



فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای ما را به سمت مصرف بیشتر سوق می‌دهند

# گردن ما زیر گيوئين هايپر ماركت‌ها

**■ صادق سبزوآنی**
چند روز پیش خیلی اتفاقی این طرح را دیدم. در طرح گیوبینتی را می‌بینیم که آماده‌است سر قربانی خود را از تن جدا کند. اما تیغه گونین چیزی جز چرخ‌های خرید فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای نیست. تصویر به‌ساده‌ترین و موجزترین روش ممکن به واقعییتی که امروز در دور و بر خود می‌بینیم، اشاره می‌کند. این روزها کافی اوست سر بیچر خانیذ تا ظهور پدیده جدی ری را ببینید. اگر زمانی سوپر مارکت‌ها آمدند و نسل بقالی‌ها آرام آرام برافتاد، امروز با ظهور هایپرمارکت‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و مراکز خرید بزرگ نسل سوپرمارکت‌ها در حال برافتادن است، اما اتفاقی که این وسط در حال روی دادن است، تغییر الگوی مصرف و الگوی خرید در بین خانواده‌هاست. اما چرا این اتفاق می‌افتد؟

**■ سبدهایی که به ما تحمیل می‌شود**

وقتی شما به یک فروشگاه مجلل و بزرگ زنجیره‌ای پا می‌گذارید چه حسی به شما دست می‌دهد؟ شما به راحتی می‌توانید وارد یک سوپرمارکت شوید و یک قوطی کبریت را مثل آب خوردن بردارید، پولش را حساب کنید و بیرون بروید. شما می‌توانید وارد یک سوپرمارکت شوید و یک بطری آب معدنی بردارید یا یک خمیر دندان و بیرون بروید. اما قسه دربار ه‌ایپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای متفاوت است. آن چرخ بزرگ و گودی که در ابتدای فروشگاه گذاشته‌اند در واقع حجم خرید استاندارد فروشگاه را به شما نشان می‌دهد. به عبارت دیگر و به زبان بی‌زبانی دارند به شما می‌گویند که مشتری این چرخ را بر می‌کند. حالا چه کسی رویش می‌شود که یک بطری آب معدنی را کف آن چرخ گود و بزرگ بیندازد و در صف مشتری‌های فروشگاه بایستد؟ دیگران درباره او چه فکری خواهند کرد؟ نمی‌گویند طرف بالکل غفلش را از دست داده‌است؟

کاری که فروشگاه‌های بزرگ خرید با ما می‌کنند این است که عمل‌نشان می‌دهند کالای زیادی برای خرید وجود دارد. این یک نکته، روشناختی بزرگی است. شما وقتی وارد یک سوپرمارکت می‌شوید یا قفسه‌های محدودی از اجناس روبرو می‌شوید، کالایی که شما بر می‌دارید بخشی از آن

### سبک‌نگوش

### شکوفه شبیانی

امروزه بخشی از اختلال‌های روانی و ذهنی ما به سبک زندگی خاص در کلانشهرها بر می‌گردد. کلانشهرهایی که آدم‌ها را مجبور می‌کند در فضاهایی کم با سرانه فضای سبزی ناچیز زندگی کنند. آدم‌هایی که به واسطه محدودیت‌های زمانی اعمال شده بر آنها فرصت تفریح و تخلیه ذهنی و روانی ندارند، بنابراین از پدیده‌هایی به عنوان تفریح و تفرج بهره می‌برند که در نهایت خود به اختلال جدیدی منجر می‌شود. در واقع آن پدیده آلتر ناتیبو یا جایگزین نه تنها کمکی به فرد نمی‌کند بلکه به اصطلاح عامه فرد از چاله به چاه می‌افتد. اما یکی از جدی‌ترین اختلال‌ها در این زمینه اختلال وسواس خرید یا Shopaholism است.

■ ■ ■

در اختلال ذهنی Shopaholism یا وسواس خرید فرد به محض اینکه در معرض استرس قرار می‌گیرد برای آن که به ذهن خود برای غلبه بر آن استرس پاداش داده باشد اقدام به خرید می‌کند. در واقع از زاویه دید بیمار خرید راهکاری برای کاستن از میزان تنش‌ها و اضطراب‌هایی است که در زندگی وجود دارد. مطالعاتی که در این زمینه صورت گرفته نشان می‌دهد زنان بیشتر از مردان درگیر این اختلال می‌شوند و از خرید به عنوان راهکاری برای غلبه بر تنش‌های زندگی استفاده می‌کنند.

