصرف. یعنی همواره بنيه‌ی تولیدی در کشورهای صنعتی مقدم بر الگوی مصرف بوده است و در واقع، تغییرات در الگوی مصرف به دلیل تغییرات در بنيه‌ی تولیدی آن‌ها پدیدار شده است.

۲. پیوند معنی‌دار بین درآمد و مصرف که در چارچوب ارتقای بهره‌وری مستمر نیروی کار قابل توضیح است. یعنی پویایی‌های پدیده‌ی مصرف‌راه، هم از نظر تغییراتی که در نوع کالاهای مصرفی افراد پدیدار شد و هم از منظر تنوع و تغییراتی که در به کار گرفتن کالاهای مصرفی با آن‌ها روبه‌رو هستیم، مشاهده می‌کنیم. درست به اندازه‌ی تقدم بنيه‌ی تولیدی، تقدم بهره‌وری و توانمندی درآمدی را شاید

هستیم و الگوهای مصرف به تبع این دو تحول در کشورهای صنعتی تغییر کرده‌اند.

اینک می‌خواهیم به صورت ویژه درباره‌ی مسائل اقتصادی یک کشور در حال توسعه صحبت کنیم. سرمنشأ بسیاری از سؤ تفاهم‌هایی که در حوزه‌ی مسائل اقتصادی پدید می‌آیند، به این برمی‌گردد که ما با یک مفهوم به نام اقتصاد روبه‌رو هستیم که در سه سطح تحلیلی متفاوت (خرد، کلان و توسعه) مطرح می‌شود. هر کدام از این سه سطوح تحلیل اقتصادی بنیان‌های انسان‌شناختی، هستی‌شناختی و روش‌شناختی خاص خود را دارند و همین‌طور از دغدغه‌ها و مسائل محوری متفاوتی برخوردارند.

بنابراین، وقتی در مورد الگوی مصرف صحبت می‌کنیم، باید توجه داشته باشیم، اگر در مبحث خرد صحبت به میان آمد، در آموزه‌های سطح خرد، اصل با حاکمیت مصرف‌کننده است و مصرف‌کنندگان برحسب میزان آرای پولی که می‌توانند داشته باشند، حق تأثیرگذاری درباره‌ی این که چه چیزی به چه میزان و چگونه تولید شود، پیدا می‌کنند. این در حالی است که وقتی در سطح کلان بحث کنیم، بیشتر ذهنمان روی قاعده‌های رفتاری که نسبت مصرف را با متغیرهای کلان نظیر پس‌انداز، سرمایه‌گذاری، توزیع درآمد و رشد اقتصادی مشخص می‌کند، متمرکز است. سرانجام وقتی از منظر ملاحظات توسعه‌ای به این پدیده نگاه می‌کنیم، در واقع تمام تمرکزمان روی مسئله‌ی تناسب بنيه‌ی تولیدی جامعه با الگوی مصرفی آن‌هاست و از این منظر، نهادهای پشتیبانی‌کننده‌ی این دو، مورد توجه قرار می‌گیرند.

در تجربه‌ی کشورهای صنعتی و در فرایند آن چه طی بیش از دو قرن گذشته در این کشورها شاهد هستیم، تا زمانی که توانایی مربوط



عکاس: رضا بهرامی

به تولید انبوه پدید نیامده بود، همه‌ی ساختارها و نهادها، موضع‌گیری شدیدی علیه گسترش تمایلات مصرفی داشتند. لیکن به محض این‌که بنیه‌ی تولیدی ارتقای معنی‌داری پیدا کرد، عناصر جدیدی وارد فرهنگ شد و در مدت کوتاهی، تحولی بنیادی در الگوهای مصرفی کشورهای صنعتی پدید آمد.

شواهد تجربی نشان می‌دهند، دهه‌ی اول قرن بیستم گرایش اغلب کشورهای صنعتی، هم‌چنان ناظر بر برشمردن مصرف‌های غیرضرور و به‌خصوص گرایش به مصرف کالاهای لوکس و تجملی است. از این به بعد و به محض این‌که قدرت تولید انبوه پدیدار شد، مسائلی مثل بازاریابی، تبلیغات، فروش اقساطی، علائم تجاری و ترویج اخلاق مدگر موضوعیت پیدا کرد. تا قبل از آن، کشورهای صنعتی همه‌ی فضیلت‌ها را در حداقل مصرف سامان داده و نهادهای پشتیبان آن را هم ایجاد کرده بودند، اما از این دوره به بعد، «راهبرد محوری» آن‌ها به وجود می‌آید و وقتی راهبرد محوری به وجود آمد، همان‌گونه که **گالبرایت** در کتاب «جامعه‌ی برخوردار» نوشته است، دوران حاکمیت مصرف کننده به پایان می‌رسد.

از نظر او، سیستم‌های تبلیغاتی از این دوره به بعد برای این‌که امکان مصرف هرچه بیشتر را پدید آورند، از تمام عناصر و امکاناتی که روی ذهن مصرف‌کنندگان می‌تواند تأثیر بگذارد، استفاده کردند. در نهایت کار را به جایی رساندند که برخلاف همه‌ی ادوار تاریخ تمدن بشری که همه‌ی هویت افراد براساس شغل و کار افراد تعریف می‌شد، به تدریج شاهد شرايطی هستیم که هویت افراد برحسب الگوی مصرف و سبک زندگی آن‌ها تعریف می‌شود.

