

آشنایی فرزندان با آموزه‌های سبک زندگی سنتی آنان را صرفه‌جویی کند

سیدجواد هادی‌اصل فعال محیط زیست

محبوبه قربانی

سیدجواد هادی‌اصل فعال محیط زیست معتقد است آشنا کردن فرزندان با زندگی سنتی و آموزش سبک زندگی کم‌مصرف، کلید تربیت نسلی مسئول در استفاده

از منابع طبیعی‌است. خانواده‌ها با انتخاب‌های هوشمندانه در مصرف آب، غذا، انرژی و حتی مدیریت حیوانات خانگی می‌توانند نقش مؤثری در حفاظت از محیط زیست و سلامت جامعه ایفا کنند. هادی‌اصل می‌گوید: «با ادامه سبک زندگی کنونی، نسل‌های آینده با مشکلات جدی مواجه خواهند شد. بسیاری از خانواده‌ها بدون آنکه بدانند، بخشی از فشار بر محیط زیست و منابع طبیعی را ایجاد می‌کنند. اصلاح سبک زندگی و مصرف خانواده‌ها، نه تنها به حفظ محیط زیست کمک بلکه سلامت اقتصادی و اجتماعی جامعه را نیز تضمین می‌کند.»

مصرف بی‌رویه زغال در خانواده‌ها و رستوران‌ها

این فعال محیط زیست با اشاره به نمونه‌ای از مصرف‌های رایج در دورهمی‌های خانوادگی که شایداز نگاه خیلی‌ها دور مانده است، گفت: «یکی از مشکلات جدی امروز، مصرف بی‌رویه زغال است. در سال‌های اخیر تعداد رستوران‌ها، کبابی‌ها و کافه‌های بین راهی بسیار زیاد شده و همین موضوع مصرف زغال را به شدت بالا برده است. این زغال‌ها از درختانی تهیه می‌شوند که در جنگل‌ها رشد کرده‌اند، یعنی بخشی از منابع طبیعی ما هر روز از بین می‌رود. شاید مصرف زغال برای یک خانواده کم به نظر برسد اما وقتی مصرف تمام خانواده‌ها و رستوران‌ها را کنار هم بگذاریم، به عددی بسیار بزرگ می‌رسیم. به عنوان نمونه، چهار تا ۱۲ کیسه زغال برابر با نابودی یک درخت بزرگ است. حالا تصور کنید یک فست‌فودی کوچک ماهانه حدود ۷۰۰ کیلویی زغال مصرف می‌کند، این یعنی از بین رفتن هزاران درخت فقط برای یک واحد صنفی، بنابراین ادامه این روند قطعاً فشار بزرگی به محیط زیست وارد می‌کند.»

هادی‌اصل در ادامه گفت: «برای کمک به طبیعت، خانواده‌ها می‌توانند ابزارهای جدیدی استفاده کنند. مثلاً کباب‌پزهای گازی که اکنون در بازار وجود دارد، هم کیفیت پخت را حفظ می‌کند و هم مصرف زغال و آسبیب به جنگل‌ها را کاهش می‌دهد، شاید این تغییر کوچک به نظر برسد، اما اگر هر خانواده چنین بردارد، تأثیر آن در سطح ملی بسیار بزرگ خواهد بود. باید به خانواده‌ها یاد بدهیم که مصرف درست فقط یک توصیه اخلاقی یا فرهنگی نیست، یک ضرورت جدی برای حفاظت از محیط زیست است.»

■ زندگی سنتی، آموزش کم‌مصرف بودن به فرزندان هادی‌اصل با نگاهی به مصرف در دست در گذشته گفت: «در قدیم زندگی سنتی بسیار کم مصرف بود. مردم هر چیزی را چندین بار استفاده می‌کردند و دورریز بسیار

نیره ساری

اگر از بیرون نگاه کنیم، مدیریت مصرف در خانه به نظر ساده می‌آید، اما واقعیت کاملاً متفاوت است. مادران هر روز ده‌ها تصمیم کوچک اما تأثیرگذار می‌گیرند. مقدار برنجی که باید پخته شود تا

