



Modification of Consumption Pattern, a Platform for the Realization of the Production Leap

Ajdar Shamkhani

*Master of Adult Education, Shahid Beheshti University of Tehran, Iran.
(Corresponding author)
azhdarshamkhani@yahoo.com

Mehran Rashidi

Master of Psychology, Faculty member of Payame Noor University, Nahavand Branch, Iran.

Received: 2020/05/19

Accepted: 2020/06/16

DOI: *****

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the modification of consumption pattern as one of the areas of realization of the production leap and jihadi management. Improving the consumption pattern and avoiding extravagance in order to achieve one of the dimensions of the production leap is very important for society; In a way, a proper consumer culture provides the possibility of investment and through this can lead to the economic growth and development of society. The research method is a descriptive-analytical (documentary) type, in the present article, by reviewing texts, books and journals related to the research topic, the consumption pattern has been modified in order to pave the way for the realization of the production leap. The results showed that the real reform of consumption pattern and its implementation on the one hand requires careful planning in all areas and angles of society, including production, services, distribution, infrastructure, culture and the judiciary, and legislation; on the other hand, it requires a long-term process. In order to institutionalize the consumption pattern, it is necessary to pay attention to all the roots, causes and incorrect sources of consumerism in various fields, including production, services, distribution, etc.

Keywords: Consumption Pattern Modification, Production Leap, Jihadi Management, Consumerism

► **Citation (Vancouver):** Shamkhani A, Rashidi M. Modification of Consumption Pattern, a Platform for the Realization of the Production Leap. *Quarterly J Hamedan Police Sci.* Summer 2020; 7(2):37-44.

► **Citation (APA):** Shamkhani, A., Rashidi, M. (Summer 2020). Modification of Consumption Pattern, a Platform for the Realization of the Production Leap. *Quarterly Journal of Hamedan Police Science*, 7(2), 37-44.

اصلاح الگوی مصرف، بستری برای تحقق جهش تولید

چکیده

هدف از انجام پژوهش، بررسی اصلاح الگوی مصرف به‌عنوان یکی از عرصه‌های تحقق جهش تولید و مدیریت جهادی است. اصلاح الگوی مصرف و پرهیز از اسراف به منظور یکی از ابعاد تحقق جهش تولید برای جامعه از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است؛ به طوری که فرهنگ مصرفی مناسب، امکان سرمایه‌گذاری را فراهم می‌کند و از این طریق می‌تواند موجب رشد و توسعه اقتصادی جامعه شود. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی (اسنادی)، بوده و در مقاله حاضر با بررسی متون، کتب و مجلات مرتبط با موضوع پژوهش به بررسی اصلاح الگوی مصرف، بستری برای تحقق جهش تولید پرداخته شده است. نتایج پژوهش نشان داد، اصلاح واقعی الگوی مصرف و عملیاتی نمودن آن از یک طرف نیازمند برنامه‌ریزی دقیق در تمامی زمینه‌ها و زوایای جامعه از جمله عرصه تولید، خدمات، توزیع، زیرساخت، فرهنگ و عرصه قضا و قانون‌گذاری و... است و از طرف دیگر، یک فرآیند بلندمدت و طولانی را طلب می‌نماید و باید برای نهادینه شدن الگوی مصرف به تمامی ریشه‌ها، علل و سرچشمه ناصحیح مصرف‌گرایی در عرصه‌های گوناگون از جمله تولید، خدمات، توزیع و... توجه نمود.

کلیدواژه‌ها: اصلاح الگوی مصرف، جهش تولید، مدیریت جهادی، مصرف‌گرایی

اژدر شمخانی

* کارشناس ارشد آموزش بزرگسالان، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران.
(نویسنده مسؤل)

azhdarshamkhani@yahoo.com

مهران رشیدی

کارشناس ارشد روان‌شناسی، عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور، واحد نهاوند، ایران.

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۳۷-۴۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۲۷

شناسه دیجیتال (DOI): *****

◀ **استناد (ونکوور):** شمخانی، اژدر؛ رشیدی، م. اصلاح الگوی مصرف، بستری برای تحقق جهش تولید. فصلنامه علمی دانش انتظامی همدان، پاییز ۱۳۹۹؛ ۷(۲): ۳۷-۴۴.

