

## مصادیق مصرف و نقش گروهها در اصلاح الگوی مصرف

شیما سیبویه

عضو حلقه علمی بلاغ خواهران

**چکیده:** مصرف‌گرایی تهدید مهمی برای جامعه اسلامی است. در مقابل استفاده درست و تعریف الگوی مناسب مصرف از جمله ضرورت‌های اکنون کشور است. برای دستیابی به این مهم دو نکته دارای اهمیت است، نخست تعیین اولویت‌های اساسی مصرف در آموزه‌های اسلامی است و دیگر، توجه به نقش خانواده، دولت، مبلغان، گروه‌ها و رسانه‌ها در این موضوع می‌باشد که با بهره‌گیری از روش‌های شناختی، عاطفی و رفتاری و از راه اصلاح ساختارها و فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی و نظارت می‌توانند در این زمینه نقش‌آفرینی کنند.

**واژگان کلیدی:** مصرف‌گرایی، اصلاح الگوی مصرف، اولویت‌های مصرف، نقش دولت، نقش مبلغان، روش شناختی و عاطفی و رفتاری، اصلاح ساختارها، فرهنگ‌سازی، نظارت، پیامدها.

### مقدمه

اصلاح الگوی مصرف به معنای برنامه‌ریزی برای استفاده بهینه از امکانات و منابع است. در آیات قرآن و روایات هم بر این امر مهم تأکید شده است. استفاده از امکانات

در حدّ متعادل بهترین روش مصرف است. اسلام در کنار توصیه به بهره‌مندی از نعمت‌ها، پیروانش را از مصرف‌گرایی بازداشته است. از دیدگاه اسلام، هم سخت‌گیری در استفاده از نعمت‌های حلال نارواست و هم زیاده‌روی و اسراف. زیرا سخت‌گیری در مصرف به محروم ماندن افراد از لذت‌های حلال می‌شود و اسراف به هدر دادن اموال و لرزان ساختن پایه‌های اقتصادی فرد و جامعه می‌انجامد. از دیدگاه اسلام اصلاح‌الگوی مصرف با میانه‌روی ممکن می‌شود نه با افراط و تفریط. در صورت به کارگیری درست امکانات، وابستگی‌ها کاهش یافته و اقتصاد شکوفا می‌شود و فرهنگ الگوی مصرف در جامعه نهادینه می‌شود. بسیاری از افراد جامعه آگاهی لازم را از چگونگی مصرف درست در اختیار ندارند و مصرف درست را به معنای مصرف نکردن یا کم مصرف کردن می‌دانند در حالی که باید روش درست را از راه‌های مختلف آموزش داد.

در این مقاله تأکید می‌شود که می‌توان از راه آموزش آموزه‌های دینی و روش‌های تبلیغی مناسب به این مهم دست پیدا کنیم. از جمله این روش‌ها تقویت احساس مسئولیت است. انسانی که خود را مسئول می‌داند و از وجدانی بیدار و آگاه برخوردار است، زندگی سامان‌مندی دارد و به خود و دیگران زبانی نمی‌رساند. رعایت اولویت‌ها در تخصیص درآمد و هزینه آن، از دیگر روش‌ها برای دستیابی به الگوی مصرف مناسب، و جلوگیری از نارسایی‌ها و تضییع حقوق دیگران است، ضرورت این کار برای آنانکه درآمد محدودتری دارند نمود بیشتری دارد.<sup>۱</sup>

### مصادیق مصرف‌گرایی

استفاده صحیح از نعمت‌های خداوند از بزرگ‌ترین دغدغه‌های پیشوایان دین بوده است. در سیره اهل بیت علیهم‌السلام قناعت جایگاه ویژه‌ای دارد. این در حالی است که پیروان ایشان در ایران گرفتار مصرف‌گرایی شده‌اند. در مقایسه آمار مصرف ایران با کشورهایمانند فرانسه، چین، ژاپن و ... به این نتیجه می‌رسیم که امروزه ایرانیان در شمار پرمصرف‌ترین مردمان به حساب می‌آیند:<sup>۲</sup>

ایران در مصرف انرژی و سوخت و در میزان یارانه پرداختی به بنزین نخستین

۱. سید محمود طاهری، ماهنامه اطلاع‌رسانی مبلغان، شماره ۱۲۲، ص ۶۸.

