

جایگاه توسعه مهارت‌های زندگی و نقش آن در اصلاح الگوی مصرف

مهری سادات موسوی^۱

چکیده

انسان از دیرباز برای رفع نیازها و امیال خود رو به مصرف آورده است. مصرف‌گرایی یعنی استفاده از کالاها به منظور رفع نیازها و امیال که علاوه بر خرید کالاهای مادی، در برگیرنده خدمات نیز می‌باشد. در جوامع نوین مصرف‌گرایی به یک فعالیت اجتماعی اصلی تبدیل شده است. برای مصرف‌گرایی مقدار زیادی وقت، انرژی، پول، خلاقیت و نوآوری تکنولوژیکی مصرف می‌شود. مصرف‌گرایی نوین به شکل بی‌رویه یک آسیب اجتماعی است که مستلزم شناخت علمی و سپس درمان اساسی، یا به عبارت دیگر برنامه‌ریزی در دو بعد خرد و کلان است. در مقاله حاضر ریشه‌های فرهنگی مصرف‌گرایی نوین مورد بررسی قرار گرفته و با توجه به لزوم برنامه‌ریزی در این خصوص، آموزش مهارت‌های زندگی به عنوان یکی از شاخه‌های برنامه‌ریزی برای الگوی مصرف‌گرایی نوین پیشنهاد می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: مصرف‌گرایی، مهارت‌های زندگی، فرهنگ توده‌ای، اصلاح الگوی مصرف

Key Word: Consumerism, Life Skills, Mass Culture, Consumption Patterns' Reform

^۱مدیر توسعه و برنامه‌ریزی جهاد دانشگاهی واحد علامه طباطبایی

همگام با تحولات جامعه و گسترش شبکه‌های ارتباطی، پیشرفت علم و تکنولوژی و دگرگون شدن صحنه فرهنگی، نوعی آمیختگی میان تجارت و فرهنگ پدید آمد که شیوه زندگی عامه مردم را در همه کشورها دستخوش تغییر و تحول نمود. «شیوه‌ی زیست فرهنگی امروز مبتنی بر برخی مفاهیم بنیادی چون رفاه، فراغت، سرگرمی، لذت‌جویی و غیره است و فرآورده‌های فرهنگی و هنری امروز در سطح عموم مردم به این گونه علائق پاسخ می‌دهند».

(بشپریه، ۱۳۷۹: ۹)

جهان در دوران اخیر جهش‌هایی به خود دیده و با سرعت پیش رفته و همگام با تحولات اقتصادی، تحولات سیاسی، فرهنگی، اجتماعی خاصی را حاکم نموده است، انقلاب صنعتی دوم و به دنبال آن انقلاب در حمل و نقل و ارتباطات و وسایل مصرفی دراز مدت، تأثیرات عمده‌ای بر توزیع و مصرف ثروت بر جای گذاشت. موج اختراعات اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ باعث بروز تحولات عمده در زمینه روابط اجتماعی و تکنولوژی شد و به دنبال قابل حمل شدن اطلاعات و کالاها، استانداردسازی و ساده‌سازی رواج یافت که خود به شکل‌گیری شبکه گسترده‌ای از روابط منجر و این امر خود سبب گردید تا فضاهای اجتماعی اشغال و اشباع شده و الگوهای رفتاری به نحو فزاینده‌ای یکسان شوند. دولت سازمان یافته در این دوران با ایجاد ثبات و اشتغال موجب ظهور جامعه‌ی مصرفی، تولید انبوه، توزیع و مصرف انبوه و توده‌ای و در یک کلام فرهنگ مصرف یکدست را شکل داد که در آن سلطه پول، فردگرایی و یکسان‌سازی تشدید شد و روابط اجتماعی به سمت کالایی شدن سوق یافت.