◀ **استناد (APA):** شمخانی، اژدر؛ رشیدی، مهران. (پاییز ۱۳۹۹). اصلاح الگوی مصرف، بستری برای تحقق جهش تولید. فصلنامه علمی دانش انتظامی همدان، ۷(۲)، ۳۷-۴۴.

از خانواده‌ها از فراهم کردن حداقل‌های زندگی محروم هستند. در آیات قرآن کریم، از جهات مختلفی بر ضرورت اصلاح الگوی مصرف تأکید شده است. "وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَأَغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ" و در راه رفتن خود میانه‌رو باش و صدایت را آهسته ساز که بدترین بانگ خزان است (لقمان/۱۹) "وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْثَرُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرَّيْحَانَ مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ" (و اوست کسی که باغ‌هایی با داربست و بدون داربست و خرما بن و کشتزار با میوه‌های گوناگون آن و زیتون و انار شبیه به یکدیگر و غیر شبیه پدید آورد از میوه آن چون ثمر داد بخورید و حق (بینوایان) آن را روز بهره‌برداری از آن بدهید و (الی) زیاده‌روی نکنید که او اسراف‌کاران را دوست ندارد) (انعام /۱۴۱) "الَّذِينَ يَبْخُلُونَ وَيَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبُخْلِ وَيَكْتُمُونَ مَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ عَذَابًا مُهِينًا" (همانا برای کسی که بخل ورزد و مردم را به بخل وامی‌دارد و کافران، عذابی خوارکننده آماده کرده‌ایم) (نساء /۳۷).

در سه دهه گذشته مصرف‌گرایی بی‌رویه و بی‌قاعده به‌گونه‌ای رواج یافته است که فرهنگ دینی و ملی کشور را تحت الشعاع قرار داده و مردم را دچار عسر و حرج کرده و کاروان کشور را در مسیر توسعه عدالت از حرکت شتابان بازداشته است. مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) پدیده مصرف‌گرایی را عامل شکاف طبقاتی و بلای بزرگ جامعه دانسته و بخش‌های مختلف دولتی، تبلیغی و فرهنگی را به فرهنگ‌سازی، روحیه قناعت و صرفه‌جویی در جامعه دعوت نموده و می‌فرماید: "مصرف‌گرایی برای جامعه بلای بزرگی است. حوزه‌های بسیار کمی در زندگی روزمره وجود دارد که تحت تأثیر روندها و اعمال مصرفی قرار نگیرند، با توجه به چنین ابعادی است که این مسأله (مصرف‌گرایی) شأنیت بررسی علمی را یافته است

دوازده سال متوالی است که سکandar بصیر و دوران‌دیش انقلاب اسلامی حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای (مدظله‌العالی) هم‌زمان با برگزاری بزرگ‌ترین جشن ملی ایرانیان سنت حسنه‌ای را بنیان نهاده و هرسال را به نامی و شعاری زبینه و مزین می‌نمایند و همگان به‌ویژه نخبگان، اندیشمندان، محققان و تمامی کارگزاران را به اهتمام جدی برای عملیاتی نمودن آن مکلف می‌فرمایند. این نام‌گذاری‌ها که مبتنی بر شناخت عمیق و کافی معظم له از نیازمندی‌ها، دردها و بیماری‌های مختلف اجتماعی است عملاً به‌عنوان دغدغه اصلی و راهبرد محوری هرسال مبدل گردیده و اذهان و افکار بخش زیادی از جامعه را به خود معطوف نموده و بسترساز آثار و برکات و پیامدهای زیادی برای جامعه اسلامی شده است. مقام معظم رهبری سال ۱۳۸۷، را سال نوآوری و شکوفایی، سال ۱۳۸۸، را سال حرکت به سمت اصلاح الگوی مصرف، سال ۱۳۸۹، را به‌عنوان سال همت مضاعف و کار مضاعف، سال ۱۳۹۰، را به‌عنوان سال جهاد اقتصادی و سال ۱۳۹۱، را به‌عنوان سال تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی برجسته نمودند. همچنین در مسیر توجه به قدرت و توان اقتصادی و سیاسی کشور، سال ۱۳۹۲، را سال حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی، سال ۱۳۹۳، را سال اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی، سال ۱۳۹۵، را سال اقتصاد مقاومتی اقدام و عمل، سال ۱۳۹۶، را با برجسته کردن تولید و اشتغال به‌عنوان سال اقتصاد مقاومتی تولید و اشتغال، سال ۱۳۹۷، را سال حمایت از کالای ایرانی، سال ۱۳۹۸، را سال رونق تولید و درنهایت، مجدداً روی عرصه تولید ملی تأکید نمودند و سال ۱۳۹۹، را سال جهش تولید نام‌گذاری کردند.