آن‌چه که این تجربه را نسبت به تجربه‌ی کشورهای در حال توسعه متمایز می‌سازد این است که کشورهای در حال توسعه، قبل از این‌که

بنیه‌ی تولیدشان را بتوانند تغییر دهند، در معرض طیف گسترده‌ای از فرصت‌های مصرفی قرار می‌گیرند و اگر هوشمندی نظام‌های تصمیم‌گیری نباشد، شکافی که بین بنیه‌ی تولیدی و مصرف‌های ممکن روز وجود دارد، می‌تواند به مهم‌ترین پاشنه‌ی آشیل توسعه و امنیت ملی آن‌ها تبدیل شود. پدیده‌هایی مثل گسترش و تعمیق نابرابری‌ها و انواع وابستگی‌ها از این زاویه به خوبی قابل تحلیل هستند.

در تجربه‌ی ایران، **ناصرالدین شاه قاجار** از سفرهایش به اروپا، مقداری کالاهای مصرفی لوکس می‌آورد و این کالاها مورد تقاضای دیگر خانواده‌ها در سطوح بالای حکومت قرار می‌گیرند. این جاست که اقتصاد ایران برای اولین بار با چالش مهمی روبه‌رو می‌شود. در این زمینه، برای این‌که بتوانیم به این نیازهای مصرفی جدید پاسخ دهیم، از طریق بنیه‌ی تولیدی موجود نمی‌توانیم درآمد ارزی خلق کنیم. در این مرحله، برای تأمین نیازهای مصرفی باید منابع و

درآمدهای ارزی در اختیار داشته باشیم و به این منظور باید بتوانیم کالاهایی تولید کنیم که در کشورهای صنعتی متقاضی دارد. در دوره‌ی قاجار این مسئله را به درستی درک نکردند و به پویایی‌های مصرف هم توجه نشد. در نتیجه از این زاویه ما در معرض تن دادن به غیرعادی‌ترین امتیازها قرار گرفتیم. شکافی که بین نیازهای مصرفی وارداتی ما با بنیه‌ی تولیدی‌مان ایجاد شده بود، از طریق دادن امتیازات غیرعادی به کشورهای پیشرفته پوشش داده شد و به موازات آن، شکاف افزایش پیدا کرد.

در نیمه‌ی دوم عمر حکومت قاجاریه، زمانی که این مصارف گسترش پیدا کرده بودند، مجبور شدیم بسیاری از امکانات اقتصادی‌مان را در اختیار کشورهای اروپایی قرار دهیم تا بتوانیم شکاف بین بنیه‌ی تولیدی و مصرف وارداتی را پوشش دهیم. در میان کشورها، به ندرت کشورهایی پیدا می‌شوند که امتیاز انحصاری نشر اسکناس خود را به خارجی‌ها واگذار کرده باشند. در تمام دنیا، سیاست‌گذاری و اجرای امور گمرکی در زمره‌ی مهم‌ترین امور اقتصادی کشور محسوب می‌شود، در حالی که ما برای مدتی طولانی این دو امتیاز را به خارجی‌ها واگذار کرده بودیم. این تنها بخشی از واقعیت‌های اسفبار آن دوران است. یکی از مهم‌ترین قابلیت‌های نظام تولید صنعتی در دوره‌ی پس از عصر تولید انبوه، این بود که دائماً نیازهای جدید خلق کند. اگر به تجربه‌ی تاریخی ایران نگاه کنیم، در می‌یابیم که در پنج سال اول دهه‌ی ۱۳۴۰، درصد خانوارهای ایرانی که یخچال داشتند، کمتر از ۱۲ درصد بود. تا سال ۱۳۶۰، درصد خانوارهای شهری که فریزر داشتند، کمتر از ۳ درصد بود. لیکن خانوارهای شهری در حال حاضر حتی نمی‌توانند تصور کنند که بدون یخچال، فریزر و حتی لوازم صوتی می‌توان زندگی کرد.



وجه دیگر تصاعدی شدن مصرف جدید این است که مصرف‌های جدید، گرچه در کوتاه مدت حکم مصرف تجملی و لوکس را دارد، اما به محض آن که مصرف لوکس چند دوره تکرار می‌شود، جزو مصرف‌های ضروری می‌شود و ناتوانی حکومت در پاسخ‌گویی به آن، بنیان‌های مشروعیت نظام را به چالش می‌کشد. توجه به الگوی مصرف نشان می‌دهد، وابستگی و امتیازات خفت‌باری که در دوره‌های قاجار و پهلوی داده‌ایم تا این شکاف را پر کند، به اعتبار تحولات جدید می‌تواند بسیار اسف‌بارتر باشد. برای مثال باید توجه کنیم، در حال حاضر الان در نقطه‌ی عطف جدیدی قرار داریم که عبارت است از ورود به «عصر دانایی» که بحث ما درباره‌ی الگوی تولید و مصرف، این بحث را وارد مدار جدیدتری کرده است و باید اقتضات آن را هم بشناسیم. به عبارت دیگر، باید به‌طور هم‌زمان، در کنار تجربه‌های تاریخی، به حال و آینده نیز توجهی درخور داشته باشیم.