زمان روشن‌شدن وسایل برقی، از چگونگی نگهداری میوه‌ها تا اولویت‌بندی تاریخ مصرف همه و همه تصمیمات کوچکی هستند که اگر درست گرفته شوند، جلوی حجم بزرگی از اسراف را می‌گیرند. بسیاری از مادران از همان صبح زود با ذهنی مشغول مدیریت مواد غذایی روبه‌رو هستند. امروز چه غذایی باید پخته شود؟ کدام مواد در آستانه فاسد شدن هستند؟ از غذای مانده شب قبلی چگونه می‌شود یک وعده جدید ساخت؟ برای حفظ سلامت خانواده چه موادی باید در اولویت خرید باشند؟ این تصمیم‌گیری‌های مداوم همان ستون نامرئی مدیریت مصرف است. مادران بهتر از هر کس می‌دانند که خرید بی‌رونامه، اولین گام به سوی اسراف است. پهنابخر به آهسته‌آهسته چگونه خرید روزانه با هفتگی را تنظیم کنند تا تنها مواد غذایی هدر نرود، بلکه هزینه‌های خانوار نیز کاهش یابد، به همین دلیل است که بسیاری از مادران در شرایط اقتصادی سخت، بیش از هر کس دیگری می‌توانند از بودجه خانواده محافظت کنند.

بخشی از اسراف در خانه‌های ناشی از فقدان زمام‌گیری است و نقش مادر در ایجاد نظم غذایی و مصرفی، بزرگ‌ترین سبد در برابر این هدررفت به شمار می‌آید. این مدیریت خانگی شاید ساده به نظر برسد، اما اگر روزی مادران از چرخه مدیریت مصرف کنار بروند، هدررفت مواد غذایی، هزینه‌های اضافی و مصرف بی‌رویه انرژی به‌سرتعاقب افزایش خواهد یافت.

«مادران» مدیران انرژی در خانه

مصرف انرژی گاز، برق و آب یکی از مهم‌ترین چالش‌های کشور است. خانواده‌ها سهم قابل توجهی در مصرف این منابع دارند و بر اساس الگوهای جهانی، زمانی که مدیریت خانه را بر عهده دارند بیشترین نقش را در کنترل مصرف انرژی ایفا می‌کنند. رفتارهای کوچک اما مستمری مثل خاموش کردن چراغ‌ها، تنظیم دما، بستن شیر آب هنگام شست‌وشو، استفاده از لوازم کم‌مصرف و زمام‌دینی برای استفاده از وسایل برقی هر مصرف‌ر در نگاه اول اهمیت به نظر می‌رسند، اما مجموع همین رفتارها به صرفه‌جویی گسترده در سطح خانه و جامعه کمک می‌کند. در بسیاری از خانه‌های ایرانی، مادران مسئول یادآوری و آموزش مصرف درست انرژی هستند. آنها به کودکان می‌آموزند که آب هنگام مسواک نباید جاری بماند، کولر نباید بی‌دلیل روشن باشد، لامپ‌ها در اتاق‌های خالی نباید روشن بمانند و شیر آب هنگام ظرف‌شستن نباید پیوسته باز باشد. این آموزش‌ها نه از طریق سخنرانی، بلکه از طریق رفتار روزمره و مشاهده عملی انجام می‌شود. مادران بیش از هر کس دیگری از هزینه‌های انرژی آگاه هستند و می‌دانند قبض‌های بالا چگونه می‌تواند فشار اقتصادی خانواده را افزایش دهد، به همین دلیل بسیاری از آنها روش‌هایی را به کار می‌برند که حتی فراتر از قواعد عمومی صرفه‌جویی است؛ روش‌هایی که از تجربه‌های نسل‌های قبل نیز به ارث رسیده است.



