

نقش زن ایرانی در اصلاح الگوی مصرف و ارائه راهکار

تاریخ دریافت مقاله: ۸۸/۸/۴

تاریخ تأیید مقاله: ۸۸/۱۰/۲۲

یوسف ادیب *

آذر تاجور **

سیاوش پورطهماسبی ***

چکیده:

امروزه در تمام جوامع صحبت از مصرف بی‌رویه انرژی و نگرانی‌های ناشی از کمبود آن مطرح است. در کشور ما نیز با توجه به نامگذاری امسال به نام سال اصلاح الگوی مصرف، برآنیم تا این عادت پسندیده هرچه بیشتر در جامعه و در کانون گرم خانواده‌ها با مساعدت و مدیریت مادران، آموزش کافی و بسترسازی مناسب نهادینه شود. با توجه به اینکه بیشتر فعالیت‌های اقتصادی بانوان در بخش خانواده است بنابراین مادران با مدیریت صحیح این بخش نقش مهمی در اصلاح الگوی مصرف و امور اقتصادی جامعه و خانواده برعهده دارند.

نتیجه این که مصرف بهینه، کم مصرف کردن نیست. رعایت الگوی مصرف و تعهد به انجام این مهم ناشی از احساس مسئولیتی است که هر کدام از ما نسبت به هم نوع و همشهری‌های خود خواهیم داشت. در این میان، زنان نه تنها در خرید لوازم و مواد مصرفی نقش مهمی دارند، بلکه در درست مصرف کردن و همچنین نگهداری مواد مصرفی نیز باید مدیریت داشته باشند. اگر احساس وظیفه و حفظ سرمایه‌های کشور در زنان ایجاد شود، آنان در حفظ منابع ملی نیز تأثیر بسزایی دارند و این امر خود به خود عاملی برای ایجاد الگوی مناسب مصرف برای نسل‌های بعدی خواهد بود.

راهکارهای زنان در اصلاح الگوی مصرف عبارت است از: ۱- ارتقای سطح آگاهی زنان ۲- شناخت کالاهای مباح و ممنوع ۳- فرهنگ سازی در بین زنان ۴- پیروی از تعالیم اسلامی ۵- تغییر و اصلاح رفتار مصرف توسط زنان ۶- نظارت زنان به نحو مصرف خانواده ۷- میانه روی در میهمانی‌های خانوادگی ۸- استفاده از اجناس تولیدی بادوام ۹- کاهش میزان سمی بودن زباله‌های خانگی ۱۰- کاهش استفاده از کالاهای یک بار مصرف ۱۱- کاهش حجم زباله از طریق بازیافت و استفاده مجدد ۱۲- آموزش صحیح به فرزندان ۱۳- استفاده از محبت مادرانه ۱۴- مصرف صحیح نان ۱۵- مصرف صحیح آب ۱۶- مصرف صحیح برق ۱۷- اطلاع رسانی از طریق رسانه‌ها ۱۸- افزایش ارتباطات اجتماعی ۱۹- آسان سازی ازدواج ۲۰- خرید به موقع و یک جا.

واژگان کلیدی: زنان، اصلاح، الگوی مصرف، خانواده، راهکار.

* آسادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه تبریز Email: ahvedadi@gmail.com

** مدرس دانشگاه پیام نور مرکز گرمی Email: tajvarazar@yahoo.com

*** مدرس دانشگاه پیام نور مرکز گرمی Email: portahmasbe.siavash@gmail.com

مقدمه

در حال توسعه که به کمبود سرمایه دچارند، یگانه راه گریز از فقر است. در واقع تغییر الگوی مصرف و روی آوردن به درست مصرف کردن کالاها، انرژی و منابع، بنیادی ترین رویکرد برای مقابله با موج مصرف، تخریب محیط زیست و آلودگی به شمار می آید. امسال که توسط رهبر فرزانه انقلاب، سال "اصلاح الگوی مصرف" نام نهاده شد، نقش زنان ایرانی در فرهنگ ما با توجه به شرایط کنونی کشورمان بسیار قابل تأمل و اثربخش می باشد؛ چرا که دقت و توجه زنان به انرژی و روش مصرف آن نسبت به مردان بیشتر است.

اگر تصمیم داریم بایک برنامه منظم و هدفمند در سند چشم انداز حرکت کنیم و صدمات کمتری از تحریم های اقتصادی داشته باشیم باید الگوی مصرف صحیحی برای خانواده ایرانی تهیه کنیم که در اینجا زن به عنوان همسر، مادر، مدیر برنامه ریز خانواده و کسی که نقش اصلی در تنظیم خرید و چگونگی مصرف را به عهده دارد و همچنین به عنوان مربی، فرهنگ ساز نسل آینده و سرانجام به عنوان پیوند دهنده کودکان به خانه و جامعه می تواند نقش بسیار مهمی در تغییر الگوی مصرف و در نتیجه اقتصاد پویا داشته باشد.

معمولاً در خانواده های اصیل ایرانی زن نقش تعیین کننده و کنترل کننده ساختار و چارچوب اجتماعی و فرهنگی خانواده را بر عهده دارد. به این دلیل که مادر خانواده به عنوان شریک زندگی پدر و به لحاظ داشتن بیشترین حضور بین فرزندان و ارتباط با آن ها بهتر از هر فرد دیگری می تواند در کیفیت ادب و تربیت و نحوه شکل گیری فرهنگ، رفتار اجتماعی و احساسات فرزندان و تشکیل ساختار خانواده مؤثر باشد.

توجه لازم به نکات اصلی و حس مسئولیت پذیری و قانون مندی در زنان یکی از ویژگی هایی است که خانواده با بهره مندی از آن می تواند مهر اصلاحات بر روی اشتباهات و نقاط ضعف خود بزند. مادر یک خانواده اختیار دارد تا اصول و مبانی یک زندگی سالم و موفق را در شخصیت تک تک اعضای خانواده گسترش دهد و تحکیم بخشد. البته برای این که این اختیار از طرف دیگر اعضای خانواده به مادر داده شود، مستلزم برخورداری او از دانش و آگاهی لازم در زمینه های گوناگون فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی می باشد و این امر زمانی میسر خواهد شد که مادر

الگوی مصرف در اقتصاد، اهمیت ویژه ای دارد. هم از این رو که مخارج مصرفی در درآمد ملی دارای سهم بزرگی است و هم از این جهت که آن بخش از درآمد ملی که مصرف نمی شود، سرانجام پس انداز و سرمایه گذاری خواهد شد؛ در نتیجه، مطالعه الگوی مصرف کلان به صورت غیرمستقیم، مطالعه سرمایه گذاری کل و رشد اقتصادی نیز هست (گرچی، ۱۳۷۹).