مروری بر آمار و اخبار مربوط به اسراف و مصرف بیش‌ازحد که در مغایرت با آموزه‌های دینی و ضرورت‌های ملی قرار دارد، گویای وجود پدیده‌ای به نام مصرف‌زدگی در جامعه ایرانی- اسلامی است. این در حالی است که این اسراف و تبذیر در جامعه‌ای صورت می‌گیرد که برخی

سیاست‌های دولتمردان نورسیده سبب شد تا فرهنگ و رویکردی متفاوت از گذشته ترویج شود. در شرایط جدید فرهنگ دوران انقلاب و روحیات جهادی دفاع مقدس و نیز پیشکسوتان جهاد و شهادت به فراموشی سپرده شدند. در دوران دوم خرداد، ولنگاری فرهنگی و بی‌برنامگی اقتصادی و شیفتگی دولتمردان به غرب و محصولات فرهنگی و واردات غربی وضعیتی را پیش آورد که امروزه توسعه و استقلال کشور در گرو تغییر و اصلاح آن است و مقام معظم رهبری اصلاح الگوی مصرف را شعار سال ۸۸ نامیدند. هرچند رویکرد یادشده در دولت عدالت‌خواه، ساده‌زیست و ولایت‌مدار، پرتلاش، کم‌مصرف و پایبند به آموزه‌های دینی و ارزش‌ها و شعارهای انقلاب اسلامی و رفاه عمومی تا حدودی کنترل و هدایت گردید، لکن بهبود مطلوب و تحول همه‌جانبه وضع موجود نیازمند زمان بیشتر و اجماع فراگیرتر و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جامع‌تری است که مقام معظم رهبری در پیام نوروزی خویش در سال ۸۸ و سخنرانی در حرم مطهر امام رضا (ع) ابعاد آن را ترسیم نمودند. (مراد زاده، ۱۳۸۸: ۵۶)

سبحانی که چند دوره در مجلس حضور داشته و از کارشناسانی هستند که در تدوین برنامه ۵ ساله اول و دوم دخیل بوده‌اند، می‌گویند: «دولت‌ها در سال‌های پس از جنگ لزوماً درصدد عملیاتی کردن اقتصاد اسلامی نبوده‌اند، بلکه با توجه به مشکلات اقتصادی کشور، با بهره‌مندی از بخشی از کارشناسان سازمان‌های دولتی به تهیه و ارائه برنامه‌هایی اقدام نموده‌اند که به نظرشان می‌آمد می‌تواند بخشی از کمبودها، نواقص و کاستی‌های مزمن اقتصاد ایران را برطرف نماید». دادگر نیز معتقدند که برنامه‌های اول و دوم توسعه اقتصادی با اینکه زمینه‌ساز تحولاتی در کشور بودند، و یک سری اهداف کمی را هم پوشاندند، اما در ارتباط با شاخصه‌های موردنظر در قالب عزت و اقتدار اقتصادی و با ملاحظه عناصر اقتصادی آن موفق نبوده‌اند (مراد زاده، ۱۳۸۸: ۵۶).