«وقتی بچه‌ها یاد می‌گیرند پسماند و مواد غذایی را درست مصرف دیگر استفاده می‌کردند، حتی در زندگی روزمره، از انرژی، و آب و مواد غذایی بهینه استفاده می‌شد که هم منابع طبیعی را حفظ و هم سلامت خانواده‌ها را تضمین می‌کرد. اگر فرزندان با این سبک زندگی آشنا شوند، تأثیر بسیار مثبتی بر محیط زیست و جامعه خواهد داشت. من خودم تابستان‌ها بچه‌هایم را به مناطق عشایری می‌برم تا با زندگی سنتی و ارتباط نزدیک با طبیعت آشنا شوند. این تجربه باعث می‌شود آنها مسئولیت‌پذیری در مصرف منابع را درک کنند. این آموزش در کنار استفاده از تکنولوژی و مدرن شدن زندگی نه تنها مانعی ندارد بلکه مکمل است، یعنی می‌توان نسل امروز را هم مهندس یا دکتر تربیت کرد و هم افرادی مسئول در مصرف منابع پرورش داد. این آموزش‌ها باید از خانواده شروع شود و به مدرسه و جامعه گسترش یابد.»

وی تأکید کرد: «سبک زندگی سنتی نشان می‌دهد استفاده درست از منابع نه تنها یک ارزش فرهنگی است بلکه عملی‌ترین روش برای حفظ محیط زیست و کاهش فشارهای بر منابع طبیعی است. وقتی فرزندان با طبیعت و روش‌های کم مصرف زندگی آشنا شوند، بزرگسالانی مسئولیت‌پذیر در مصرف منابع خواهند شد، لذا زندگی شهری و فاصله از سبک زندگی سنتی باعث شده خانواده‌ها از چرخه طبیعی و منابع پایدار دور شوند. بازگشت به سبک زندگی کم مصرف گذشته، نه تنها مصرف آب را کاهش می‌دهد، بلکه فشار بر محیط زیست را نیز کم می‌کند، بنابراین آموزش کودکان و نوجوانان برای مصرف مسئولانه آب یکی از مهم‌ترین اقدامات در این زمینه است.»



سبک زندگی سنتی نشان می‌دهد استفاده درست از منابع نه تنها یک ارزش فرهنگی است بلکه عملی‌ترین روش برای حفظ محیط زیست و کاهش فشار بر منابع طبیعی است. وقتی فرزندان با طبیعت و روش‌های کم‌مصرف زندگی آشنا شوند، بزرگسالانی مسئولیت‌پذیر در مصرف منابع خواهند شد

هر خانه یک کلاس درس است

«مادران» ستون‌های مدیریت مصرف و معماران نسل صرفه‌جو



■ «آشپزخانه» کلاس درس تربیت مصرفی

شاید مهم‌ترین نقشی که مادران در مدیریت مصرف بر عهده دارند، نقشی تربیتی باشد. فرزندان نه با نصیحت، بلکه با مشاهده رفتار والدین یاد می‌گیرند چگونه مصرف کنند. آشپزخانه برای کودکان، اولین کلاس درس مدیریت مصرف است. وقتی کودک می‌بیند مادر باقی‌مانده غذا را دور نمی‌ریزد، بلکه آن را تبدیل به یک وعده جدید می‌کند، مفهوم «زرش نعمت» را به صورت عملی درک می‌کند. وقتی می‌بیند مادر میوه‌های رو به فساد را در قالب دسر یا کمپوت استفاده می‌کند یا نان خشک را دور نمی‌ریزد و برای آبدوخیار یا آبگوشت کنار می‌گذارد، یاد می‌گیرد هر ماده غذایی قابل استفاده است و اسراف نه تنها رفتاری غیرعقلانی، بلکه غیر اخلاقی است. فرهنگ مصرف صحیح چیزی نیست که بشود آن را در یک کتاب یا کلاس درس خلاصه کرد، این فرهنگ در محیط خانه شکل می‌گیرد و مادران معلمان بی‌کتاب اما مؤثر

این کلاس هستند. کودک با دیدن رفتار مادر می‌آموزد که خرید باید به اندازه باشد، غذا باید به اندازه پخته شود و مصرف هر منبعی باید بر اساس نیاز باشد نه هیجان یا چشم‌وهم‌چشمی.

