

## سبک مصرف



۶ نکته در باره عوامل تحقق نامگذاری امسال

# احترام به ایرانی پشتوانه خرید کالای ایرانی

■ محمد مهر

چندی پیش در صفحه یک فعال اقتصادی به مطلبی برخوردیم که برایم جالب بود. محتوای مطلب او در باره حمایت از کالای ایرانی بود. چکیده و عصاره مطلب این بود که «اگر ما می‌خواهیم از کالای ایرانی حمایت کنیم» اول از همه باید «حامی ایرانی» باشیم. در واقع اگر از هر کدام از ما بپرسید کالاها را از کجا می‌خرید

انسان؟ فکر نمی‌کنم کسی تردیدی به خود راه دهد و نگوید البته که انسان مهم تر است. شگفت‌است که گران‌ترین و مدرن‌ترین کالاها باز قابل قیاس با یک انسان نیست و نکته مهم تر اینکه مصدر هر کالایی انسان است. این انسان است که کالا را طراحی می‌کند و می‌سازد و به بازار مصرف می‌فرستد، از آن سو هم باز این انسان است که همان کالا را می‌بیند و ارزش بایی می‌کند و می‌خرد

## خیلی از ایرانی‌های پولدار وارد بازی دلار نشدند

از این زاویه می‌توان گفت ما هنوز روی منافع جمعی خود کار اساسی و افتاعی انجام نداده‌ایم و اگر چه در مقام نظر ممکن است قائل به این باشیم که همه ما سرنشینان یک کشتی هستیم اما در مقام عمل به این موضوع باور چندانی نداریم و تصور ما این است که هر کسی در قایق خود نشسته و پیش می‌رود. برای اصلاح این رویه که در نهایت می‌تواند عواطف و احساسات ما ایرانی‌ها را به سمت استفاده از کالای ایرانی سوق دهد کاری که می‌توان انجام داد این است که به روشنی نشان دهیم که سر نوشت ما ایرانی‌ها همه اختلاف طبقاتی و معیشتی به همدیگر گره خورده است، لذا این تفکر در جامعه باید اشاعه پیدا کند که اگر ما به عنوان ایرانی‌ها جلو برویم با هم جلو خواهیم رفت و اگر عقب بمانیم با هم عقب خواهیم ماند. با این همه امروز تفکر مسمومی در جامعه وجود دارد که هر کسی فراتر از منافع جمعی فقط و صرفاً به منافع شخصی یا باندی خود نگاه و آن منافع را برآورده کند آدم زنگ و زیرکی است و متأسفانه حتی برخی از نخبگان ما به انحای مختلف این تفکر را در جامعه اشاعه می‌دهند.

## افکار عمومی

## در باره منافع جمعی افق‌انگ نهاده است

اگر ما این انتظار را داریم که ایرانی‌ها از کالای ایرانی حمایت کنند در واقع در یک نگاه وسیع‌تر این انتظار را داریم که ایرانی‌ها از تولیدکننده کالای ایرانی حمایت کنند و به عبارت دیگر این انتظار در ما وجود دارد که ایرانی از ایرانی حمایت کند. پس صورت مسئله این می‌شود که ما تا چه اندازه به منافع جمعی و ایرانی‌مان می‌اندیشیم؟ در واقع اگر می‌خواهیم ایرانی‌ها از کالای ایرانی حمایت کنند باید به این موضوع بیندیشیم که چطور می‌شود منافع جمعی را تقویت کرد و آن وقت می‌توان روی جزئیات بیشتری دقیق شد. از جمله اینکه ما ایرانی‌ها تا چه اندازه حس حمایت از همدیگر را داریم؟ آیا فقط در سوانح و فاجعه‌هایی چون زلزله یا جنگ زمانی که احساسات و عواطف ما به جوش می‌آید حس حمایت و همدلی در ما بیدار می‌شود یا در زمان‌های عادی هم اینگونه هستیم؟ ما در این بحث می‌توانیم به عواملی که موجب تقویت حس همدلی ملی می‌شود بپردازیم و آن عوامل را به حساب بیاوریم.