(حکیمی، ۱۳۷۸: ۳۳۹) اسراف و مصرف‌زدگی، با هیچ‌کدام از آموزه‌های دینی و ملی ما سازگار نبوده و با ضرورت‌های اجتماعی امروز کشورمان نیز مغایرت آشکار دارد. برخی غفلت‌ها و تحولات، کشور را به مسابقه در مصرف و مصرف‌زدگی گرفتار کرده است. اسراف، روزبه‌روز شکاف‌های طبقاتی و شکاف بین فقر و غنی را بیشتر و عمیق‌تر می‌کند. یکی از چیزهایی که لازم است مردم برای خود وظیفه بدانند، اجتناب از اسراف است. دستگاه‌های مسئول بخش‌های مختلف دولتی، به‌خصوص دستگاه‌های تبلیغاتی و فرهنگی به‌ویژه صداوسیما باید وظیفه خود را بدانند، مردم را به سمت قناعت و اکتفا و به‌اندازه لازم مصرف کردن و اجتناب از زیاده‌روی و اسراف دعوت کرده و سوق دهند. مصرف‌گرایی جامعه را از پا 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 (سنایی فر، ۱۳۸۸: ۳۷). 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 غیرضروری 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 (رزاقی، ۱۳۷۴).

بررسی تاریخی روند مصرف‌گرایی در کشور نشان می‌دهد که در دوران پس از انقلاب و هشت سال دفاع مقدس از اشرافی‌گری، اسراف و تبذیر، تجمل‌گرایی و ناهنجاری‌هایی از این قبیل خبری نبود. پس، آنچه وضع موجود را زمینه‌سازی کرد به بعد از دفاع مقدس بازمی‌گردد. با روی کار آمدن دولت موسوم به سازندگی پس از دفاع مقدس، از یک‌سو به اقتضای شرایط و نیازهای مربوط به بازسازی خرابی‌ها و بازگشت آوارگان، ضرورت تقویت زیرساخت‌های اقتصادی کشور و از سوی دیگر افکار و

روش پژوهش

این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی است و برای دستیابی به اهداف پژوهش از روش توصیفی، تحلیلی (اسنادی) استفاده شده است و با روش تمام شماری کل منابع مرتبط با موضوع بررسی شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات هم‌فیش‌برداری بوده است.

عوامل مؤثر بر مصرف‌گرایی (اسراف) در ایران

۱- **جهل و ناآگاهی:** نادانی زمینه‌ساز بسیاری از انحرافات اخلاقی و رفتاری از جمله اسراف و تبذیر است. امام علی (ع) می‌فرماید: «نادان شناخته نشود مگر در کارها، زیاده‌روی یا کوتاهی کند.» (نهج البلاغه، حکمت ۶۷).

۲- **غفلت و بی‌توجهی مسئولان و کارگزاران به رسالت‌های انسانی:** کمبود نیرو، ضرورت سرعت در جبران عقب‌ماندگی‌ها و خرابی‌های ناشی از چپاول سردمداران رژیم گذشته، جنگ و درگیری ضدانقلاب، نداشتن مدل اقتصادی برخاسته از فرهنگ دینی و خودباختگی در برابر مدل‌ها و شیوه‌های جاری برخاسته از فرهنگ و تفکر غربی و حتی الگو گرفتن از کشورهای درحال توسعه چون سنگاپور، کره جنوبی و مالزی منجر به بروز این فضا گردید.

۳- **پیروی از هوی و هوس:** هواپرستی و گرایش نفس به لذت‌های مادی، سیری‌ناپذیر است. اگر خواسته‌های نفسانی با آموزه‌های دینی و عقلانی مهار نگردد، از نظر روحی و روانی سرچشمه غفلت از خدا و خلق می‌گردد.

۴- **فراموشی از خویش‌انسانی و سرگرمی به دنیا و مظاهر مادی:** درحالی‌که خداوند تبارک و تعالی رمز عاقبت‌به‌خیری و سعادت را مواظبت بر خویش و عبادت پروردگار دانسته و می‌فرماید: **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْكُمْ أَنْفُسِكُمْ** (مائده/۱۰۵) یعنی ای کسانی که ایمان آورده‌اید نفس‌های خود را پاس دارید، اما

فراموشی و غفلت موجب زیان و خسران شده و حتی به ایجاد یک خلأ ارزشی منجر می‌شود.