■ «الگوی رفتاری» مهم‌ترین سرمایه تربیتی مادر همواره گفته می‌شود رفتارها بیش از کلمات تربیت می‌کنند. در حوزه مصرف نیز همین قاعده صادق است. مادری که به‌طور اصولی مصرف می‌کند، در واقع استانداردهای را تربیت می‌کند که در آینده مصرف بهینه را به یک «وظیفه»، بلکه یک «عادت» می‌داند. این عادت‌ها از رفتارهای کوچک مثل خوردن غذا به اندازه نیاز، استفاده دوباره از مواد غذایی، مرتب‌نگه داشتن یخچال، خرید بر اساس نیاز نه تبلیغ، مراقبت از وسایل و تعمیر

آنها تبدیل شود

گروه سبک زندگی

پرونده

خانواده و اصلاح الگوی مصرف

کاشانه

جستار

نقش شبکه‌های اجتماعی در مصرف هوشمند انرژی و غذا

قدرت لایک‌ها در نجات منابع

توضیح می‌دهد کدام بخش کولر بیشترین برق را می‌بلعد. این اعتماد نه با دستور ساختن می‌شود نه با بخشنامه. طبیعی است، خودجوش است و همین، اثرش را واقعی‌تر می‌کند. مردم وقتی می‌بینند کسی مثل خودشان با یک تغییر کوچک توانسته مصرفش را کم کند، احساس می‌کنند این کار شدنی است. اتفاقاً همین «شبیه بودن» نقطه قوت شبکه‌های اجتماعی است.

■ جایی که شایعه گاهی از منطق جلو می‌زند آدم‌ها رفتارشان را با دیدن رفتار دیگران بازتعریف می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی دقیقاً همان جایی است که این مقایسه‌ها اتفاق می‌افتد. وقتی ویدئویی می‌بینیم از یک خانواده پرجمعیت که به‌مصرفی کمتر از ما زندگی می‌کند، ناگهان پرسشش در ذهن‌مان می‌جوشد: پس چرا ما نمی‌توانیم؟

گاهی یک تصویر ساده از یخچال مرتب‌شده یک پلاگر کافی است تا ذهن مخاطب را نسبت به شیوه مدیریت خوراکی‌ها تغییر دهد. گاهی یک نمودار مصرف برق که یک دانشجوی مهندسی در توئیتر منتشر کرده، باعث می‌شود بحث مصرف کولس را با مزایای عایق‌بندی وارد گفت‌وگو عمومی شود. این تغییرات کوچک هستند، اما وقتی تکرار می‌شوند، یک جریان می‌سازند. در کنار همه این ظرفیت‌ها، شبکه‌های اجتماعی جای مناسبی برای انتشار اطلاعات نادرست هم است. از توصیه‌های عجیب درباره تنظیم کچیک گرفته تا نظرها به‌های غیر علمی درباره مصرف برق یا ادعاهای اشتباه درباره فریز کردن مواد غذایی، بسیاری از این محتواها ظاهر آقابل باورند اما پایه علمی ندارند. این خطر جدی است، اما راه‌حل آن بسیار نیست. راه‌حل، سواد رسانه‌ای است. رسانه‌های حرفه‌ای باید وارد شوند، محتواهای اشتباه را تصحیح کنند، ساده و بدون تکبر توضیح دهند که کدام ادعا درست است



و کدام نه. وقتی مردم مرج معتبر را قابل اعتمادی برای فهمیدن حقیقت داشته باشند، شایعات کمتر رشد می‌کنند.

■ نقش دو گانه رسانه‌ها

رسانه‌های رسمی ایران در سال‌های گذشته گاه ناخواسته به تقویت مصرف‌گرایی کمک کرده‌اند؛ برنامه‌هایی با سبک زندگی لوکس، تبلیغات گسترده کالاهای غیر ضروری، مسابقات با جوایز گران‌قیمت و آسپیزی‌هایی با مواد اولیه‌ای که برای بیشتر خانواده‌ها قابل خرید نیست. این محتواها ناخودآگاه تصویری از مصرف بیشتر و زندگی غیرواقعی ساخته‌اند، اما همین رسانه‌ها امروز می‌توانند نقشی متفاوت بازی کنند، به شرط اینکه صادق باشند. توصیه به صرفه‌جویی زمانی معنا دارد که رسانه بتواند مسائل را شفاف بگوید.

