

## نقش سیاست های فرهنگی در اصلاح الگوی مصرف

محسن موحدی

کارشناسی ارشد علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی  
مدرس مراکز تربیت معلم استان اصفهان

آدرس پستی: نجف آباد - امیرآباد - خ ساحل شرقی - پلاک  
- ۴۸

کدپستی ۴۳۳۷۴-۸۵۱۶۶      تلفن : ۰۹۱۳۱۳۳۶۰۲۸  
فاکس: ۰۳۳۱-۲۷۴۰۶۵۴

### چکیده:

بر اساس اهمیت موضوع نقش سیاست های فرهنگی در اصلاح الگوی مصرف، در این پژوهش بر رابطه بین نهاد های فرهنگی جامعه و اصلاح الگوی مصرف تاکید می شود. روش تحقیق از نوع پیمایشی است که در جامعه فرهنگیان شهرستان نجف آباد انجام شده است. سوالات تحقیق درباره نقش سیاست های پنج نهاد مهم فرهنگی جمهوری اسلامی ایران تنظیم شده است. برخی نتایج و یافته های تحقیق عبارتند از:

- غنی سازی مطالب کتب درسی دوره های مختلف تحصیلی درباره اصلاح الگوی مصرف از طریق تحلیل محتوای این کتب توسط متخصصان برنامه ریزی درسی و آموزشی مهم ترین سیاست آموزش و پرورش در اصلاح الگوی مصرف به حساب می آید و در مجموع ۸۴ درصد اعضای نمونه سیاست های فرهنگی آموزش و پرورش در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

- انجام مطالعات و تحقیقات پیرامون فرهنگ عمومی در زمینه الگوی صحیح مصرف و استفاده از نتایج حاصل در برنامه ریزی های فرهنگی مهم ترین سیاست وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اصلاح الگوی مصرف به حساب می آید و در مجموع ۷۸ درصد اعضای نمونه سیاست های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

- ساخت برنامه هایی در خصوص آشنا سازی نسل جوان با الگوی صحیح مصرف و نشان دادن برتری فرهنگ اسلامی بر فرهنگ غرب و سایر کشورها در این زمینه مهم ترین سیاست صدا و سیما در اصلاح الگوی مصرف به حساب می آید و در مجموع ۸۱ درصد اعضای نمونه سیاست های فرهنگی صدا و سیما در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

- تبیین سیره پیامبر اعظم (ص) و ائمه اطهار (ع) در زمینه الگوی صحیح مصرف مهم ترین سیاست حوزه علمیه در اصلاح الگوی مصرف به حساب می آید و در مجموع ۷۱ درصد اعضای نمونه سیاست های فرهنگی حوزه علمیه در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

- تهیه و ارائه اولویت های پژوهشی مطالعات راهبردی الگوی صحیح مصرف برای موضوعات پایان نامه های رشته های علوم انسانی بصورت فراخوان به دانشگاه ها مهم ترین سیاست وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در اصلاح الگوی مصرف به حساب می آید و در مجموع ۷۵ درصد اعضای نمونه سیاست های فرهنگی این وزارتخانه در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

### واژگان کلیدی:

- سیاست های فرهنگی<sup>۱</sup>
- الگوی مصرف<sup>۲</sup>

### بیان مسئله:

<sup>۱</sup> - cultural policies

<sup>۲</sup> - consumption method

واژه مصرف‌یکی از پر مصرف‌ترین واژگان دانش اقتصاد و پدیده ای است که آدمی هر لحظه با آن سر و کار دارد. اقتصاددانان آن را استفاده از کالاهای اقتصادی و خدمات می‌دانند، اما برای آن، معانی دیگری همچون به‌چنگ آوردن، گرفتن، هدر دادن، تلف کردن یا تمام کردن نیز ذکر شده است. (رزاقی، ۱۳۷۴، ص ۳۲)

در بررسی‌های اقتصادی، مطالعه‌ی مصرف‌یکی از بخش‌های مهم را به خود اختصاص می‌دهد. این بررسی‌ها قادر است اطلاعات جامعی را برای فهم سطح زندگی‌گروه‌های مختلف جمعیت و مطالعه‌ی نحوه‌ی تهیه و کسب‌نیازمندی‌ها و میزان پولی بودن اقتصاد را فراهم آورد.

از سوی دیگر، دسترسی به متغیرهای مربوط به مصرف، زمینه لازم برای بررسی‌های اقتصادی، در سطح اقتصاد ملی را فراهم می‌نماید. بررسی‌های یاد شده، بازارهای مصرف و حجم نیازمندی‌های آن بازار را روشن می‌نماید و نتایج سودمندی را در زمینه‌ی چگونگی و مصرف تولیدات به دست می‌دهند. (دادگر، ۱۳۷۸، ص ۵۵)

در میان متغیرهای اقتصادی، شاید هیچ کدام به اندازه‌ی مصرف، برای عموم مردم مهم نباشد، به گونه‌ای که بسیار بر این باورند که هدف از سایر فعالیت‌های اقتصادی مانند پس‌انداز، سرمایه‌گذاری، تولید و توزیع نیز در نهایت مصرف است.

با روشن شدن اهمیت مصرف در اقتصاد و بررسی‌های اقتصادی، لازم است معنای مصرف را از زبان اقتصاددانان و نویسندگان حوزه اقتصاد بررسی کنیم. مصرف به معنای استفاده از منابع موجود به منظور برآوردن نیازها و حوایج فعلی و جاری است. مصرف از نقطه نظر آماری، از جمع کل مخارج مصرفی خانوارها، شرکت‌های خصوصی و بالاخره مخارج مصرف بخش عمومی به دست می‌آید. اقتصاددانان واژه‌ی مصرف را به معنای استفاده از کالاهای اقتصادی به کار می‌برند: مارگریت برک معتقد است مصرف را باید در قالب کمیت‌هایی از کالاها و خدمات در نظر آورد که از بازار گرفته می‌شود.

ژان مارسل ژاننی، مصرف را اتلاف یک ثروت به منظور ارضای یک احتیاج می‌داند. انسان برای این که بتواند به نیازها و خواسته‌های خود جامعه عمل بپوشاند، متقاضی به دست آوردن کالاها و خدمات می‌شود. مصرف کالاها و خدمات، ضمن ارضای نیازهای طبیعی فرد، به

او خشنودی می بخشد. (مشرف جوادی ، ۱۳۸۲ ، صص ۱۲۱-۱۱۹)

برخی کارشناسان معتقدند مصرف فرایندی است که در آن ، ارزش استفاده ، چه به صورت تبدیل آن در فرایند تولید و چه به صورت استفاده ی ناب و ساده ی آن در هنگام مالکیت برای ارضای نیازها ، از بین می رود. (رزاقی، ۱۳۷۴، ص ۴۱)

شکل و سطح مصرف افراد يك جامعه ، الگوی مصرف آن جامعه را تشکیل می دهد. الگوی مصرف شامل کمیت و کیفیت اقلام مصرفی افراد يك جامعه است که تحت تاثیر استاندارد مصرف ، درآمد و موقعیت اجتماعی و... تغییر می کند. الگوی مصرف يك جامعه است که می تواند تعیین کننده ی وجود پدیده ی مصرف گرایی در آن جامعه باشد. مصرف گرایی از این نگاه ، در معنای مصرف نامتعارف است که نیاز فیزیکی فرد را برطرف نمی سازد، بلکه نیاز روانی فرد یا افراد جامعه را که گاه به تقلید از دیگران ، تبلیغات ، شرایط محیطی یا تغییرات ساختار جامعه ایجاد شده ، برطرف می سازد. (خلیلیان ، ۱۳۷۵، ص ۸۲)

الگوی مصرف هر جامعه نقشی تعیین کننده در تخصیص منابع تولید، نوع کالاهای تولیدی و شیوه توزیع آنها 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 ارزشهای مورد قبول جامعه یا به طور خلاصه، فرهنگ عمومی مردم می باشد.

در میان عواملی که بر تعیین الگوی مصرف در يك جامعه نقش دارند، به نظر می رسد «فرهنگ حاکم بر جامعه» مؤثرتر و دارای تأثیر عمیقتری می باشد؛ زیرا اعمال و تصمیم گیری افراد آینه تمام نمای عقاید، اندیشه ها و نحوه نگرش به جهان هستی و ارزش های مورد قبول آنهاست. از سوی دیگر، آداب و رسوم، ارزشها و افکار و عقاید اجزای اصلی تشکیل دهنده فرهنگ هر جامعه می باشند. بنابراین، فرهنگ در فرایند تصمیم گیری و اعمال و رفتار اقتصادی افراد جامعه نقشی اساسی دارد. در این میان، جایگاه فرهنگ مصرف در مکتب اهل بیت به خوبی از سخنان پیشوایان معصوم نمایان است. برای نمونه، امام سجّاد (ع) در دعای سی ام صحیفه سجّادیه می فرماید: «پروردگارا، بر محمد و آل محمد درود فرست و مرا از اسراف و زیاده روی باز دار و به بخشش و میانه روی قوام ده و تنظیم صحیح امور

زندگی را به من بیاموز و مرا از تضییع نعمت‌ها بازدار.»