۵- **روحیه ثروت‌اندوزی و رفاه‌زدگی:** ثروتمندی همراه با روحیه اسراف و مصرف‌گرایی زمینه‌ساز اسراف است. خانواده‌ای که درآمد مالی و سرمایه‌اش تنها به اندازه ضرورت و نیازهای اوست. به‌ناچار برای پاسخگویی بدان ضرورت‌ها، درصدد کنترل مصرف و اندازه‌گیری در آن برخواهد آمد؛ ولی اگر میزان ثروت آن بر مقدار احتیاجات و نیازهای واقعی آن افزوده شود، چنانچه اعضاء و به‌ویژه مدیر خانواده از تربیت اخلاقی و فرهنگ صحیح مصرف بی‌بهره باشند، به خیال این‌که زیاده‌روی و اسراف، به بنیة مالی آنان خللی نمی‌رساند، به این عمل کشیده خواهند شد. این از حیل‌های شیطان است که هر چه انسان به اسراف و تبذیر رو بیاورد، به او وعده فقر نمی‌دهد و این کار را به‌عنوان دست و دل‌بازی در نظرش جلوه می‌دهد؛ ولی همین‌که بخواهد مقداری از ثروت خویش را درراه رفاه جامعه به مصرف برساند، با هزاران وعده‌ووعید، او را از آینده خویش می‌ترساند و از ابتلای به تنگدستی و احتیاج نگران می‌سازد (عبداللهی، ۶۲: ۱۳۹۲) در قرآن کریم آمده: **"الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُم بِالْفَحْشَاءِ وَاللَّهُ يَعِدُكُم مَّغْفِرَةً مِنْهُ وَفَضْلًا وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ"** (بقره/۲۶۸) یعنی شیطان به شما وعده فقر و فرمان به گناهان می‌دهد و خدا وعده آمرزش و زیادی می‌دهد و خداوند دانا و فضل‌او گسترده است.

۶- **از خودبیگانگی و تقلید از فرهنگ مصرفی غرب:** درحالی‌که انسان تعریف‌شده در فرهنگ اسلامی و ایرانی به دنبال حفظ مقام آدمیت و جستجوی انسان کامل است، انسان برخاسته از فرهنگ و تفکر مادی غرب، به دنبال لذت‌جویی و جستجوی مواهب دنیوی صرف است. اما متأسفانه از دوره قاجاریه به این‌سو نوعی دنباله‌روی و

۹- الگوپذیری از مسرفان: قرآن کریم آشکارا دستور می‌دهد که "و لا تُطِيعُوا أَثَرَ الْمُسْرِفِينَ" "هرگز از مسرفان پیروی نکنید (شعرا/۵۱).

-تولید و عرضه نادرست و نامطلوب کالا: تولید کالاهای غیراستاندارد زمینه‌ساز اسراف است.

-ناباشته شدن ثروت در دست عده‌ای خاص: این وضع به لذت‌جویی و تجمل‌گرایی کشانده می‌شود.

-حاکمیت ارزش‌ها و فرهنگ تکاثری و غیر الهی: روحیه چشم‌وهم‌چشمی و رقابت در مصرف‌گرایی، رسوخ بنیادهای اعتقادی و اخلاقی بیگانه در جامعه و الگوپذیری از مترفان در گسترش اسراف مؤثرند.

۱۰- نفوذ سرمایه‌داران، تجمل‌گراها و مسرفین به حکومت‌ها: اینان در صورت دستیابی به مسئولیت حکومتی، فرهنگ و روحیه خود را ترویج می‌کنند (مراد زاده، ۱۳۸۸: ۵۷)

آثار زیان‌بار اسراف و تبذیر

مصرف‌گرایی، ریخت‌وپاش و اسراف یکی از پدیده‌های اقتصادی است که پس از انقلاب صنعتی غرب، به‌منظور پیدا کردن بازار مصرف مطمئن برای کالاها و صنایع تولیدی دول غربی و کسب سود بیشتر، رونق چشم‌گیری پیدا کرد و کشورهای مختلف جهان به‌ویژه ملل جهان سوم به‌عنوان منبع مهم تأمین‌کننده مواد خام اولیه کارخانه‌ها صنعتی کشورهای غربی و بازار مصرفی آنان مبدل گردید.