۲. محمدحسین طارمی، مقایسه مصرف‌گرایی در کشور با الگوهای مصرف اسلامی، شبکه خبری تحلیلی صنایع نیوز، ۲۹ مرداد ۱۳۸۸. [www.sanavenews](http://www.sanavenews).

کشور در میان کشورهای جهان است. بیش از ۳۶ درصد از مصرف بنزین خاورمیانه در سال ۲۰۰۷ در ایران مصرف گردیده است. متوسط مصرف سوخت خودروهای بنزینی در کشورمان حدود ۱۱ لیتر در روز است در حالی که متوسط مصرف سوخت در کشورهای دیگر نظیر آلمان و ژاپن ۵،۲ لیتر و انگلیس ۵،۳، فرانسه ۹،۱، کانادا ۵،۶ و آمریکا ۳،۷ لیتر در روز است.

میزان مصرف سوخت در ایران در هر ده سال ۲ برابر می‌شود، در حالی که در جهان به طور متوسط هر ۵۰ سال یک‌بار میزان مصرف سوخت دوبرابر می‌شود. هر ساله بیش از ۳۸ درصد بودجه سالانه دولت به یارانه بنزین اختصاص می‌یابد، در حالی که در صورت مصرف استاندارد، ایران می‌تواند یکی از صادرکنندگان بنزین باشد.

میزان مصرف گاز طبیعی در ایران در سال ۲۰۰۱، ۶۸ میلیارد مترمکعب بوده است که با احتساب متوسط رشد سالانه ۱۰/۳ درصد، به ۱۲۳ میلیارد مترمکعب در سال ۲۰۰۸ رسید و پیش‌بینی می‌شود که در سال ۲۰۱۲ میلادی این میزان به ۲۷۷ میلیارد مترمکعب برسد. با ادامه این روند در سال‌های آینده ایران به یک مصرف‌کننده بزرگ گاز طبیعی در جهان تبدیل خواهد شد. براساس گزارش صندوق بین‌المللی پول، ایران دومین کشور جهان در پرداخت یارانه انرژی با رقم ۳۷ میلیارد دلار در سال است. مصرف سالانه انرژی ایران بیش از ۵ برابر مصرف سرانه کشوری مانند اندونزی با ۲۲۵ میلیون نفر، ۲ برابر چین با یک میلیارد و سیصد میلیون نفر و ۴ برابر کشور هند با یک میلیارد و ۱۲۲ میلیون نفر جمعیت است. در مصرف برق هم ایران نوزدهمین کشور پرمصرف جهان است. و یارانه پرداختی دولت در این بخش بیش از ۴ هزار میلیارد تومان است.

متوسط مصرف انرژی در بخش ساختمان و مسکن هم به ازای هر مترمربع ۲/۶ برابر متوسط مصرف در کشورهای صنعتی است که در بعضی از شهرهای کشورمان این رقم به حدود ۴ برابر هم می‌رسد.

در بخش ارزاق و کالا هم وضع به همین صورت است. سرانه مصرف نان در ایران حدود ۱۶۰ کیلوگرم در سال است که نسبت به کشورهای اروپایی نظیر فرانسه که ۵۶ کیلوگرم و در آلمان ۷۰ کیلوگرم در سال است، بیش از ۲ تا ۳ برابر است. الگوی مصرف آب آشامیدنی بر اساس اعلام بانک جهانی برای هر نفر در سال یک مترمکعب و برای مصارف عمومی به ازای هر نفر ۱۰۰ متر مکعب در سال است. بر این اساس در کشور ما ۷۰ درصد بیشتر از الگوی جهانی، آب مصرف می‌شود.

سرانه مصرف شکر در ایران ۲۹ کیلوگرم است در حالی که میانگین مصرف شکر در جهان ۲۲ کیلوگرم می‌باشد. همچنین تحقیقات نشان می‌دهد که ایرانیان ۳ درصد بیشتر از میانگین جهانی روغن مصرف می‌کنند و مصرف میوه در ایران هم ۴ برابر استاندارد جهانی است.