این روند با شدتی کمابیش متغیر لیکن مستمر در اغلب کشورهای جهان گسترش یافته است. هر چند گرایش‌های ضدفوردیستی در دهه‌های اخیر بروز و ظهور یافته لیکن این امر در تضاد با مصرف انبوه نمی‌باشد زیرا نبض حیات سرمایه‌داری در تولید و مصرف است و انسان‌ها به شیوه‌های مختلف تبلیغاتی به سمت و سوی مصرف بیشتر کالاها سوق داده شده و احساس نیاز آنان هر روز در قالب موضوعی جدید تحریک می‌گردد. عریان بودن انسان در مقابل آماج تبلیغات، ذهن و روح او را از ساحل آرامش دور نموده و حول صرفاً مصرف انواع کالاهای تولیدی اعم از کالاهای معیشتی، فرهنگی و ... به جولان در می‌آورد. دوختن پوششی برای این انسان عریان عصر نیازمند تهیه تار و پودی است که بتواند استحکام لازم را در برابر سیل وسوسه‌های مصرفی ایجاد نماید و انسان را از دایره‌ی آشفته‌گی‌های فکری و روحی رها سازد.

تأثیر تغییرات فرهنگی بر الگوی مصرف

الگوی مصرفی جوامع، متأثر از هنجارها و الگوهای فرهنگی مختص به خود است. در صورتی که مؤلفه‌های تأثیرگذار بر الگوی مصرف را مورد واکاوی قرار دهیم، سه مؤلفه متشکله اصلی آن یعنی سطح مصرف کالاها و خدمات، ترکیب و نحوه کالاها و خدمات مصرفی بارز می‌گردد.

منظور از سطح مصرف چه در سطح خرد و چه کلان، بخشی از درآمد خانوار یا جامعه است که به آن مخارج مصرفی گفته می‌شود که صرف خرید کالاها و خدمات مصرفی می‌گردد. سطح مصرف علاوه بر آن که متأثر از فرهنگ جامعه است تابعی است از سطح درآمد که البته حداقلی از مصرف برای رفع نیازهای فیزیولوژی حیاتی مصرف‌کننده همواره مفروض است. منظور از ترکیب کالاهای مصرفی آن است که وزن هر یک از کالاها و خدمات در سبد مصرفی خانوارها و حتی بنگاه‌ها و دولت‌ها چه اندازه است. قطعاً برخی از کالاها سهم بیشتری دارند و برخی سهم کمتر. این که سهم هر کالا چه مقدار است به دو عامل اساسی وابسته است که یکی قیمت‌های نسبی است و دیگری ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی. (موسایی، ۱۳۸۸)

برخی کالاها در کشورهای مختلف و با توجه به نوع فرهنگ و ارزش‌های اساسی و هنجارهای پذیرفته شده در آنها، سطح مصرف متفاوت دارند و تفاوت‌های فرهنگی عامل اساسی این تفاوت در سطح مصرف می‌باشد.

مؤلفه سوم الگوی مصرف که با عنوان نحوه مصرف از آن یاد می‌شود، ارتباط بسیار نزدیکی با مفهوم سبک زندگی دارد که امروزه به لحاظ تغییر ذائقه‌ها و فرهنگ‌ها و هنجارهای یک جامعه خصوصاً با گسترش ارتباطات، جهانی شدن اقتصاد و فرهنگ مصادیق بارزی پیدا کرده است. این بخش از مصرف کاملاً جنبه فرهنگی دارد و می‌توان آن را پدیده‌ای کاملاً فرهنگی دانست.

وجود «انتخاب» ناگزیر از وجود ملاک و معیار پرده بر می‌دارد و این امر توسط نظام ترجیحی افراد صورت می‌گیرد و هر آنچه که به عنوان ملاک و معیار به کار رود حامل ارزش است و هر چه حامل ارزش باشد مقوله‌ای فرهنگی است. لذا تمام رفتارهای پایدار اجتماعی ماهیتی فرهنگی دارند.

عکس این تأثیر نیز پذیرفتنی است یعنی مصرف هر کالایی فرهنگ متناسب با خود را نیز رواج می‌دهد.