با توجه به بحث این که روزی منابع انرژی به پایان خواهد رسید، این تفکر به وجود آمد که افکار محققان و دانشمندان به سمت این مسئله جذب شد و راه حل های مختلفی برای این موضوع پیشنهاد گردید که در نهایت به مسئله ای به نام «مدیریت مصرف» منجر شد که اکنون افکار صاحب نظران و محققان را به خود مشغول داشته است. البته امروزه این امر در سرلوحه تمام بخش ها اعم از صنعتی، بازرگانی، دولتی و غیره قرار گرفته است که روز به روز بر اهمیت آن افزوده می شود؛ لذا اگر با این تفکر پیش برویم که روزی این منابع و امکانات به اتمام خواهد رسید و باید از آنها به بهترین نحو ممکن بهره جست، می توانیم کمی به آینده خوش بینانه تر بنگریم. در نتیجه اینجا است که بهترین و اقتصادی ترین روش بهره برداری از منابع و امکانات ذاتاً محدود برای پاسخ گویی به نیازهای نامحدود بشر، ارزش و اهمیت «مدیریت مصرف» را مطرح می سازد.

اصلاح الگوی مصرف که به معنی نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور است، سبب ارتقای شاخص های زندگی و کاهش هزینه ها شده و زمینه ای برای گسترش عدالت است. از طرفی الزام مصرف بهینه باعث می شود تا علاوه بر پیشرفت علمی ناشی از ارتقای فن آوری در طراحی و ساخت وسایل و تجهیزات بهینه مطابق با استانداردهای جهانی، فرصت توزیع مناسب منابع و به تبع آن پیشرفت در دیگر بخش هایی که کمتر مورد توجه بوده است نیز فراهم گردد (کلانتری، ۱۳۸۴).

این مقاله، تبیین الگوی مصرف در جامعه اسلامی و اثبات این مطلب است که اگر الگوی مصرف جامعه را به سوی الگوی مطلوب اسلامی هدایت کنیم، وجوه قابل سرمایه گذاری افزایش یافته، سرمایه لازم جهت تحقق رشد و توسعه فراهم می آید؛ در نتیجه، تثبیت الگوی مصرف اسلامی در جامعه، برای کشورهای

خانواده با حضور فعال خود در اجتماع به تمامی مشکلات و راه کارها واقف گردد.

یک زن به عنوان راهنمای اجتماعی خانواده باید درک عمیقی از مشکلات و راه کارها داشته باشد. او باید بتواند درست و نادرست را به خوبی تشخیص بدهد تا سنت های غلط را نادیده گرفته و عادت های اشتباه را از بین ببرد. تحلیل و بررسی نواقص و تلاش جهت یافتن راهکارهای مؤثر می تواند موجب از بین رفتن تعصب های بی مورد و جلوگیری از انجام زحمات بیهوده باشد. به عبارتی بهتر، زنان با برخورداری از جدیدترین اطلاعات و دانش در رابطه با موضوعات مختلف زندگی و با استفاده از آن ها و آموزش به دیگر اعضای خانواده و همچنین دقت و نظارت در انجام صحیح آن ها می توانند روش های نوین و بهینه را جانشین باورهای غلط و غیراقتصادی اعضای خانواده کنند و سطح فرهنگی و اجتماعی خانواده را بیش از پیش افزایش دهند. اشاره به این نکته لازم است که شرط حضور فعال زنان در اجتماع، شاغل بودن آن ها نیست؛ بلکه کسب اطلاعات و دانش کافی در رابطه با مسائل مختلف اجتماعی است. کسب اطلاعات از طریق تحصیل، رسانه های عمومی، اطلاع رسانی سازمان های خدماتی و آموزش های اجتماعی و از همه مهم تر دقت، درایت و خلاقیت یک زن در نگرش به موضوعات مختلف می تواند مهارت کافی او را برای هدایت خانواده در مسائل اجتماعی مهیا کند.

ضرورت الگوی مصرف در ایران

الگوی مصرف هر جامعه نقشی تعیین کننده در تخصیص منابع تولید، نوع کالاهای تولیدی و شیوه توزیع آن ها دارد؛ زیرا تخصیص بهینه منابع برای تولید کالاها و ارائه خدمات به منظور تأمین نیازهای ضروری و حیاتی جامعه و رفع فقر و محرومیت، تا حد زیادی به شناخت الگوی صحیح مصرف و حاکمیت آن بستگی دارد و این امر مبتنی بر جهت دهی معقول و منطقی به افکار، عقاید، آداب و رسوم و ارزش های مورد قبول جامعه یا به طور خلاصه، فرهنگ عمومی مردم می باشد.

شناسایی نیازهای واقعی و رعایت اعتدال و صرفه جویی در بهره برداری از امکانات را «الگوی صحیح مصرف» بیان می کند. مصرف در یک جامعه، نقشی مهم در تعیین نوع، میزان و شکل

تولید و توزیع دارد و از سوی دیگر، خود تحت تأثیر نوع و میزان تولید است. بنابراین، مناسب است نکاتی درباره ضرورت اتخاذ الگوی صحیح مصرف مطرح گردند:

۱. اگر وضعیت جامعه به گونه ای باشد که افراد را به سمت مصرف هرچه بیش تر سوق دهد، بخش اعظم منابع درآمد جامعه به مصرف اختصاص می یابد و روشن است که در چنین وضعیتی از سطح پس انداز کل کاسته، زمینه مناسب برای سرمایه گذاری فراهم نمی گردد. این مسأله کاهش تولید و فقر اجتماعی را به دنبال آورده و ضعف اقتصادی نیز زمینه فقر فرهنگی و انحطاط اجتماعی را فراهم می کند و این امور در مجموع، آسیب پذیری جامعه را در برابر قدرت های سلطه گر افزایش داده و استقلال سیاسی کشور را تهدید می کند و چنان که تأمین نیازهای رو به افزایش جامعه از راه واردات انجام گیرد، تأمین ارز مورد نیاز برای خرید از بازار جهانی، روند وابستگی را تشدید می نماید (گرچی، ۱۳۷۹).

۲. در هیچ جامعه ای فراوانی مطلق وجود ندارد و عوامل تولید با محدودیت و کمیابی نسبی مواجه می باشند. الگوی مصرف حاکم بر جامعه می تواند به تخصیص بهینه منابع و نحوه به کارگیری عوامل تولید کمک کند، به گونه ای که در برگیرنده نیازهای ضروری و اساسی باشد و با اولویت بندی و تشخیص میزان اهمیت هریک، زمینه لازم را برای استفاده منطقی از امکانات فراهم آورد. بنابراین، با توجه به این که از یک سو، امکانات و توانمندی های جامعه در هر مقطع زمانی، با محدودیت هایی مواجهند و از سوی دیگر، میزان نیاز، به سبب رشد جمعیت همواره در حال افزایش است؛ از این رو، چنین وضعیتی لزوماً افزایش تولید را می طلبد که در صورت عدم تحقق آن، تولید ناچیز کالاها و خدمات بین جمعیتی زیاد تقسیم می گردد و این نتیجه ای جز افزایش فقر و محرومیت به دنبال ندارد (صادقی، ۱۳۷۵).