### تعیین اولویت‌های اساسی مصرف در آموزه‌های اسلامی

بر اساس آموزه‌های اسلامی، اولویت‌های اساسی مصرف را می‌توان در مواردی از جمله خوراک، پوشاک، نظافت و بهداشت قرار داد. در منابع روایی شیعه در مورد مصرف این مصادیق و امکانات توصیه‌های ویژه‌ای شده است که نشان از اهتمام اسلام به مصرف صحیح دارد. امام رضا علیه السلام در این باره می‌فرماید: «أَنَّ اللَّهَ تَبَارَكَ وَتَعَالَى لَمْ يُبَيِّحْ أَكْلًا وَلَا شُرْبًا إِلَّا مَا فِيهِ الْمَنْفَعَةُ وَالصَّلَاحُ وَ لَمْ يُحَرِّمْ إِلَّا مَا فِيهِ الضَّرَرُ وَ التَّلَفُ وَ الْفَسَادُ فَكُلْ نَافِعٍ مَّقْوً لِلْجِسْمِ فِيهِ قُوَّةٌ لِلْبَدَنِ فَهُوَ حَالِلٌ...»<sup>۱</sup>.

خدای متعال هیچ خوردنی و نوشیدنی را جایز نکرده مگر آنچه در آن سود و صلاحی است، و هیچ چیز را ممنوع نکرده مگر آنچه در آن زیان و نابودی و تباهی بوده است. پس هر چه سودمند و توان بخش جسم باشد و به بدن آدمی نیرو دهد، حلال است.

در نظام تولید و اداره اقتصاد زندگی انسان، آب سهم حیاتی دارد. آب مادر بسیاری از صنایع و تولیدات است و کشاورزی بدون آن ممکن نیست. «وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ»<sup>۲</sup> و هر چیز زنده‌ای را از آب پدید آوردیم.

همچنین انسان بدون غذا نیز نمی‌تواند زندگی کند و نان اصلی‌ترین ماده غذایی است.

امام باقر علیه السلام می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ عَزَّوَجَلَّ خَلَقَ ابْنَ آدَمَ أَجُوفًا وَ لَا بُدَّ لَهُ مِنَ الطَّعَامِ وَ الشَّرَابِ...»<sup>۳</sup>.

خداوند آدمی را دارای شکمی آفرید، پس برای او خوردنی و نوشیدنی ضروری است.<sup>۳</sup>

امام صادق علیه السلام درباره نان می‌فرماید: «أَنَّ رَأْسَ مَعَاشِ الْإِنْسَانِ وَ حَيَاتِهِ الْخُبْزُ وَ

۱. محمد باقر مجلسی، بحار الأنوار، ج ۶۲، ص ۱۶۶.

۲. انبیاء/۳۰.

۳. محمد بن یعقوب کلینی، کافی، ج ۶، ص ۲۸۷.

الماء»، بی‌گمان اصل‌ترین منبع معیشتی و حیاتی انسان آب و نان است.<sup>۱</sup> انسان برای زندگی دنیایی به خوراک (نان و آب و...) نیاز دارد. حیات معنوی و سیر روحی و باطنی انسان نیز وابسته به ادامه حیات مادی و وجود لوازم و شرایط آن است.

رهبران راستین الهی با شناخت جنبه‌های واقعی انسان، در برنامه‌ریزی‌های اجتماعی به آن توجه داشته‌اند. اخلاق و اقتصاد و مادیت و معنویت با هم پیوندی ناگسستنی دارند؛ زیرا پرستش باید با ابزار مادی و انرژی فیزیکی صورت گیرد و این بدون توان بدنی و جسمی امکان ندارد.