مرحوم جلال آل احمد در کتاب غربزدگی به این نکته اشاره داشته که در سه قرن اخیر پس از انقلاب صنعتی ما فراموش شدیم ... و اعتماد به نفس خود را یکسره باختیم و تبدیل به مصرف‌کنندگانی فاقد اندیشه و ابزار فناوری گشتیم. ما در برابر اشاعه تمدنی و فرهنگی غربی قرار گرفتیم و تطور و تکامل فرهنگی خود را از دست دادیم. در نگاهی غیراحساسی به مسئله تغییرات فرهنگی و تغییر در شیوه‌های زندگی مشاهده می‌شود که برخی از افراد در رویارویی با مسائل زندگی ناشی از این تغییرات، فاقد توانایی‌های لازم و اساسی است. ارمغان علم و تکنولوژی و فناوری نوید خوشایند و والایی است که در کنار ماهیت نظام سرمایه‌داری و بی‌تدبیری کارگزاران، آستن محصولات فرهنگی اجتماعی نامیمونی گردیده و تأثیرات ژرفی از خود بر جای گذاشته است.

«پژوهش‌های بی‌شماری نشان داده‌اند که بسیاری از مشکلات بهداشتی و اختلالات روانی - عاطفی ریشه‌های روانی اجتماعی دارند». (کلینکه، ۱۳۸۸: ۱۷)

زندگی در خانوارهای هسته‌ای و کم‌جمعیت و گسترش فردگرایی در دهه‌های اخیر در کنار کالاهای مصرفی متنوع و سبک‌های زندگی مختلف متأثر از این شرایط، سبب شده تا بدون داشتن توانایی‌های روانی - اجتماعی که بخش عمده‌ای از آن متأثر از مبانی دینی و مذهبی است، نتوان از بروز مشکلات و اختلالات روانی و عاطفی ناشی از آن جلوگیری نمود. این توانایی‌ها فرد را برای مقابله مؤثر و پرداختن به کشمکش‌ها و موقعیت‌های زندگی یاری می‌نمایند.

تأثیر الگوی مصرف در جوامع امروزی بسیار گسترده و پرداختن به همه‌ی جوانب آن در این مقاله نمی‌گنجد لیکن از زاویه تأثیری که ناخودآگاه در آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای مردم بر جای می‌گذارند، قابل تأمل است.

نقش مهارت‌های زندگی در اصلاح الگوی مصرف

کاهش احساسی خوشبختی که در بسیاری از مواقع از قول افراد مختلف و تحقیقات وابسته به آن شنیده می‌شود، انسان را به فکر فرو می‌برد که چرا با وجود گسترش انواع وسایل رفاهی و بالا رفتن سطح زندگی، احساس خوشبختی کاهش یافته و در کنار مصرف انواع و اقسام کالاها این حس نه تنها رشد نیافته بلکه بعضاً روند نزولی نیز طی کرده و گاه مشاهده می‌شود که افراد برای ارضای درونی و یافتن آن حس گمشده به خطا نیز می‌روند. در چنین شرایطی آنچه

می‌تواند به عنوان راهبر درونی از بروز برخی رفتارها و عملکردها ممانعت به عمل آورد داشتن مهارت‌ها و توانایی‌های لازم است. دو نوع سبک مقابله با مشکلات یعنی مقابله مسئله مدار و هیجان‌مدار به ارزیابی افراد از موقعیت و توانایی خود در مقابله با آن موقعیت بستگی دارد. این که بدون تأمل و تعمق در گردونه ناهمگون جامعه‌ی امروز قرار گیریم و با هریک از انبوه تولیدات فکری، فرهنگی و مادی به سوی سوق یابیم و پذیرنده مصرف آن کالاها باشیم و در مواردی راه به افراط بریم، موجبات بروز مشکلات عدیده‌ای را در زندگی فراهم خواهد نمود. با توجه به این که بخش اعظم این مهارت‌ها قابل فراگیری‌اند، می‌توان با صرف وقت و تلاش آنها را به خزانه خود افزود و در زندگی بهره برد.