کالا‌های معدود است اما وقتی وارد یک فروشگاه می‌شوید که انواع و اقسام کالاها وجود دارد و طراحی راهروها و دالان‌ها هم به گونه‌ای است که انگار شما از این قفسه‌ها سان می‌بینید هر کالایی که بردارید حتی زیاد در مقایسه با آن همه قفسه و ردیف و راهرو به نظر بسیار بسیار کوچک جلوه خواهد کرد. در واقع خرید شما هر اندازه هم که زیاد باشد به چشم نخواهد آمد. مثل این می‌ماند که کسی از بالا در یک غله‌گندم افتاده‌است و وقتی از آن توده بزرگ گندم بیرون می‌آید فقط مشت‌های کوچک و دهانش از گندم‌ها پر است. این حس که من از آن همه توده کالا فقط این چند قلم کالا را برداشتم باعث می‌شود دست به کار شویم و چیزهایی هم که نیاز چندانی به آن نداریم بخریم.

**■ آدم‌هایی که به فهرست اولیه وفادار نمی‌مانند**
آدم‌هایی را دیدیم که وقتی می‌خواهند وارد فروشگاه‌های بزرگ شوند با فهرست کالاهایی که می‌خواهند لازم دارند وارد آن فروشگاه می‌شوند اما وقتی خارج می‌شوند تقریباً با دو برابر آن چیزهایی که لازم داشتند و نوشته بودند از فروشگاه بیرون می‌آیند این یعنی در واقع به آن فهرست اولیه وفادار نبوده‌اند. اما دلیل این اتفاق چیست؟ وقتی شما هنوز به یک فروشگاه پا نگذاشته‌اید این شما هستید که تعیین می‌کنید چه چیزی می‌خواهید اما وقتی وارد یک فروشگاه با اقلام و اجناسی متنوع می‌شوید کالاها‌مدام در حال چشم‌کرتنی به شما هستند. آنها البته دست شما را به زور نمی‌گیرند، این دست شماست که فرمان صادر شده از مغز را اجرامی‌کند و به سوسی آن کالا می‌رود و آن را در سبد خرید قرار می‌دهد، اما جذابیت‌ها و رنگ و لعاب‌ها و نورپردازی‌ها همه و همه دست به دست هم می‌دهند که شما به آن فهرست اولیه خرید وفادار نمانید. اما راهکار چیست؟ در زیر به چند راهکار در این باره اشاره می‌شود.
**■ خریدهای یک تا دو ماهه‌ای که توجیه دارند**
زمانی به یک فروشگاه بزرگ خرید یا یک هایپرمارکت بزرگ پا بگذارید که احساس کنید به خاطر مسئله‌های کاری یا گرفتاری یا هر چیز دیگری نیاز دارید که مصرف ماهانه یا دو هفته یک بار را از فروشگاه خرید کنید. بسیاری از اقلام غذایی به خاطر خصلت فاسدشدنی آنها این قابلیت را ندارند که آدم بتواند ماهانه خریداری‌شان کند. طیف متنوعی از لبنیات، گوشت‌ها - به ویژه زمانی که شما اصرار دارید که تا حد امکان پروتئین تازه مصرف کنید - و برخی

# سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۹۸۴۷۱

### سبک رفتار

نوکیسه‌ها برای نمایش دارایی خود بی‌محابا می‌خرند

## سایه خرید بر آدم‌های «بودن» تا آدم‌های «داشتن»

**■ حسن فرامرزی**
چند وقت پیش مقاله‌ای از اندیشمندی می‌خواندم که محور مقاله درباره تفاوت‌های دو زندگی و دو انسان بود، وقتی خبر کش و معیار یکی در زندگی، «بودن» و دیگری «داشتن» باشد. موضوع مورد بحث این بود که اگر شما در زندگی به این فکر کنید که من چه هستم و که هستم به یک نوع مقصد و مرادی خواهید رسید و چیزهایی را در زندگی خواهید دید و اگر در زندگی معیار شما این باشد که من چه دارم و چه جمع کرده‌ام به جای دیگری خواهید رسید و چیزهای دیگری را خواهید دید.