یکی دیگر از مصادیق مصرف، لباس و پوشش است. لباس از ضروریات زندگی است و کاربردهای مختلفی می‌تواند داشته باشد. قرآن کریم در این باره می‌فرماید:

«وَجَعَلَ لَكُم سَرَابِیلَ تَقِیْكُمْ الْحَرَّ وَ سَرَابِیلَ تَقِیْكُمْ بِأَسْكُمْ»

شما را جامه‌هایی داد که از گرما نگاهتان دارد و پیراهن‌هایی (زره‌هایی) که در جنگها نگاهتان دارد.<sup>۲</sup>

بهداشت و نظافت هم دارای اهمیت ویژه‌ای است. در قرآن کریم شستشو، وضو، غسل، طهارت و پاکیزگی و ... بارها مورد تأکید قرار گرفته و آب، طهور و پاک‌کننده معرفی شده است.

«وَيُنَزِّلُ عَلَیْكُمْ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً لِيُطَهِّرَ بِكُمْ بِهِ»<sup>۳</sup> از آسمان آب فرو می‌فرستد تا شما را با آن پاک گرداند.

این خطاب متوجه همه انسان‌هاست و همه موظفانند با این نعمت خداداد خود را پاک و پاکیزه سازند. بنابراین ضرورت دارد که با مصرف درست و بهینه، از اتلاف بی‌رویه آن پرهیز نمایند.

آراستگی ظاهری دارای اهمیت زیادی است. از جمله اموری که باعث این آراستگی می‌شود استفاده از عطر و بوی خوش است. در این باره روایات فراوانی وجود دارد:

امام علی علیه السلام می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ جَمِیلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ وَ يُحِبُّ أَنْ یَرَىٰ أَثَرَ النَّعْمَةِ عَلَی عَبْدِهِ»<sup>۴</sup> خداوند زیباست و زیبایی را دوست دارد و دوست دارد که آثار نعمتش را

۱. محمدباقر مجلسی، بحار الانوار، ج ۳، ص ۸۷.

۲. نحل/ ۸۱.

۳. انفال/ ۱۱.

۴. محمدبن یعقوب کلینی، کافی، ج ۶، ص ۴۳۸.

در سیمای بندگانش ببیند.

امام رضا علیه السلام هم می‌فرماید: «الطَّيِّبُ مِنْ أَخْلَاقِ الْأَنْبِيَاءِ»<sup>۱</sup> خوش بویی و استفاده از عطر از اخلاق پیامبران است. انسان‌ها با استفاده صحیح و به‌جا از این مواهب الهی (زینت و بوی خوش) می‌توانند به زندگی خود شادابی و طراوت ببخشند. البته این در صورتی است که زیاده‌روی ننمایند و به اسراف کاری کشیده نشوند.

نقش دولت، گروه‌ها، مبلغان و سازمان‌ها به ویژه رسانه‌ها در تبیین و مدل‌سازی الگوی مصرف فراهم آوردن شرایط لازم برای اصلاح الگوی مصرف، وظیفه‌ای چند بعدی است که فرد و خانواده و گروه‌ها و دولت در آن نقش دارند. در این زمینه همه مسئول‌اند و باید با برنامه‌ریزی خردمندانه و بر اساس آموزه‌های دینی، نظام مصرف خویش را اصلاح کنند.

### نقش خانواده

با توجه به اینکه بیشتر فعالیت‌های اقتصادی بانوان در خانواده است، مادران می‌توانند با مدیریت صحیح این بخش، نقش مهمی در اصلاح الگوی مصرف داشته باشند. زنان باید با راه‌های درست مصرف کردن آشنا شوند. بسیاری از خریدها، مبتنی بر نیازها نیست و بر اساس عادت یا تقلید از دیگران صورت می‌گیرد. هر اندازه دانش، آگاهی، و بینش اقتصادی زنان بیشتر شود شیوه مصرف هم بهبود خواهد یافت. اگر مادران به فرزندان خود روش صرفه‌جویی را نیاموزند، الگوهای مصرف نامناسب جایگزین الگوی مصرف مناسب خواهد شد. زنان به علت حضور بیشتر در منزل حتی می‌توانند میزان مصرف انرژی (برق، آب و گاز) را مدیریت کنند.<sup>۲</sup>

### وظایف مبلغان دینی

بزرگان روحانیت همواره در زهد و وارستگی و خدمت‌رسانی، الگوی شاخص امت اسلامی بوده و در هرگونه اصلاح راستین، پیشگام و راهنما بوده‌اند. روحانیت شیعه براساس رهنمودهای قرآن و سنت معصومین علیهم السلام قلیل المؤمنة و کثیر المعونة بوده‌اند.