بارها با این قضیه مواجه شده‌ایم که گاهی با وجود داشتن آگاهی لازم و کافی در خصوص عدم اسراف و تبذیر در زندگی، قادر به رعایت آن نیستیم و یا با وجود آگاهی از تأثیرات منفی برخی کالاها بر جسم و روح خود قادر به مقابله با وسوسه آن نمی‌باشیم.

افراد مذهبی ما بارها این سخن حضرت امیر را شنیده‌اند که: «الَا إِنَّ اعْطَاءَ الْمَالِ فِي غَيْرِ حَقِّهِ تَبْذِيرٌ وَ اسْرَافٌ وَ هُوَ يَرْفَعُ صَاحِبَهُ فِي الدُّنْيَا وَ يَضَعُهُ فِي الْآخِرَةِ وَ يُكْرِمُهُ فِي النَّاسِ وَ يَهِينُهُ عِنْدَ اللَّهِ»^۱

یعنی «آگاه باشید مال را در غیر مورد استحقاق صرف کردن تبذیر و اسراف است، ممکن است این عمل انسان را در دنیا بلند مرتبه کند اما مسلماً در آخرت او را پست و حقیر خواهد کرد.»^۱ لیکن در عمل با دشواری مواجه بوده‌اند، همه با فرو بردن خشم و عدم تصمیم‌گیری در مواقع بروز خشم و عصبانیت آشنایم، لیکن قادر به هضم آن نیستیم. این مسائل علاوه بر آن که نیازمند فرهنگ‌سازی است به گسترش و توسعه مهارت‌های زندگی لازم برای هر گروه سنی نیز نیازمند است.

امروزه حتی یکی از راه‌های پیشگیری از سوء مصرف مواد نیز آموزش مهارت‌های زندگی است.

مهارت‌های خودآگاهی، تاب‌آوری، حل مسئله، قاطعیت‌ورزی، کنترل خشم، تفکر انتقادی، تصمیم‌گیری، ارتباط مؤثر، مدیریت استرس و مدیریت هیجانات، ده مهارت زندگی‌اند که در این زمینه آموزش داده می‌شوند. این مهارت‌ها صرفاً در زمینه‌ی پیشگیری از سوء مصرف مواد مؤثر نیستند بلکه در سایر عملکردهای زندگی نیز تأثیرگذارند. از جمله مهارت‌های زندگی، مهارت روابط بین فردی سازگارانه است. «خیلی سودمند است که انسان بتواند با دیگران روابط

^۱ نهج البلاغه، خطبه ۱۲۶، ص ۱۸۳

نزدیک داشته باشد تا در مواقع استرس‌زا بتواند بر آنها تکیه کند. با این حال باید به خاطر داشت که داشتن یک سیستم حمایتی خوب، یعنی کمک کردن به دیگران و نیز دریافت کمک از دیگران، وابستگی بیش از حد به دیگران طوری که موجب از دست دادن احساس کنترل درونی فرد شود، سازگارانه نیست. زندگی افرادی که بیش از اندازه به دیگران وابسته هستند به طرق زیر به خطر می‌افتد:

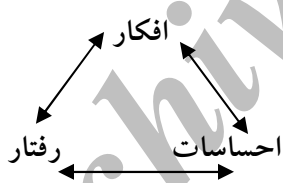
۱- **انگیزشی:** افراد وابسته به سختی می‌توانند خود را برانگیزند، زیرا آنها نمی‌توانند بدون راهنمایی، حمایت و تأیید دیگران کاری انجام دهند.

۲- **شناختی:** افراد وابسته خود را ناتوان و بی‌عرضه تلقی می‌کنند، چون قبول دارند که دیگران زندگی آنها را کنترل می‌کنند.

۳- **عاطفی:** وقتی لازم است افراد وابسته از خود مراقبت کنند، مضطرب و آشفته می‌شوند.