از این زاویه دید می‌توان به موضوع مورد بحث در این صفحه پرداخت. اگر کسی حس کند که هویت و دارایی او نه به «بودن» که به «داشتن» گره خورده در آن صورت او خواهد کوشید که از هر وسیله‌ای برای نمایش داشتن یا دارایی خود استفاده کند بنابراین او چیزهایی را خواهد خرید که به واقع با آنها نیاز چندانی هم ندارد یا بایست نوع برند آنها مجبور است که مبالغی بسیار بالاتر از ارزش واقعی آنها بپردازد.

همچنان که امروز تحلیلگران اجتماعی معتقدند رفتارهای نوکیسه‌ها در زیر این بحث

قابل درک است. آدم‌هایی که از هر فرصتی برای نمایش ثروت خود بهره می‌برند و چه فرصتی برای آنها بهتر از خریدی که بتواند میزان دارایی‌های آنها را به نمایش بگذارد. در واقع افراد به میزانی که از اصالت برخوردارند به سمت تعریف خود با بودن حرکت می‌کنند و به میزانی که از اصالت فاصله می‌گیرند و وجود عاریتی را قبول می‌کنند دیگر نمی‌توانند با بودن، خود را تعریف کنند. آنها در واقع انباشته‌ای از دارایی‌های فرهنگی و معنوی و تخصص ندارند که نام آن را «باشون» و یی گذاشت بنابراین به گزینش «داشتن» روی می‌آورند و سعی می‌کنند که این خلأ و کمبود را از زندگی‌شان برطرف سازند.

درست وقت پیش خبری در رسانه‌ها می‌خواندم که اکثریت مشتری‌های برندهای کیف و کفش

### سبک تعادل

نگاه اسلام به اهمیت پرهیز از اسراف

## قوام زندگی در سایه میانه‌روی

**■ سیمین چم**
«كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا» (بخورید و بیاشامید ولی اسراف نکنید). صریح‌ترین و روشن‌ترین و کامل‌ترین عبارتی که بدون حاشیه به موضوع مصرف و تعادل در آن اشاره دارد این آیه شریفه از قرآن است. در واقع این آیه نه تنها تاکید رفتار مصرفی ماست بلکه عمل به آن ما را از هر گونه بیماری جسمانی و حتی روانی محافظت می‌کند، چراکه بخش عمده‌ای از دردهای جسمی و روحی ما به افسراط در مصرف هر چیزی برمی‌گردد. نگاهی به آیات و روایات نشان می‌دهد اسلام برای همه زوایای زندگی بشتر برنامہ دارد و تعادل در همه امور را به پیروان خود توصیه می‌نماید. اسراف یعنی زیاده‌روی و تجاوز از مسیر تعادل در هر چیزی و میانه‌روی که موجب آرامش زندگی است، درست نقطه مقابل آن است.

از نگاه قرآن کریم اسرافکاران برداران شیطان هستند و کسی که اسراف می‌کند نه فقط به خود بلکه به جامعه نیز ضربه می‌زند. فراموش نکنیم هر یک از ما به عنوان یک شهروند مسلمان به تناسب امکانات، توانایی و کارایی خود، در برابر جامعه مسئولیت داریم و اگر دست به اسراف و تبذیر بزنیم از اجرای مسئولیت و تعهدات اجتماعی خود بازمی‌مانیم و دچار عادت‌های سوءاخلاقی می‌شویم. از این رهگذر بر پیگیر جامعه ضربه می‌زنیم. نکته جالب توجه اینجاست که نگاه اسلام به تعادل در مصرف و اقتصاد به معنای مخالفت با کسب ثروت و داشتن دارای زیاد نیست و اسراف کردن فقیر و غنی نمی‌شناسد. از این روست که امام صادق (ع) می‌فرمایند: «چه ساقی فقیری که اسراف پیشه‌تر از ثروتمند است.»