اگر می‌خواهیم فرهنگ مصرف کالای ایرانی – حتی زمان‌هایی که کالای ایرانی کیفیت پایین‌تری نسبت به کالای خارجی دارد- اشاعه پیدا کند یک راه این است که از بالا این کار را انجام دهیم. مثلاً با وضع تعرفه‌های سنگین چنان کنیم که قیمت کالای خارجی برای مصرف‌کننده داخلی چندین برابر شود و در واقع با کانستن از قدرت خرید او، مصرف‌کننده را به مصرف کالای داخلی سوق بدهیم. این راهی است که در هوامع مختلف از جمله ایران به کار گرفته شده اما محدودیت‌های خاص خود را هم دارد. اول اینکه ذی‌نفعان آن تعریف سنگین را از جیب تهیدستان و طبقه متوسط بیرون بکشند. از آن سو این تفکر در جامعه به وجود می‌آید که چرا از بالا و از سوی نهادهای قانونی دست ما برای انتخاب کالای مورد نیازمان بسته شده است و در واقع مجبوریم کالای داخلی خریداری کنیم. این همه به خاطر آن است که هنوز افکار عمومی در جامعه در این افق انبساط نشده‌اند.

## افق‌های خرید داخلی و خارجی هنوز برای ما گشوده نیست

اما سویی دیگر ماجرا این است که ببینیم تولیدکنندگان کالای ایرانی به مشتری‌های خود به چه چشمی نگاه می‌کنند؟ ممکن است در حرف سخن از «حق با مشتری است» باشد، اما در عمل مشتری این احساس را با خود داشته باشد که آن جنس را به او انداخته‌اند یا به اصطلاح سرش کلاه گذاشته شده است، بنابراین مهم است که ما عوامل این حس‌ها را به خوبی آنالیز و تحلیل کنیم و ببینیم که چرا یک مشتری جنس داخلی فکر می‌کند که سرش کلاه رفته است؟! مثلاً ممکن است مشتری آن جنس با خود بگوید با یک سوم آن قیمت می‌توانسته مشابه همان کالا را با مارک ساخته شده در چین بخرد. در این صورت باید به او توضیح داده شود که: «آن جنس چینی درست است که یک دوم یا یک سوم جنس ایرانی قیمت دارد اما کیفیت قابل ملاحظه‌ای ندارد» و اگر واقعاً اینگونه باشد مشتری خواهد پذیرفت. یا به او گفته شود که این کالای قاچاق است و کالای قاچاق اگر چه در کوتاه مدت افق خوشایندی دارد اما در بلندمدت به قیمت از کار بیکار شدن کارگر ایرانی است و کارگر ایرانی هموطن است- و اگر ممکن است برادر یا خواهر یا فرزند او در روزها و سال‌های بعد باشد- و اگر هموطنان او به واسطه تعطیلی کارگاه‌ها و کارخانه‌ها بیکار شوند زمینه اشتغال امروز و فردا برای او هم تنگ‌تر خواهد شد و حتی اگر آن ایرانی شغلی داشته باشد که با بیکاری کارگران منافعی خود، خانواده و بستگانش ظاهراً به خطر نیفتد اما با گسترش بیکاری و رواج بزهکاری‌ها و دزدان گسترش بیکاری و افزایش لشکر بیکاران به چشم او هم خواهد رفت.

## چقدر از تولیدکننده‌ها و کارآفرین‌ها یمن حمایت می‌کنیم؟

ما اگر در این وانفسا و تنگناهایی که وجود دارد می‌خواهیم همچنان چرخ تولید کالای ایرانی در این کشور بچرخد به ایرانی‌های سرمایه‌دار وطن دوست نیاز داریم. به تولیدکننده‌هایی که می‌توانند سرمایه‌های خود را به ارز تبدیل و در نهایت سرمایه خود را از کشور خارج کنند اما آنها با وجود همه محدودیت‌ها و وضعیت رکود، فشار عواری، مالیات، دستمزد و پول بیمه کارگران در کشور می‌مانند و بر کوره کم‌ارزش کردن قدرت پول ملی نمی‌دند. در چنین جوی یا وظیفه ما این نیست که از این تولیدکنندگان و کارآفرین‌ها حمایت کنیم؟ در واقع دوباره بازمی‌گردیم به همان صورت موضوعی که در ابتدا طرح و گفته شد، حمایت از کالای ایرانی چیزی جز حمایت از تولیدکنندگان کالای ایرانی نیست اما ما تا زمانی که تصویرهای درستی از تولیدکنندگان نداشته باشیم این حمایت را صورت نخواهیم داد. تا زمانی که منشأ ثروت در ایران مخدوش باشد و رانتخوارها در این بازار جولان بدهند تر و خشک با هم خواهند سوخت، به‌خاطر اینکه تولیدکنندگان

## درد

اگر ما این انتظار را داریم که ایرانی‌ها از کالای ایرانی حمایت کنند در واقع در یک نگاه وسیع‌تر این انتظار را داریم که ایرانی‌ها از تولیدکننده کالای ایرانی حمایت کنند و به عبارت دیگر این انتظار در ما وجود دارد که ایرانی از ایرانی حمایت کند. پس صورت مسئله

یا نمی‌خرد، بنابراین اگر می‌خواهیم از کالای ایرانی حمایت صورت گیرد باید ببینیم که آن ایرانی و آن شهروندی که ما از او می‌خواهیم از کالایی حمایت کند چه نگاهی به خود، به کشور و به هموطنان خود دارد و اگر در این باره گره‌هایی وجود دارد آن گره‌ها را از میان برداریم. آنچه در ادامه می‌آید مرور شش نکته در این زمینه است.