### **اهمیت و هدف پژوهش:**

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 سرافرازی ممکن نمی‌گردد و در سطح فردی، بدون اجتناب از مصارف غیر ضرور 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. جست‌وجوی 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 و خفت و شکست بکاهد.

موضوع اصلاح الگوی مصرف از مدت‌ها قبل از سال ۱۳۸۸ که از سوی مقام معظم رهبری سال اصلاح الگوی مصرف نامیده شد، ذهن ایشان را به خود مشغول داشته است و برای بیان اهمیت این موضوع استناد به سخنان ایشان تا حد زیادی راهگشا خواهد بود. ایشان تنها راه مقابله با توطئه دشمنان در زمینه‌های اقتصادی را صرفه‌جویی و نگاه پرهیزگرانه به مصرف‌گرایی می‌دانند:

«درباره‌ی مسائل اقتصادی، من هم اول امسال و هم اول سال گذشته - هم به مسئولین، هم به مردم - تذکر دادم و گفتم: امروز دشمن چشمش به نقطه‌ی حساس اقتصادی است تا بلکه بتوانند این کشور را از لحاظ اقتصادی دچار اختلال کنند. هرچه می‌توانند اختلال ایجاد کنند و هرچه هم نمی‌توانند، در تبلیغاتشان وانمود کنند که اختلال هست! این کاری است که امروز در تبلیغات دشمنان ما، با قدرت و به شکل‌های مختلف انجام می‌گیرد. راه مقابله هم انضباط مالی و صرفه‌جویی و نگاه پرهیزگرانه‌ی به مصرف‌گرایی است.» (خامنه‌ای، ۱۳۸۷، ص ۶۴)

ایشان ضمن هشدار به خطرات مصرف‌گرایی برای ملت‌ها، ایرانیان را دچار مصرف‌گرایی افراطی قلمداد نموده و اهمیت موضوع را یادآور می‌شوند:

«من این را می‌خواهم به مردم عزیزمان تأکید کنم: مصرف‌گرایی به صورت اسراف یکی از بیماری‌های خطرناک هر ملتی است. ما یک خرده به این مصرف‌گرایی افراطی

دچار هستیم. یکی از نمونه‌هایش را به مناسبت مشکل کم آبی عرض بکنم؛ یکی از موارد اسراف، اسراف در آب است؛ نه فقط آبی که مصرف شرب در خانه‌ها می‌شود، نوع آبیاری کشاورزی ما هم یک نوع مسرفانه است و آب را هدر می‌دهیم. وظیفه‌ی مسئولین و دست‌اندرکاران این بخش است که به این مسئله به‌طور ویژه توجه کنند! پس به مسئله‌ی اسراف - هم در مسئله‌ی آب و هم در مسائل دیگر - باید با اهمیت نگاه کنند. «(خامنه‌ای، ۱۳۸۷، ص ۶۸)

مقام معظم رهبری با تاکید بر اهمیت تبیین در اسلام، معتقدند انقلاب اسلامی به وسیله تبیین بر بسیاری از تربیت‌های غلط جامعه فائق آمد اما هنوز مسئله مصرف‌گرایی و اسراف حل نشده است که نیاز به تبیین دارد: «در مبارزات اسلامی، تبیین خیلی نقش دارد. من این را به شما جوانانی که احساس مسئولیت می‌کنید، توی پرانتز عرض می‌کنم که تبیین خیلی اهمیت دارد. در مبارزات اسلامی، در همه حال تبیین - بیان واقعیت و رساندن واقعیت؛ تبلیغ، بلاغ - خیلی اهمیت دارد و این را نباید از دست داد... روش اسلامی تبیین است و همین تبیین‌ها موجب شد که انقلاب اسلامی بر بسیاری از این پیش‌زمینه‌های تاریخی و تربیت‌های غلط فائق بیاید و فائق آمد. البته در بعضی‌اش هم هنوز فائق نیامدیم، که آن انگیزه‌های دیگری دارد - مثل این مصرف‌گرایی و اسراف - این جزو میراث‌های ما از گذشته است و متأسفانه این میراث را نگه داشتیم. ما ملت ایران باید این جامعه‌ی ناساز بی‌اندام زشت را از تنه‌مان بیرون بیاوریم. ما خیلی مصرف‌زده هستیم؛ باید این را حل کنیم. همه باید دست به دست هم بدهند و این قضیه را حل کنند. البته صدا و سیما هم بلاشک نقش دارد.» (خامنه‌ای، ۱۳۸۷، صص ۹۵-۹۴)

مقام معظم رهبری با بیان این که تولید ثروت از نظر اسلام مجاز است، مسابقه‌ی اشرافی‌گری و تجمل‌پرستی را بسیار نامطلوب می‌دانند:

«امروز متأسفانه، مصرف‌گرایی و مسابقه‌ی تجمل‌پرستی و مسابقه‌ی پول درآوردن و تلاش برای پول کردن، یک طبقه‌ی جدیدی درست کرده. نظام اسلامی با تولید ثروت مخالف نیست، با ایجاد ثروت مخالف نیست، بلکه مشوق اوست. اگر تولید نباشد، اگر ایجاد ثروت نباشد، حیات و بقای جامعه به خطر خواهد افتاد، اقتدار لازم را جامعه به دست نخواهد آورد؛ این یک اصل اسلامی است. اما این که آحاد مردم دلشان لک بزند برای مسابقه‌ی اشرافی‌گری، برای تجمل‌پرستی، این یک چیز بسیار نامطلوب است؛ این چیزی است که متأسفانه در درون ما

هست؛ همان‌طور که قبلاً هم گفته‌ام: اسراف و مصرف‌گرایی افراطی. «(خامنه‌ای، ۱۳۸۷، ص ۹۷)

ایشان اهمیت تحقیق و پژوهش در مشکلات اقتصادی مانند اسراف و مصرف‌گرایی را یادآور شده و نتایج این تحقیقات را برای مسئولان کشور از نظر فرهنگ‌سازی مهم و حیاتی می‌دانند:

«در باره‌ی مشکلات اجتماعی که در کشور وجود دارد، تحقیق کنیم و راه ریشه‌کردن اینها را پیدا کنیم و به دنبال این برویم که راه مبارزه با اسراف چیست. اسراف یک بیماری اجتماعی است. راه مبارزه با مصرف‌گرایی چیست؟ راه مبارزه با ترجیح کالای خارجی بر کالای ساخت داخل چیست؟ اینها تحقیق می‌خواهد. در دانشگاهها پروژه‌های تحقیقی بگیرید، استاد و دانشجو کار کنید، نتیجه‌ی تحقیق را به مسئولان کشور بدهید؛ به رسانه‌ها بدهید تا سرریز شود و فرهنگ‌سازی شود. این، می‌شود پیشرفت. «(خامنه‌ای، ۱۳۸۷، ص ۱۱۴)

مقام معظم رهبری در زمینه فرهنگ‌سازی از طریق صدا و سیما به وجود تناقض‌هایی در کار این رسانه اشاره می‌فرمایند:

«در مقوله‌ی عدالت اجتماعی فیلم‌ها و سریال‌هایی ساخته می‌شود که غالباً خانه‌های مورد استفاده‌ی شخصیت‌های این فیلم‌ها اعیانی و اشرافی است! واقعاً وضع زندگی مردم ما این‌طوری است؟ آیا یک زوج جوان یا یک زن و شوهر در چنین خانه‌هایی زندگی می‌کنند؟! این کار چه لزومی دارد؟ سالها قبل بعضی از سریال‌هایی که از سیما پخش می‌شد، هرچند کیفیت آنها مثل سریال‌های الان نبود - عقب‌تر بود - لیکن فضای زندگی در آنها، متواضعانه و در یک خانه‌ی معمولی بود؛ آن‌طوری خوب است. زندگی را لزوماً نباید اعیانی و اشرافی و متجملانه معرفی کرد. فضای تبلیغی صدا و سیما این‌طوری باشد. البته گاهی در این خصوص هم به ما تذکر می‌دهند و مطالبی می‌گویند. تبلیغات رسانه‌یی و گاهی تبلیغ‌های خیلی پُررنگ که مردم را به طرف مصرف‌گرایی سوق می‌دهد، با برنامه‌یی که فرضاً شما ساخته‌اید تا مصرف‌گرایی را تقبیح کنید، عملاً در تناقض است؛ با هم هماهنگ نیست. «(خامنه‌ای، ۱۳۸۷، ص ۱۳۷)