۱. همان، ص ۵۰۹.

۲. نقش زنان و خانواده در اصلاح الگوی مصرف، ۲۰ اردیبهشت ۱۳۸۸، به نقل از رسالت، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی. [www.isca.ac.ir](http://www.isca.ac.ir)

رعایت زی طلبگی، افتخار عالمان و فاضلان و پرورش یافتگان دامان حوزه‌هاست. زهد و وارستگی، شرط صلاحیت رهبران فکری و فرهنگی و سیاسی جامعه اسلامی است و خداوند برای همه پیامبران چنین شرط فرموده است که نسبت به زر و زیور و تشریفات و تعلقات زندگی زاهد باشند و چشم طمع بر مال و منال و جاه و جلال دنیوی ندوزند.<sup>۱</sup> «وَسَرَطْتَ عَلَيْهِمُ الزُّهْدَ فِي دَرَجَاتِ هَذِهِ الدُّنْيَا الدَّنِيَّةِ وَزُخْرِفِهَا وَزُبُرِجِهَا، فَشَرَطُوا لَكَ ذَلِكَ»<sup>۲</sup> در درجات این دنیای پست و زینت و زیورهایش، زهد را بر آنان شرط کردی و آنها پذیرفتند.»

روحانی نه خود و نه خانواده‌اش باید اسراف کند و نه در برابر اسراف و تبذیر خاموش باشد. روحانیت همان‌گونه که در برابر منکرات عقیدتی و اخلاقی حساس است، باید در برابر اسراف و تبذیر هم احساس مسئولیت کند.<sup>۳</sup> بی‌شک، وظیفه اصلی مبلغان دینی (بعد از خودسازی و تزکیه نفس)، تبلیغ و تعمیق معارف و حقایق اسلامی برای مردم است. در این راستا روش‌های متنوعی وجود دارد که به برخی اشاره می‌کنیم:

### الف) روش‌های شناختی

۱. ایجاد زمینه‌ها و زیرساخت‌های مناسب برای گسترش رفتارهای پسندیده و جلوگیری از بروز رفتارهای افراط‌گرایانه ناپسند.
۲. توجه دادن به نتایج و پیامدهای کارها، مانند نشان دادن آثار و نتایج حاصل از اسراف‌کاری.

۳. روش اعطای بینش.

۴. روش عبرت‌آموزی.

۵. روش طرح قصه.

### ب) روش‌های عاطفی

۱. دعوت به ایمان؛ ۲. تحریک ایمان؛ ۳. روش الگویی؛ ۴. روش موعظه؛ ۵. روش تبشیر؛ ۶. روش انذار؛ ۷. روش دعا.

۱. طه/۱۳۱.

۲. شیخ عباس قمی، دعای ندبه، مفاتیح الجنان، ص ۸۶۸.

۳. برای اصلاح الگوی مصرف چه باید کرد؟ مبلغان تیر و مرداد ۱۳۸۸، شماره ۱۱۷، پایگاه حوزه، .www.hawzah.net

### ج) روش‌های رفتاری

۱. روش تغییر موقعیت؛ برای مثال اگر فرد دچار اسراف باشد می‌تواند شرایط مختلف محیطی را تغییر دهد.
۲. روش تحمیل به نفس.
۳. روش تذکر؛ مانند یادآوری نتایج اسراف و نشان دادن زشتی آن.
۴. روش مجازات به قدر خطا<sup>۱</sup>.