۳. در صورتی که کشوری درآمدهای حاصل از صادرات و فروش نفت را در اختیار داشته باشد، الگوی مصرف در آن کشور باید زمینه لازم را برای هدایت اقتصاد به سمتی فراهم آورد که هنگام کاهش یا قطع این درآمدها، بتوان اقتصاد جامعه را به خوبی اداره کرد. در غیراین صورت، وابستگی و در نتیجه،

هستند. طبیعی است که با توجه به نقش انسان‌ها در توسعه و رکن اصلی آن - که بحث تعلیم و تربیت و جایگاه خانواده است - نقش زنان پر رنگ تر و مشخص تر می شود. تشخیص جایگاه زن در مدیریت مصرف خانواده، فراتر از آن است که بتوان با عدد و رقم سنجیده شود؛ زیرا بسیاری از تلاش‌های زنان در ابعاد مختلف قابل احتساب با ارقام ریاضی و کمی نیست و نیاز به مفاهیمی جدید در تحلیل دارد. زن به عنوان مدیر اقتصادی خانواده در خرید و نحوه مصرف نقش مهمی به عهده دارد. زنان با کسب آگاهی‌های لازم در مورد نحوه مصرف قادر خواهند بود که هزینه‌های یک جامعه را کنترل نمایند و باعث ارتقا سطح مدیریت بهره‌وری ملی شوند. که این امر از طریق بهینه‌سازی مصرف در خانواده حاصل می‌شود (برادران رضایی، ۱۳۸۵).

موضوع نقش زنان در زندگی اقتصادی در جهان اسلام، باید با رفتار شجاعانه و مصمم اما «اسلامی» مواجه شود. در بسیاری از کشورهای اسلامی، مشارکت زنان در اقتصاد غیررسمی بسیار بالا است. زنان بیشتر نیروی کار بدون دستمزد را در خانواده‌های ما عرضه می‌کنند (صدر، ۱۳۵۰). مطالعه بانک جهانی از چندین جامعه مسلمان و غیر مسلمان حاکی از این است که نقش زنان در توسعه بسیار اهمیت دارد. زنان به‌طور معمول مسئول تغذیه، برانگیزاننده پس‌انداز و تعدیل‌کننده رفاه خانواده هستند (بانک جهانی: ۲۰۰۱).

تقویت این بخش از جامعه ما، نیازمند بازنگری نقش و مشارکت زنان در سایه ارزش‌های حقیقی اسلام است؛ مانند آنچه از این جمله به‌دست می‌آید که: «زنان، نیمه برابر مردان هستند؛ انما النساء شقائق الرجال» (ترفدی، ابوداؤد، ابن ماجه و احمد). پیشرفت جامعه در گروهی پایین آوردن هزینه‌ها و بالا بردن تولید است و در این خصوص زنان نقش بسیار مؤثری در پایین آوردن هزینه‌های خانواده دارند. یک زن مسئول، تنها خود را محدود به مسائل زنانه نمی‌کند و با احساس مسئولیت و دلسوزی تمام، برای اجرای هرچه بهتر مسائل مختلف زندگی پا به پای مردان گام برمی‌دارند؛ تا همچنان به کنترل و نظارت دلسوزانه شان ادامه دهند. زنان به خاطر اینکه بیشترین خریدها را انجام می‌دهند، می‌توانند در نوع تولیدات وارد شده، مد و تعداد کالاها به بازار نیز دخالت داشته باشند (تفضلی، ۱۳۷۶).

قسمت عمده مصرف، در خانواده هاست و ما در زندگی

آسیب‌پذیری جامعه همواره افزایش می‌یابد و ممکن است به سرنوشت کشورهای همچون آرژانتین مبتلا گردد. این کشور اکنون قریب ۱۳۰ میلیارد دلار بدهی خارجی و ۱۵۰ میلیارد دلار بدهی داخلی دارد. وضعیت نامطلوب اقتصادی، ناآرامی‌ها و اعتراضات مردمی را در آن جا به اوج خود رساند. با بررسی علل این حوادث می‌بینیم که وابستگی شدید آن کشور به وام‌های خارجی و پیروی از دستورالعمل‌های صندوق بین‌المللی پول (بدون توجه به مصالح و منافع ملی آن کشور) یا به طور خلاصه، نداشتن الگوی صحیح در تولید و مصرف، نقشی اساسی داشته است. در میان عواملی که بر تعیین الگوی مصرف در یک جامعه نقش دارند، به نظر می‌رسد «فرهنگ حاکم بر جامعه» مؤثرتر و دارای تأثیر عمیق‌تری می‌باشد؛ زیرا اعمال و تصمیم‌گیری افراد آینده تمام‌نمای عقاید، اندیشه‌ها و نحوه نگرش به جهان هستی و ارزش‌های مورد قبول آن‌هاست. از سوی دیگر، آداب و رسوم، ارزش‌ها و افکار و عقاید اجزای اصلی تشکیل‌دهنده فرهنگ هر جامعه می‌باشند. بنابراین، فرهنگ در فرایند تصمیم‌گیری و اعمال و رفتار اقتصادی افراد جامعه نقشی اساسی دارد.

اتخاذ الگوی صحیح و منطقی در مصرف، آثار فردی و اجتماعی فراوانی به دنبال دارد؛ زیرا در سطح کلان، تا امکانات یک جامعه با نیازها و خواسته‌های افراد آن جامعه متناسب و هماهنگ نباشد، کسب استقلال اقتصادی و دستیابی به عزت و سرفرازی ممکن نمی‌گردد و در سطح فردی، بدون اجتناب از مصارف غیرضرور و تجملی و تقدیر معیشت به معنای متوازن نمودن درآمدها و هزینه‌ها آرامش روحی و روانی - که شرط اصلی رفاه مادی است - به وجود نمی‌آید. جست و جوی الگوی مصرف متناسب خانوار به معنای تهیه نسخه‌ای عام برای همه نیست، بلکه آشنایی با معیارها، فرضیه‌ها و رفتارهای بخردانه‌ای در مصرف است که خانواده در پرتو آن بهتر می‌تواند بر مسائل و مشکلات مالی خویش غلبه کند و هزینه‌ها را تا حد ممکن به امکانات نزدیک نموده، از فشارهای روانی وارد بر خانواده از نظر ساعات کار و احساس محرومیت، خفت و شکست بکاهد (رزاقی، ۱۳۷۴).

مدیریت مصرف در خانواده

خانواده رکن اصلی جامعه است و قلب تپنده خانواده، زنان

روزمره شاهد مصرف بی رویه مواد غذایی، بهداشت، پوشاک و انرژی - بخصوص آب و برق- هستیم و این نکته که این هزینه ها تا چه اندازه ضروری و حیاتی بوده و آثار آنها بر تعادل مالی خانواده به چه میزان بوده، کمک بسیاری برای مدیریت بهینه هزینه های خانواده در آینده خواهد بود. چون زنان در اقتصاد خانواده بسیار مؤثرتر از مردان عمل می کنند پس نقش بیشتری در خانواده در اصلاح الگوی مصرف دارند.

زنان باید در رابطه با نحوه درست مصرف کردن توجیه شوند و آموزش ببینند؛ چرا که این امر منجر به صرفه جویی در جامعه و خانواده می شود. هر اندازه دانش، آگاهی و حساسیت زنان بیشتر شود و درک اقتصادی بیشتری در این زمینه بیابند، نسبت به طریقه مصرف حساس می شوند.

نتایجی که زنان توانمند از حساسیت، نظارت و توجه خود می گیرند شامل صرفه جویی در استفاده از هزینه، انرژی، زمان، نیروی انسانی، افزایش امنیت و ایمنی، کیفیت، سهولت در کار، کاهش استرس و خستگی، افزایش سطح فرهنگی و درک اجتماعی خانواده و دستیابی به تربیت صحیح آنها خواهد بود.