عدم اصلاح الگوی مصرف تا آنجا برای جامعه خطرناک است که توانمندان را از یاری فقرا باز می‌دارد و مانع مصرف ثروت و پول در راه رضای خدا و رفع مشکلات مردم می‌شود:

«یکی از عواملی که نمی‌گذارد دست‌کسانی که توانایی کمک دارند، به یاری فقرا دراز شود، روحیه مصرف‌گرایی و تجمل در جامعه است. برای جامعه بلای بزرگی است که میل به مصرف، روز‌به‌روز در آن زیاد شود و همه به

بیشتر مصرف کردن، بیشتر خوردن، متنوعتر خوردن، متنوعتر پوشیدن و دنبال نشانه‌های مُد و هر چیز تازه برای وسایل زندگی و تجملات آن رفتن، تشویق شوند. چه ثروت‌ها و پول‌هایی که در این راه‌ها هدر می‌رود و از مصرف شدن در جایی که موجب رضای خدا و رفع مشکلات جمعی از مردم است، باز می‌ماند.» (خامنه‌ای، ۱۳۸۷، ص ۱۱۶)

از دیدگاه مقام معظم رهبری، دستگاه‌های فرهنگی و تبلیغاتی باید مردم را به سمت قناعت، اکتفا و به اندازه‌ی لازم مصرف کردن و اجتناب از زیاده‌روی و اسراف دعوت کنند:

«مصرف‌گرایی برای جامعه بلای بزرگی است. اسراف، روزبه‌روز شکاف‌های طبقاتی و شکاف بین فقیر و غنی را بیشتر و عمیق‌تر می‌کند. یکی از چیزهایی که لازم است مردم برای خود وظیفه بدانند، اجتناب از اسراف است. دستگاه‌های مسؤول بخش‌های مختلف دولتی، بخصوص دستگاه‌های تبلیغاتی و فرهنگی - به‌ویژه صدا و سیما - باید وظیفه خود بدانند مردم را نه فقط به اسراف و مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی سوق ندهند؛ بلکه در جهت عکس، مردم را به سمت قناعت، اکتفا و به اندازه‌ی لازم مصرف کردن و اجتناب از زیاده‌روی و اسراف دعوت کنند و سوق دهند. مصرف‌گرایی، جامعه را از پای درمی‌آورد. جامعه‌ای که مصرف آن از تولیدش بیشتر باشد، در میدان‌های مختلف شکست خواهد خورد. ما باید عادت کنیم مصرف خود را تعدیل و کم کنیم و از زیاده‌ها بزنیم.» (خامنه‌ای، ۱۳۸۷، صص ۱۵۱ - ۱۴۹)

مقام معظم رهبری هم مردم بویژه افراد متمکن جامعه و هم دولت و دستگاه‌های وابسته به آن را به رعایت قناعت و صرفه‌جویی توصیه می‌فرمایند:

«لازم است که به مسأله قناعت - به معنای اسراف نکردن - اهمیت دهند. اسراف نکردن در مواد غذایی؛ چقدر مواد غذایی زاید دور ریخته می‌شود! حتی اسراف نکردن در مواد دارویی؛ چقدر مواد دارویی غیر لازم خریده می‌شود و به خانه‌ها برده می‌شود و بدون مصرف باقی می‌ماند! مواد اولیه و خود دارو را باید از خارج بخرند و بیاورند، یا در داخل باید با زحمت درست کنند. اینها ثروت و سرمایه مملکت است و از دست می‌رود.»

کسانی هستند که حتی در کارهای تفریحی و تفریحی خودشان هم اسراف می‌کنند. مثلاً به خارج از کشور مسافرت می‌کنند. چرا؟ اینها اسراف قطعی است؛ اینها همان اسراف‌هایی است که حرام است. زیاده‌روی یعنی این. زیاده‌روی، وقت به وقت و زمان به زمان تفاوت می‌کند؛ در امر لباس، در امر مسائل زندگی، در اتومبیل‌های

گرانقیمت. پس، خطاب اول ما به کسانی است که متمکنند و امکاناتی دارند و می‌توانند خرج کنند. به آنها عرض می‌کنیم که کمتر خرج کنید؛ ملاحظه کنید و اسراف نکنید. خطاب دوم من به بعضی از مسؤولان دولتی است که حتماً ترتیباتی را باید به وجود آورند که در دستگاه عظیم دولتی، پول زیادی و بیخودی مصرف نشود. در درجه اول این است که رقم‌های کلان و بزرگی را شامل می‌شود. البته من اطلاع دارم که دولت در بعضی از بخش‌ها صرفه‌جویی‌های خوبی کرده است - در زمینه سفارتخانه‌های خارجی، در زمینه سفرهای خارجی و خیلی چیزهای دیگر - لیکن باید ترتیبی داده شود که در همه بخش‌های دولتی، مراعات این معنا بشود. همه وظیفه خودشان بدانند و دستگاه‌هایی که می‌توانند، دستورالعملی هم برای چگونگی خرج کردن غیرمصرفانه برای مردم تهیه نکنند. «(خامنه ای ، ۱۳۸۷، صص ۱۶۲-۱۶۰)

### **ادبیات موضوع:**

در زمینه اصلاح الگوی مصرف ، تحقیقات زیادی در حیطه اقتصاد انجام شده است ولی در زمینه مسائل فرهنگی این موضوع تحقیقات چندانی صورت نگرفته است. موارد زیر از معدود تحقیقات موجود در این زمینه است:

- حسینی، سید رضا، متغیرهای موثر در ترویج فرهنگ صرفه جوئی ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه اصفهان ، ۱۳۸۲

در این تحقیق به مباحث فرهنگی صرفه جوئی و پرهیز از اسراف پرداخته شده است که در پایان تحقیق ، وظایف دستگاه های دولتی و غیر دولتی در این زمینه به تفصیل مورد بررسی قرار گرفته و راهکارهایی نیز ارائه شده است.

- پیروزی، سمیرا، جایگاه نهاد های فرهنگی جامعه در گسترش فرهنگ صحیح مصرف ، پایان نامه کارشناسی ارشد، ۱۳۸۴

این پژوهش بررسی نهاد های فرهنگی جامعه مانند مدارس ، دانشگاه ها ، صدا و سیما و... در زمینه گسترش فرهنگ صحیح مصرف را مد نظر دارد که در پایان تحقیق اهمیت کار فرهنگی در این موضوع را مهم تر از سایر ابعاد از قبیل اقتصادی ، حقوقی و... ارزیابی می نماید.

### **چارچوب نظری تحقیق:**

جامعه تنها در پرتو وجود فرهنگ شکل می‌گیرد و فرهنگ نیز به نوبه خود وام‌دار ارزش‌هاست. از این رو می‌توان گفت: قوام جامعه در حقیقت به وجود ارزش‌های حاکم بر آن است؛ زیرا جامعه چیزی جز ارتباطات و کنش و واکنش های افراد، که در پرتو ارزش های حاکم شکل

میگیرند، نیست. و این ارزش‌ها هستند که با مشخص کردن خوبی‌ها و بدی‌ها و امور مطلوب برای افراد جامعه، چراغ هدایت رفتار فردی و گروهی را برمی‌افروزند. بدیهی است که نادیده گرفتن ارزش‌های حاکم بر جامعه می‌تواند پیامدهای ناگواری را به همراه داشته باشد و ناگواری آن‌گاه خواهد بود که ارزش‌های حاکم بر جامعه، ارزش‌های دینی و الهی باشند که در این صورت، نادیده گرفتن آن‌ها نه تنها موجب اختلال در امنیت مادی اعضای جامعه می‌گردد، بلکه امنیت و شؤون معنوی و کمالات انسانی آن‌ها را نیز در معرض خطر قرار خواهد داد.

