

ذهنی سازی مدیریت در مصرف برق

سید امین محروقی
مدیر مرکز آموزش ملی و حرفه‌ای

شاید برای شما هم پیش آمده باشد که با دیدن قبض های برق متعجب شده اید و برایتان سؤال پیش آمده است که چرا مصرف برقتان زیاد است. دلایل مختلفی برای مدیریت نکردن مصرف برق وجود دارد که یکی از آن ها آگاهی نداشتن از توان و مصرف وسایل و تجهیزات است. در اینجا می خواهیم به زبان خیلی ساده مصرف برق وسایلی را که استفاده زیادی در خانه ها دارند بررسی کنیم. هدف ما از ارائه راهکارهایی برای مصرف بهینه این است که در هنگام استفاده از وسایل پرمصرف خانگی «میزان مصرف» آن وسیله به راحتی در ذهنمان شکل بگیرد تا به آسانی بتوانیم مصرف آن را مدیریت کنیم. با این روش حتی فرزندانمان هم به راحتی می توانند به مدیریت مصرف برق خانه کمک کنند و درک بهتری از مصرف برق داشته باشند.

چگونه؟

بیا بید ملاک مصرف برق را از «کیلووات ساعت» به «لامپ کم مصرف ۱۵ وات» تغییر دهیم و به اختصار به آن «لامپ کم وات» بگوییم. این روش در واقع یک «روش ذهنی سازی» است. ذهنی سازی به ما کمک می کند تا مصرف وسایل برقی را آسان تر درک کنیم.

چرا لامپ کم مصرف ۱۵ وات؟

دلیل انتخاب لامپ کم مصرف این است که در هر خانه، مغازه، مرکز تجاری، اداری و غیره در دسترس و بسیار پرمصرف هستند و همه افراد با آن سروکار دارند. از طرفی مصرف آن به راحتی برای همه درک شدنی است. بیا بید مثالی بزنیم تا ملموس تر شود، شما به راحتی می توانید میزان برق مصرفی همه وسایل برقی را روی آن ها ببینید، برای نمونه تلویزیون ۵۵ اینچ ۱۸۵ وات. حالا کافی است که عدد ۱۸۵ را که میزان توان مصرفی تلویزیون است را بر ۱۵ که توان مصرفی لامپ ملاک ماست تقسیم کنید که حاصل آن عدد تقریبی ۱۲ می شود. بنابراین، هر زمان تلویزیون ۵۵ اینچ شمار روشن است معادل روشن بودن ۱۲ لامپ کم مصرف ۱۵ وات است و این معیار به راحتی به درک شما از مصرف این تلویزیون کمک می کند. در ادامه میزان توان مصرف وسایل موجود در هر خانه را با معیار لامپ کم مصرف ۱۵ وات مشخص می کنیم تا تصویر سازی برای مدیریت مصرف در ذهن شما به راحتی شکل گیرد.

نکته: استفاده از وسایلی که در جدول زیر آورده شده با توجه به نام تجاری محصول و شرایط متفاوت استفاده از آن ها می توانند متغیر باشند. از این رو سعی کرده ایم این آمار را با توجه به میانگین و استفاده معمول و در حالت کار آن ها ارائه کنیم.

لوازم خانگی	مشخصات	میزان مصرف (معیار لامپ ۱۵ وات)
یخچال سایید بای سایید	۲۸ فوت	۲۲ لامپ
تلویزیون	۵۰ اینچ	۹ لامپ
پنکه	ایستاده	۴ لامپ
کولر آبی دور کند	۷ هزار	۲۰ لامپ
کولر آبی دور تند	۷ هزار	۴۰ لامپ
کولر گازی	۳۰ هزار	۲۰۰ لامپ
جاروبرقی دور کند	۲۲۰۰ وات	۲۵ لامپ
جاروبرقی دور تند	۲۲۰۰ وات	۹۵ لامپ
ماشین ظرف شویی	۱۴ نفره	۹۰ لامپ
چای ساز	-	۱۴۵ لامپ
آب میوه گیری	-	۲۲ لامپ
سشوار	۲۰۰۰ وات	۱۲۵ لامپ
پلوپز	۸ الیتری	۵۳ لامپ
مخلوط کن	-	۱۴ لامپ
ساندویچ ساز	-	۸۷ لامپ
پکیج	۲۴ هزار	۸ لامپ
سولاردوم	۳۸ لیتر	۱۱۴ لامپ
اتوبخار	پرسی	۹۰ لامپ
پمپ آب	یک اسب	۵۰ لامپ

پرسش از شما، پاسخ از ما



همراهان گرامی می توانید پرسش های خود با موضوع پزشکی، روان شناسی و شخصیت شناسی را به روش های زیر با ما در میان بگذارید و در کوتاه ترین زمان ممکن پاسخ آن ها را در همین صفحه مشاهده کنید.