### نقش دولت

همکاری دولت و ملت و هم‌فکری اندیشمندان و مدیران اجرایی، می‌تواند عزت و استقلال و امنیت و عدالت را به ارمغان آورد و برنامه‌ریزی جامع و دلسوزانه و آگاهانه ضامن اصلاح الگوی تولید و توزیع و مصرف در سطح ملی و بین‌المللی است. اصلاح الگوی مصرف در سطح کلان نیازمند برنامه‌ای جامع است که در اینجا به فهرستی از ابعاد و عناصر آن اشاره می‌شود:

- ۱- اصلاح اندیشه‌ها و جهان‌بینی‌ها.
- ۲- اصلاح انگیزه‌ها و اهداف و آرمان‌ها.
- ۳- اصلاح عادت‌ها و سنت‌ها.
- ۴- اصلاح قوانین و مقررات.
- ۵- اصلاح ساختارهای اجرایی و اداری.
- ۶- اصلاح روش‌های آموزشی، پژوهشی و اجرایی.
- ۷- اصلاح امیال و خواسته‌ها و احساسات و عواطف عمومی.
- ۸- اصلاح ذائقه‌ها و نگاه‌ها.
- ۹- اصلاح و تغییر ابزارها و وسایل تولید و توزیع و مصرف.
- ۱۰- اصلاح رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی و پیام‌رسانی.
- ۱۱- سیاست‌گذاری و تنظیم قوانین.
- ۱۲- گسترش همه‌جانبه دولت الکترونیک.
- ۱۳- مدیریت بهینه منابع انسانی.
- ۱۴- حفظ و توسعه سرمایه اجتماعی.
- ۱۵- بسترسازی و ایجاد قابلیت بین‌واحدی بخش خصوصی.

۱. اصلاح الگوی مصرف، ۲۲ آذر ۱۳۸۸، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، [www.isca.ac.i](http://www.isca.ac.i).



۱۶- بهینه‌سازی مصرف انرژی با استانداردسازی تولید.

۱۷- ایجاد عزم ملی برای فرهنگ‌سازی در این زمینه.

تشریفات و تجملات و تغییر دکوراسیون و هزینه‌های زاید در ادارات و مؤسسه‌ها از مصادیق اسراف و تبذیر است.

بسیاری از بودجه‌های ورزشی و همایش‌ها و سفرهای خارجی و جشنواره‌های گوناگون، از نمونه‌های آشکار هدر رفت اموال عمومی است. برخی از بودجه‌ها هم در مسیر اهداف و مأموریت‌ها و سیاست‌ها هزینه نمی‌گردد و به بیراهه کشیده می‌شود. مصرف بودجه در مسیرهای انحرافی و ناهماهنگ با اهداف و سیاست‌ها عوامل مختلفی دارد مانند: ۱- عوامل انسانی ۲- عوامل ساختاری ۳- عوامل قانونی.<sup>۱</sup>

امام علی علیه السلام در این باره می‌فرماید: «سوء التدبیر مفتاح الفقر» بدی تدبیر (کارگردانی و اداره‌گری) کلید فقر است. نیز فرموده‌اند: «وَلَكِنِّي آسَى أَنْ يَلِيَ أَمْرَ هَذِهِ الْأُمَّةِ سُفَهَاؤُهَا وَفَجَارُهَا فَيَتَّخِذُوا مَالَ اللَّهِ دُولًا»<sup>۲</sup> آندوه من این است که بر این امت کم‌خردان و بدکاران حکم فرمایی کنند و مال خود را میان خودشان دست‌به‌دست برگردانند.

خطر حاکمیت سفیهان و نادانان در کنار خطر بدکاران و بدعملان قرار گرفته است، معنای این هم‌آوردی این است که خائن با ناوارد در زیان‌رسانی به خلق و انحطاط جامعه و محرومیت آفرینی در مردم برابر هستند.

رسانه‌ها یکی دیگر از مراجع نقش آفرین فرهنگی در اصلاح الگوی مصرف هستند. زیرا رسانه‌ها در میان آحاد مردم بسیار تأثیر گذارند.

رسانه‌ها می‌توانند از سه طریق تأثیر گذار باشند: الف: فرهنگ‌سازی ب: اطلاع‌رسانی د: نظارت.

### الف) فرهنگ‌سازی

۱. تغییر سبک زندگی بر اساس مدیریت پیام در سریال‌ها و آگهی‌های بازرگانی و غیره و پرهیز از مصرف‌گرایی و تجمل.