سوال مهم این است که با توجه به این‌که جامعه وجودی حقیقی و مستقل و امری جدا از افراد تشکیل‌دهنده اش نیست و با عنایت به این‌که افراد نیز دارای روحیات متفاوت و صاحب سلیق و ذوق‌های مختلف بوده، به نحوی که هر شخصی دارای شخصیتی ویژه و منحصر به فرد است، چه عاملی توانسته است این افراد را در کنار هم قرار داده، به کنش متقابل وا دارد؟

جامعه‌شناسان معتقدند که «فرهنگ» تنها عاملی است که توانسته افراد و گروه‌های متعدد را گرد هم آورده و مانند ملاتی، خشت‌های اجتماعی را بر هم چیده و بنیایی چون جامعه را صورت بخشد؛ زیرا اعضای جامعه تنها با تکیه بر فرهنگ توانسته‌اند روابط گروهی و کنش متقابل اجتماعی خویش را سامان دهند. به همین دلیل است که فرهنگ تنها مفهومی است که بیش از هر مفهوم دیگر توجه دانشمندان علوم اجتماعی و انسانی را به خود معطوف داشته است، تا جایی که بیش‌ترین تعریف را درباره فرهنگ ارائه داده‌اند. به هر حال، شایع‌ترین تعریفی که از فرهنگ ارائه می‌دهند این است که:

«فرهنگ به شیوه‌های زندگی که افراد یک جامعه می‌آموزند، در آن مشارکت دارند، و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد، اطلاق می‌شود.» (کوئن، ۱۳۷۲، ص ۷۱)

فرهنگ دارای سه عنصر شناختی، مادی و قواعد سازمانی است که جنبه شناختی‌اش عبارت است از: «ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها و دانش‌ها»، جنبه مادی (فنی) فرهنگ «مهارت‌های فنی، هنرها، ابزار و وسایل و اشیای مادی دیگری است که اعضای آن جامعه از آن استفاده می‌کنند» و قواعد سازمانی فرهنگ «مقررات، نظام‌ها و آیین‌هایی است که انتظار می‌رود اعضای آن گروه هنگام فعالیت‌های روزمره زندگی از آن پیروی می‌کنند.» (کوئن، ۱۳۷۲، ص ۷۲)

با توجه به تعریف مذکور، به خوبی استنباط می‌شود که هیچ جامعه و جمعی بدون فرهنگ قدرت شکل‌گیری نداشته و عملاً تشکیل جامعه ناممکن خواهد بود؛ زیرا افراد و

گروه‌ها تنها در پرتو عناصر سه‌گانه مذکور است که می‌توانند ارتباطات و کنش متقابل خود (که اساس تشکیل جامعه است) را سامان بخشند. از این‌رو، قوام جامعه را به فرهنگ دانسته‌اند. حال باید دید که قوام و بنیان فرهنگ چیست؟

دانشمندان فلسفه علوم اجتماعی، قوام فرهنگ را به سیاست‌های آن دانسته و اعتقاد دارند که این سیاست‌های فرهنگی جامعه است که آن جامعه را دارای هویت و قوانین ویژه می‌سازد. از این‌رو، جامعه‌شناسان برای این سیاست‌ها نقشی کلیدی و بنیادی قایل‌اند؛ چرا که جنبه مادی و قواعد سازمانی فرهنگ، مستقیم و غیرمستقیم تحت تأثیر جنبه شناختی و بخصوص سیاست‌ها هستند، سیاست‌ها در حقیقت چراغ هدایت و سامان بخش سایر بخش‌های فرهنگی‌اند. این واقعیت را در تعریفی که از سیاست‌های فرهنگی ارائه می‌دهند، به خوبی می‌توان مشاهده کرد:

«سیاست‌های فرهنگی، عوامل ریشه‌داری‌اند که گروه اجتماعی هنگام سؤال درباره خوبی‌ها و بدی‌ها و کمال مطلوب به آن رجوع می‌کند.» (کوئن، ۱۳۷۲، ص ۷۳)

با توجه به تعریف مزبور است که جامعه‌شناسان نقش سیاست‌های فرهنگی را در جامعه بسیار کلیدی دانسته و از آن به چراغ هدایت رفتار تعبیر نموده‌اند. از این‌رو، نه تنها قوام فرهنگ، بلکه قوام جامعه را وابسته به این سیاست‌ها دانسته‌اند. بر همین اساس انواع سیاست‌ها، اعم از سیاست‌های اجتماعی، سیاست‌های فرهنگی و... قابل بررسی هستند. در این میان می‌توان سیاست‌های فرهنگی را دارای جایگاهی مهم قلمداد نمود و در این نوشتار نقش سیاست‌های فرهنگی در اصلاح الگوی مصرف بررسی می‌شوند.

### سوالات تحقیق:

- ۱- نقش سیاست‌های فرهنگی آموزش و پرورش در اصلاح الگوی مصرف چیست؟
- ۲- نقش سیاست‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اصلاح الگوی مصرف چیست؟
- ۳- نقش سیاست‌های فرهنگی سازمان صدا و سیما در اصلاح الگوی مصرف چیست؟
- ۴- نقش سیاست‌های فرهنگی حوزه‌های علمیه در اصلاح الگوی مصرف چیست؟
- ۵- نقش سیاست‌های فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در اصلاح الگوی مصرف چیست؟

### چگونگی جمع آوری اطلاعات:

برای دستیابی به نظرات نمونه تحقیق و همچنین امکانات محدود محقق ، بهترین روش برای جمع آوری این اطلاعات ، استفاده از پرسشنامه محقق ساخته می باشد . برای پنج سوال موجود که هر کدام پنج متغیر داشته اند ، پرسشنامه ۲۵ سوالی طراحی و بین اعضای نمونه توزیع گردید .

### روش تحقیق و تجزیه و تحلیل داده ها :

با توجه به موضوع و هدف تحقیق و براساس موارد موجود درکتاب روش تحقیق ، روش این تحقیق پیمایشی می باشد . برای تجزیه و تحلیل آماری یافته های خام تحقیق از میانگین و آزمون  $t$  استفاده گردید . این امر به دلیل تایید یا رد فرضیه صفر در هر فرضیه و قدرت بالای این آزمون آماری در انجام چنین کاری صورت گرفته است .

### جامعه آماری :

جامعه آماری پژوهش فرهنگیان شهرستان نجف آباد می باشند . اعضای جامعه در این تحقیق طبق اطلاعات موجود در آموزش و پرورش شهرستان نجف آباد ، ۳۰۰۰ نفر می باشد ، که تعداد آنها به تفکیک متغیرهای موجود در جدول زیر آمده است :

### جدول ۱: افراد جامعه بر حسب متغیرهای موجود

تعداد	جنسیت
۱۴۰۰	مرد
۱۶۰۰	زن
تعداد	مقطع تحصیلی
۴۴۰	ابتدائی
۱۲۵۰	راهنمایی
۱۳۱۰	متوسطه
تعداد	مدرك تحصیلی
۶۰	دیپلم
۶۳۰	فوق دیپلم
۲۳۱۰	لیسانس وبالاتر
تعداد	مدت سابقه کار
۳۳۰	کمتر از ۱۰ سال
۱۲۹۰	۱۰-۲۰ سال
۱۳۸۰	بیشتر از ۲۰ سال
تعداد	محل تدریس
۵۴۰	روستا
۲۴۶۰	شهر

### نمونه آماری :

تعداد افراد نمونه بر اساس جدول مورگان برآورد شده اند که در نتیجه برای یک جامعه ۳۰۰۰ نفری حجم نمونه ۳۴۰ نفر خواهد شد ، با توجه به نسبت های موجود در جامعه خواهیم داشت :

جدول ۲: افراد نمونه بر حسب متغیرهای موجود

تعداد	جنسیت
۱۵۰	مرد
۱۹۰	زن
تعداد	مقطع تحصیلی
۵۰	ابتدائی
۱۴۲	راهنمایی
۱۴۸	متوسطه
تعداد	مدرک تحصیلی
۷	دیپلم
۷۲	فوق دیپلم
۲۶۱	لیسانس و بالاتر
تعداد	مدت سابقه کار
۳۸	کمتر از ۱۰ سال
۱۴۶	۱۰-۲۰ سال
۱۵۶	بیشتر از ۲۰ سال
تعداد	محل تدریس
۶۱	روستا
۲۷۹	شهر

**یافته های تحقیق:**

سوال یک: نقش سیاست های فرهنگی آموزش و پرورش در اصلاح الگوی مصرف چیست؟  
 برای این سوال متغیرهای زیر مطرح شده است:  
 - برگزاری جلسات آموزش خانواده جهت تبیین الگوی صحیح مصرف برای والدین.  
 - آموزش معلمان به ویژه مربیان تربیتی در مورد الگوی صحیح مصرف از طریق برگزاری دوره های آموزشی و فرهنگی.  
 - تشویق معلمان برای ارائه مقالات در زمینه الگوی صحیح مصرف در جشنواره ها و همایش ها.  
 - برگزاری مسابقات پیشنهادهای اصلاح الگوی مصرف در مدارس و تهیه روزنامه دیواری بین دانش آموزان  
 - غنی سازی مطالب کتب درسی دوره های مختلف تحصیلی درباره اصلاح الگوی مصرف از طریق تحلیل محتوای این کتب توسط متخصصان برنامه ریزی درسی و آموزشی  
 جدول زیر نشان دهنده وضعیت پاسخ اعضای نمونه به متغیرهای مربوط می باشد:

**جدول ۳: وضعیت پاسخگویی افراد نمونه به سوال یک**

درصد	متغیر
۹۰	غنی سازی مطالب کتب درسی دوره های مختلف تحصیلی درباره اصلاح الگوی مصرف