و مجاهد شامی در درون منجر شود، بنابراین توصیه به کسبانی که از اختلال خریدرنج می‌برند این است که اول از همه ریشه این اختلال را در ذهن و روان خود بایزی کنند و ببینند برای فرار از کدام چالش به سمت خریدرفته‌اند، در صورت آگاهی و مواجه شدن با این چالش که سایه خود را به حسن نیز کانی به خریدشان می‌دهد، می‌توان امیدوار به بهبود روحیه و خروج فرد از افسردگی بود.
**■ روانشناس**

متقنی در این باره وجود ندارد که خرید می‌تواند واقعاً حال آدم را خوب کند. نکته مهم‌تر در این باره این است که اگر آدم‌ها حال‌شان خوب باشد یا با لذت‌های اصیل‌تر آشنا باشند در آن صورت دیگر حال خود را به خرید گره نخواهند زد که هر وقت تارک و چرخی بزرگ را بین ردیف‌ها و قفسه‌ها بچرخانند و چیزهایی که واقعاً شاید نیازی هم به آنها نداشته باشند بخرند. در واقع وقتی فرد به اینچایم رسد که «خرید می‌کنم پس هستم» و یا خرید به نمایش می‌پردازد در این صورت معلوم است که قفسه تا چه حدی فاجعه‌بار خواهد بود.

**■ در وفاداری به فهرست خرید کمی سیال باشید**

بسیار خوب است که ما در مراجعه به مراکز خرید و فروشگاه‌های بزرگ بدانیم که چه می‌خواهیم و چقدر می‌خواهیم بنابراین تهیه یک فهرست از کالاها و اجناس مورد نیاز شیوه مناسبی است. اما این به آن معنا نیست که ما از دو سوسی بام بیفتیم، یا از این جهت بیفتیم که سفت و سخت وبدون هیچ گونه نرمشی کاملاً فهرست تهیه شده‌از قبل را تهیه کنیم و از فروشگاه بیرون بیاییم و حتی یک قدم هم از موضع خود نشینیم، یا اینکه از آن طرف بام بیفتیم و دوسه برابر آنچه که قبلاً نوشته‌ایم مدنظرمان بوده خرید کنیم. تجربه نشان داده که هر دو این روش‌ها در نهایت به نفع ما نخواهد بود. چه آن که مثلاً کود کم در مراجعه به فروشگاه به کالاهایی برمی‌خورد که دوست دارد و برشان دارد. اگر ما بخواهیم بیش از اندازه درباره او سخن‌گیری کنیم امکان دارد که خرید به یک تجربه بسیار تلخ برای ما تبدیل و منجر به نزاع شود، بنابراین تا حدی باید دست اعضای خانواده در انتخاب‌هایشان باز باشد.

البته پیش‌تر می‌توان با اعضای خانواده صحبت کرد و به توافق‌هایی رسید، اما در نهایت ۲۰ تا ۳۰ درصد می‌توان دست افراد را برای انتخاب‌های تازه‌تر باز گذاشت.

**■ آیا خرید واقعاً حال آدم را خوب می‌کند؟**

شاید یکی از مهم‌ترین عواملی که باعث خلختگی و افراط در خرید می‌شود این عامل باشد که گاهی برخی از مابیش از حد به خرید به مثابه یک تفریح نگاه می‌کنیم. خرید به مثابه یک تفریح مناسب است که امروز در کلانشهرهای ما جاافتاده‌است و حتی برخی از روانشناسان توصیه می‌کنند برای گریز از افسردگی به خرید بروید! گویا اینکه واقعاً شواهد



خود را به بودن گره می‌زند، اتفاقی که برای او می‌افتد این است که داشتن در چشم او خرد می‌شود. ممکن است که چنین فردی اتفاقاً ثروتمند باشد و دارای هم داشته باشد اما آن درابری در چشم او نمودی از نمایش را به خود نمی‌کسیرد، بنابراین او این ثروت را در اختیار خریدهای تجملی و گوناگون قرار نمی‌دهد، همچنان که نمونه‌هایی از این دست را در تاریخ داریم که وقتی ثروت در دست پاکستان و صالحان قرار می‌گیرد در راستای مبالغ ملی و رشد قابلیت‌های انسان‌ها و افزایش ثروت ملی قرار می‌گیرد، همچنان که نمونه شاخص در این زمینه حضرت خدیجه (س) است و ثروت در دست ایشان که وجود خود را در بودن و نه داشتن وقت پیش خبری در رسانه‌ها می‌خواندم

