



وقتی بازار، خرید کالای خارجی را به ما تحمیل می کند

قفسه‌هایی پر از وابستگی اقتصادی

■ **مجید فراهانی**

به نظر من بی‌انصافی است که بخواهیم همه کاسه کوزه‌ها را سر مصرف‌کننده‌بی‌گناه خرد کنیم. بعضی مواقع برخی با خنط‌دهی آگاهانه و برخی مواقع با ناآگاهی باعث می‌شوند سبک زندگی غلط بر جامعه حاکم شود و کم‌کم فرهنگ اصیل خودمان را از یاد ببریم.

صحبت از مصرف بی‌رویه کالاهای وارداتی است. قصد دارم اینجا به روی دیگر سکه توجه کنم. روی دیگر که کمتر مورد توجه قرار گرفته و در ایجاد سبک زندگی، پشت سر مصرف‌کننده‌نهایی پنهان مانده است.

■ **قفسه‌هایی که چشمک می‌زند**

در یکی از همین روزهای خدا برای خرید چند قلم کالا به یکی از فروشگاه‌های محل رفتم. قفسه‌ها را که نگاه می‌کردم و به دنبال کالای مورد نظر می‌گشتم در نگاه اول فقط اجناس خارجی و وارداتی را می‌دیدم. به خودم زحمت دادم و گشت و گذارم را بیشتر کردم تا در یکی از همین قفسه‌ها و در دورترین نقطه بالاخره توانستم کالای مورد نظرم را پیدا کنم. ناگفته نماند موقع حساب و کتاب هم که شدف فروشنده کلی غر زد که «ای آقا این چیه که برداشتی، ایراییه اصلا کیفیت خارجی‌ها رو نداره، پیشنهاده می‌دم برید از فلان مارک بردارید، حرف نداره.»

این دیالوگ‌های ساده ولی تأثیرگذار را شاید خیلی از ما شنیده باشیم. خیلی از ما وارد برخی از مغازه‌ها که می‌شویم قفسه‌های پر از اجناس خارجی و وابستگی اقتصادی را می‌بینیم و اصلا برندهای ایرانی جلوی چشم خریدار نیست.
بااین تفسایر چگونه می‌توان انتظار داشت مصرف‌کننده ایرانی سبد خریدش را از محصولات ایرانی تشکیل بدهد و به تبع آن سبک زندگی‌اش تغییر نکند و رنگ و بوی غربی به فکر تولید نکند. اینجاست که باید در معادله سبک زندگی جایگاه ویژه‌ای برای فروشندهگان و به عبارتی دیگر برای بازار تعریف

■ **حسین گل محمدی**

مرجه که بودیم تابستان‌ها بساط رب گوجه بزون و بچه‌ها بزبون در اکثر خانه‌ها پهن بود. خانم‌های همسایه و فامیل دور هم جمع می‌شدند و انواع و اقسام مرباهای میوه‌های تابستانی را با کمک یکدیگر در دست می‌کردند. این نام‌های دورهمی خاله‌خانجایی‌ها برای ما بچه‌ها هم خالی از لطف نبود و ما هم از فرصت پیش آمده کمال استفاده را می‌بردیم. در واقع تابستان‌های قدیم برای ما این خاطر بود که در این محصولات، بسا پرچیده و دورهمی‌ها جزئی از رسم و رسوم قدیم بود که باربایبی آن رنگ و لعاب شیرینی به روابط دوستانه و فامیلی می‌دادند. دورهمی‌هایی که خانواده‌ها را به هم نزدیک می‌کرد و روابط‌ها را خنثی‌اند و کسی به فکر تولید نیست. یک‌نگاهی به قفسه‌های فروشگاه‌ها و مغازه‌ها این حرف را ثابت می‌کند و نمی‌دانم این فرهنگ ناشسی از تنبلی است یا زندگی مدرن و ماشینی که دچارش شده‌ایم!
■ ■ ■

دست بر قضا بوی عطر رب گوجه‌فرنگی خانگی در گذر از یکی از کوچه پس کوچه‌های قدیمی شهر مرا پرتاب می‌کند به دوران کودکی و یاد خاطرات شیرین آن روزها. دیگ سرگشادی که گوجه‌های له شده در آن قل قل می‌جوشد و عطر خوش رب گوجه‌فرنگی که در فضا پیچیده گویا با کودکی‌ام یکی شده است. یاد