۸۶	برگزاری جلسات آموزش خانواده جهت تبیین الگوی صحیح مصرف برای والدین
۸۵	برگزاری مسابقات پیشنهادهای اصلاح الگوی مصرف در مدارس و تهیه روزنامه دیواری بین دانش آموزان
۸۱	آموزش معلمان به ویژه مربیان تربیتی در مورد الگوی صحیح مصرف از طریق برگزاری دوره های آموزشی و فرهنگی
۷۸	تشویق معلمان برای ارائه مقالات در زمینه الگوی صحیح مصرف در جشنواره ها و همایش ها

مشاهده می گردد غنی سازی مطالب کتب درسی دوره های مختلف تحصیلی درباره اصلاح الگوی مصرف از طریق تحلیل محتوای این کتب توسط متخصصان برنامه ریزی درسی و آموزشی مهم ترین سیاست فرهنگی موثر در اصلاح الگوی مصرف از سوی وزارت آموزش و پرورش به حساب می آید و در مجموع ۸۴ درصد اعضای نمونه ، سیاست های فرهنگی مربوط به آموزش و پرورش در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

سوال دو: نقش سیاست های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اصلاح الگوی مصرف چیست؟

برای این سوال متغیرهای زیر مطرح شده است:  
- بهره گیری از امکانات سمعی و بصری خصوصاً اینترنت، کتب و نشریات و برگزاری گردهمایی ها در داخل و خارج از کشور

- ارسال رایگان کتب و نشریات مربوط به الگوی صحیح مصرف به مراکز فرهنگی

- ایجاد ، توسعه و حمایت از مؤسسات فرهنگی موثر در اصلاح الگوی مصرف.

- انجام مطالعات و تحقیقات پیرامون فرهنگ عمومی در زمینه الگوی صحیح مصرف و استفاده از نتایج حاصل در برنامه ریزی های فرهنگی

- شناسایی و حمایت از مؤلفان و ناشرانی که به تألیف و چاپ کتاب در زمینه گسترش الگوی صحیح مصرف اشتغال دارند.

جدول زیر نشان دهنده وضعیت پاسخ اعضای نمونه به متغیرهای مربوط می باشد:

#### جدول ۴: وضعیت پاسخگویی افراد نمونه به سوال دو

درصد	متغیر
۸۲	انجام مطالعات و تحقیقات پیرامون فرهنگ

	عمومی در زمینه الگوی صحیح مصرف و استفاده از نتایج حاصل در برنامه ریزی های فرهنگی
۸۱	بهره گیری از امکانات سمعی و بصری خصوصاً اینترنت، کتب و نشریات و برگزاری گردهمایی ها در داخل و خارج از کشور
۷۸	ایجاد ، توسعه و حمایت از مؤسسات فرهنگی موثر در اصلاح الگوی مصرف
۷۷	ارسال رایگان کتب و نشریات مربوط به الگوی صحیح مصرف به مراکز فرهنگی
۷۲	شناسایی و حمایت از مؤلفان و ناشرانی که به تألیف و چاپ کتاب در زمینه گسترش الگوی صحیح مصرف اشتغال دارند

مشاهده می گردد انجام مطالعات و تحقیقات پیرامون فرهنگ عمومی در زمینه الگوی صحیح مصرف و استفاده از نتایج حاصل در برنامه ریزی های فرهنگی مهم ترین سیاست فرهنگی موثر در اصلاح الگوی مصرف از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به حساب می آید و در مجموع ۷۸ درصد اعضای نمونه ،سیاست های فرهنگی مربوط به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

سوال سه : نقش سیاست های فرهنگی سازمان صدا و سیما در اصلاح الگوی مصرف چیست؟

برای این سوال متغیرهای زیر مطرح شده است:  
 - تهیه و پخش فیلم های سینمایی، پویانمایی و...  
 مناسب جهت مقاطع سنی مختلف در راستای ترویج الگوی صحیح مصرف.

- ساخت برنامه هایی که نتایج الگوی صحیح مصرف را به صورت ترویجی و با شیوه ای جذاب انعکاس دهد.

- ساخت برنامه هایی در خصوص آشنا سازی نسل جوان با الگوی صحیح مصرف و نشان دادن برتری فرهنگ اسلامی بر فرهنگ غرب و سایر کشورها در این زمینه.

- برگزاری مسابقاتی در خصوص آشنائی با الگوی صحیح مصرف برای کودکان و نوجوانان.

- تصحیح تبلیغات تلویزیونی از مصرف گرائی به اصلاح الگوی مصرف.

جدول زیر نشان دهنده وضعیت پاسخ اعضای نمونه به متغیرهای مربوط می باشد:

**جدول ۵: وضعیت پاسخگوئی افراد نمونه به سوال سه**

درصد	متغیر
۸۴	ساخت برنامه هایی در خصوص آشنا سازی نسل جوان با الگوی صحیح مصرف و نشان دادن برتری فرهنگ اسلامی بر فرهنگ غرب و سایر کشورها در این زمینه
۸۲	تصحیح تبلیغات تلویزیونی از مصرف گرائی به اصلاح الگوی مصرف
۸۱	تهیه و پخش فیلم های سینمایی، پویانمایی و... مناسب جهت مقاطع سنی مختلف در راستای ترویج الگوی صحیح مصرف
۸۰	ساخت برنامه هایی که نتایج الگوی صحیح مصرف را به صورت ترویجی و با شیوه ای جذاب انعکاس دهد
۷۸	برگزاری مسابقاتی در خصوص آشنایی با الگوی صحیح مصرف برای کودکان و نوجوانان

مشاهده می گردد ساخت برنامه هایی در خصوص آشنا سازی نسل جوان با الگوی صحیح مصرف و نشان دادن برتری فرهنگ اسلامی بر فرهنگ غرب و سایر کشورها در این زمینه مهم ترین سیاست فرهنگی موثر در اصلاح الگوی مصرف از سوی سازمان صدا و سیما به حساب می آید و در مجموع ۸۱ درصد اعضای نمونه، سیاست های فرهنگی مربوط به صدا و سیما در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

سوال چهارم: نقش سیاست های فرهنگی حوزه های علمیه در اصلاح الگوی مصرف چیست؟

برای این سوال متغیرهای زیر مطرح شده است:

- احیای مفاهیم قرآنی و تفسیر روشن آیات مربوط به اصلاح الگوی مصرف.
- تفسیر و تشریح روشن و دقیق روایات و احادیث مربوط به الگوی صحیح مصرف.
- تبیین سیره پیامبر اعظم (ص) و ائمه اطهار (ع) در زمینه الگوی صحیح مصرف.
- گنجاندن معیارهای اسلامی و قرآنی الگوی صحیح مصرف در آموزش طلاب.
- استخراج راهکارهای اصلاح الگوی مصرف از مباحث اخلاق و رفتار اجتماعی و فردی در اسلام.
- جدول زیر نشان دهنده وضعیت پاسخ اعضای نمونه به متغیرهای مربوط می باشد:

**جدول ۶: وضعیت پاسخگویی افراد نمونه به سوال چهارم**

درصد	متغیر
۷۴	تبیین سیره پیامبر اعظم (ص) و ائمه اطهار (ع) در زمینه الگوی صحیح مصرف

۷۲	احیای مفاهیم قرآنی و تفسیر روشن آیات مربوط به اصلاح الگوی مصرف.
۷۱	استخراج راهکارهای اصلاح الگوی مصرف از مباحث اخلاقی اسلام
۷۰	تفسیر و تشریح روشن و دقیق روایات و احادیث مربوط به الگوی صحیح مصرف
۶۸	گنجاندن معیارهای اسلامی و قرآنی الگوی صحیح مصرف در آموزش طلاب

مشاهده می گردد تبیین سیره پیامبر اعظم (ص) و ائمه اطهار (ع) در زمینه الگوی صحیح مصرف مهم ترین سیاست فرهنگی موثر در اصلاح الگوی صحیح مصرف از سوی حوزه علمیه به حساب می آید و در مجموع ۷۱ درصد اعضای نمونه ، سیاست های فرهنگی مربوط به حوزه علمیه در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

سوال پنج: نقش سیاست های فرهنگی وزارت علوم ، تحقیقات و فناوری در اصلاح الگوی مصرف چیست؟ برای این سوال متغیرهای زیر مطرح شده است:

- در نظر گرفتن مجموعه مباحثی از الگوی صحیح مصرف در سرفصل های دروس دانشگاهی تمامی رشته ها به منظور آشنایی تخصصی جوانان با این موضوع.

- تهیه و ارائه اولویت های پژوهشی مطالعات راهبردی الگوی صحیح مصرف برای موضوعات پایان نامه های رشته های علوم انسانی بصورت فراخوان به دانشگاه ها

- شناسایی استعداد های درخشان در رشته های مختلف علمی و معرفی آنها به مراکز تحقیقاتی جهت بهره گیری از قابلیت آنها در مطالعات راهبردی اصلاح الگوی مصرف در کشور

- برنامه ریزی برای جذب متخصصان و صاحب نظران ایرانی داخل و خارج از کشور جهت تبیین علمی الگوی صحیح مصرف .