موج سوم انقلاب صنعتی که از آن به عنوان عصر دانایی نام برده می‌شود، از منظر بنیهدی تولیدی، جهان را وارد مداری جدید کرده است که اصطلاحاً به آن «تولید ناب» گفته می‌شود. قبل از رسیدن به تولید انبوه، مهم‌ترین ویژگی تولیدات کارگاهی این بود که هر یک از تولیدات متناسب با سلیقه‌ی مصرف‌کننده‌ی خاص تولید می‌شد. اما وقتی وارد مرحله‌ی تولید انبوه شدید، این موضوع به چالش کشیده شد. یعنی مهم‌ترین مشخصه‌ی تولید انبوه این است که با سلیقه‌ی یک مشتری معین خود را هماهنگ نمی‌کند، بلکه با استفاده از علوم مثل روان‌شناسی و جامعه‌شناسی، به شناسایی طیف‌های عمده‌ی سلیقه‌ها دست می‌زند و به‌طور یکسان و در مقیاس انبوه تولید می‌کند.

روش‌های جلوگیری از اسراف

امروز با واقعیتی تلخ در کشورمان مواجه هستیم که در بروز آن، همه به گونه‌ای مقصرند. قرار گرفتن در صدر مصرف‌کنندگان با داشتن رکورد بالاترین سطح مصرف به نسبت جمعیت در زمینه‌های گوناگون انرژی، نان، پوشاک و... واقعیت تلخی است که متأسفانه به عنوان یکی از موانع بزرگ در توسعه‌ی کشور مطرح است، ولی کمتر راهکار عملی برای مقابله با آن ارائه می‌شود.

تحمل این واقعیت وقتی برای ما سخت‌تر می‌شود که با توجه به موارد ذکر شده در آیات قرآن، روایات و پند و اندرزهای ائمه‌ی اطهار و به دستورات مرتبط با اصلاح الگوهای مورد نیاز، هنوز به باز تعریف جدیدی از بایدها و نبایدها در الگوی مصرف نرسیده‌ایم. آن‌چه که این بازتعریف‌ها را برای شهروندان محسوس می‌نماید، نهادهای دولتی، اجتماعی، مدیریتی و سیاسی کشور هستند که می‌باید ایفاکننده‌ی نقشی مهم و اساسی در این زمینه باشند. لیکن متأسفانه باید به این واقعیت اعتراف کرد که ارگان‌های دولتی و

اداری کشور، خود یکی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان هستند که با درایت صحیح می‌توانند بخش عمده‌ای از مشکلات را برطرف سازند. این جمله بدان معناست که صرفه‌جویی، علاوه بر این که در حوزه‌ی عمده‌ای از اقتصاد و مدیریت شخصی معنا و مفهوم می‌یابد، در حوزه‌ی اقتصاد مدیریت عمومی نیز اهمیت دارد.

وضعیت مصرف کالا در کشور

مصرف‌گرایی یعنی استفاده از کالاها به منظور رفع نیازها و امیال که شامل خرید کالاهای مادی و خدماتی است. در این زمینه مصادیق زیادی را در کشورمان می‌یابیم که مقوله‌ی مصرف با مازاد بر نیاز آن، آمیخته و موجب می‌شود با بحث اسراف هم‌خوانی پیدا کند. در موضوع‌های شفاف‌ی که از دهه‌های گذشته در مورد اصلاح الگوی مصرف برای کالاهای راهبردی مطرح شده بود، راه‌های اصلاح آن احصا نشد و یا حداقل اگر احصا نیز نشد، زمینه‌های اجرای آن به خوبی مورد اطلاع‌رسانی قرار نگرفت. بیان وزارت‌خانه‌ها و دستگاه‌های مسئول در بالا بودن مصرف برای مواردی هم‌چون مصرف بالای نان و ضایعات مربوطه، مصرف بی‌رویه‌ی آب و هدر روی آن، دورریز و زباله شدن غذاهای مازاد پخته شده و نیم‌خور، نمونه‌های بارزی از اسراف هستند که آمار زیر و مقایسه‌ی آن با میانگین کشورها، جای تأمل دارد:

- متوسط مصرف سرانه‌ی شکر ۳۰ کیلوگرم (سه کیلوگرم بالاتر از میانگین جهانی)
- متوسط مصرف سرانه‌ی روغن ۱۷ کیلوگرم (۴/۵ کیلوگرم بالاتر از میانگین جهانی)
- متوسط مصرف سرانه‌ی برنج ۴۰ کیلوگرم (۲۵ کیلوگرم پایین‌تر از میانگین جهانی) که می‌تواند تحسین‌برانگیز باشد.
- متوسط مصرف سرانه‌ی نان ایران ۱۶۰ کیلوگرم و ضایعات نان ۱۱ تا ۱۳ درصد است.