مدیریت مصرف انرژی

در عصر فن آوری آنچه مهم است به کارگیری منابع جدید و استفاده بهینه از منابع جدید است. کسی به درستی نمی داند که منابع انرژی تا چه مدتی دوام خواهند داشت؛ چرا که با افزایش جمعیت و مصرف بیشتر ذخایر موجود رو به نقصان خواهند گذاشت و بهترین راه حل، مصرف بهینه از منابع و انرژی موجود است. مهم ترین انرژی های مورد استفاده در خانواده ها که می توان با تدابیر هوشمندانه زنان مورد کنترل قرار گیرد آب و برق است که در ذیل به تفصیل می آید:

برق

مدیریت مصرف انرژی از واحد خانوار شروع می شود و آموزش آن توسط مادر خانواده نقش اساسی و مهمی را در رفتار خانواده دارد. به عنوان مثال صرفه جویی در مصرف انرژی، در امر ساده استفاده از لوازم برقی و خانگی (نظیر اتو، لباس شویی و ...) خود سلسله مراتب دقیقی دارد که اکثر افراد حتی در شهرهای

بزرگ از آن بی خبرند. اگر لوازم برقی در ساعات اوج مصرف به کار انداخته شود، به شبکه برق ضرر می زند؛ زیرا برای تأمین برق، سرمایه گذاری زیادی شده است. اما استفاده از لوازم برقی در طول روز یا بعد از ساعت ۱۲ شب، با بار مصرف برق کمتر، استفاده از وسایل برقی توأم با صرفه جویی بیشتر و کمک به شبکه برق است.

در کشور ما حدود ۲۱ میلیون مشترک برق وجود دارد؛ اگر هر مشترک تنها یک لامپ ۱۰۰ وات را خاموش کند، ۲۱۰۰ مگاوات برق صرفه جویی می شود. حدود یک پنجم برق تولیدی به مصرف روشنایی می رسد که ۶۹ درصد آن در خانه ها است؛ لذا با استفاده از لامپ های کم مصرف می توان تا حدود زیادی در این زمینه صرفه جویی کرد.

طبق آمار معتبر، از مجموع انرژی برق تولیدی کشور، ۳۳/۴ درصد در بخش های خانگی، ۳۲/۴۵ درصد در بخش صنعتی، ۱۲/۹ درصد در بخش عمومی، ۱۱/۶ درصد در بخش کشاورزی، ۲/۵۹ درصد در روشنایی معابر و ۶/۵۴ درصد در سایر مصارف استفاده می شود و در هر کدام از این بخش ها موارد پنهان و آشکار بسیاری وجود دارد که ائتلاف منابع را هشدار می دهد و می توان با توسل به اصلاح قوانین، فرهنگ سازی، اصلاح قیمت، استفاده از تجهیزات مناسب و ... امثال اینها در جهت اصلاح وضعیت نامناسب کنونی مصرف اقدام کرد.

با مصرف هوشمندانه انرژی همان خانواده ها، قادر خواهند بود مصرف انرژی خود را حدود یک سوم آنهم از راه های ساده ای نظیر استفاده از وسایل برقی خانگی کم مصرف و یا سایر شیوه های علمی صرفه جویی کاهش دهند. همه می توانند در این صرفه جویی سهیم باشند حتی یک صرفه جویی کوچک در محل سکونت می تواند اثرات وسیعی در حفظ محیط زیست داشته باشد.

رعایت موارد زیر مصرف برق خانواده ها را به حداقل ممکن کاهش خواهد داد:

- تعویض لامپ های معمولی با لامپ های کم مصرف و فلورسنت
- کاهش روشنایی راهروها و محل عبور و مرور و هم چنین

معادل ۴۵۸ میلیون نفر افزایش یافت. مشکل بی آبی که یک بحران اساسی به شمار می آید در سال های ۲۰۲۵ تا ۲۰۵۰ (یعنی ربع قرن دوم قرن بیست و یکم) در بیش از ۵۰ کشور با جمعیت احتمالی بیش از یک میلیارد نفر، خود را نشان خواهد داد. رفتار آگاهانه و متعهدانه می تواند به ما کمک کند که در سال های آتی جزء بحران زده ها نباشیم .

۴۰ درصد مردم دنیا از آب سالم محرومند و روزانه بیش

جدول زیر نشان دهنده الگوی مصرف هر زن در روز بر مبنای حداکثر ۱۵۰ لیتر می باشد

نوع مصرف	حداقل	حداکثر
پخت و پز و آشامیدن	۱۰ لیتر	۲۰ لیتر
استحمام	۲۲ لیتر	۴۵ لیتر
لباس شویی	۱۰ لیتر	۲۰ لیتر
ظرفشویی	۵ لیتر	۱۵ لیتر
دستشویی و توالت	۲۰ لیتر	۳۰ لیتر
شست و شوی خانه و آشپزخانه	۳ لیتر	۱۰ لیتر
کولر و تهویه مطبوع	۲ لیتر	۵ لیتر
سایر موارد	۳ لیتر	۵ لیتر
جمع	۷۵ لیتر	۱۵۰ لیتر

از ۳۰ هزار نفر در جهان به علت کمبود آب بهداشتی و سالم جان خود را از دست می دهند. صرفه جویی در مصرف آب در قرن حاضر فراتر از یک نیاز اجتماعی و ملی است. رفتار منطقی و مصرف بهینه ای که خواهیم داشت، حالا دیگر، یک حرکت جهانی است. با این دید به مقوله آب بنگریم که می توانیم در سرنوشت کره زمین دخیل و تأثیر گذار باشیم .

با توجه به اینکه سهم آب شیرین جهان تنها ۵ درصد آب موجود بر روی کره زمین است که ۴ درصد آن به قطب مربوط می شود و تنها ۱ درصد از آن در خدمت بخش های کشاورزی و شرب قرار دارد، و این میزان آب شیرین با توجه به افزایش روز افزون تقاضا در زمینه های کشاورزی، صنعت، بهداشت عمومی و شرب میزان بسیار اندکی است، در کشور ما که ۱ درصد جمعیت جهان را در خود جای داده، تنها آب شیرین قابل دسترس

اتاق ها در حد امکان و همچنین استفاده از روشنایی روز در اتاق مطالعه و کار.

آب

آب، این موهبت الهی و این مایه حیات را به جرأت می توان شاهکار خلقت خداوندی دانست. زندگی ابناء بشر و تمامی مخلوقات وابسته به این ماده به ظاهر ساده است. آبیکی از اصلی ترین مواد متشکله بدن انسان ها، حیوانات و گیاهان به شمار می آید. تقریباً ۵۸ تا ۶۴ درصد وزن بدن یک انسان از آب تشکیل شده است .