در حال حاضر نیز یکی از استراتژی‌های بسیار خطرناک دشمنان در استفاده از حربۀ تحریم، بررسی نحوه مصرف در کشور است، آن‌ها با بررسی، بیشترین اقلام مصرفی سعی می‌کنند کشورمان را در بخش‌هایی که بیشتر مصرف می‌کند در فشار و تنگنا قرار دهند. مصرف‌گرایی، اقتصاد کشور ما را بیش‌ازپیش وابسته و روزبه‌روز بر

تقلید از غرب بر هویت اسلامی و ایرانی ما سایه انداخته است. دستگاه‌های ارتباط‌جمعی نظیر رادیو، تلویزیون، سینماها و مجلات نیز برای مقبول واقع شدن و جذب مخاطب و همچنین به علت آن‌که از نظر سازماندهی ماهیتاً دارای این خصلت هستند، در برنامه خود (سریال‌ها، تبلیغات، فیلم‌ها و...) به فرآیند، گسترش ارزش‌های غربی کمک می‌کنند (رفیع پور، ۱۳۷۶: ۵۰۳). در واقع، فرآیندی که از گرایش به فرهنگ غرب و تقلید از آن شروع می‌شود به وابستگی و مصرف‌گرایی منتهی می‌شود که ناشی از پذیرش مادی و جایگزین شدن مصرف به‌عنوان یک ارزش برای احساس بزرگی به‌جای ارزش‌های معنوی فراموش شده و به محاق افتاده فرهنگ و تفکر دینی و ایرانی است (سنایی راد، ۱۳۸۸: ۶۵).

۷- رذیلت‌ها و فساد اخلاقی: برخی رذایل اخلاقی همچون خودبرتربینی و خودنمایی با اسراف و تبذیر رابطه مستقیم دارد. رسول خدا (ص) فرمودند: «هرکس جامه‌ای بپوشد و با آن، فخرفروشی کند، خداوند او را از لبه دوزخ به قعر آن فرو خواهد برد (صدوق، ج ۱۳: ۴).

۸- پدیده جهانی‌سازی و یکسان‌سازی هویت انسان‌ها: این پدیده برای مصرف کالاهای متحدالشکل و تأمین منافع، شرکت‌های بزرگ اقتصادی و تولیدی در یکسان شدن علایق و ارزش‌های ملت‌ها و اقوام گوناگون برای ارائه تولیدی انبوه و متحدالشکل است که به کاهش هزینه و سود بیشتر منجر می‌گردد. (گلمحمدی، ۱۳۸۶: ۱۰۲).

جهانی‌سازی وقتی با منافع کارتل‌ها و قدرت‌های اقتصادی پیوند می‌خورد، یک پروژه برای یکسان‌سازی سلیقه‌ها و یک‌دست شدن ذوق مصرف‌کننده برای فروش کالای انبوه است (سنایی راد، ۱۳۸۸: ۶۵).

۱- ضلع عرضه (بنگاه‌های تولیدی) ۲- ضلع تقاضا (مصرف‌کنندگان) ۳- ضلع دولت

مهم‌ترین ضلعی که بایستی با اصلاح و بهینه‌سازی مصرف خود، گام اساسی در جهش تولید دارد بخش عرضا است. مصرف نامناسب نهاده‌های بنگاه‌های تولید (برق- آب- گاز- سوخت- مواد اولیه و...) خود یک مانع بزرگ در جهش تولید است. مثلاً اگر یک کارخانه‌ای الگوی مصرف برق یا گاز نامناسب دارد یا دستگاه‌های آن قدیمی بوده و مواد اولیه بسیاری را خراب می‌کند مشخص است که هزینه تولید کارخانه افزایش پیدا می‌کند.

ضلع دیگر الگوی مصرف و جهش تولید مصرف‌کنندگانی هستند که نقش هدایت تولیدات و ایجاد زیرساخت برای جهش تولید را دارند. اگر مردم به مصرف کالاهای خارجی وابستگی نشان دهد دیگر تمایلی به خرید کالاهای داخلی نخواهد داشت در نتیجه بازار فروش کالاهای خارجی کاهش می‌یابد.