با توجه به تعاریف و مفاهیم مصرف و اسراف، و هم‌چنین توضیحات فوق، اصلاح الگوی مصرف ضروری است. هدف از اصلاح الگوی مصرف، استفاده‌ی مطلوب از منابع، ارتقای شاخص‌های کشور، کاهش هزینه‌ها، مصرف بهینه‌ی وسایل و تجهیزات تولیدی و... است. فناوری‌های روز دنیا موجب شده‌اند که مصرف‌کنندگان با به‌روز بودن، این فناوری‌ها را از آن خود کنند. این در حالی است که به دلیل افزایش مصرف ارز، خرید اقلام لوکس خود از مصادیق اسراف و تبذیر است. در نهایت باید به این نکته اشاره کرد که هر چند الگوی مصرف در کشور نیازمند اصلاح و سامان‌دهی در نظریه‌های دانشگاهی و اقتصادی است، ولی پرهیز از مصرف نابجا و بی‌رویه و هم‌چنین جلوگیری از اسراف و ریخت‌پاش (تبذیر) را نباید در دیگران جست‌وجو کرد، بلکه هر فردی از لحاظ شرعی و اخلاقی موظف است که در شیوه‌ی مصرف خود تجدیدنظر کند.

کنیم، بلکه این موضوع به ارائه‌ی الگویی مطلوب در امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، با نگرش توسعه‌ای برای کشور در سال ۱۴۰۴ هجری شمسی، نیاز دارد.

روش‌های تغییر مصرف

روش‌های تغییر مصرف در بخش‌های متفاوت، با هدف اصلاح الگوی مصرف در امور جاری زندگی مردم، باید نهادینه شود. در این زمینه، برخی تغییرات با رفتارسازی بین شهروندان صورت می‌پذیرند و برخی نیز به تغییرات زیرساختی نیاز دارند.

الف) رفتارسازی‌های جاری

یکی از نکات حائز اهمیت در زمینه‌ی اصلاح الگوی مصرف در جامعه این است که علاوه بر مواردی هم‌چون مصرف بالای نان، مصرف زیاد آب، مصرف بی‌حد انرژی (برق، گاز و...) مصرف کاغذ بیش از حد در ادارهی امور دستگاه‌ها و... که توسط افراد حقیقی و حقوقی به کرات بیان می‌شوند، مواردی نیز وجود دارند که از منظر فردی و یا خانوارها امری عادی تلقی می‌شوند، لیکن تأمل در هر یک از آن‌ها می‌تواند پرهیز از مصرف بی‌رویه، ابتدا برای خود فرد و سپس برای کشور، قلمداد شود. این موارد عبارت‌اند از:

- خرید لوازم کیفی (استحکام و دوام) برای منازل، در جهت کاهش خریدهای غیرضروری که نتیجه‌ی آن‌ها در میان مدت و درازمدت مشخص می‌شود.

- توجه ویژه به تمیز نگه داشتن لوازم، منزل، خودرو و... به جای تمیز کردن آنان.

- استفاده از لامپ‌های کم‌مصرف با هدف صرفه‌جویی در برق مصرفی.

- آگاه بودن به خاموش کردن لامپ‌های اضافی در منازل، ادارات و...
- آگاه بودن از نحوه‌ی صرفه‌جویی در آب مصرفی منازل و ادارات.
- برنامه‌ریزی وزارت‌خانه و دستگاه ذی‌ربط برای تفکیک آب شرب و سایر مصارف آب برای تمامی اماکن دولتی، عمومی و خانوارها.
- تفکیک آب مصرفی آپارتمان‌ها توسط دستگاه‌های مسئول برای مشترکان.

- سرویس مستمر سالانه‌ی تجهیزات تأمین‌کننده‌ی حرارت در دستگاه‌های اداری و منازل، با هدف جلوگیری از اتلاف انرژی.

- برنامه‌ریزی هدف‌دار روزانه برای خروج از منازل به منظور جلوگیری از مصرف بی‌رویه عوامل تأثیرگذار نظیر بنزین، به هم ریختن اعصاب و روان، سلامت جسم و...

- استفاده از خودروهای دارای فناوری بالا و کم مصرف، به همراه گسترش مطلوب شبکه‌های حمل‌ونقل عمومی در سطح شهرها.
- استفاده از مواردی هم‌چون مسکن، خودرو، و لوازم زندگی، از نظر کمی و کیفی در حد اعتدال.

- جلوگیری از خرید اقلامی که جنبه‌ی تشریفاتی دارند، بیش از مقدار احتیاج.