پیامک: ۰۲۸۹۳۰۰۰ پیام رسان: ۰۵۴۶۵۸۰۶۰

هرکه پولش بیش، احترامش بیشتر؟

دوگانگی در رفتارهای ما بزرگ ترها، بچه ها را به سمت ارزش گذاری های غیرواقعی سوق می دهد

معصومه متین نژاد! همه ما دست کم آن هایی که الان حس پدر و مادر بودن را تجربه می کنیم، در دوران مدرسه خود مجبور به نوشتن انشایی کلیشه ای شده ایم، علم بهتر است یا ثروت؟ موضوعی که بدون اغراق همه در تمجید علم نوشتیم و به آن باور داشتیم. هر چند در سال های بعد زندگی خود به این نتیجه رسیدیم که اشتباه کرده ایم. نکته تأمل برانگیز ما چرا اینجا بود که همچنان داشتن علم برایمان یک ارزش محسوب می شد، چون آن باور را از والدینمان به ارث برده بودیم.

اما قصه فرزند انمان کاملاً متفاوت از خود مان شد. خواستیم به هزار و یک علت تربیتی به آن ها هم این ارزش را منتقل کنیم که همچنان علم بهتر از ثروت است، ولی رفتارهای متناقضمان اجازه نداد و نتیجه اش آن شد که بچه هایمان در انتخاب هایشان به سمت ارزش گذاری های نادرست و غیرواقعی رفتند. برای نمونه از نظرشان انتخاب همسری پول دار و زیبا بر داشتن ده ها ملاک ارزشمند دیگر برتری دارد. مسئله ای که نادرستی آن در کمتر از پنج سال خودش را نشان می دهد.

اگر با این توضیحات علاقه مند شدید که در این باره بیشتر بخوانید و بدانید، پیشنهاد می کنیم گزارش امروز ما را که چکیده ای از گفت و گوی ما با الهام اعلمی دوست، روان شناس بالینی است، بخوانید.

چند روایت از تجربه های اجتماعی

روایت اول

«پژویی بیبا جلو» از همان جایی که نشست، داد می زد و راننده پژو را برای ادامه کار فرامی خواند. با صدای بلندی ادامه می دهد: «زود باش بابا، ملت که نمی تونن علافت بشن.» تا نوبت من بشود، چند تایی ماشین مانده است. این قدر استرس دیر رسیدن به محل کارم را دارم که حواسم به ماشین جلویی نیست. «لطفاً بفرماید جلو، وقتی متصدی مرکز معاینه فنی خودرو از جایش بلند می شود و با احترام تمام صاحب مرسدس بنز نقره ای را فرامی خواند، تازه متوجه می شوم که یکی از آن ها ما بهتران، جلوم ایستاده است و آنچه باعث شده تا کارشناس مرکز معاینه فنی خودرو سر خلق بیاید و قدری ادب به خرج بدهد، قیمت خودرو جلویی است.

روایت دوم

در حال چرخ زدن درون فروشگاه هستم و بالا و پایین کردن اجناس که با صدای دینگکی در بازو بسته می شود و در خانم و یک آقا وارد می شوند. ظاهرشان می گوید از آن مشتری های پول خرج کن هستند. درست حدس می زنم، چون توجه فروشنده را بد جور به خود جلب می کنند. مدام دورشان می چرخد و «بله جناب» و «درست می فرمایید قربان» است که چپ و راست خریشان می کند. تفاوت رفتاری فروشنده، فقط بر اساس ظاهر و جیب مشتری ها، در این چند دقیقه بد جور توی ذوقم می زند و پیش از آنکه برای خرید به نتیجه ای برسم، فروشگاه را ترک می کنم.

روایت سوم

یک ربع، بیست دقیقه ای می شود که خودم را مشغول خواندن یک حزب قرآن کرده ام هر چند دقیقه نیم نگاهی هم به حال زار صاحب خانه دارم. مهمان ها از قوم و خویش و دوست و همسایه یکی یکی برای سرسلامتی می آیند و صاحب عزا به سختی بلند می شود و احوال پرسی می کند. خودم را آماده رفتن می کنم که یک مرتبه هول و ولایی در ورودی در ایجاد می شود. قدری دل شوره می گیرم. تازه متوجه می شوم یکی از بستگان دور که به پول داری شهره است. از راه رسیده است. رفتار متفاوت فامیل یک طرف، رفتار عجیب صاحب عزا برای جا باز کردن برای مهمانی که هنوز با به مجلس نگذاشته بیشتر از آن توی ذوق می زند. دیگر از آن بی حالی چند دقیقه پیش خبری نیست و همه در یک حالت آماده باش قرار گرفته اند.