۴- **رفتاری:** اشخاصی وابسته مانند فردی محتاج و درمانده با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند. (کلینکه، پیشین: ۴۳)

خودآگاهی از جمله مهارت‌های دیگری است که لازم است هر فردی به آن دست یابد. رابطه‌ای تعاملی میان افکار، احساسات و رفتار برقرار است که با نوع فکر کردن آغاز می‌گردد و همین موضوع اهمیت افکار را در شکل‌گیری احساسات و رفتار روشن می‌سازد. (ناصری، ۱۳۸۳: ۱۲)



هر یک از ما در اطراف خود به موارد بیشماری از تجمل‌گرایی و اسراف بر می‌خوریم که بخش عمده‌ای از آن ریشه در نیاز مورد قبول واقع شدن و پذیرش جمعی و بخشی نیز به حس خود کم‌بینی افراد بستگی دارد، رشد عزت نفس و خودباوری می‌تواند تا حدودی به این مشکل پاسخ گوید. زیرا از جمله اجزاء خودآگاهی می‌توان به خود ارزیابی صحیح، خودآگاهی هیجانی، اعتماد به نفس، خودآگاهی جسمانی اشاره نمود تکیه فرد به توانایی‌ها و نقاط قوت خود و تلاش دایمی برای تبدیل نقاط ضعف به قوت، فرد را با اراده می‌نماید به این معنی که بر خلاف فشارها و دودلی‌ها قادر به تصمیم‌گیری خواهد بود.

پرورش تفکر انتقادی در خود، مستلزم استفاده فعال از هوشمندی، دانش و توانایی‌ها برای مقابله مؤثر با موقعیت‌های زندگی است. بخش عمده‌ای از رواج مصرف نادرست در جامعه ناشی از شتاب‌زدگی و عدم تصمیم‌گیری

صحیح در موقعیت‌هاست که منابع ملی را نابود می‌سازد. این توانایی نه تنها در داخل خانواده، بلکه در سطوح سازمانی و اجتماع وسیع‌تر نیز نتایج مثبت بی‌شماری را در پی خواهد داشت. بررسی اعتبار یک موضوع، دقت در نتیجه‌گیری، بررسی دقیق منابع اصلی افکار، عقاید و ارزیابی اعتبار آنها و پذیرش اطلاعات صحیح از جمله اجزای مهارت تفکر انتقادی‌اند. پذیرش اطلاعات صحیح با این شیوه، در بهبود الگوی مصرف نیز تأثیرگذار خواهد بود.

مسئولیت‌پذیری یعنی افزایش احساس تسلط و کنترل درونی خود و تلاش برای یادگیری و به کار بستن مهارت‌های مقابله‌ای. مسئولیت‌پذیری مستلزم این است که صادقانه مشخص نماییم چه زمانی مسئول بروز مشکل و حل آن هستیم و چه وقت مسئول آن نیستیم. حرکت در جهت الگوهای مصرف پایدار که خسارت‌های زیست محیطی را کاهش می‌دهد، کارآمدی را در استفاده از منابع بهبود می‌بخشد و منابع تجدید شدنی مانند آب، چوب، خاک و ماهی را احیاء می‌کند.

عدم استفاده از الگوهای مصرفی که تأثیرات منفی بر جامعه بر جای می‌گذارند و نابرابری و محرومیت را تقویت می‌کنند، منجر به کاهش تبلیغات مربوط به این الگوها و در نتیجه کاهش گرایش به مصرف آنها خواهد شد.

مهارت تصمیم‌گیری، قاطعیت‌مندی و حل مسأله از جمله سایر مهارت‌هایی است که می‌تواند در مهار برخی مصارف غیرضروری مؤثر واقع شود. با گسترش نظام سرمایه‌داری و حکومت بازار و همچنین گسترش رسانه‌های تبلیغاتی، مردم روز به روز به مصرف بیشتر کالاهای لوکس و غیرضروری و ناسالم تشویق می‌شوند. به علاوه در سایه تضعیف روابط اجتماعی، تمایل مردم به داشتن سبک زندگی مرفه خانواده‌های ثروتمند، تبلیغات تلویزیونی، با رشد چشم‌گیر رو به رو شده است^۱.