چنان‌چه توجه کنیم، هر زمان که اصلاح الگوی مصرف با هدف جلوگیری از اسراف مطرح می‌شود، موضوع پرداختن صرف به امور جاری و ظاهری مبنای عمل قرار می‌گیرد. در نگاه اولیه، تمامی دست‌اندرکاران اصلاح الگوی مصرف، مواردی هم‌چون ضایعات نان، مصرف آب، مصرف کاغذ، مصرف انرژی و... را مطرح می‌کنند. این در حالی است که افزایش درآمدهای نفتی طی سال‌هایی موجب افزایش مصرف در کشور شد. اگرچه افزایش رفاه اجتماعی موجب ثبات نسبی در تمامی بخش‌ها می‌شود، لیکن موضوع مهم‌تر افزایش مصرف بی‌رویه است که به عنوان خاری در این دوران که نوسانات قیمت جهانی نفت را تجربه می‌کنیم، می‌باشد. از طرف دیگر، رکود جهانی حاکم بر کشورهای پیشرفته‌ی صنعتی، موجب کاهش درآمدها و کاهش مصرف در آن کشورها شده است که هنوز کشور ما شوک لازم در این زمینه را درک نکرده است. سرانه‌ی بالای زباله در سطح کشور که مربوط به برنج، نان، کاغذ، منسوجات، پلاستیک، شیشه و... است، مصرف بی‌رویه و خارج از اعتدال را نشان می‌دهد.

موضوع اصلاح الگوی مصرف که سال‌آغازین آن را تجربه می‌کنیم، به مدت زمان مشخص با برنامه‌های کاری آشکار و زیربنایی نیاز دارد.

بنابراین، اصلاح الگوی مصرف توجه صرف به وضعیت موجود نیست، بلکه با فرهنگ‌سازی و نهادینه‌کردن روش صحیح در استفاده از منابع بخش‌های متفاوت، زمینه‌ی ارتقای شاخص‌های مرتبط را همراه با کاهش هزینه‌ها به همراه می‌آورد. این موضوع از چند منظر قابل بررسی است:

- تغییرات ساختاری در فرایند اقلام تولیدی از طریق تنظیم قوانین، آیین‌نامه‌ها و مقررات اجرایی.

- استفاده از روش و فناوری مورد نیاز برای هر یک از بخش‌ها به منظور مصرف مطلوب.

- استانداردسازی مصارف با توجه به ابعاد بین‌المللی و استانداردهای جهانی.

- فرهنگ‌سازی نحوه‌ی مصرف با هدف اصلاح رفتارهای مصرفی.

- جلوگیری از پرت انرژی کشور در بخش‌های متفاوت (خدماتی، تولیدی، تجاری، خانگی، پالایشگاه‌ها، نیروگاه‌ها، خطوط انتقال و...).

- آموزش اصلاح الگوی مصرف با تعریف استانداردهای منطقی برای حوزه‌های گوناگون از طریق مدارس به منظور نهادینه‌شدن در نسل‌های بعدی کشور.

- توجه به روش‌های نوین با هدف تغییر ساختارها در روش‌های سنتی.

موارد یاد شده نشان می‌دهند که نباید اصلاح الگوی مصرف را صرفاً به چند کالای مشخص و راهبردی در کشورمان محدود

● سامان‌دهی هزینه‌ی مربوط به کنفرانس‌ها و سمینارها به مناسبت‌های گوناگون.

موارد فوق نشان می‌دهند که الگوهای مصرفی حاکم بر کشور، برای تغییر به فرهنگ‌سازی نیاز دارند که تنها از طریق برنامه‌ریزی توسط مسئولان امکان‌پذیر است.

ب) رفتارسازی‌های زیرساختی

در مورد اموری که به رفتارسازی‌های زیرساختی مربوط می‌شوند، می‌توان با بازنگری و بازمهندسی مصرف اقلام و نهادینه‌شدن روش مطلوب و صحیح استفاده از منابع ملی، و نیز شاخص‌سازی برای موارد فوق، زمینه‌ی توجه به روش‌های مطلوب را فراهم کرد. به این روش‌ها از طریق بسترسازی‌های مورد نیاز به شرح زیر، می‌توان دست یافت:

● تبدیل الگوی مصرف مطلوب به یک فرهنگ عمومی در بخش‌های دولتی و خصوصی و خانوارها از طریق برنامه‌های مدون.

● پی‌گیری سیاست دولت نهم در زمینه‌ی هدفمند ساختن یارانه‌ها به عنوان پلی به منظور فرهنگ‌سازی برای اصلاح الگوی مصرف در دولت دهم، از طریق ابزارهای سیاسی آن پس از تصویب در مجلس شورای اسلامی.

● تغییر مصارف در بخش‌های گوناگون طبق الگویی استاندارد و با درایت مورد نیاز در داخل کشور، و سپس در نظر گرفتن استانداردهای جهانی با حفظ صیانت از فرهنگ کشورمان.

● ضرورت آزادسازی اقلام راهبردی کشور نظیر گندم، با هدف تغییر رفتار مصرفی خانوارها و در نتیجه، اصلاح الگوی مصرف برای کاهش حجم ضایعات (اسراف).

● ضرورت اصلاح مقدماتی ساختاری با هدف اصلاح سیستماتیک و مدیریت مورد نیاز به جای اصلاح فردی در الگوی مصرف.