ثروتمند بودن تهدید یا فرصت؟

درست است که این روزها ثروت به یک ملاک و معیار برای ارزش گذاری تبدیل شده است، دیگر به سادگی گذشته هم نیست و پیچیدگی های خاص خودش را دارد، یعنی نمی تواند برای دراز مدت پاسخگوی حفظ یک ارتباط و توجه ویژه هم باشد. به عبارت ساده تر، این افراد اگر بخواهند همچنان مورد توجه مردم باشند، باید کنش ها و ویژگی های عمیق تری از «فقط ثروتمند بودن» داشته باشند. از این رو ثروتمندان را باید به دو دسته متفاوت تقسیم کرد: افرادی که با سعی و تلاش و استعداد خود صاحب ثروت شده و افرادی که با میراث خانوادگی به این درجه رسیده اند.

دسته اول واقعا مورد توجه و احترام دیگران هستند، چون این ثروتمندان نیست که سبب احترام آن ها شده، بلکه توانمندی هایی است که این افراد دارند و آن ها را از دیگران متفاوت کرده است. این گروه از اعتماد به نفس و عزت نفس بالایی هم برخوردارند. اما دسته دوم، گروهی هستند که بدون هرگونه تلاشی صاحب ثروت شده اند و به خاطر توجهی که از دیگران بابت این موضوع دریافت می کنند، برای رشد خود در زمینه های دیگر هیچ تلاشی نمی کنند. این افراد همان کسانی هستند که مردم در برخورد با آن ها خیلی زود متوجه ضعف شخصیتی شان می شوند و از آن ها فاصله می گیرند.

جدداً این دودسته، ما افراد معمولی زیادی هم در جامعه داریم که بهره زیادی از ثروت های مادی نبرده اند ولی به همان اندازه مورد توجه و احترام دیگران هستند، چون به خوبی دریافته اند برای محبوبیت باید روی توانمندی ها، استعداد ها و ویژگی های شخصیتی خود شان کار کنند. آن قدر که در آن زمینه ها برای دیگران شاخص و الگو شوند. نکته تأمل برانگیزی که والدین به جای تعریف و تمجید های نادرست از افراد ثروتمند و ارزش گذاری های غیرواقعی برای آن ها باید سعی کنند از سنین کم آن را به فرزندانشان آموزش بدهند.

الهام اعلمی دوست،
روان شناس بالینی:
به جز خانواده ها،
رسانه ها به ویژه
رسانه های تصویری مانند
تلویزیون و سینما نقش
بسیار پررنگی در القای
ارزش های درست
و نادرست به جامعه دارند

نتیجه ارزش گذاری های نادرست ما

اینکه ما بزرگانی از ملاک ها و معیارهای معنوی مانند صداقت و درستی یا توانمندی ها و استعداد های فردی صحبت کنیم ولی در عمل نشان بدیم که ثروت بدون همه این ها از جایگاه ارزشمندتری نزد ما برخوردار است، سبب می شود تا بچه ها ناخواسته به سمت انتخاب همین ارزش های نادرست و غیرواقعی بروند. ارزش گذاری های نادرستی که خودش را در انتخاب هایی مانند انتخاب شغل و رشته تحصیلی در سنین پایین و ازدواج در سنین بالا نشان می دهد، مانند گرایش به انتخاب رشته های پزشکی و دندان پزشکی صرف پول ساز بودنشان و انتخاب همسر از یک خانواده مرفه به جای توجه به معیارهای واقعی مانند اخلاق و رفتار.

انتقال ارزش های درست و خودارزیابی

باید بپذیریم که به جز خانواده ها، رسانه ها به ویژه رسانه های تصویری مانند تلویزیون و سینما نقش بسیار پررنگی در القای ارزش های درست و نادرست به جامعه دارند. نمی شود از سادگی صحبت کرد و ثروتمند بودن را نکوهش و در برخی فیلم ها و مجموعه های نمایشی زندگی ثروتمندان را نقد کرد ولی هم زمان در تبلیغات بازگانی برای معرفی یک آب میوه ساده، زندگی تجملی را به رخ مردم کشید. این تناقض ها خواه ناخواه جامعه را به سمت ارزش گذاری های غیرواقعی سوق خواهد داد. بنابراین ضروری است که والدین افزون بر یک بازنگری در رفتارها، باورها و ارزش های خود، زمینه ای را هم برای درک بهتر بچه ها از این ارزش ها فراهم کنند. برای این منظور به والدین عزیز پیشنهاد می کنیم:

- به جای اینکه دائم برای بچه ها از این و آن داستان سرایی کنید، اجازه بدهید آن ها با معاشرت با افراد مختلف، خودشان این تفاوت های ارزشی را از نزدیک لمس کنند.
- فیلم های خوب و سازنده با این محتوا را انتخاب کنید و آن ها را برای دیدن در اختیار بچه ها بگذارید.
- به دنبال کتاب های خوب برای بچه ها باشید و اجازه بدهید آن ها از میان اطلاعات کتاب ها، درست و نادرست را از یکدیگر تشخیص بدهند.