گرچه همین موضوع به تنهایی نشان دهنده اهمیت آب است؛ اما بد نیست اشاره کنیم که در حال حاضر سه مورد استفاده اساسی از آب شامل مصارف " کشاورزی " " صنعتی و تولید نیرو " و " شهری " روز به روز در حال افزایش است. طبق گزارشات، مصرف سرانه آب (لیتر در روز) در شیراز ۱۵۵ لیتر، در قم ۱۶۶ لیتر، در خوزستان ۲۳۴ لیتر بوده؛ در حالی که در ظهرون عربستان ۸۷ لیتر، در مکزیک ۱۰۰ لیتر و در مالزی ۹۰ لیتر است.

برابر آمار، میزان آب مصرفی کشور عزیزمان - ایران - در سال ۱۳۴۰، حدود ۴۰ میلیارد متر مکعب بوده . این رقم در سال ۱۳۷۶، به حدود ۸۳ میلیارد متر مکعب (تقریباً ۲ برابر) رسید و پیش بینی می شود که تا سال ۱۴۰۰، مقدار آب های مصرفی ایران در تمامی زمینه ها به ترتیب زیر باشد :

افزایش آب شرب ۲/۲۵ برابر خواهد شد.

آب مورد نیاز صنایع ۳/۸ برابر خواهد شد.

آب مورد نیاز بخش کشاورزی و پرورش آبزیان به ۲ برابر برسد.

با توجه به روند رو به تزاید مصرف آب و کمبودهای ناشی از عدم بارش و به تعبیری خشکسالی، در صورت عدم رعایت الگوی مصرف بهینه آب، مردمان ایران زمین به طور عام و اهالی مناطق مرکزی و خشک کشور به طور اخص، درگیر مشکلات عدیده ای خواهند شد. برابر پیش بینی سازمان ملل متحد در سال ۱۹۹۰، حدود ۲۸ کشور با ۳۲۲ میلیون نفر جمعیت در گیر بحران آب بوده اند که این رقم در سال ۱۹۹۵ به ۳۱ کشور با جمعیتی

۳۶ صدم درصد آب کره زمین است (بنابراین بین نیازها و منابع آب شیرین نامعادله ای برقرار است)، و بر اساس اعلام بانک جهانی ایرانیان ۷۰ درصد بیشتر از الگوی جهانی آب مصرف می کنند. پس لازم است افراد جامعه به طور مشخص در مدیریت و تصمیم گیری مرتبط با منابع همکاری نمایند. زنان که همانا مدیران اصلی خانواده هستند باید با اندیشه و تدبیر خود در این امر دخالت داشته باشند و با مصرف بهینه استاندارد، استفاده از لامپ های کم مصرف، خاموش کردن لوازم برقی اضافی، استفاده از شیر آلات کم مصرف فرهنگ سازی نمایند و با انجام این امور و آموزش آن به فرزندان و اطرافیان خود فرهنگ مصرف بهینه را به صورت الگویی درآورد تا کل جامعه از آن منتفع گردد و این خود باعث رشد و شکوفایی اقتصادی کشور خواهد شد. و هدف از رشد اقتصادی نیز فراهم ساختن رفاه و کامیابی جسمانی و معنوی برای اهالی آن کشور از طریق ارضای خواست و امر تأمین نیازهای آنهاست.

راهکارهای الگوی مصرف بهینه

خانواده یک نهاد اجتماعی است که بیشترین نقش را در تربیت افراد هر جامعه بازی می کند. بسیاری از عادات و رفتارها چون در سنین کودکی و در کانون خانواده و توسط مادران آموزش داده می شوند، در انسان به صورت پایدار و دائم باقی می ماند و تغییر آن بسیار دشوار است. حال چنانچه آموزش های مادران صحیح بوده باشند، نتایج مثبت آن در طول زندگی پدیدار می شود و بالعکس چنانچه آموزش های مادران نادرست بوده باشند پیامدهای منفی آن علاوه بر اینکه زندگی فردی را تحت تأثیر قرار می دهد، زندگی اجتماعی را نیز با چالش مواجه می نماید (حسینی، ۱۳۷۹).

زنان به لحاظ اینکه بیشترین هزینه ها را در خانواده مدیریت می کنند، نقش مؤثری در خرید لوازم خانه و اصلاح الگوهای مصرفی دارند. بسیاری از زنان فقط به خاطر اینکه از اطرافیان خود کم نیارند از هیچ تلاشی در نو کردن وسایل زندگی دریغ نمی کنند و گاهی زندگی را هم برای خود و فرزندان شان تلخ می کنند، در بسیاری از خانواده ها نیز خیلی از وسایل فقط به خاطر

اینکه از مد افتاده با وسایل جدید تعویض می شود در حالی که این وسایل هنوز کارآیی سابق را دارند. زنان به عنوان مهم ترین عناصر در خرج و مخارج و هزینه های زندگی در خانه باید با الگوسازی برای خود و فرزندان شان از ترویج اسراف جلوگیری کنند؛ چرا که اگر اسراف به صورت یک امر عادی تلقی شود خسارت زیادی به سرمایه های ملی در آینده ای نزدیک خواهد زد. صلاح الگوی مصرف -به ویژه در خانواده ها- نیازمند زمانی طولانی است؛ چرا که کار در این زمینه نیازمند فرهنگ سازی در همه ابعاد است، گرچه فرهنگ سازی در اصلاح الگوی مصرف یک شبه و با برنامه ریزی کوتاه مدت جواب نمی دهد و باید در این زمینه اهداف بلند مدت مدنظر کارشناسان و مسئولان قرار گیرد.

در ادامه با برشمردن مثال هایی از زندگی روزمره، سعی می شود راه کارهایی جهت مصرف صحیح در حوزه آموزش خانوادگی ارائه گردد :

۱. ارتقای سطح آگاهی زنان در زمینه مصرف صحیح:

درجه اول ابزار زنان آگاهی و خود باوری آنهاست. زنان باید به نقش آموزش دهنده خود در مورد درست مصرف کردن و در نتیجه کاهش ضایعات واقف باشند و بچه ها را از کودکی در خانه طوری تربیت کنند که افراد مصرف گرا نباشند و این در صورتی ممکن است که زن در زندگی روزمره الگوی صحیحی از مصرف داشته باشد. برای مثال دانستن میزان کالری مورد نیاز بدن در سنین مختلف کمک به خرید مواد به اندازه نیاز می شود (ویلکی ۱۹۹۴، ۱).

۲. شناخت کالاهای مباح و ممنوع :

برای اتخاذ الگوی صحیح مصرف، ابتدا باید مصرف کننده مسلمان زن کالاهای مجاز (مباح) و ممنوع (حرام) را بشناسد و در حد توان، معیار اباحه و تحریم آن ها را بداند تا در مرحله عمل، به راحتی و با انگیزه ای قوی بتواند آن حدود و مقررات را به کار بندد (صدر، ۱۳۵۰).

۳. فرهنگ سازی در بین زنان :

در سطح «مصرف کالا» برای فرهنگ سازی نحوه مصرف بهینه خصوصاً آب، برق و گاز که تهیه آنها برای مصرف کننده سهل الوصول است، باید آموزش از طریق مدارس، رسانه ها، تولیدکنندگان، وزارت نیرو و... صورت گیرد. همچنین زنان ایرانی به علت پیوند با دین و مذهب به خوبی سنت های نهادینه شده را می پذیرند و بدان ارج می نهند؛



بادوام‌تر استفاده کنند، مدت استفاده از آنها طولانی‌تر خواهد شد (سلجوقی، ۱۳۸۷).