ضلع سوم الگوی مصرف و جهش تولید دولت پویا و کم‌هزینه است؛ چراکه هزینه‌های بالای دولت نه تنها نمی‌تواند به رشد کمک کند بلکه با ایجاد هزینه‌های اضافی برای تولیدکنندگان، خود مانع تولید می‌شود.

در نتیجه، اصلاح الگوی مصرف از طرف (بنگاه‌ها- مردم- دولت) نقش اساسی در ایجاد زیرساخت‌های تولید دارند که زمینه جهش تولید را فراهم می‌کنند.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه، ترجمه و شرح فیض الاسلام.
۳. حکیمی، محمدرضا؛ حکیمی، محمد. (۱۳۷۸). *الحیات*. ترجمه احمد آرام، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۴. رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۶). *توسعه و تضاد*. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۵. سنایی راد، رسول. (۱۳۸۸). *مصرف‌زدگی نماد از خودبیگانگی انسانی*. انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

واردات ما می‌افزاید. به‌عنوان مثال، در سال ۱۳۸۷ بیش از ۵۰ میلیارد دلار از درآمدهای نفتی صرف ورود کالاهای مصرفی شده است.

۱- اضطراب و نگرانی در خانواده‌ها

در کشور ما کم نیستند خانواده‌هایی که طبخ غذاهای متنوع، بهره‌مندی از کلکسیون لباس‌های رنگارنگ، داشتن خانه‌های اشرافی و اتومبیل‌های گران‌قیمت و به‌طور کلی مصرف‌گرایی و اسراف را نشان عزت، بزرگی و شرافت خانوادگی خود دانسته و با همین نگرش غلط روزبه‌روز بر طبل مصرف‌گرایی می‌کوبند. این شیوه از زندگی، خانواده‌ها را در یک مسابقه دائمی برای چشم‌وهم‌چشمی، خودنمایی و تبرج می‌کشاند (سنایی فر، ۱۳۸۸).

۲- فقدان لذت معنوی

اهل اسراف و خوش‌گذرانی لذات معنوی را درک نمی‌کنند؛ زیرا عبادت، عرفان، سیر و سلوک اخلاقی و معنوی درست در نقطه مقابل آن است بنابراین یکی از آثار زیان‌بار مصرف‌گرایی و غرق شدن در زندگی مادی و دنیوی محروم شدن از درک، لذت‌های معنوی است (سنایی فر، ۱۳۸۸).

۳- سلب نعمات الهی و هلاکت جامعه

بدون شک، یکی از آثار بسیار خطرناک و زیان‌بار اسراف و تبذیر، ریخت‌وپاش، تجمل‌گرایی و خوی اشرافی‌گری سلب نعمات الهی است؛ چراکه اسراف و تبذیر نوعی بی‌توجهی و بی‌اعتنایی به نعمت‌های الهی و درواقع روح ناسپاسی نسبت به نعم است (سنایی فر، ۱۳۸۸).

بحث و نتیجه‌گیری

در بررسی نقش اصلاح الگوی مصرف در جهش تولید بایستی سه ضلع را مدنظر قرار بدهیم:

۶. سنایی فر، اکبر. (۱۳۸۸). نقش قناعت در اصلاح الگوی مصرف. اندیشه بسیج. شماره ۲۵.
۷. صدوق، محمد بن علی بن بابویه. (۱۳۶۸). ثواب الاعمال. چاپ دوم، قم: انتشارات ارضی.
۸. صدوق، محمد بن علی بن بابویه. (۱۴۱۳ ه.ق.). ثواب الاعمال من لایحضره الفقیه. قم. جلد چهارم، ۱۳.
۹. عبداللهی فر، حسن. (۱۳۹۰). جهاد اقتصادی و رسالت هادیان. ماهنامه هدایت. سال یازدهم، شماره ۱۱۴-۱۱۵.
۱۰. عبداللهی، محمد اسماعیل. (۱۳۹۲). تحلیل عوامل اسراف. ماهنامه مبلغان، شماره ۱۷۲.
۱۱. مراد زاده، علی. (۱۳۸۸). تحلیلی بر اصلاح الگوی مصرف. معراج اندیشه، سال سوم، شماره ۵.
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۶). جهانی شدن فرهنگ و هویت.