بگوید کدام بخش از مصرف ناشی از تصمیم‌های اشتباه مدیریتی است، بگوید سهم خانوارها در هدررفت چقدر است و سهم بخش‌های صنعتی

چقدر. مردم وقتی حقیقت را بدون سانسور بشنوند، بهتر پذیرای توصیه‌ها خواهند بود. نکته مهم این است که شبکه‌های اجتماعی مصرف‌را از یک دغدغه فردی به یک گفت‌وگوی اجتماعی تبدیل کرده‌اند. امروز مردم درباره قیمت نان، هدررفت گندم، راندن‌های پایین نیروگاها مصرف بزرگ، یارانه‌های پنهان و حتی تعداد مدرسه‌ها حرف می‌زنند. این تغییر کوچک نیست، این یعنی مصرف‌از آشپزخانه وارد حوزه عمومی شده است. وقتی جامعه درباره یک موضوع حرف می‌زند، سیاستگذار ناگزیر می‌شود آن را جدی بگیرد. وقتی مردم درباره انانرژی می‌گویند، هدر درباره مصرف بالای ساختمان‌ها بحث می‌کنند یا از تجربه‌های صرفه‌جویی‌شان می‌گویند، یعنی آگاهی غنایی بدون‌های منتشر می‌کنند که هر دم یاد می‌تواند سیاست‌ها را هم تغییر دهد.

■ آینده‌ای که با روایت‌های کوچک ساخته می‌شود

هیچ‌کس نمی‌تواند ادعا کند شبکه‌های اجتماعی ناجی فرهنگ مصرف در ایران هستند، اما می‌توان گفت که امروز یکی از مؤثرترین ابزارهای تغییر.ند. کافی است حمایت‌های اطلاعات صحیح در اختیارشان گذاشته شود، رسانه‌های رسمی کنارشان بایستند و روایت‌ها بدون سانسور جریان پیدا کنند. تغییر فرهنگ مصرف از دستور شروع نمی‌شود. از روایت شروع می‌شود. از قصه زنی که از باقی‌مانده غذا برای بچه‌هایش شام درست می‌کند. از مردی که فهمیده چراغی گاشش مصرف کولش را روشنش از مادرانی که روش نگهداری نان را با هم به اشتراک می‌گذارند. هر کدام از این روایت‌ها مثل قطره‌ای کوچک است، قطره‌هایی که اگر جمع شوند، رودخانه می‌سازند. شاید نجات منابع این کشور دقیقاً همین قصه‌های کوچک روزمره شروع شود. از همان ویدئویی که صبح زود در صف نان روی گوشی یک مرد عادی ظاهر می‌شود و آرام‌آرام چیزی رادر ذهنش جای‌جای می‌کند.

صبح‌های زمستان همیشه یک رنگ دارند: ساکت، سرد و انگار کمی خاکستری‌تر از باقی فصل‌ها. صف نان سر کوچه هم همیشه همان است. کشیده تا نزدیک چهارراه، انگار از دیروز همان جا مانده باشد. مردم میانسالی دو نان برپری داغ را با احتیاط در کیسه گذاشت و همان‌طور که دست‌هایش از بخار نان گرم شده بود، گوش‌اش را از جیب بیرون کشید. ویدئویی پخش شد از یک بلاگر خانگی که نشان می‌داد چطور با نصف یک نان، سه مدل غذا برای خانواده‌اش درست می‌کند؛ غذاهایی ساده، دم‌دستی و کم‌هزینه.

مرد نگاهی به نان‌های داغ داخل کیسه انداخت و زیر لب گفت: «عجیبیه... ما هر روز کلی تون دور می‌بریم، بعد این‌تا ز به تیکه تون سه وعده درمیارن.» کسی او به توجه نکرد، اما این جمله همان پارلی است که سال‌هاست مصرف در ایران را توضیح می‌دهد. فاصله بین آنچه می‌توانیم و آنچه می‌کنیم، فاصله بین نیاز واقعی و مصرف بی‌رویه، فاصله بین دانستن و انجام دادن و فاصله بین زندگی روزمره و مدیریت درست منابعی که سال‌هاست زیر فشار افزایش قیمت‌ها تنفس می‌کنند.