کرد. بازار با اجناسی که به مصرف‌کننده تحمیل می‌کند

می‌تواند سطح توقعات او را تعریف کند و در نگاه کلان‌تر می‌تواند سبک زندگی و تفکرات مصرف‌کننده را به شکل که می‌خواهد شکل دهد. نباید فراموش کنیم که بازار یکی از مهم‌ترین نهاد‌های مؤثر در فرهنگ و سبک زندگی و مدل زیستن انسان‌ها است. گاهی تغییر در ویژگی‌ها و اجناس عرضه شده در مغازه‌های یک منطقه، می‌تواند در یک دوره زمانی، سبک رفتار و مدل زندگی ساکنان آن منطقه را تغییر دهد. اخیراً از نزدیک می‌توان اثر تأسیس فروشگاه‌های بزرگ یا به اصطلاح امروزی، هایپر‌ها و مال‌های تجاری مبتنی بر برندهای عمدتاً خارجی و اجناس وارداتی را در زندگی مردم و عادات خرید و رفتار اقتصادی و مهم‌تر از همه، تغییر فرهنگی مشاهده کرد. بنابراین با توجه به نقش پررنگ باهمیت بازار در حمایت از تولیدات داخلی می‌توان به جایگاه مهم آن در پاسداری از سبک زندگی ایرانی – اسلامی اشاره کرد.
فروشنده ایرانی باید به خاطر فرهنگ و هویت خود با افتخار اجناس باکیفیت ایرانی را به خریداران معرفی کند و آنها ترغیب کند که از اجناس ایرانی که متناسب با ساختار فرهنگی ما تهیه شده است استفاده کنند. در کنار جابوئی ماشین لباسشویی و... برای انجام امور خانه، بازرگانه‌های خارجی می‌شود

■ **سبک خودکفایی**

■ **مرگ خودکفایی با واردات بی‌رویه مواد غذایی**

دلم برای مرباهای پخت مادرم تنگ شده است



خانم‌های همسایه به خیر که همگی در حیاط بزرگ خانه جمع می‌شدند و به مادرم در پختن رب گوجه کمک می‌کردند. چقدر خوش بودیم! آن روزها و چقدر دوستی‌ها و یاری رساندن‌ها بی‌ریا بود. همه به نوعی متکی به خود و تولیدات خود بودیم و رسم وابستگی به دیگران هنوز در بینمان مرسوم نشده بود. این رسم شیرین دورهمی تولید محصولات خانگی در گذشته که همان مشاغل خانگی در اصطلاح امروزی است بزرگ‌ترین حسن برای خانواده‌های سنتی و قدیمی بود. خانواده‌ها متکی به کسی نبود و خود به طور مستقل مایحتاج زندگی را به شکلی ساده و به‌دور از هر ماده‌نگه‌دارنده و روغن پالم و هزار مواد ناشناخته و ناسالم دیگر تهیه می‌کردند. در قدیم همه چیز رنگ و بوی خانگی داشت و به اصطلاح همه موادغذایی طبیعی بود. ترشی‌های خانگی، مرباهای خانگی، رب گوجه‌های خانگی. گویا همگی برای همان دوران قدیم هستند و خانم‌های امروزی دیگر حس و حال پختن و درست کردن هیچ کدام از اینها را ندارند. دیگر کار به جایی

سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۴۸۴۷۱

سبک تولید

تهدید سبک زندگی ایرانی با مصرف بی‌رویه کالای خارجی

خانه را کارخانه کنیم

■ **مریم توابی**

چند سالی است سبک خرید به همراه سبک زندگی مردم جامعه تغییر کرده است. همه ناان از فشار اقتصادی و گرانی و تورم سرسام‌آور هستند ولی باز هم می‌بینیم افراد بسیاری برای خرید فصلی خود به کشورهای همسایه سفر می‌کنند که به گفته خودشان به‌صرفه‌تر است که در آنجا خرید کنند تا در داخل کشور! و به این ترتیب مصرف‌کننده کالاهای خارجی می‌شویم. اصلاً هم فکر نکنید که این افراد از قشر مرفه و طبقه بالای جامعه هستند. این نوع سبک زندگی به طبقات دیگر جامعه نیز سرایت کرده و افراد در هر طبقه و وابسته به هر قشری که باشند تمایل دارند اینگونه سبک زندگی داشته باشند. ولی همین سبک زندگی جدید و وارداتی، صدماتی را به بدنه جامعه وارد می‌کند و قشرهای ضعیف را تحت فشار قرار می‌دهد. این نوع سبک زندگی از ما مردمانی صرفاً مصرف‌کننده اجناس وارداتی می‌سازد که دیگر تولیدات وطنی و بومی خود را قبول نداریم. دیگر تولیدات خانگی بر ایمان ارزشی ندارد. دیگر به محصولات داخلی بها نمی‌دهیم و از آن استفاده نمی‌کنیم. واردات محصولات غیر ضروری، فرهنگ و سبک زندگی مان را دگرگون می‌کند و دیگر خود ایرانی‌مان نخواهیم بود.

