

تأثیر فرهنگ عمومی بر اصلاح الگوی مصرف

❖ اصلاح الگوی مصرف نقش بسیار مهمی در هموار نمودن مسیر پیشرفت جامعه دارد. افزایش مصرف منجر به ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی و مانع از انباشت ثروت جهت سرمایه‌گذاری در موضوعات مختلف می‌شود. از سوی دیگر، ترویج فرهنگ مصرف درست، می‌تواند بسیاری از کمبودهای موجود را برطرف نماید.

❖ در حال حاضر، ترویج فرهنگ مصرف مناسب، یکی از مهمترین عوامل یاری‌رسان به توسعه پایدار، عدالت اجتماعی و حفاظت از محیط زیست می‌باشد، به‌طوری‌که مفهوم *«**صنعت فرهنگ**»* در پیوند با نقش متغیرهای فرهنگی در مسائل مختلف جامعه مطرح می‌گردد. تاکنون به الگوی مصرف بیشتر از منظر اقتصادی نگریده شده و نظریه‌های اقتصادی درصدد تبیین و استخراج الگوهای مصرف بر مبنای تابع درآمد افراد هستند، در حالیکه میزان مصرف لزوماً تابع درآمد فرد نیست بلکه تابع میزان متوسط مصرف در جامعه است.

❖ زمانی که افراد به سطح معینی از مصرف عادت کنند، با وجود کاهش درآمد لزوماً مصرف آن‌ها کمتر نخواهد شد؛ بنابراین الگوی مصرف صرفاً جنبه اقتصادی ندارد بلکه امری اجتماعی و ریشه در فرهنگ عمومی جامعه دارد و کاهش و اصلاح آن تنها با ابزارهای اقتصادی ممکن نیست. لذا حفظ تغییرات پایدار در رفتار مصرفی مردم نیازمند نهادینه شدن برخی ارزش‌ها در فرهنگ عمومی جامعه است. به بیان دیگر، یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر الگوی مصرف در هر جامعه، فرهنگ عمومی آن جامعه است.

❖ فرهنگ عمومی بستری است که تمام رفتارهای پایدار اجتماعی در آن صورت می‌گیرد و شامل ارزش‌ها، باورها و آداب و رسوم جامعه می‌باشد. مهمترین ویژگی فرهنگ، پایداری و چسبندگی است. میزان مصرف افراد در جوامع مختلف نتیجه فرهنگ آن جامعه و تفاوت رفتارهای مصرفی تابعی از تفاوت فرهنگ‌هاست. الگوی مصرف از مولفه‌هایی همچون «سطح مصرف»، «ترکیب کالاهای مصرفی» و «چگونگی مصرف» تشکیل شده که جملگی آن‌ها در بستر فرهنگ جامعه معنا پیدا می‌کنند و با بهره‌گیری از ظرفیت فرهنگ عمومی، امکان بهبود الگوی مصرف میسر است. به عنوان مثال تا زمانی که میزان مصرف بیشتر، به عنوان یکی از ارزش‌های طبقه اجتماعی بالای جامعه تلقی شود، افراد با مصرف بالاتر به نوعی طبقه اجتماعی برتر خود را نشان می‌دهند. این موضوع، پدیده «چشم و هم چشمی» و افزایش مصرف توسط سایرین را در پی دارد. همچنین در خصوص ارزش صرفه‌جویی در فرهنگ عمومی شهرهای کوچک در برابر کلان‌شهرها نیز صادق است. در شهرهای کوچک بواسطه فشار فرهنگ عمومی - حتی طبقه متمول - میزان مصرف معقولانه‌تری نسبت به کلان‌شهرها دارند.

❖ بنابر این، لازم است در تدوین سیاست‌های تشویقی الگوی مصرف در آب و برق به تنوع ارزش‌های مستتر در فرهنگ عمومی مناطق مختلف توجه بیشتری صورت گیرد. البته، نهاد خانواده، مدرسه، دانشگاه و رسانه‌ها نیز نقش بی‌بدیلی در ترویج ارزش‌های فرهنگ عمومی مشوق اصلاح الگوی مصرف دارند. در نهایت باید گفت با تاسی از ارزش‌های فرهنگ والای اسلام (جلوگیری از اسراف، مصرف صحیح و...) تحکیم پیوند بین فرهنگ عمومی و اصلاح الگوی مصرف، امری دور از دسترس نیست.