■ جامعه‌ای که مصرفش را نمی‌شناسد

اگر از هر خانواده‌ای در ایران بپرسید که مصرف‌شان زیاد است یا نه، بیشترشان خواهند گفت: «نه، ما که چیزی مصرف نمی‌کنیم» اما کافی است قبض‌ها را نگاه کنید، باقی‌مانده غذا در سسفر و یا بیبندیا توده‌های نان‌های خشک را که هر هفته از خانه‌ها بیرون می‌رود. واقعیت تلخ این است که بخش بزرگی از هدررفت انرژی و غذا در کشور نه از بی‌مسئولیتی،

بلکه از ندانستن شکل می‌گیرد. سال‌ها آموزش مصرف درباره مصرف وجود نداشته است. مدراس ما صرفی را موضوع درسی ندیده‌اند. رسانه ملی درباره رفتار مصرفی‌بالحن خطابه‌ای حرف زده، نه آموزشی. نتیجه این شده که بسیاری از خانواده‌ها حتی نمی‌دانند کدام وسایل خانه بیشترین برق را مصرف می‌کنند یا چگونه باز کردن چندباره در یخچال به‌ظاهر ساده می‌تواند هزینه‌های اضافی را روی قبض نشان بدهد. درباره غذا وضع بدتر است. هدررفت نان، برنج و سبزیجات در ایران از بالاترین میزان‌ها در منطقه است و بخشی از آن به این برمی‌گردد که مردم نمی‌دانند چطور از مانده غذاها استفاده کنند یا اصلاً تصویری از حجم خوراکی‌هایی که هر روز بی‌صدا دور ریخته می‌شود ندارند. این ناآگاهی سال‌ها پشت درهای بسته خانه‌ها زودگی می‌کرده، اما باورده شبکه‌های اجتماعی، ناگهان نور روی آن افتاد. نوری که ابتدا ضعیف بود، اما کم‌کم شکل جریان پیدا کرد.

■ جایی که آموزش بی‌تظاهر اتفاق می‌افتد

آنچه مردم را در شبکه‌های اجتماعی به سمت محتواهای مرتبط در دست می‌کشاند، نه جذابیت ظاهری و نه توصیه‌های رسمی است. بیشتر محتواهای تأثیرگذار به سادهدترین شکل ممکن تولید می‌شوند؛ ویدئوهایی کوتاه و کم‌هزینه‌از آشپزخانه‌های واقعی، خانه‌های کوچک و تجربه‌های بدون روش. در یکی از شبکه‌های اجتماعی زنی از زنهان نشان می‌دهد چطور را چند ترزند ساده می‌توان مصرف گاز پکیچ را کم کرد. در دیگری یک پدر کودک در نحوه دربار استفاده از کولر می‌گوید. اینک چطور توانسته است قبض برق را که ماه‌ها آزارش می‌داد، کاهش دهد. در یوتیوب، بلاگرهای غذایی بدون‌های منتشر می‌کنند که هر دم یاد می‌دهد چطور مانده‌ها را تبدیل به غذاهای جدید یا چطور خرید هفتگی را بدون هدررفت مدیریت می‌کنند. این محتواها نه شعار دارند، نه آدا، نه کسی از «مسئولیت‌های شهروندی» حرف می‌زند و نه از «ضرورت‌های ملی». زبان‌شان همان زبان زندگی است. همین باعث می‌شود مردم پس زنند. حس کنند کسی از بالا دارد چیزی به آنها دیکته می‌کند حس حریفی است میان همسطح‌ها؛ تجربه‌هایی از دل زندگی واقعی.

■ حلقه گمشده سیاست‌گذاری مصرفی

یکی از بزرگ‌ترین مسائل مصرف در ایران، بحران اعتماد عمومی است. مردم وقتی در رسانه رسمی می‌شنوند «کم مصرف کنید»، ناخودآگاه دو سؤال در ذهن‌شان شکل می‌گیرد: چرا ما؟ و چطور مطمئن باشیم که این‌بار هزینه‌ها فقط بر دوش ما نمی‌افتد؟ این شکاف اعتماد سال‌هاست وجود دارد و برشدنش زمان می‌خواهد، اما شبکه‌های اجتماعی یک مدل جدید از اعتماد را ساخته‌اند. اعتماد خرد، یعنی اعتماد به یک آدم معمولی، به یک کاربر معمولی، به مادر خانه‌داری که روش بسته‌بندی سبزی‌ها را نشان می‌دهد، به تعمیرکاری که ساده و بی‌تظاهر

آنها به‌جای دور انداختن شروع می‌شود. نظام ارزشی یک خانواده در حوزه مصرف، محصول رفتار مادر است، به همین دلیل مادرانی که الگوی درست مصرف را اجرا می‌کنند، در عمل یک نظام اخلاقی و تربیتی را به نسل آینده منتقل می‌کنند؛ فرهنگی که در آن اسراف نکوهیده است، مصرف اصولی ارزش است و مدیریت منابع یک فضیلت خانوادگی محسوب می‌شود.