- هماهنگی برنامه های فرهنگی اصلاح الگوی مصرف در دانشگاه ها و مراکز علمی- پژوهشی با نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه ها.

جدول زیر نشان دهنده وضعیت پاسخ اعضای نمونه به متغیرهای مربوط می باشد:

**جدول ۷: وضعیت پاسخگویی افراد نمونه به سوال پنج**

درصد	متغیر
۷۸	تهیه و ارائه اولویت های پژوهشی مطالعات راهبردی الگوی صحیح مصرف برای موضوعات پایان نامه های رشته های علوم انسانی بصورت فراخوان به دانشگاه ها
۷۶	در نظر گرفتن مجموعه مباحثی از الگوی صحیح مصرف در سرفصل های دروس دانشگاهی

	تمامی رشته ها به منظور آشنایی تخصصی جوانان با این موضوع
۷۵	برنامه ریزی برای جذب متخصصان و صاحب نظران ایرانی داخل و خارج از کشور جهت تبیین علمی الگوی صحیح مصرف
۷۴	شناسایی استعداد های درخشان در رشته های مختلف علمی و معرفی آنها به مراکز تحقیقاتی جهت بهره گیری از قابلیت آنها در مطالعات راهبردی اصلاح الگوی مصرف در کشور
۷۲	هماهنگی برنامه های فرهنگی اصلاح الگوی مصرف در دانشگاه ها و مراکز علمی- پژوهشی با نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه ها

مشاهده می گردد تهیه و ارائه اولویت های پژوهشی مطالعات راهبردی الگوی صحیح مصرف برای موضوعات پایان نامه های رشته های علوم انسانی بصورت فراخوان به دانشگاه ها مهم ترین سیاست فرهنگی موثر در اصلاح الگوی مصرف از سوی وزارت علوم ، تحقیقات و فناوری به حساب می آید و در مجموع ۷۵ درصد اعضای نمونه ، سیاست های فرهنگی مربوط به این وزارتخانه در اصلاح الگوی مصرف را مهم و موثر می دانند.

### نتیجه گیری :

یافته های تحقیق حاضر همگی دال بر اهمیت سیاست های فرهنگی در اصلاح الگوی مصرف می باشد که به تفصیل در این نوشتار مورد بررسی قرار گرفت. از بین نهادهای فرهنگی یاد شده در این تحقیق ، ترتیب زیر نشان دهنده اهمیت و مسئولیت های آنها می باشد.

### جدول ۸: اولویت بندی نهادهای فرهنگی موثر در اصلاح الگوی مصرف

درصد	عنوان
۸۴	وزارت آموزش و پرورش
۸۱	صدا و سیما
۷۸	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۷۵	وزارت علوم ، تحقیقات و فناوری
۷۱	حوزه علمیه

جدول بالا نشان می دهد سیاست های فرهنگی مربوط به حیطه وظایف وزارت آموزش و پرورش مهم ترین سیاست ها بوده است و پس از آن سیاست های مربوط به حیطه وظایف صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ، وزارت علوم

و تحقیقات و فناوری و حوزه علمیه در این رده بندی قرار می گیرند.

### **پیشنهادات:**

در راستای یافته های این تحقیق و برای تحقق یافتن سیاست های فرهنگی موثر در اصلاح الگوی مصرف ، پیشنهاد می گردد:

- وزارت آموزش و پرورش:

آموزش و پرورش از جمله نهادهای بسیار مهم در زمینه ایجاد و نهادینه نمودن سیاست های فرهنگی موثر در اصلاح الگوی مصرف در بین کودکان ، نوجوانان و جوانان است. از آنجا که این نهاد مهم تربیت و آموزش نسل آینده را به عهده دارد شایسته است که به تربیت و آماده سازی این قشر عظیم در راستای فرهنگ اصلاح الگوی مصرف بپردازد. ناگفته نماند که آموزش و پرورش در چند سال اخیر فعالیت های زیادی را در زمینه گسترش فرهنگ اصلاح الگوی مصرف آغاز کرده است ، اما این فرهنگ باید به صورت ریشه ای و گسترده تر ترویج شود و برنامه و راهکار ارائه شود. بدین منظور این نهاد می بایست علاوه بر برنامه ریزی برای آموزش معلمان؛ این مهم را با هدف راهبردی در برنامه هایش در نظر گرفته و پیاده کند. از جمله مواردی که می بایست به آن توجه کند بدین شرح است:

#### **۱. آموزش خانواده**

خانواده سهم اصلی و مهمی را در تربیت فرزندان به عهده دارد و با توجه به پیوند و ارتباط اولیا و مربیان، خانواده ها می توانند کمک بزرگی در عملیاتی کردن برنامه های آموزش و پرورش در زمینه گسترش فرهنگ اصلاح الگوی مصرف داشته باشند.

الف- تعلیم خانواده ها جهت تربیت فرزندان بر مدار اصلاح الگوی مصرف. در همین راستا می توان به راهکارهای ذیل اشاره کرد:

- برگزاری جلسات آشنائی با الگوی صحیح مصرف و مفاهیم آن در مدارس.

- تشویق فرزندان با هدایای حاوی مطالب اصلاح الگوی مصرف مانند: کتاب، لوح فشرده و برچسبهای تشویق و لوازم التحریر .

- ایجاد عادات خوب در فرزندان از جمله صرفه جوئی و پرهیز از اسراف.

ب- آموزش فرزندان در مجامع فامیلی و دوستانه: مجامع و مجالس گفتگوهای فامیلی می تواند محملی مناسب برای آموزش ارزش های فرهنگی و اخلاقی چون صرفه جوئی ، قدرشناسی نعمت های خداوند و... باشد. اقوام و خویشان می توانند به هر بهانه ای به دور از هر گونه حب و بعض دور هم جمع شده و به جای صحبت های لغو و

یا غیبت از دیگر اعضای فامیل با برگزاری جلسات با نشاط گفتگو خصوصاً محافل فرهنگی و اخلاقی، این صفات نیکو را در فرزندان خود پرورش دهند.

خانواده ها می توانند در محافل و مجالس میهمانی هایشان مقرر کنند که مثلاً هفته ای یک بار به صورت دوره ای به دعوت هر یک از فامیل و دوستان جلسات بررسی و ارزیابی مصرف و رسیدن به الگوی صحیح آن را برگزار نمایند. فایده این جلسات این است که علاوه بر دید و بازدید و انجام سنت پسندیده صلّه رحم، مجموعه مفیدی از مطالب اخلاقی و فرهنگی را هم خود و هم فرزندان می آموزند.

ج- تهیه کتابخانه ای با کتاب هایی در خصوص اصلاح الگوی مصرف با توجه به مقاطع سنی فرزندان به منظور بالا بردن فرهنگ کتابخوانی

۲. آموزش مدیران و معلمان

جایگاه معلم از این جمله امام خمینی (ره) که فرمودند: «معلمی شغل انبیاست» روشن می شود. معلمان که وظیفه تعلیم به همراه تربیت و تهذیب دانش آموزان را به عهده دارند، به خوبی می دانند که خود باید مجهز به علم و تقوی باشند. بدین منظور باید همواره آگاهی خود را مطابق شرایط روز بالا برده و مطالب را به روز به دانش آموزان ارائه دهند. همچنین در خودسازی و پرورش خود نیز بیش از پیش بکوشند. برخی آموزش هایی که برای مدیران و معلمان و مربیان تربیتی مدارس ضروری می نماید از این قرار است:

الف- آموزش معلمان به ویژه مربیان تربیتی از طریق برگزاری دوره های آموزشی و فرهنگی مربوط به اصلاح الگوی مصرف.

ب- تشویق معلمان برای ارائه مقالات در زمینه اصلاح الگوی مصرف در جشنواره ها و همایش های مربوط.

ج- آموزش مدیران برای تقویت و حفظ و ثبات روحیه مصرف صحیح دانش آموزان؛ در این راستا مدیران و مربیان تربیتی مدارس می توانند به موارد ذیل عمل کنند:

- گنجاندن مطالبی درباره الگوی صحیح مصرف در برنامه صبحگاهی مدارس

- تشویق دانش آموزان به همکاری در زمینه صرفه جوئی در مدرسه.

- تزیین نمازخانه و فضای عمومی مدرسه با رویکرد الگوی صحیح مصرف.