● یکی از معضلات کنونی، وجود اطلاعات پراکنده در زمینه اصلاح الگوی مصرف است که فاقد ارایه راه کارهای یکسان و واحد می‌باشد و دستگاه‌ها خود سرانه و بعضاً بدون آگاهی مدیریت‌های بالادستی اقدام به الگوسازی غیررسمی می‌نمایند (نظیر آب‌نمان اخذ شده آب، برق و... توسط شرکت‌های مربوطه) و مدیریت‌های بالادستی نیز با این بخش‌ها با مشکل مواجه می‌شوند.

● روی آوردن به آموزش‌های زیرساختی به جای صدور بخشنامه‌ها، همایش‌ها و سخنرانی‌ها.

فرهنگ‌سازی

به نظر می‌رسد که در اصلاح الگوی مصرف، آگاهی از رفتارهای منطقی افراد در مصرف موارد عام و خاص، جزو نکاتی است که به بسترسازی توسط تک‌تک دستگاه‌های مسئول برای بازتعریف استانداردهای مورد توجه و اطلاع‌رسانی شفاف آن‌ها نیاز دارد. صرف بیان مطالب کلی دستگاه‌ها مکفی نیست و نیازمند پیش‌تعریف هر یک از این دستگاه‌ها و نهادها برای

شاخص‌های مورد توجه است. با تجمیع این شاخص‌ها و تعریف ملون و مصوب آن‌ها، می‌توان نحوه‌ی مصرف و تهیه‌ی اقلام را فرهنگ‌سازی و سامان‌دهی کرد. به این منظور می‌باید موارد زیر را مورد توجه قرار داد:

● پی‌گیری مجدانه‌ی شعار اصلاح الگوی مصرف و فرهنگ‌سازی برای فراهم آوردن زمینه‌های اجرای آن.

● نگاه جدی به عملکرد دستگاه‌های دولتی به عنوان اولین عامل مصرف‌بی‌رویه.

● پرهیز از ظاهرسازی تصمیمات اساسی و فرهنگ‌سازی آن‌ها با هدف جلوگیری از پرداخت هزینه‌های مضاعف.

● اصلاح الگوی مصرف از طریق اصلاح الگوی تولید (مثال تولید خودروسازی کشور).

● استفاده از تجارب کشورهای اسلامی در الگوسازی غذای مصرفی روزانه با هدف کاهش دورریزی.

● تعویض قطعات و وسایل ارزان قیمت و پرمصرف با قطعات و تجهیزات پربازده.

● اطلاع‌رسانی وزارت بازرگانی در مورد ضایعات نان به صورت روزانه، ماهانه و سالانه که می‌تواند از حجم واردات گندم به داخل کشور جلوگیری کند.

● کاهش واردات بیش از اندازه‌ی کاغذ به کشور.

● جلوگیری از بروز نگرانی برای کمبود کالاهای راهبردی به منظور جلوگیری از افزایش مصرف گرایبی.

● جلوگیری از تبلیغاتی که مصرف‌گرایی مازاد بر نیاز را در اذهان تداعی کند.

بخش آموزش

اصلاح الگوی مصرف باید به صورت جامع و با در نظر گرفتن تمام ابعاد جامعه صورت پذیرد. یکی از ابعاد، موضوع آموزش است و در این زمینه توجه به نکات زیر ضروری است:

همواره بنیهد

تولیدی در

کشورهای

صنعتی مقدم بر

الگوی مصرف

بوده است و در

واقع. تغییرات در

الگوی مصرف به

دلیل تغییرات در

بنیهد تولیدی

آن‌ها پدیدار

شده است

چنان‌چه تغییری در

شیوه‌ی زندگی در کره‌ی

خاک‌ی ایجاد نشود.

نسل‌های آینده که به غذا.

سریناه و بهداشت مناسب

نیاز دارند. به این امور

دست نمی‌یابند و در این

زمینه، عواملی نظیر رشد

جمعیت و مصرف‌گرایی.

تهدیدی عمده برای

نسل‌های آینده نقلی

خواهند شد

- اختصاص سؤالات مهر در بازگشایی مدارس، به مقوله‌ی اصلاح الگوی مصرف توسط رییس‌جمهور محترم.
- جلوگیری از سفرهای زائد مسئولان و فرستادن پیک به ادارات و مدارس برای آوردن بخش‌نامه‌های کاغذی و به تبع آن، کم شدن سفرهای زائد و آلودگی شهر.
- آموزش تمامی فرهنگیان و دانش‌آموزان در زمینه‌های علمی و دینی و راه‌های اجرایی شدن الگوی مصرف تا به یک فرهنگ عمومی برای سال‌های آتی و نسل‌های آینده تبدیل شود.
- ثبت‌نام دانش‌آموزان به صورت هوشمندانه و اینترنتی در مدارس.
- برقراری دولت الکترونیک و حذف کاغذ بازی بین ادارات و مدارس.
- استفاده از تخته‌ی سفید در مدارس.
- استفاده از لپ‌تاپ در آموزش‌های درسی (در میان مدت، مقرون به صرفه‌تر از خرید مصارف هزینه‌ای است).
- در زمینه‌ی اصلاح الگوی مصرف در بخش انرژی، ایزوگام ساختمان، جداربندی ساختمان از نظر مسائل سرمایه‌ی و گرمایشی، مجهز کردن شیرآلات به چشم الکترونیک و استفاده از لامپ‌های کم مصرف.
- بررسی روش‌های کاری برای استفاده‌ی چند باره از کتب ثابت درسی که طی چند سال تغییری در آن‌ها اعمال نمی‌شود.
- بازنگری در استفاده از نیروی انسانی متخصص در مدارس و استفاده‌ی چند منظوره از این نیروها به منظور جلوگیری از مازاد بودن نیروهای آموزشی (نظیر دبیران دین و زندگی، عربی، زمین‌شناسی، زیست‌شناسی و...)