■ بار روانی و اقتصادی مدیریت مصرف بر دوش زنان

در کنار تمام نقش‌های مثبت و سازنده مادران در مدیریت مصرف، یک حقیقت مهم نیز وجود دارد. بسیاری از زنان از فشارهای ناشی از این نقش گلايه دارند. آنها می‌دانند کوچک‌ترین هدررفت در خانه، اغلب به حساب مادر گذاشته می‌شود. بسیاری از زنان می‌گویند اگر غذایی خراب شود، نانی بیات شود یا میوه‌ای دور ریخته شود، نگاه خانواده ابتدا به مادر است، درحالی‌که او تنها مسئول مدیریت مصرف نیست. واقعیت این است که مادران بار روانی بسیار بزرگی را برای حفظ نظم اقتصادی خانه تحمل می‌کنند. آنها تلاش می‌کنند بین سلامت خانواده، کیفیت دروس مدیریت نیازهای فرزندان، بودجه خانوار، قیمت‌های بازار و محدودیت زمانی خود تعادل برقرار کنند. این تعادل برقرار کردن یک هنر است؛ هنری که سال‌ها زمان می‌برد تا در مادران شکل بگیرد و بسیاری از آنها بدون هیچ آموزشی در دوش زنان باشد. مردان و فرزندان باید نقش خود را در مدیریت مصرف بپذیرند. مشارکت در خرید، مدیریت انرژی، نگهداری مواد غذایی و آموزش صرفه‌جویی به کودکان باید یک مسئولیت مشترک باشد، نه نقشی که تنها بر دوش مادران گذاشته شده است.

■ «مادر» ستون مصرف بهینه با دیوارهای حمایتی

در نهایت باید گفت مادران ستون مصرف بهینه در خانواده هستند اما برای حفظ این ستون، باید دیوارهای حمایتی کنار آن قرار گیرد. مادران می‌توانند الگو باشند، مدیر باشند، معلم باشند، اما نمی‌توانند به‌تنهایی حافظ الگوی مصرف صحیح باشند. مردان باید در مدیریت اقتصادی و مصرفی خانه نقشی فعال داشته باشند و کودکان باید از سنین پایین در کارهای خانه مشارکت کنند تا ارزش منابع را بفهمند و مصرف بهینه به عادت آنها تبدیل شود. مصرف‌مدیریت صرفاً یک «فرهنگ فردی» نیست؛ یک «فرهنگ جمعی» است و مادران باینانگذاران این فرهنگ هستند، اما بقای آن نیازمند همکاری همه اعضای خانواده است. در جامعه‌ای که هر روز با چالش اسراف و مصرف نادرست روبه‌رو است، مادران بیشترین نقش را در حفظ منابع، مدیریت هزینه‌ها و تربیت نسل صرفه‌جو بر عهده دارند. از آشپزخانه تا قبض‌های انرژی، از تربیت فرزندان تا تنظیم خریدهای خانه، نقش مادر به‌عنوان ستون مصرف بهینه بیش از دور ه دیگری اهمیت دارد. مادران به‌تنهایی نمی‌توانند بار اصلاح الگوی مصرف را بر دوش بکشند اما بدون آنها نیز این اصلاح ممکن نیست. رفتار مادران در خانه نه تنها مدیریت مصرف را شکل می‌دهد، بلکه ارزش‌های مصرفی نسل آینده را نیز تعیین می‌کند. هر مادری که امروز با انضباط و آگاهی مصرف می‌کند، در واقع آینده‌ای می‌سازد که در آن فرهنگ کفیر دادن به اسراف و ارزش گذاشتن بر صرفه‌جویی، تبدیل به یک «فرات ملی» می‌شود.