۸. کاهش میزان سمی بودن زباله‌های خانگی: خانم‌ها با تفکیک مواد زاید سمی خانگی در محل تولید، می‌توانند خیلی از آلودگی محیط‌زیست جلوگیری کنند؛ همچنین با استفاده از محصولات ارگانیک کمک به چرخه اقتصاد کشور نمایند (مجلسی، ۱۳۸۳).

۹. کاهش استفاده از کالاهای یک بار مصرف: در سال ۱۹۹۰ در اتریش، خانواده‌های داوطلب با تغییر الگوی مصرف و کاهش استفاده از کالاهای یک‌بار مصرف موفق شدند زباله‌های تولیدی خود را تا حدود ۱۹ درصد نسبت به خانواده‌های معمولی که وارد مطالعه نشده بودند، کاهش دهند و این کاهش پس از یک سال به ۳۴ درصد رسید (مجلسی، ۱۳۸۳).

۱۰. کاهش حجم زباله از طریق بازیافت و استفاده مجدد: زن به عنوان مدیرخانه در تفکیک زباله از یکدیگر می‌تواند به نحو احسن عمل نماید به طوری که نان خشک، کاغذ، شیشه، پلاستیک و ... را از هم جدا کرده و برای استفاده مجدد برای بازیافت فرستاده شود. امروزه در کشورهای مختلف جهان بازیافت زباله بسیار معمول است و به علت اهمیتی که مواد اولیه در فعالیت‌های صنایع دارند و نیز محدودیت منابع و افزایش قیمت مواد اولیه خام و سرانجام به دلایل ملاحظات زیست‌محیطی، سی درصد اجزای ترکیبی زباله نظیر کاغذ، مقوا، شیشه، پلاستیک، فلزات از طریق بازیافت مورد استفاده مجدد قرار می‌گیرند و بار دیگر به عنوان مواد اولیه به کارخانه‌ها تحویل داده می‌شوند. هفتاد درصد مابقی اجزای ترکیبی زباله نیز توسط کرم خاکی با نام علمی آیزینیا فوتیدا^۲ به کود آلی بیولوژی ورمی کمپوست تبدیل و کودش به افزایش محصولات آنهم از نوع ارگانیک می‌انجامد و خود کرم هم در توسعه صنایع داروسازی، صنایع غذایی، صنایع آرایشی و بهداشتی استفاده می‌شود (سماوات، ۱۳۸۰).

۱۱. آموزش صحیح به فرزندان: چون مادر نقش الگویی در خانواده دارد و تربیت فرزندان نیز برعهده آنهاست این مادران هستند که باید صرفه‌جویی را از کودکی به فرزندان خود آموزش دهند.

۱۲. نقش محبت مادرانه: مادران و زنان خانواده به دلیل

لذا می‌توان در بخش آموزش از تعالیم و آموزه‌های دینی که بر صرفه‌جویی تأکید دارند نیز بیشتر بهره برد.

۴. تغییر و اصلاح رفتار مصرف زنان: برای اینکه تغییرات و اصلاح روش‌ها در سطح عمومی خانواده فراگیر شود، ارایه راهکارهای جدید و اصلاح روش‌ها، نیازمند اتحاد گروهی و همبستگی افراد خانواده است که در این میان مادر، نخستین فردی است که به سهولت می‌تواند اتحاد و همبستگی را در بین اعضای خانواده به وجود آورد و نسبت به شناخت عادت‌های اشتباه و حذف باورهای غلط اقدام کند.

۵. نظارت زنان به نحوه مصرف خانواده: آنچه باید گفت این است که اصلاح روش‌های مورد استفاده در انجام امور، علاوه بر موارد یاد شده، نیاز به مدیریت جدی و کنترل قانون‌مندی هم دارد تا با نظارت بر عملکرد افراد، اجرای روش‌های اصلاحی را با ساختار اصلی آن تطبیق دهد (سوس^۱، ۱۹۹۸). زنان و مادران با توجه به اینکه حضور پررنگ تری در خانه دارند، بیشتر می‌توانند بر مسائل صرفه‌جویی هر چند کوچک نظارت کنند؛ برای مثال بعضی از مادران بیشتر از تعداد خانواده برای شام یا نهار غذا آماده می‌کنند و بعد باقی مانده غذا را دور می‌ریزند در صورتی که با طبخ غذا به مقدار لازم از اسراف جلوگیری می‌کنند.

۶. میانه روی در میهمانی‌های خانوادگی: اگر چه سخن در باب میهمانی‌های رسمی و مراسم جشن و عزا و ولیمه و ... بسیار است؛ اما کلام خود را به میهمانی‌های خانوادگی منحصر می‌کنیم که متأسفانه زیاده‌روی و اسراف حتی بر این نوع از میهمانی‌ها هم سایه گسترانیده است. این تأسف هنگامی دو چندان می‌شود که رد پای تجمل و تجمل‌گرایی و چشم و هم‌چشمی را بر سر سفره‌های پر معنویت می‌بینیم همچون سفره‌های افطار نیز مشاهده می‌کنیم. زنان خانواده می‌توانند با برگزاری میهمانی‌های ساده و به دور از تجمل؛ اولاً بر افزایش رفت و آمدهای خانوادگی و برقراری صله رحم گام بردارند و ثانیاً خود را نیز از قید و بند تهیه چند نوع غذا و تجملات اضافی برهانند و مهم‌تر از همه فرهنگ ساده‌زیستی را نیز به فرزندان خود بیاموزند.

۷. استفاده از اجناس تولیدی با دوام: اگر محصولات تولیدی با دوام‌تر باشند و زنان در برنامه‌ریزی روزمره از محصولات

برخورداری از عواطف و روحیه زنانه می‌توانند با توضیح و توجیه محبت‌آمیز به افراد خانواده آن‌ها را به رعایت نظم، نظافت و استفاده بهینه و درست از وسایل و منابع تشویق کنند.

۱۳. بازگویی دستورات شرع مقدس اسلام در باب نهی از اسراف توسط وعاظ و علمای دینی به خانواده‌ها:
به خانواده‌ها بالاخص زنان با توجه به دستورات شرع مقدس اسلام که اسراف را نهی کرده، لازم است با تلاش و عاظمی و علمای دینی، نحوه پوشش و طرز لباس، موارد و نوع مصرف مواد غذایی، زیور آلات، نذر و ایتم فقر، مصرف در حد اعتدال، آب در غسل و وضو و ... آموزش داده شوند. همچنان که امیرالمؤمنین (ع) می‌فرمایند: نوع لباس پرهیزگاران در حد اعتدال است (موسوی، ۱۳۶۸).

۱۴. مصرف صحیح نان: طبق آمار، کشور ما از جمله کشورهایی است که بیشترین میزان دور ریز نان را به خود اختصاص داده است. در بررسی علل و چرایی این پدیده ممکن است به دلایل و ای بسا توجیهاتی همچون بی‌کیفیت بودن نان در ایران پناه ببریم. اگر چه انکار این حقیقت نادرست و شاید روی آوردن به تولید نان صنعتی خود شاهدهی بر این مدعا باشد؛ اما یکی از پررنگ‌ترین عوامل دورریز نان، فرهنگ استفاده نادرست از این برکت الهی در سفره‌های ایرانی است.