۲. ارائه و ترویج الگوهای رفتاری متناسب با ارزش‌ها و فرهنگ‌های اصیل اسلامی و

۱. برای اصلاح الگوی مصرف چه باید کرد؟ مبلغان تیسر و مرداد ۱۳۸۸، شماره ۱۱۷، پایگاه حوزه. [www.hawzah.net](http://www.hawzah.net)

۲. محمدی ری شهری، میزان الحکمه، ج ۲، ص ۱۳۸۵. به نقل از غرر الحکم.

۳. سید رضی، نهج البلاغه، ترجمه فیض الاسلام، از نامه‌های حضرت به اهل مصر توسط مالک، ص ۱۰۵۰.

- ایرانی در مناسبت‌های مختلف به ویژه در آئین‌های شادی و سوگواری.
۳. ترویج ارزش‌ها و فضائل اخلاقی مانند قناعت، ساده‌زیستی و صرفه‌جویی به صورت جذاب و در برنامه‌های گوناگون.
  ۴. نکوهش رفتارهای غلط و مذموم مانند اسراف، چشم و هم‌چشمی، تفاخر، مدگرایی، خودنمایی و مصرف‌زدگی.
  ۵. آموزش شیوه‌های صحیح مصرف با بهره‌گیری از اصول و سازوکارهای آموزش مستقیم و غیرمستقیم رسانه.
  ۶. بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌های محلی و شبکه‌های استانی برای شناسایی و ترویج الگوهای بومی مصرف بهینه و جلوگیری از هجوم فرهنگ مصرف‌گرایی به شهرهای کوچک و روستاها.
  ۷. برنامه‌ریزی دراز مدت برای ترویج الگوی صحیح مصرف در بین کودکان و نوجوانان.
  ۸. الگوبرداری از رفتار و منش بزرگان دین و شخصیت‌های محبوب به صورت جذاب، باورپذیر و ملموس.

### ب) اطلاع‌رسانی

۱. آگاهی بخشی در خصوص آثار و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روش‌های غلط مصرف با استناد به آمار و اطلاعات رسمی.
۲. اطلاع‌رسانی و معرفی الگوهای صحیح مصرف در زمینه‌های مختلف.
۳. ارائه اطلاعات دقیق در مورد الگوی مصرف بایسته در مصرف کالاها.
۴. اطلاع‌رسانی در مورد آسیب‌ها و زیان‌های مصرف بی‌رویه برخی کالاها مانند مواد بهداشتی، آرایشی، مواد قندی اشباع شده و ...
۵. اطلاع‌رسانی در مورد کمبود برخی کالاها.
۶. اطلاع‌رسانی دقیق و به‌موقع در مورد سیاست‌ها و برنامه‌های دولت و دیگر نهادهای مربوطه در خصوص اصلاح الگوی مصرف و تعریف ساز و کارهای تشویقی و تنبیهی در این زمینه.
۷. معرفی استانداردهای ملی و بین‌المللی کالاها و خدمات با هدف ترویج مصرف کالای با کیفیت و با دوام و حذف کالای بی‌کیفیت.
۸. ارائه بررسی‌های مقایسه‌ای در مورد وضعیت مصرف در جامعه ما و برخی کشورهای

توسعه یافته با هدف معرفی شیوه‌های مؤثر مدیریت مصرف و تغییر نگرش‌های غلط.

### ج) نظارت

۱. فراهم آوردن زمینه حضور نهادهای نظارتی در رسانه برای ارائه گزارش به مردم.
۲. نقد و بررسی سیاست‌های دولت در حوزه اصلاح الگوی مصرف.
۳. بررسی نقاط ضعف و قوت سیاست‌های دولت و بخش خصوصی در حوزه‌های تولید، واردات و توزیع و تأثیر آنها در شکل‌گیری الگوی مصرف در جامعه.
۴. نظارت بر اجرای استانداردها و کنترل کیفی کالاها، خدمات و مواد غذایی از طریق رسانه‌ها.
۵. دریافت و انعکاس بازخوردها و دیدگاه‌های مردم درباره سیاست‌ها و عمل‌کرد نهادهای مسئول از راه نظرسنجی.
۶. الزام نهادهای مسئول برای پاسخگویی به افکار عمومی در این زمینه<sup>۱</sup>.