- اصلاح روش‌های جدید تدریس با استفاده از نظرات اندیشمندان داخلی در مطالعات صورت پذیرفته‌ی بین‌المللی.
- آموزش مدیریت مصرف انرژی به خانوارها در استفاده از لوازم برقی هم‌چون یخچال، یخچال فریزر، ماشین لباس‌شویی، کولر، تلویزیون، روشنایی، جاروبرقی، ظرف‌شویی و... .
- آموزش الگوی مصرف از طریق اخطار کتبی در دو مرحله، اخطار کتبی به همراه جریمه در سه مرحله و اخطار تشدید.
- آموزش‌های مستمر روزانه از طریق رسانه‌ی ملی، رادیو، مطبوعات و... برای اصلاح الگوی مصرف.
- تعیین مکان‌هایی برای آموزش الگوی مصرف در استفاده از منابع، ظرفیت‌ها و زمان.
- آموزش نیروی انسانی دستگاه‌ها در بهره‌برداری صحیح از تأسیسات، و سرویس و نگهداری مناسب آن‌ها.
- آموزش کارکنان فنی برای خرید تجهیزات پربازده.
- در هر صورت، اصلاح الگوی مصرف موضوعی بنیادی و اعتقادی است و به آموزش یک‌پارچه شهروندان کشور در قالب عام و کارکنان دستگاه‌های اجرایی کشور در قالب امور خاص نیاز دارد.

رویکردهای اجرایی برای وزارت آموزش و پرورش

- وظیفه‌ی ذاتی و اصلی وزارت آموزش و پرورش فرهنگ‌سازی و آموزش درست مصرف کردن به معلمان، دانش‌آموزان و اولیای آن‌هاست. این موضوع موجب می‌شود تا تغییرات مربوط به پرهیز از اسراف به صورت نظام‌مند در نسل‌های آینده پی‌گیری شود و خود عاملی برای ساخت استانداردهای مطلوب در قالب شاخص‌های مرتبط با علوم اسلامی ما و هم‌چنین معیارهای جهانی در این زمینه شود. موارد متعددی وجود دارند که می‌باید از این وزارت‌خانه آغاز شوند و برخی از آن‌ها بدین شرح‌اند:
- دریافت پیشنهادهای خلاقانه و نوآورانه‌ی دبیران و کارکنان آموزش و پرورش برای الگوسازی مصرف استاندارد.
- تغییر شیوه‌های آموزشی دبیران در فضای کاری محدود کلاس‌ها و برقراری ارتباط با محیط‌های کاری مرتبط.
- بهره‌گیری مطلوب از رایانه در برقراری ارتباط کاری دبیران با دانش‌آموزان.
- بررسی راه‌های کاهش هزینه‌ی وارده به وزارت آموزش و پرورش، اداره‌ی استان‌ها و مناطق شهری.
- فرهنگ‌سازی در مدارس و دانشگاه‌های کشور از طریق آموزش عمومی در مورد تعاریف مشخص، شاخص‌سازی الگوی مصرف و آموزش عمومی.
- آموزش عمومی مدرسان دوره‌های متفاوت تحصیلی و استادان دانشگاهی در مورد شاخص‌هایی که توسط دستگاه‌های مسئول جمع‌آوری می‌شوند.



عکاس: رضا بهرامی

نوع نگرش به وزارت آموزش و پرورش از دو منظر قابل تامل است: از یک سو، میزان انتظارات از این وزارتخانه به عنوان دستگاه آموزش و پرورش فرزندان این مرز و بوم و آینده‌سازی برای ایران توسعه یافته، بسیار زیاد است، و از طرف دیگر، به رغم تلاش‌های آموزشی که برای دانش‌آموزان صورت می‌پذیرد، دولت به دلیل هزینه‌های سرسام‌آور حقوق، دستمزد و... این وزارتخانه، نمی‌تواند به مثابه وزارتخانه‌هایی که بودجه‌ی فراوانی دارند، به آن توجه کند. همین موضوع به بررسی راهکارهای لازم برای ارتقای کیفیت آموزش و پرورش فرزندان کشور نیاز دارد. اگر آموزش و پرورش موفق باشد، سایر بخش‌های کشور نیز موفق‌تر خواهند بود.

● تشکیل اتاق‌های کاری در سطح وزارتخانه، ادارات مناطق و مدارس برای استانداردسازی شیوه‌های اصلاح الگوی مصرف در سطح عام و کلان برای ارتقای فرهنگ نسل‌های آینده.