مسلمانان عرف خود را به بودن گره می‌زند، اتفاقی که برای او می‌افتد این است که داشتن در چشم او خرد می‌شود. ممکن است که چنین فردی اتفاقاً ثروتمند باشد و دارای هم داشته باشد اما آن درابری در چشم او نمودی از نمایش را به خود نمی‌کسیرد، بنابراین او این ثروت را در اختیار خریدهای تجملی و گوناگون قرار نمی‌دهد، همچنان که نمونه‌هایی از این دست را در تاریخ داریم که وقتی ثروت در دست پاکستان و صالحان قرار می‌گیرد در راستای مبالغ ملی و رشد قابلیت‌های انسان‌ها و افزایش ثروت ملی قرار می‌گیرد، همچنان که نمونه شاخص در این زمینه حضرت خدیجه (س) است و ثروت در دست ایشان که وجود خود را در بودن و نه داشتن وقت پیش خبری در رسانه‌ها می‌خواندم

### سبک تعادل

نگاه اسلام به اهمیت پرهیز از اسراف

## قوام زندگی در سایه میانه‌روی

**■ سیمین چم**
«كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا» (بخورید و بیاشامید ولی اسراف نکنید). صریح‌ترین و روشن‌ترین و کامل‌ترین عبارتی که بدون حاشیه به موضوع مصرف و تعادل در آن اشاره دارد این آیه شریفه از قرآن است. در واقع این آیه نه تنها تاکید رفتار مصرفی ماست بلکه عمل به آن ما را از هر گونه بیماری جسمانی و حتی روانی محافظت می‌کند، چراکه بخش عمده‌ای از دردهای جسمی و روحی ما به افسراط در مصرف هر چیزی برمی‌گردد. نگاهی به آیات و روایات نشان می‌دهد اسلام برای همه زوایای زندگی بشتر برنامہ دارد و تعادل در همه امور را به پیروان خود توصیه می‌نماید. اسراف یعنی زیاده‌روی و تجاوز از مسیر تعادل در هر چیزی و میانه‌روی که موجب آرامش زندگی است، درست نقطه مقابل آن است.

از نگاه قرآن کریم اسرافکاران برداران شیطان هستند و کسی که اسراف می‌کند نه فقط به خود بلکه به جامعه نیز ضربه می‌زند. فراموش نکنیم هر یک از ما به عنوان یک شهروند مسلمان به تناسب امکانات، توانایی و کارایی خود، در برابر جامعه مسئولیت داریم و اگر دست به اسراف و تبذیر بزنیم از اجرای مسئولیت و تعهدات اجتماعی خود بازمی‌مانیم و دچار عادت‌های سوءاخلاقی می‌شویم. از این رهگذر بر پیگیر جامعه ضربه می‌زنیم. نکته جالب توجه اینجاست که نگاه اسلام به تعادل در مصرف و اقتصاد به معنای مخالفت با کسب ثروت و داشتن دارای زیاد نیست و اسراف کردن فقیر و غنی نمی‌شناسد. از این روست که امام صادق (ع) می‌فرمایند: «چه ساقی فقیری که اسراف پیشه‌تر از ثروتمند است.»

و مجاهد شامی در درون منجر شود، بنابراین توصیه به کسبانی که از اختلال خریدرنج می‌برند این است که اول از همه ریشه این اختلال را در ذهن و روان خود بایزی کنند و ببینند برای فرار از کدام چالش به سمت خریدرفته‌اند، در صورت آگاهی و مواجه شدن با این چالش که سایه خود را به حسن نیز کانی به خریدشان می‌دهد، می‌توان امیدوار به بهبود روحیه و خروج فرد از افسردگی بود.
**■ روانشناس**



امیر مومنان علی(ع) در بیان معیار و ملاک اقتصادی در تبیین مصرف درست و مناسب اشاره می‌کند و می‌فرماید: «کن سمحاً و لا تکن مقبداً و کن مقدرًا و لا تکن مقترًا»؛ یعنی «بخشنده باش ولی نه به حد اسراف و میانه‌رو باش و سختگیر مباش». در آیات قرآن برای بیان مفهوم اعتدال و میانه‌روی در مصرف، واژه قوام به کار رفته‌است. قرآن بیان می‌کند که مومن و نیز امت اسلامی، امتی است که بر اعتدال و قوام می‌باشد. خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: «وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا لَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا»؛ «و آنان که چون هزینه می‌کنند اسراف نمی‌کنند و خست نمی‌ورزند بلکه میان این دو، راه اعتدال را بر می‌گزینند.»