در مقاله‌ای عنوان نموده است که آمریکایی‌ها به طور متوسط ۱۵۰/۰۰۰ تبلیغ را در طول زندگی‌شان از تلویزیون می‌بینند و این رقم در سراسر دنیا در حال افزایش است.

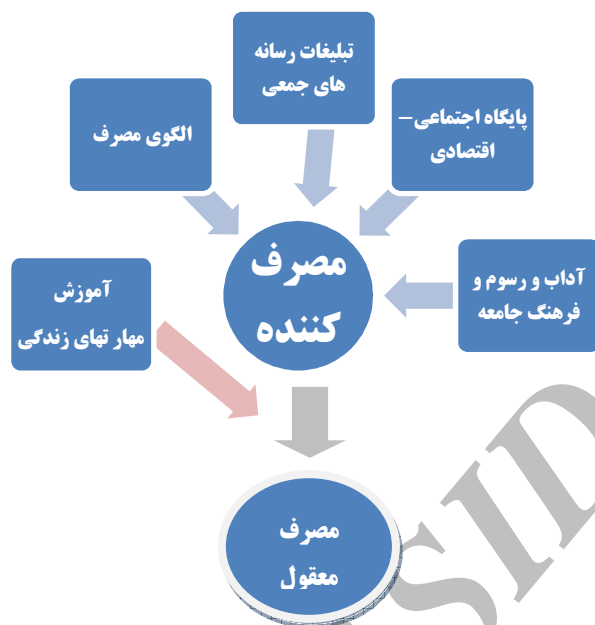
توانایی مقابله با استرس و مدیریت هیجان می‌تواند در کاهش فشارهای مختلف زندگی در محیط خانواده، مدرسه، جامعه، محیط کار و ... مفید واقع شود و از به هدر رفتن منابع مختلف مادی و معنوی افراد جلوگیری به عمل آورد.

۱- نیدر، فرهنگ مصرفی و غلبه کمیت بر کیفیت بر گرفته از www.rasekhoon.net

ژولیت شور استاد دانشگاه هاروارد، در کتاب اخیر خود با عنوان آیا آمریکایی‌ها خریدهای زیادی انجام می‌دهند؟ به واقعیتی با عنوان «مصرف‌گرایی نوین» در عصر حاضر اشاره می‌نماید که در آن با بالاترین معیارهای زندگی، افراد هیچ توجهی به قدرت خرید خود نمی‌کنند. توجه عمیق به این مطلب بسیار حائز اهمیت است که چرا امروزه تعداد کسانی که بدون توجه به قدرت خرید خود، هزینه می‌نمایند (آن هم برای کالاهای لوکس و غیرضروری که به قول توریستن وبلن از آن به ولخرجی متظاهرانه نیز تعبیر می‌شود) رو به افزایش است و این امر خود منجر به مشکلات عدیده‌ی خانوادگی، اجتماعی و روانی می‌گردد. «وبلن» در کتاب خود به نام «نظریه طبقه تن‌آسا» نظریه‌های مطرح میکند با این مضمون که طبقه مرفه جامعه نمادهایی را نشان میدهد و از آنجا که این نمادها ارزش تلقی میشود، افراد طبقات دیگر جامعه سعی میکنند خود را به این طبقه برسانند و جزو این طبقه شوند و یا اینکه از نمادهای این طبقه استفاده میکنند. لیکن با انقلاب اطلاعاتی روابط بین گروههای اجتماعی تنها محدود به روابط فیزیکی نیست. امروزه منابع تنش‌زای بسیار بیشتری در جامعه موجود است، به دلیل آنکه بسیاری از کشورهای جهان سوم به طور مجازی با جوامع توسعه‌یافته در ارتباط قرار میگیرند.