● سرمایه‌گذاری مناسب در این وزارتخانه به منظور آن که نتیجه کاری طی سنوات، با هزینه‌های بسیار پایین‌تر حاصل شود.

● تهیه و تدوین کتاب‌های مورد نیاز برای اصلاح الگوی مصرف در دوره‌های گوناگون تحصیلی.

● بیان مطالب اصلاح الگوی مصرف در قالب جزوات کوچک توسط دبیران مختلف بالاخص دبیران دین و زندگی در مدارس.

● نهادینه کردن چگونگی درست زندگی کردن در دانش‌آموزان دوره‌های گوناگون تحصیلی.

● فراخوان مقاله‌نویسی برای موضوع اصلاح الگوی مصرف توسط دستگاه‌های مسئول، از جمله وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری و...

پیشنهادهاي اجرائي

یکی از اقداماتی که وزارت آموزش و پرورش، به عنوان اهرم اصلاح الگوی مصرف کشور در قوه مجریه، می‌تواند مورد توجه قرار دهد تا سایر دستگاه‌ها نیز با هماهنگی‌های لازم به هم‌فکری واحد در این زمینه برسند، این است که با در نظر گرفتن موارد ذکر شده، زمینه‌ی اجرایی شدن پیشنهادهای زیر را فراهم کند:

● صدور مصوبه‌ی هیئت محترم وزیران برای اصلاح الگوی مصرف کشور و تشکیل واحدهای مربوطه در یکی از معاونت‌های وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و دستگاه‌های کشور.

● انجام پژوهش‌های مورد نیاز برای بخش الگوسازی مصرف توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

● تشکیل شورای عالی الگوی مصرف در سطح سران قوا برای سیاست‌گذاری‌های لازم در سطح ملی، حسب رهنمودهای مقام معظم رهبری.

● یافتن راه‌های انطباق الگوی مصرف کشور با الگوی اقتصاد اسلامی و در حد نیاز کشور.

● توجه به الگوی مصرف در برنامه‌ی پنجم توسعه در تمام بخش‌ها، همانند الگوی مصرف بهینه‌ی انرژی در برنامه‌های دوم و سوم (به الگوی مصرف در برنامه‌ی چهارم توسعه کم‌توجهی شد).

● مطالعه و برنامه‌ریزی لازم برای جلوگیری از مصرف بی‌رویه‌ی واردات در مقابل تولید داخل کشور.

● بازنگری جدی در نظام آموزشی مصرف.

● بازنگری در الگوی تجارت خارجی.

● جلوگیری از رانتهای مالی در خریدهای خارجی و داخلی و بازنگری مجدانه در این زمینه با آرامش لازم و به دور از سیاسی کاری.

● بازنگری در واردات کشور، به منظور حفظ تولید داخل محوری به جای مصرف محوری.

● برگشت دادن زباله‌های مصرفی مربوط به اقلام تولیدی به چرخه‌ی تولید. ضرورت دارد، سامان‌دهی موارد بازیافتی و چگونگی بازگشت آن‌ها را به مدار تولید مورد توجه قرار دهیم.

● تشکیل واحد الگوسازی اصلاح مصرف در دستگاه‌ها، زیر نظر بالاترین مقام هر دستگاه.

● بازنگری در نیروی انسانی دستگاه‌ها، با هدف افزایش کیفیت امور، کاهش نیروی انسانی و...

● تنظیم لایحه‌ای توسط دولت و تقدیم آن به مجلس محترم شورای اسلامی برای سامان‌دهی و اصلاح الگوی مصرف.

● انجام مطالعات تجمیعی برای استانداردسازی مصرف و نظارت مدیریتی بر مصرف‌گرایی بخش‌های گوناگون.

● جلوگیری از انحراف مباحث اصلاح الگوی مصرف و ایجاد یک مرکز واحد برای تجمیع و تلفیق اقدام‌های مربوط به دستگاه‌ها.

● تهیه‌ی تیزر و کلیپ‌های تبلیغاتی برای اصلاح الگوی مصرف.

● در کنار اطلاع‌رسانی صحیح و رسمی، معرفی مصرف‌گرایی ناصحیح به نحو مطلوب از طریق مطبوعات، رسانه‌ی ملی و... به اقبال گوناگون جامعه.

● ترویج فرهنگ جمع‌آوری اقلام بازیافتی در کشور. در این زمینه می‌توان از تجارب کشورهای دیگر استفاده کرد و در قالب فیلم‌های مستند مردم را آگاه ساخت.

● برنامه‌ریزی برای آموزش در زمینه‌ی نظارت بر بخش تولید به منظور استفاده از تجهیزات نوین به جای تجهیزات فرسوده و قدیمی، و نیز کنترل توزیع و مصرف.

منابع

۱. مؤمنی، فرشاد، چالش‌ها و چشم‌اندازهای اصلاح الگوی مصرف. مؤسسه‌ی مطالعات دین و اقتصاد. ۱۳۸۸
۲. حکیمی، محمد. مجموعه‌ای از چشم‌انداز امام علی (ع). کانون اندیشه جوان. ۱۳۸۷