■ **طعم محصولات خانگی، حمایت از مشاغل خانگی**

آمار و ارقام منتشر شده در رسانه‌ها همگی حکایت از واردات محصولاتی غذایی به کشور دارند که ما خود روزی تولیدکننده برتر تر آنها بودیم و همچنان هستیم، البته اگر واردکننده کالاهای مختلف اجازه بدهند. همانطور که همگی می‌دانیم زنان ایرانی در قدیم تولیدکننده تمام محصولات غذایی خانواده خود بودند و حتی این محصولات را به دیگران هم می‌فروختند. در واقع زنان به نوعی در گردش چرخه اقتصاد خانواده سهم بزرگی داشتند. این مشاغل خانگی در هیاهوی پیشرفت و مدرنیته شدن جامعه یا به عبارتی در دوران گذر جامعه از سنت به مدرنیته شاید بسیار کم‌رنگ شده باشد ولی هنوز از بین نرفته است. واردات محصولات کشورهای بیگانه تنها به بیکاری افراد جامعه و همچنین رکود اقتصادی جامعه دامن می‌زند. بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته برای پایین آوردن نرخ بیکاری جامعه خود، سیاست توسعه و حمایت از کارگاه‌های کوچک و خانگی را

در پیش می‌گیرند. مانند کشور تایوان که بعد از جدایی از چین، برای استقلال و رشد اقتصادی جامعه خود از مشاغل کوچک و خانگی حمایت کرد و شعار «هر خانه، کارخانه و هر کارخانه، خانه است»، را سرلوحه کار و تولید می‌کنند از آنها حمایت کنیم.
■ **حمایت از تولیدات داخلی**
خیابان‌های شهر پر از خودروهای وارداتی بالاخص چینی شده است. به هر فروشگاهی سر می‌زنیم محصولات ترک و چینی تا سقف چیده شده است. با این هجوم واردات دیگر جایی برای محصولات تولیدکننده داخلی وجود ندارد. حتی گاهی فراموش می‌کنیم

چند سالی است در بسیاری از نمایشگاه‌های خیریه یا نمایشگاه‌هایی با عنوان فروش تولیدات خانگی شاهد معرفی مشاغل خانگی هستیم. این قدم بسیار خوبی در جهت حمایت از این فعالیت‌هاست ولی کافی نیست. بهتر است مسئولان نیز حمایت‌های خود را از مشاغل خانگی به قوانین روی چند برگه کاغذ محدود نکرده و کشورهای موفق دنیا در این زمینه را الگو قرار داده و در راه آنها با شرایط جامعه فعلی قدم بردارند. چه خوب است که ما هم با خرید افرادی که محصولات خانگی تولید می‌کنند از آنها حمایت کنیم.

■ **حمایت از تولیدات داخلی**



سراغ جنس ایرانی را بگیریم. دیگر عادت‌مان

دادند! که مصرف‌کننده محصولات بی‌کیفیت چینی و غیره باشیم. البته خودمان هم از این هجوم واردات استقبال بی‌نظیری کرده‌ایم. زیرا ماشین‌شاسی بلند، مدروز شده است پس تمام پس‌انداز و دار و ندار خود را وسط می‌گذاریم تا خودروی شاسی بلند چینی بخریم تا مبادا از مد روز عقب بمانیم. شهر پر از مزون لباس‌های ترک شده است. بالطبع ما هم دیگر به قدری کلاس‌مان بالا رفته است که فقط از مزون‌ها

باید خرید کنیم، پس تولید پوشاک داخلی را اصلاً نمی‌بینیم. این هجمه حضور پوشاک ترک در جامعه باعث شده است سبک پوشش ما نیز تغییر کرده و بیشتر شبیه کشور ترکیه باشیم. این استقبال صدماتی را هم به فرهنگ و سبک ایرانی ما، هم به چرخه تولید داخلی وارد کرده است.

این رها کردن و بهانه‌اندان به تولید داخلی صدمات جبران‌ناپذیری به بدنه اقتصاد جامعه می‌زند. آمار بیکاری در جامعه افزایش پیدا

کرده و شغل‌های کانبد در جامعه ایجاد شده است. اما با حمایت از تولید داخلی می‌توان امیدوار بود که با برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت نرخ بیکاری کاهش یابد و مشکل بیکاری در اقتصاد ایران برطرف شود. با حمایت از تولیدکننده داخلی ارز به بهانه واردات کالاهای غیر ضروری از کشور خارج نمی‌شود و این نقدینگی به صنایع کوچک و بزرگ تزریق می‌شود و چرخ تولید به گردش در می‌آید. در صورتی که صنایع کشور با تمام توان فعالیت کنند تولید کشور افزایش خواهد یافت که این موضوع می‌تواند در نهایت به رشد اقتصادی و رسیدن به اهداف مورد نظر برای رشد اقتصادی جامعه بر خوردار است.