زنان خانواده‌ها می‌توانند با بررسی میزان نان مورد نیاز خود سعی در تهیه نان تازه بکنند؛ چرا که مصرف نان غیر تازه احتمال دور ریز را بیشتر می‌کند. چنانچه امکان تهیه نان تازه برای هر وعده مصرف فراهم نباشد باید با به‌کارگیری شیوه‌های نگهداری نان، احتمال دور ریز در وعده‌های بعدی را به حداقل رساند. فراتر از تمامی این موارد متأسفانه در بسیاری از خانواده‌ها جدا کردن دور نان و مصرف وسط آن به صورت عادت درآمده که این عمل بسیار ناپسند به طور گسترده در جامعه ما خودنمایی می‌کند. درمان این مشکل جز در اصلاح رفتار و آموزش از طریق مادران امکان پذیر نمی‌باشد.

۱۵. مصرف صحیح آب: همه ما از کودکی با این جمله که «آب مایه حیات است» آشنا هستیم و از سوی دیگر هم به خوبی می‌دانیم که کشورمان جزء کشورهای کم‌آب دنیا محسوب می‌شود، با این همه، اسراف و زیاده‌روی برخی در استفاده از این

موهبت الهی موجب شگفتی است. آنچه که مادران باید از کودکی به فرزندان خود بیاموزند، مصرف صحیح آب است. بازگذاشتن شیر آب هنگام شستن دست و رو یا هنگام مسواک زدن، استفاده از آب آشامیدنی جهت شست و شوی اتومبیل، حمام‌های طولانی مدت و در بسیاری از موارد غیر ضروری و ... همگی مثال‌هایی از عادات نادرست ما ایرانیان در مصرف آب است.

۱۶. مصرف صحیح برق: زنان به علت حضور بیشتر در منزل حتی بر نحوه استفاده از نیروی برق نیز می‌توانند کنترل داشته باشند، به طوری که در ساعت اوج مصرف برق از روشن کردن وسایل برقی و لامپ‌ها خودداری کنند. اصلاح الگوی مصرف نه تنها در استفاده از نیروی برق بلکه باید در مورد تمام نیازهای مصرفی مانند آب، گاز، تلفن و حتی زمان باشد.

۱۷. اطلاع‌رسانی از طریق رسانه‌ها: زنان با کسب اطلاعات از طریق تحصیل، رسانه‌های عمومی، اطلاع‌رسانی سازمان‌های خدماتی و آموزش‌های اجتماعی و تلفیق آنها با دقت، درایت و خلاقیت خویش در رابطه با موضوعات مختلف می‌توانند مهارت کافی برای هدایت خانواده را به دست آورند.

۱۸. افزایش ارتباطات اجتماعی: ارتباط رودررو با آشنایان و اطرافیان منجر به آگاهی بیشتر زنان خواهد شد؛ چرا که در گذشته زنان سنتی چون ارتباط بیشتری باهم داشتند می‌توانستند الگوهای مصرفی خوبی برای فامیل، دوستان، همسایگان و ... باشند که امروزه این امر کمرنگ شده است.

۱۹. آسان‌سازی ازدواج: مادران در خانواده‌ها و بخصوص در امر ازدواج، اساس کار هستند و نقش اصلی را در این وظیفه مهم با پیروی از سیره پیشوایان دینی در آسان‌سازی ازدواج بر عهده دارند؛ چرا که زنان از جمله ارکان مهم در ازدواج بهنگام جوانان و یا تأخیر در زناشویی و افزایش توقعات و غلبه یافتن مشکلات و غالب بر محتوا و زرق و برق مادیات بر معنویت‌ها و کاهش بهره‌وری در ازدواج می‌توانند باشند.

۲۰. خرید به موقع و یکجا: در موقع رفتن به فروشگاه، داشتن فهرست کالاهای مورد نیاز از خرید بی‌مورد ممانعت به‌عمل می‌آورد. همچنین خرید در یک روز در هفته هم می‌تواند هم از آلودگی هوا و هم از خرید زاید ممانعت نماید (ویلکی، ۱۹۹۴).

نتیجه‌گیری

رفتارهای فردی و اجتماعی، اقتصادی و اخلاقی را از والدین خود می‌آموزند و در موقع لزوم آن را به کار می‌گیرند. یک مادر خوب و فهمیده که در خانه الگوی صحیحی برای مصرف داشته باشد و از مصارف غیر ضروری و مسرفانه پرهیز کند، قهرا دختری خواهد داشت که در زندگی فردی و اجتماعی آینده خود، دچار ضعف شخصیت و تقلید از دیگران نخواهد شد. اما در نقطه مقابل، مادری که بدون داشتن الگوی صحیح مصرف، به زیاده‌روی و ولخرجی خو گرفته است، این روش او در ساختار روحی فرزندش اثر گذاشته و قهرا او در زندگی آینده‌اش آن را به کار خواهد گرفت.

اسلام قرن‌ها قبل از اینکه دنیای غرب استقلال زنان را به رسمیت بشناسد، در این مورد قوانین آشکار و واضحی داشته که زندگانی حضرت خدیجه (س) به عنوان زنی فعال در عرصه اقتصادی بهترین شاهد این مدعاست که زنان ما می‌توانند به او اقتدا کنند.

اصلاح الگوی مصرف یک رسالت ملی است، وقتی افراد اصلاح الگوی مصرف را در جامعه رعایت کنند فرهنگ درست مصرف کردن را می‌آموزند؛ بنابراین می‌توانند از منابع استفاده مستمر داشته باشند. خانواده در مصرف تابع زنان خانواده است؛ لذا درک زنان از مصرف و چگونگی اصلاح الگوی مصرف می‌تواند در همه خانواده‌ها تأثیر گذار باشد. زنان باید در رابطه با نحوه درست مصرف کردن توجیه شوند و آموزش ببینند؛ چرا که این امر منجر به صرفه‌جویی در جامعه و خانواده می‌شود.

زنان می‌توانند با کاهش هزینه‌های تشریفاتی و حذف تجملات، مازاد درآمد خانواده را در زمینه‌های خیر و خدایپسندانه خرج کنند و از این طریق، روحیه خیرخواهی را در فرزندان خود و حتی سایر خانواده‌ها پرورش دهند.