در روزهای پایانی فروردین ماه امسال وقتی حباب بزرگ دلار به اوج خود رسید و قیمت دلار طی یک روز صعود عجیبی را تجربه کرد برخی از ایرانی‌ها به ویژه در شبکه‌های اجتماعی نگران آینده و سر نوشت خود بودند چون آنها می‌دانستند که اگر قیمت دلار همین طور بالا برود چیزی از ارزش پولی باقی نخواهد ماند و این یعنی که سرمایه‌های آنها به باد رفته است چون وقتی حساب و کتاب می‌کردند آشکارا می‌دیدند که با این وضعیت بخش اعظمی از دارایی‌ها و سرمایه‌های آنها عملاً از دست رفته است و از سوی دیگر باید منتظر روزهای گرانی و تورم باشند. در چنین شرایط التهابی به این فکر کنید که اکثر ایرانی‌ها می‌خواهند که به صرفای با سر بزنند و همان دارایی که با زیاد خود را تبدیل به دلار کنند. در آن صورت آیا سنگ روی سنگ بند می‌شود؟ می‌دانید بخش اعظمی از دارایی‌ها و سرمایه‌های آنها عملاً می‌رفت؟ ولی بسیاری از ایرانی‌ها حتی آنها که سرمایه‌های قابل توجهی داشتند این کار را نکردند چون آنها می‌دانند که اگر به این بازی خطرناک وارد شوند عملاً ارزش پول ملی خود را پایین آورده‌اند.



اصلی و سرمایه‌داران مشروع و کارآفرین‌ها هم کمابیش با همان تصویر ذهنی مواجه خواهند شد که افراد از رانتخوارها و سوداگران دارند. در حالی که تولیدکننده‌ای که از پنج، شش نفر تا ۶۰ هزار نفر را به کار گرفته و در وضعیت دشوار تولید، چرخی از چرخ‌های اقتصادی را در حوزه‌های مختلف می‌چرخاند در واقع سرباز اقتصادی کشور و قهرمانی از قهرمانان کشور است. نکته مهم اینجاست که ما دست از نگاه‌های تنگ‌نظرانه برداریم و اگر در جایی قابلیت ظرفیتی مثبت را می‌بینیم آن را معرفی کنیم حتی اگر احساس می‌کنیم که باوری از باورهای آن تولیدکننده به عقاید ما نمی‌خواند اما به خاطر منافع جمعی نگاه وسیع‌تری به موضوع داشته باشیم. در واقع بسیار دور از ذهن خواهد بود که ما بدون آن که تصویرهای خوبی از هم داشته باشیم به حمایت از کالای ایرانی بپردازیم. در واقع رگ و ریشه‌های حمایت از کالا در حمایت از خودمان است و همچنان که ما از اعضای خانواده خود در برابر چالش‌های اقتصادی و عاطفی... حمایت می‌کنیم اگر نگاه ما وسیع باشد این اتفاق را در گستره یک ملت به نام خانواده بزرگ ایران رقم خواهیم زد.

## از ایرانی حمایت کنیم تا از کالای ایرانی حمایت کند

سخن پایانی اینکه اگر ما می‌خواهیم هموطن‌های ما کالای ایرانی را محکم بغل کرده و از آن حمایت کنند ما هم باید هموطنانمان را محکم بغل کرده و از آنها حمایت کنیم. نمی‌شود هموطن ایرانی را در یک فضای بی‌عدالتی رها کرد، نمی‌شود هموطن ایرانی را در فضایی رها کرد که او مجبور است برای ۲ میلیون و ۳ میلیون تومان در ماه بجنگد، تازه همان ۲ میلیون و ۳ میلیون را سر وقت به او ندهند و با هزار اما و اگر حقوق و دستمزد خود را دریافت کنند، آن وقت هم او می‌بیند که عده‌ای به راحتی به منابع ثروت دسترسی نامشروع دارند. نمی‌شود انتظار داشت که ایرانی از کالای ایرانی حمایت کند در حالی که مانوانست‌ایم در توزیع عادلانه ثروت در جامعه به توفیق چشمگیری برسیم، بنابراین اگر به دنبال حمایت از کالای ایرانی هستیم بیش از هر چیزی باید زمینه‌های تحقق عدالت اجتماعی و اقتصادی را در جامعه فراهم کنیم.