کار و فعالیت زنان و مردان در خانه نه تنها به رشد اقتصادی جامعه کمک می‌کند حتی تأثیر مثبتی در تربیت شخصیت فرزندان مرغوب می‌کنیم.

کارها گله دارند. بحث آسیب‌شناسی فرهنگ غربی و اثرات آن در زندگی روزمره ما نیست، اما قصد بیان این نکته را داریم که سبک زندگی غربی، که بر اساس ایجاد راحتی و کاهش زمان انجام‌اومر در زندگی ما رخند کرده است، بسیاری از مسائل ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

بازار و فروشنده خود را نافته جدا یافته از جامعه تلقی می‌کنند و به اهمیت نقش خود واقف نیستند یا اینکه تمایلی ندارند از تسودهای آنچنانی خود بگذرند به این دلیل که هویت ایرانی پایدار باشد. گاهی اوقات بد نیست سری به بازار زینم و ببینیم چه کالاهایی از چه کشورهای انبار ما را پر کرده است بدون آنکه به تأثیرات مخرب آن آگاه باشیم. واردات بی‌رویه کالاهای بی‌کیفیت خارجی گذشته از آسیب‌هایی که به بدنه اقتصاد و تولید ملی می‌زند باعث می‌گردد جوان ایرانی بیکار در کوچه پس کوچه‌ها پرسه بزند، پس آسیب جدی‌تری را به جامعه وارد می‌کند و این عبارت از تغییر بنیان فرهنگی جامعه و رواج سبک زندگی غربی است.

خوب است خیلی هم خوب است برند باز باشیم به شرط آنکه تولیدکننده ایرانی بساری ما برند ایرانی ایجاد کند؛ برندی که محصولاتش در ایران تولید شوند نه چین یا کشور دیگری و دغدغه تولیدکننده و فروشنده نیز هست و اصالت فرهنگ ایرانی باشد.

جای گرفته است حس و حال خوبی را برامان تداعی نمی‌کند که هیچ، ما را به مهمانی ناسالم‌ها نیز دعوت می‌کند.

به یمن حضور فناوری‌های پیشرفته در زندگی امروزی، نه تنها سبک زندگی ما ایرانی‌ها دچار دگرگونی، بلکه سبک تغذیه و سبک مصرف ما نیز دستخوش تغییراتی شده است. در واقع محصولات و تکنولوژی‌های وارداتی سبک زندگی ایرانی اسلامی حاکم بر کشور را به سمت غربی سوق داده است. تقلید و الگو قرار دادن زندگی غربی، جامعه را به سمت رکود اقتصادی کشانده است. چند سالی است که شاهد این رکود اقتصادی در کشور هستیم و بسیاری از تولیدی‌های کوچک و بزرگ و کارخانه‌های تولید کالاهای مصارف خانگی به علت عدم استقبال مصرف‌کننده داخلی دچار ورشکستگی شده و تعطیل شده‌اند. همراه با همگام با دنیا بودن اصلاً بد نیست ولی این همراهی قرار است به چه قیمتی باشد؟ قرار است به قیمت وابستگی و مصرف‌کننده صرف کالاهای دیگران بودن باشد؟ بعضی‌ها معتقدند بالاخره عده‌ای باید با واردات محصولات خارجی به کشور چرخ زندگی‌شان را بچرخانند ولی این افراد با این کار خود چرخ اقتصاد کشور را از کار انداخته‌اند.

هنگامی که استفاده از پوشاک و وسایل خارجی نماد پیشرفت و تشخیص افراد می‌شود، وقتی استفاده از مواد غذایی خارجی نشانه باکلاس بودن می‌شود دیگر نیاید از واردات مربا و زله و غیره تعجب کنیم، هنگامی که زندگی غربی الگوی خانواده‌های امروزی می‌شود پس وجود محصولات خارجی و استقبال از آنها امری عادی به نظر می‌رسد. ما فقط برای اینکه خود را امروزی و متجدد نشان دهیم به اجبار محکوم به استفاده از محصولات غذایی بی‌کیفیت خارجی هستیم. محصولات بی‌کیفیتی که طعم و مزه خوبی ندارد و اصلاً به پای طعم و مزه و کیفیت تولید وطنی نمی‌رسد. با استقبال از محصولات غذایی بی‌کیفیت خارجی داریم کام تولیدکننده داخلی را تلخ می‌کنیم و بسا واردات بی‌رویه مواد غذایی فائحه خودکفایی را می‌خوانیم. ای کاش، کاممان را با مربای خوش طعم و عطر وطنی شیرین کنیم. دلم واقعاً برای مرباهای پخت مادرم تنگ شده است.