اصلاح الگوی مصرف نیازمند بازنگری است، به این دلیل که بسیاری از خریدهایی که از طریق بانوان انجام می‌شود، نیاز واقعی نیست، بلکه یک عادت یا تقلید از دیگران است. الگوی تحمیلی زمان، مکان و تبلیغات فرد را به صورت ناخودآگاه مجاب می‌کند به اینکه به وسایل و اقلام مختلف نیازمند است؛ در حالی که این نیاز، فقط یک نیاز کاذب است. الگوی غلط مصرف در زنان، چشم و همچشمی و نتیجه حساسیت‌های بی‌مورد و تربیت نشده

امروزه با گسترش حجم جمعیت در سطح جهانی و محدودیت منابع در دسترس بشر از یک سو و عدم توزیع متوازن منابع محدود موجود - که بخشی از آن بنابر عوامل طبیعی و جغرافیایی و تقسیمات کشورها در سطوح مختلف زمین بوده و بخشی دیگر منبعت از عدم توازن قدرت کشورها در تسلط و بهره‌برداری از این منابع می‌باشد - از سوی دیگر، «صرفه‌جویی» و به عبارت دیگر «مدیریت مصرف منابع» مبتنی بر آینده‌نگری، به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است که کشور ما نیز علی‌رغم بهره‌مندی از منابع فراوان طبیعی از شمول این ضرورت جهانی مستثنی نیست. یکی از دلایل رشد کشورهای جهان پیشرفته، برنامه‌ریزی صحیح برای حفظ منابع و برقراری ارتباط مناسب میان منابع موجود و شیوه مصرف است که در فرهنگ جامعه‌شان نهادینه شده و ما در ایران اسلامی باید این مهم را به دقت مورد ملاحظه قرار دهیم.

علاوه بر این، تأکیدات فراوان دین اسلام بر امر "صرفه‌جویی" به عنوان عاملی در راستای اعتدال فردی و اجتماعی زندگی بشر و دوری از پیامدهای مادی و اخلاقی مصرف زدگی نیز پیش روی ما قرار دارد که صرفه‌جویی را همچنین به رفتاری دینی بدل ساخته است و اما علی‌رغم تمامی موارد فوق‌الذکر، زنان کشور ما که همواره از پیامدهای مخرب حاصل از آنچه عدم موازنه تولید و مصرف در اقتصاد (به ویژه عرصه‌های حیاتی آن) رنج می‌برند و از دیگر سو به عنوان کشوری مسلمان، مواجه با تأکیدات فراوان دینی مبنی بر صرفه‌جویی و اجتناب از اسراف منابع می‌باشند؛ در عین حال و در مجموع، در فرایند صرفه‌جویی و دوری از اسراف، جز در مواقعی خاص و بحرانی، نمره قابل قبولی نمی‌گیرند. تأکیدات مقام معظم رهبری بر صرفه‌جویی و اجتناب از اسراف منابع ملی که معظم له آن را یک «عیب ملی» خواندند و بر بهره‌گیری از الگوهای رفتار دینی (از جمله اعتدال در مصرف در ماه مبارک رمضان) تأکید نمودند؛ در همین راستا تفسیر می‌شود.

مادر از ارکان اصلی تربیت و عامل مهم شکل‌گیری شخصیت رفتاری فرزندان است. شیوه‌های رفتاری فرزندان، انعکاسی از نوع تربیت مادران آنهاست؛ از این رو بسیاری از دختران و پسران

است؛ در واقع حساسیت بیشتر زنان، به جای امور مهم بر مسائل برنامه‌ریزی نشده معطوف است؛ در واقع برخی از زنان با مصرف بی حد می‌خواهند به نیازهای کاذب خود پاسخ دهند.

هر اندازه دانش، آگاهی و حساسیت زنان بیشتر شود و درک اقتصادی بیشتری در این زمینه بیابند نسبت به طریقه مصرف حساس می‌شوند. آگاهی و رشد فرهنگی و اجتماعی بانوان هر چه بیشتر باشد باعث می‌شود تا زنان تحت تأثیر عادت و تبلیغات قرار نگیرند و الگوی مصرف به اصلاح برسد. مادران باید به فرزندان خود بیاموزند که از منابعی که در اختیار دارند به طور صحیح استفاده کنند تا در آینده دچار مشکل نشوند. اگر مادران در کودکی به فرزندان خود صرفه‌جویی را نیاموزند، الگوهای مصرف نامناسب جایگزین الگوی مصرف مناسب در زندگی آنها می‌شود.

اصلاح الگوی مصرف از بعد سلبی به معنای صرفه‌جویی و کاستن از مصارف غیر ضروری و از بعد ایجاب آن، بهینه‌سازی مصرف و یا درست، بهنگام و اقتصادی مصرف کردن تعبیر می‌شود. اصلاح الگوی مصرف در زندگی اجتماعی مردم نیز تأثیرات عمیقی خواهد داشت و با فرهنگ‌سازی و ترویج الگوی مصرف، اثرات آن آشکار خواهد شد.

در پایان ذکر این نکته حائز اهمیت است که آموزش از دو طریق مستقیم و غیر مستقیم صورت می‌پذیرد. نباید با خواندن این سطور، این تصور پدید آید که تمامی موارد فوق لزوماً باید از طریق آموزش مستقیم به فرزندان صورت بگیرد. ای بسا رفتارهای صحیح ما اثر عمیق‌تری در رفتار فرزندانمان ایجاد کند. با اصلاح رفتارهای مسرفانه خود، نسلی پرورش داد که مصرف صحیح را نه تنها هدف بلکه وظیفه خود بداند.

منابع:

- رزاقی، ابراهیم، (۱۳۷۳). الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، تهران: چاپخس: ۱۶۴-۱۶۳.

- برادران رضایی م، شیروانی م، (۱۳۸۵). وضعیت عادت غذایی دانشجویان دانشگاه‌های تبریز؛ بر اساس رفتارهای خطرناک جوانان، نهمین کنگره تغذیه ایران، تبریز.

- تفضلی، فریدون، (۱۳۷۶). اقتصاد کلان، نظریه‌ها و سیاست‌های اقتصادی، تهران: نی.

- حسینی، سیدرضا، (۱۳۷۹). الگوی تخصیص درآمد و رفتار مصرف‌کننده مسلمان، تهران: مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.

- سلجوقی، خسرو، (۱۳۸۷). مدیریت پسماندهای شهری به وسیله نعمت‌های خداوند، تهران.

- سماوات، سعید، (۱۳۸۰). چگونگی تولید ورمی کمپوست از ضایعات شهری و کشاورزی، تهران: دفتر خدمات و فن آوری آموزشی نشر آموزش کشاورزی.

- سید جمال الدین، موسوی، (۱۳۶۸). ملاحظاتی پیرامون پیام‌های اقتصادی قرآن، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ص ۴۶۷-۴۷۶.

- صادقی، حسین، (۱۳۷۵). سیزده اندیشمند و اقتصاددان مسلمان، مباحثی در اقتصاد خرد، نگرش اسلامی، تهران، مؤسسه تحقیقات اقتصادی دانشگاه تربیت مدرس.

- صدر، سیدمحمدباقر، (۱۳۵۰). اقتصاد ما، محمدکاظم موسوی، تهران: انتشارات اسلامی.

- کلاتری، علی اکبر، (۱۳۸۴). اسلام و الگوی مصرف، تهران: انتشارات نوید.

- گرجی، ابراهیم، (۱۳۷۹). اقتصاد کلان (تئوری‌ها و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی)، تهران، شرکت نشر و چاپ بازرگانی.

- مجلسی، منیره، (۱۳۸۳). زنان و کاهش زباله خانگی، مدیریت پسماندها فصلنامه آموزشی، پژوهشی، شماره دوم و سوم: ۸-۱۲.

- H. Assael, south, Consumer Behavior and marketing Action, 6th edition, western college publishing, 1998.

- W.L.Wilkie, Consumer Behavior, 3rd edition, John wiley & sons, INC, 1994.