## نگاه



چرا یک ایرانی آب معدنی ۵۰ هزار تومانی فرانسوی می‌خرد؟

## خریدهای لاکچری راه مصرف ثروت‌های بادآورده

■ آیدین تبریزی  
در سال‌های اخیر در جامعه ایران شاهد نوعی از خریدهای عجیب و غریب بوده‌ایم که احتمالاً برای سرپوش گذاشتن بر خلأهای ذهنی و روانی صورت می‌گیرد. مثلاً در خبرها می‌شنویم که در فلان سوپرمارکت یا هایپرمارکت شمال تهران، آب معدنی فرانسوی عرضه شده است که هر بطری کوچک آن ۵۰ هزار تومان قیمت دارد و البته در کمال شگفتی می‌شنویم که عده‌ای در حال این گونه خریدها هستند، یعنی حاضرند برای یک جره آب ۵۰ هزار تومان پرداخت کنند. در واقع ما شاهد شکل‌گیری طبقه‌ای در جامعه خودمان هستیم که حتی می‌خواهد آب خوردنش هم از دیگران متمایز باشد. چون احتمالاً هیچ نقطه تمایز اصیلی با دیگران ندارد می‌خواهد به این واسطه برای خود نقطه تمایز ایجاد کند و آن احساس کمبود درونی را بپوشاند.

## نوکیس‌ها و خریدهای لاکچری خارجی

چند سال پیش مقاله‌ای را می‌خواندم که در آن نوشته بود خریداران برندهای فوق لوکس فرانسوی، نوکیسه‌های چینی هستند که حاضرند فی‌المثل برای یک کیف زنانه ۱۰۰ هزار یورو هزینه کنند. در آن مقاله آمده بود که فرانسوی‌ها حتی کسانی که ثروت‌های قابل توجهی دارند مشتکی این نوع برندها نیستند. در واقع ثروتمندان فرانسوی که ثروت خود را به صورت خانوادگی و در چند نسل چرخانده‌اند و پیش آمده‌اند حاضر نیستند پول خود را در بیزند اما نوکیسه‌ها که نتوانسته‌اند ثروت خود را هضم کنند و به عبارتی ثروت آنها از طریق زد و بند، پولشویی، رانتخواری و فساد به دست آمده است- چون اقدامات هستند و معمولاً هویت برجسته و اصلی ندارند- دوست دارند که نگاه‌ها را با خریدهای انچنانی به سمت خود جلب کنند، بنابراین آنها حاضرند برای یک همبرگر چند هزار دلار هزینه کنند یا برای یک بستنی یا روکش طلا صدها بلکه هزاران دلار بپردازند یا بروند در هتل‌ی بخوابند که حتی سرویس بهداشتی‌اش هم از طلاست و دست‌کم به آنها گفته شده که از طلاست.

## درد

اگر ما می‌خواهیم و به جد به دنبال آن هستیمیم که جراحی اقتصادی در جامعه صورت دهیم و به واسطه این جراحی مصرف کالای ایرانی در کشور بیشتر شود، اول از همه باید جراحی بزرگی در شفاف‌سازی اقتصادی انجام شود، در آن صورت با معلوم شدن قانون‌های ثروت می‌توان احساس عدالت را در جامعه شکل داد

## لاکچری بازی، نتیجه ثروت‌های بادآورده

هر جایی که ثروت‌های ی‌بادآورده و رانتی دارد و نوکیسه‌ها را رشد می‌دهد در آن جامعه افرادی هم وجود دارند که با شعبده بازی‌های عجیب و غریب به دنبال آن هستند بخشی از این ثروت‌های بادآورده را با عرضه برندهای لوکس و لاکچری از جیب این عده خارج کنند، بنابراین هر قدر هم که شما بر گمرک سخت بگیرید و این مقام مسئول و آن مقام مسئول و شرامت و سرزنش کنید که چرا مثلاً اجازه داده‌اید که آب معدنی لاکچری وارد کشور شود یا چرا بستنی با روکش طلا عرضه می‌شود یا چرا در فلان رستوران یک کلیو کباب به قیمت یک میلیون و پانصد هزار تومان عرضه می‌شود یا چرا این کالاهای به صورت قاچاق وارد کشور می‌شود، واقعیت این است که به جایی نخواهیم رسید، چرا؟ به خاطر اینکه ما با پدیدایی به نام ثروت‌های ی‌بادآورده و رانتی روبه‌رو هستیم. ما با پدیده جدی و مخاطره آمیز، افراد، خود را مکلف می‌دانند در ایران مواجه شده‌ایم. ما با سرمایه‌دارهایی