- نصب آیات و احادیث مربوط به الگوی صحیح مصرف در مدرسه

- برگزاری مسابقات با موضوعات الگوی صحیح مصرف در جشن ها و اعیاد در مدارس

- اختصاص بخشی از فضای کتابخانه مدرسه به کتاب های الگوی صحیح مصرف مربوط به آن مقطع تحصیلی  
- تشویق دانش آموزان به تهیه روزنامه دیواری با موضوع الگوی صحیح مصرف.

- مربیان تربیتی نیز می بایست بخشی از ساعات تدریس خود را به معرفی آثار الگوی صحیح مصرف و انتقال آن به دانش آموزان اختصاص دهند.

۳. تهیه و تدوین متون درسی  
دانش آموزان برای اولین بار با کتاب های درسی به عنوان منابعی برای مطالعه و یادگیری مواجه می شوند. بنابراین سهم عمده معلوماتشان از طریق کتب درسی تأمین می شود. از طرفی از قدرت ذهنی بالاتری برای یادگیری مطالب برخوردارند از این رو دفتر تألیف کتب درسی می بایست برای نهادینه کردن الگوی صحیح مصرف از آغاز سنین کودکی در دانش آموزان، بخشی از کتاب های مقاطع مختلف تحصیلی را به مبحث الگوی صحیح مصرف اختصاص دهد.

- صدا و سیما:

صدا و سیما از بااهمیت ترین نهاد های فرهنگی کشور است به طوری که عضو فعال از اعضای خانواده به شمار می آید و حضوری دائمی در خانه ها دارد. از طرفی «چشم و گوش حساس کشور است» (ماده ۱۵- قانون خط مشی کلی و اصول برنامه های صدا و سیما- مصوب ۱۳۶۱ مجلس شورای اسلامی) و پل ارتباطی میان دیگر ارگانها و مسئولین کشور با مردم است. لذا به نظر می رسد مسئولیتی خطیر نسبت به دیگر نهادها به عهده داشته باشد و بتواند بار بیشتری از این مهم را به دوش کشد.

از آنجا که مسائل خبری و تهیه برنامه های فرهنگی، آموزشی و تبلیغی از جمله وظایف صدا و سیما است، لذا باید در انعکاس اخبار و انتقال الگوی صحیح مصرف به موارد ذیل توجه کند:

۱. برنامه های اجتماعی

- ساخت برنامه های مستند مبارزه با الگوی مصرف غلط و ترویج الگوی صحیح مصرف.

- تهیه و پخش فیلم های سینمایی، پویانمایی و... مناسب جهت مقاطع سنی مختلف در راستای ترویج فرهنگ الگوی صحیح مصرف.

۲. برنامه های آموزشی

از آنجاکه هر آنچه در دوران کودکی فرا گرفته می شود در ذهن کودک همچون نقش بر سنگ است؛ می بایست در

زمینه آشنایی کودکان و نوجوانان با الگوی صحیح مصرف برنامه هایی را تدارک دید:

- برنامه هایی در خصوص آشنایی تمامی اقشار جامعه با الگوی صحیح مصرف.

- فیلم های انیمیشن در خصوص معرفی الگوی صحیح مصرف.

- برگزاری مسابقات الگوی صحیح مصرف برای کودکان و نوجوانان.

- تولید و پخش میان برنامه های متعدد، متنوع و جذاب مربوط به الگوی صحیح مصرف جهت پخش در همه شبکه های رسانه ای .

۳. برنامه های تربیتی و اخلاقی

از جمله موانع گسترش فرهنگ الگوی صحیح مصرف ، مرگ ارزش های اخلاقی و فرهنگی در جامعه است. سازمان صدا و سیما در این خصوص می تواند نسبت به تهیه و تدارک برنامه های ذیل اقدام نماید:

- ساخت برنامه هایی که نتایج عمل کردن به الگوی صحیح مصرف را به صورت ترویجی و با شیوه ای جذاب انعکاس دهد.

- ساخت برنامه هایی که عواقب دنیوی و اخروی الگوی صحیح مصرف خصوصاً صرفه جوئی را به نمایش بگذارد.

- جلوگیری از نمایش فیلم های تجملی و اسراف گرایانه که به طریقی تجمل و اسراف را به صورت پنهان و زیبا جلوه داده اند.

- برنامه هایی در خصوص بررسی اسلامی الگوی صحیح مصرف با استفاده از مفاهیم قرآن، نهج البلاغه، صحیفه سجادیه و ادعیه و زیارات.

۴. برنامه های فرهنگی

نحوه عملکرد و تأثیر روزافزون فرهنگ بیگانه در زمان ما یکی از عوامل زمینه سازی بروز ناهنجاری ها و اعمال مخالف با ارزش های دینی و اسلامی است که این خود نمونه ای از موانع گسترش فرهنگ الگوی صحیح مصرف است. برخی از برنامه های پیشنهادی در این خصوص عبارتند از:

- ساخت برنامه هایی در خصوص آشنا سازی مخاطبان خصوصاً نسل جوان با فرهنگ غنی اسلامی در زمینه الگوی صحیح مصرف و نشان دادن برتری فرهنگ اسلامی بر فرهنگ غرب و سایر کشورها.

- ساخت فیلم، تئاتر و مستند سازی در خصوص ارتباط تهاجم فرهنگی و الگوی صحیح مصرف.

- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی:

از جمله اهداف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رشد فضایل اخلاقی، استقلال فرهنگی و مصونیت جامعه از نفوذ فرهنگ اجانب، اعتلای آگاهی های عمومی در زمینه های مختلف؛ از طرف دیگر رواج فرهنگ اسلامی در جامعه است. لذا

این نهاد به عنوان سرخرگ حیاتی فرهنگ کشور می تواند کمک شایانی در تمهید شرایط گسترش فرهنگ الگوی صحیح مصرف نماید. برخی راهکارهایی که می تواند در این راستا طراحی و پیگیری شود از این قرارند:

۱. شناساندن الگوی صحیح مصرف از طریق:  
- بهره گیری از امکانات سمعی و بصری خصوصاً اینترنت، کتب و نشریات و برگزاری گردهمایی ها در داخل و خارج از کشور.

- ارسال رایگان کتب و نشریات الگوی صحیح مصرف به مراکز فرهنگی .

۲. مطالعه و تحقیق در زمینه تبلیغات رسانه های جهانی و کشف روش های عملکرد آنان و اتخاذ شیوه مقابله با آنان در جهت پیشگیری از موانع گسترش فرهنگ الگوی صحیح مصرف. مصداق بارز این موانع تهاجم فرهنگی است. در همین راستا باید سیاست هایی از این دست اتخاذ شود:

- جلوگیری از ترویج فرهنگ مصرف گرایی، اشاعه مد و اندیشه غربی.

فرهنگ غربی، فرهنگی است با قدمتی کمتر از حدود یک سوم عمر فرهنگ اسلامی که به طور جدی تمامی ابعاد و عرصه های فرهنگ اسلامی را به هم آورد طلبیده و با استمداد از زر و زور و تزویر سلطه ای بسان کف روی آب بر جهان یافته است. نهادهای فرهنگی مسلمان باید با طی طریق در همان مسیر مقابله با فرهنگ غرب در تمامی عرصه ها همت گمارند.

- نظارت بر ورود و خروج وسایل سمعی و بصری، آثار هنری، مطبوعات و نشریات و کلیه موارد تبلیغی و فرهنگی و تجاری.

۳. نظارت کامل بر فعالیت مطبوعات و نشریات کشور جایگاه مطبوعات در جامعه به لحاظ اطلاع رسانی، جهت دهی و تنویر افکار عمومی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. وظیفه این نهاد نسبت به دیگر نهادها خصوصاً در ترویج اندیشه های غرب زده و تهاجم فرهنگی خطیر است. لذا می بایست در فعالیت های خود نهایت دقت را مبذول نماید. در این راستا وظیفه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چنین است:

- تمرکز و بررسی اخبار و اطلاعات مربوط به الگوی صحیح مصرف جهت آسیب شناسی موضوعی و اتخاذ روش مقابله با آنان.

- نظارت بر فعالیت مطبوعات کشور خصوصاً هفته نامه های اجتماعی برای جلوگیری از ترویج فرهنگ اسراف و جریان های مخالف با الگوی صحیح مصرف.