الگوی مصرف در ایران تا حدود زیادی به الگوی مصرفی آمریکایی نزدیک میشود، یعنی مصرفگرایی شدید و بروز و اظهار این مصرفگرایی که فوق‌العاده منفی است. در سالهای اخیر این مسئله در جامعه ما به صورت ارزش درآمده و افراد دائم سعی میکنند ثروت خود را به نمایش بگذارند که پدیده‌ای ضدارزش محسوب می‌شود. چنین الگویی را تنها میتوان در کشورهای جهان سوم و در امریکا دید که در هر دو منطقه هم بحران وجود دارد. کسانی که ثروتشان را به رخ دیگران میکشند نباید انتظار داشته باشند که در درازمدت از این قضیه سودی ببرند. چیزی که اتفاق میافتد این است که افراد عقده‌ای میشوند، احساساتشان را سرکوب میکنند و در نهایت هم کار به تنش اجتماعی میکشد.

می‌توان با تقویت توانایی‌هایی در عرصه‌ی تصمیم‌گیری، خودآگاهی و حل مسأله نیز به کم‌رنگ شدن این مشکل کمک نمود.



نتیجه‌گیری

همانگونه که به اختصار شرح داده شد، مصرف‌گرایی در غرب به‌عنوان یک فرآیند اجتماعی اصلی در قرن بیستم ظاهر شد. اعضای طبقه بالای جامعه آنرا بعنوان یک الگوی اظهار هویت بالا بکار می‌برند. طبقه متوسط برای نشان دادن وجهه بالای خود از مصرف‌گرایی استفاده می‌کنند. طبقه پایین بدون توجه به مسأله نیازهای واقعی و غیرواقعی خود در دام مصرف‌گرایی کاذب افتاده و هرچه بیشتر می‌گذرد، بیشتر در این دام فرو می‌رود. بخشی دیگر از مصرف‌گرایی به عدم استفاده صحیح و اصولی مصرف‌کنندگان و اشکالات موجود در تولید بازمی‌گردد که در این مقاله بدان پرداخته نشده‌است.

آنچه مهم است کنترل این روند رو به شتاب است تا در آینده منجر به عواقب فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی غیر قابل جبران نگردد. نخستین اقدام در این زمینه ارائه آموزشهای لازم در زمینه فرهنگی است که اعمال آموزشهای جدید در این زمینه می‌تواند راه ساز باشد. در بین آموزشهای مختلفی که در زمینه استفاده صحیح بعمل می‌آید، آموزش مهارت‌های زندگی به دلیل تأثیرگذاری شخصیتی در مصرف‌کنندگان می‌تواند بسیار مهم تلقی گردد. و در کنار کنترل‌های اقتصادی بویژه در بخش تولید و استفاده از اهرمهای سیاسی در توزیع کالا و خدمات و در واقع با برنامه‌ریزی سه‌جانبه در جهت اصلاح الگوی مصرف جامعه گام نهاد.

منابع

۱. بشیریه، حسین (۱۳۷۹) نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم، تهران: مؤسسه فرهنگی آینده پویان
۲. موسایی، میثم (۱۳۸۸) «مؤلفه‌های الگوی مصرف»، مأخذ: سایت جهان امروز؛ [www. Jahannews.com](http://www.Jahannews.com)
۳. کلینکه، کریس. ال (۱۳۸۸) مهارت‌های زندگی، ترجمه شهرام محمدخانی، تهران: رسانه تخصصی، چاپ سوم
۴. نهج البلاغه، بی تا، قم: انتشارات دارالهجره، خطبه ۱۲۶، ص ۱۸۳.
۵. ناصری، حسین، (۱۳۸۳) آموزش مهارت‌های زندگی، ویژه دانشجویان، تهران: سازمان بهزیستی کشور، معاونت امور فرهنگی و پیشگیری
۶. نیدر، رالف (۱۳۸۶) «فرهنگ مصرفی و غلبه کمیت بر کیفیت» ماه نامه سیاحت غرب، سال چهارم، شماره ۴۷، خرداد

Archive of SID