### نتیجه

(پیامدهای مصرف بهینه)

- مصرف بهینه یعنی هر چیز را درست و به‌جا انجام دادن و این استفاده بهینه است که ما را به نتایج مطلوبی خواهد رساند از جمله :
۱. انسان را به اطاعت از خدا و او می‌دارد. مصرف درست و به‌جا به معنای اطاعت از امر الهی و امتثال فرمان خداوند است. در این زمینه آیات و روایات زیادی وجود دارد.
  ۲. باعث افزایش دانش مردم می‌شود و به یک مدیریت صحیح خواهد انجامید.
  ۳. باعث کاهش هزینه‌های خانواده می‌شود.
  ۴. ما میراث‌دارهای نسل آینده هستیم نه میراث‌خوار، باید شرایطی را فراهم کنیم که این منابع خدادادی به نسل آینده هم منتقل شود.
  ۵. اصلاح الگوی مصرف ممکن است به کاهش آلودگی زیست محیطی هم کمک کند .

۱. خسرو سلجوقی، رسانه ملی و اصلاح الگوی مصرف، خبرگذاری فارس، ۱۳۸۸/۲/۲۳ - ۱۳۸۸/۲/۲۲، آبان ۱۳۸۸، [www.farsnews.ir](http://www.farsnews.ir)

## فهرست منابع

### قرآن کریم

۱. حکیمی، محمد، معیارهای اقتصادی در تعالیم رضوی، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی، چاپ دوم، قم، ۱۳۷۶.
۲. صدوق، ابی جعفر، عیون اخبار الرضا، رضا مشهدی، چاپ دوم، شهریور ۱۳۶۳.
۳. فیض الاسلام، علینقی، ترجمه و شرح نهج البلاغه، آثار فیض الاسلام، بی جا، تجدید چاپ اسفند ۱۳۷۲.
۴. کرمی، رضاعلی، روش‌های تبلیغ از طریق (خطابه، ابزارها، روضه، مناظره)، دارالتقلین قم، چاپ دوم.
۵. کلانتری، علی‌اکبر، اسلام و الگوی مصرف، بوستان کتاب، چاپ و نشر دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، چاپ اول، ۱۳۸۷.
۶. کلینی، محمدبن یعقوب، اصول کافی، دارالکتب الاسلامیه آخوندی، چاپ سوم، ۱۳۶۷.
۷. مجلسی، محمدباقر، بحار الانوار، مؤسسه الوفا، بیروت، چاپ دوم، ۱۴۰۳.
۸. محمدی ری‌شهری، محمد، میزان الحکمه، دارالحدیث، چاپ اول، بی تا.
۹. نوری طبرسی، حسین، مستدرک الوسائل، مؤسسه آل‌البیت، چاپ دوم، ۱۴۰۸.
۱۰. هاشم زئی، حجت، مصرف صحیح، (راهکارها و آسیب‌ها از دیدگاه قرآن و حدیث)

### سایت

۱. سلجوقی، خسرو، رسانه ملی و اصلاح الگوی مصرف، خبرگزاری فارس، ۱۳۸۸/۲/۲۳ - ۲۲ آبان ۱۳۸۸ [www.farsnews.ir](http://www.farsnews.ir)
۲. طارمی، محمدحسین، مقایسه مصرف‌گرایی در کشور با الگوهای مصرف اسلامی، شبکه خبری تحلیلی صنایع نیوز، ۲۹ مرداد ۱۳۸۸ - سه‌شنبه ۱۲ آبان ۱۳۸۸. [www.sanarenews.com](http://www.sanarenews.com)
۳. پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی. [www.isca.ac.ir](http://www.isca.ac.ir)
۴. پایگاه حوزه‌برای اصلاح الگوی مصرف چه باید کرد. [www.hawzah.net](http://www.hawzah.net)

### نشریه

۱. معاونت تبلیغ و آموزش‌های کاربردی حوزه علمیه قم، ماهنامه اطلاع‌رسانی، پژوهشی، آموزشی مبلغان، شماره ۱۲۲، ذیحجه ۱۴۳۰ (آبان-آذر ۱۳۸۸ ه.ش).