۴. تهیه آمار دقیق از کتاب های چاپ شده در زمینه الگوی صحیح مصرف و دسته بندی موضوعی آنان جهت انتشار و ارائه به مؤسسات فرهنگی کشور.
۵. ایجاد و توسعه و حمایت از مؤسساتی که در زمینه فرهنگ الگوی صحیح مصرف فعالیت می کنند و تعیین وظایف و فعالیت های آنان .
۶. همکاری با مراکز اسلامی و فرهنگی سایر کشورها خصوصاً کشورهای اسلامی به منظور:
- اشاعه فرهنگ الگوی صحیح مصرف در سطح جهان اسلام .
  - اتخاذ تدابیر مشترک در جهت مقابله با آسیب های مادی مخالف فرهنگ الگوی صحیح مصرف و نحوه مقابله با آنها .
۷. انعقاد قرارداد در زمینه مبادله دستاوردهای الگوی صحیح مصرف و همکاری مشترک در انجام طرح های مربوط در حوزه های هنری، سینمایی، جهانگردی، خبری و مطبوعاتی .
۸. ایجاد شبکه جهانی با همکاری سازمان های منطقه ای اسلامی جهت ترویج فرهنگ الگوی صحیح مصرف .
۹. هر نوع بهره برداری از تأسیسات ایران گردی و جهانگردی جهت ترویج فرهنگ الگوی صحیح مصرف:
- ارائه نشریات و کتاب های جذاب و کارشناسی شده در زمینه الگوی صحیح مصرف به صورت رایگان در اماکن دیدنی به مسافران .
  - تهیه بروشورهایی در خصوص شناخت الگوی صحیح مصرف و آثار چاپ شده در این مورد و توزیع آن در تمامی اماکن دیدنی جهت ارائه به مسافران .
۱۰. تقویت روح تحقیق و تتبع و ابتکار در زمینه های الگوی صحیح مصرف از طریق:
- شناسایی محققان نخبه در زمینه الگوی صحیح مصرف و گرامی داشت شخصیت های محقق این حوزه جهت تشویق، حمایت و انتشار آثار مربوط به آنان .
  - حمایت از طرح های پژوهشی با موضوع الگوی صحیح مصرف .
- در نظر گرفتن فضایی اختصاصی در تمام کتابخانه های عمومی کشور در حوزه الگوی صحیح مصرف .
۱۱. نظارت و پیگیری مستمر بر فعالیت های مخالف الگوی صحیح مصرف برای جلوگیری از تبلیغات سوء در جهت گرایش جوانان به اسراف.
۱۲. چاپ و انتشارات:
- شناسایی و حمایت از مؤلفان و ناشرانی که به تألیف و چاپ کتاب در زمینه الگوی صحیح مصرف اشتغال دارند و اختصاص دادن تسهیلات ویژه ای به آنها در نمایشگاه بین المللی کتاب و دیگر عرصه ها .

- اختصاص دادن غرفه ای به آثار مربوط به الگوی صحیح مصرف از ناشران مختلف.

- حمایت از نویسندگان در زمینه الگوی صحیح مصرف جهت چاپ، خرید و توزیع آثار آنها.

۱۳. حمایت از مؤسسات، کانونها و تولیدکنندگان آثار سمعی و بصری در زمینه الگوی صحیح مصرف.

۱۴. حمایت از همایش های ترویجی الگوی صحیح مصرف

۱۵. تحقیق درباره اثرات وسایل ارتباط جمعی و سنجش میزان تأثیر برنامه ها و آثار تولید شده در خصوص الگوی صحیح مصرف در افکار عمومی با همکاری دستگاه های مربوط.

۱۶. انجام مطالعات و تحقیقات پیرامون فرهنگ عمومی در زمینه الگوی صحیح مصرف و استفاده از نتایج حاصله در برنامه ریزی های فرهنگی در جهت بهبود کیفی و کمی امور محول شده.

۱۷. تنظیم سیاست های کلی در خصوص مطالعات راهبردی الگوی صحیح مصرف خصوصاً آسیب ها و آفات و موانع گسترش این فرهنگ و ارائه آنها به نهادهای مختلف.

- وزارت علوم ، تحقیقات و فناوری:

آموزش و پرورش که در مقطعی به آموزش و تربیت دینی کودکان و نوجوانان و نهادینه کردن ارزش های اخلاقی و اسلامی اهتمام دارد، در مقطعی دیگر این سرمایه عظیم و جوان را به وزارت علوم می سپارد تا در دانشگاه های کشور، دانش آموختگانی مسلمان، متعهد، متخلق، با هویت و آماده به خدمت پرورش دهد. برخی از سیاست گذاری های مربوط به گسترش فرهنگ الگوی صحیح مصرف که می تواند در این نهاد پی گیری شوند عبارتند از:

۱. در نظر گرفتن مجموعه مباحثی از الگوی صحیح مصرف در سرفصل های دروس دانشگاهی تمامی رشته ها به منظور آشنایی تخصصی جوانان .

۲. برگزاری همایش ها و سلسله نشست های تخصصی در خصوص الگوی صحیح مصرف در دانشگاه های سراسر کشور .

۳. تهیه و ارائه اولویت های پژوهشی مطالعات راهبردی قرآن الگوی صحیح مصرف برای موضوعات پایان نامه های رشته های علوم انسانی بصورت فراخوان به دانشگاه های سراسر کشور.

۴. برنامه ریزی برای شناسایی استعداد های درخشان و معرفی آنها به مراکز تحقیقاتی جهت بهره گیری از قابلیت و استعداد آنها در مطالعات راهبردی الگوی صحیح مصرف در کشور.

۵. برنامه ریزی برای استفاده از نتایج و دستاوردهای مطالعات علوم انسانی و پایان نامه های دانشجویان جهت کاربرد در پیشگیری و مقابله با موانع گسترش فرهنگ الگوی صحیح مصرف.

۶. برنامه ریزی برای جذب متخصصان ایرانی داخل و خارج از کشور برای بررسی راه های علمی الگوی صحیح مصرف

۷. ایجاد فرصت و امکان برخورد سالم اندیشه ها و گسترده نمودن پژوهش در زمینه الگوی صحیح مصرف به منظور جلوگیری از تهاجم فرهنگی.  
- حوزه علمیه:

روحانیت در نظام اسلامی از جایگاه ویژه ای برخوردار است و در واقع یکی از عناصر اصلی مولد فرهنگ دینی است. حوزه های علمیه و روحانیان به عنوان پل ارتباطی دولت و مردم می توانند نقش مهمی در گسترش فرهنگ الگوی صحیح مصرف ایفا نمایند خصوصاً پایگاه مرکز حوزه های علمیه که در شهر مقدس قم است می بایست تلاش بیشتری نماید.

۱. آموزش تخصصی طلبه ها جهت شناخت الگوی صحیح مصرف و تبلیغ آن در جامعه.

۲. آموزش طلبه ها به عنوان تبیین گر مکتب اسلام و مرزبانی از احکام و قوانین دینی و تعمیق فرهنگ دینی جهت پیشگیری از عمل نکردن به احکام و دستورات قرآن در زمینه الگوی صحیح مصرف

۳. آموزش طلبه ها همگام با تحولات روز و تجهیز به فناوری اطلاعات از طریق :

- آشنایی با اینترنت و زبان های خارجی.  
- برگزاری کارگاه ها و نشست های تخصصی در خصوص تعیین راهبرد دقیق و هدفمند در راستای پیشگیری و مقابله با موانع گسترش فرهنگ الگوی صحیح مصرف.

۴. حفظ وحدت حوزه و دانشگاه با تعامل و بهره گیری از توانایی یکدیگر برای گسترش فرهنگ الگوی صحیح مصرف.

۵. تربیت خطیبان مخلص و صالح برای تفهیم الگوی صحیح مصرف در مساجد جهت:

- تبیین سیره پیامبر اعظم (ص) و ائمه اطهار (ع) در زمینه الگوی صحیح مصرف.

- احیای مفاهیم قرآنی و تفسیر روشن آیات مربوط به اصلاح الگوی مصرف.

- تفسیر و تشریح روشن و دقیق روایات و احادیث مربوط به الگوی صحیح مصرف.

### منابع و ماخذ :

۱. قرآن کریم
۲. صحیفه سجادیه
۳. اسدی، علی و محسنی، منوچهر (۱۳۷۶) گرایش های فرهنگی و نگرش های اجتماعی در ایران، تهران : پژوهشکده علوم ارتباطات و توسعه

۴. خامنه ای ، سید علی (۱۳۸۷) ، حدیث ولایت ، تهران :  
موسسه نشر آثار مقام معظم رهبری
۵. خلیلیان ، محمدجمال (۱۳۷۵) ، الگوی مصرف در  
اسلام، تهران : مرکز پژوهش‌های صدا و سیما
۶. دادگر، یدالله (۱۳۷۸) ، نگرشی بر اقتصاد اسلامی:  
معرفت‌ها، ارزش‌ها و روش‌ها، تهران : پژوهشکده اقتصاد  
دانشگاه تربیت مدرس
۷. رزاقی، ابراهیم (۱۳۷۴) ، الگوی مصرف و ته‌اجم  
فرهنگی، تهران : انتشارات چاپخش
۸. کوئن، بروس (۱۳۷۲) ، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه  
غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات سمت
۹. مشرف جوادی، محمدحسن (۱۳۸۲) ، نگرشی بر الگوی  
مصرف در جوامع اسلامی، تهران : انتشارات گلی