

سبک نگرش



کنترل بیرونی، تولید داخلی ما را به سمت «ماست مختار السلطنه» سوق داده است!

سواری بر ندینگ بر گرده سبک زندگی برون محور

می‌کنند، سرتکی که متأسفانه بدون هیچ‌گونه احساس گناه و عذاب وجدانی صورت می‌گیرد.

■ **تولید داخلی به سمت «ماست مختار السلطنه» سوق داده شده است!**

حکایت است که روزی به مختار السلطنه اطلاع دادند که نرخ ماست در تهران خیلی گران شده است. مختار السلطنه دستور داد که کسی حق ندارد ماست را گران بفروشد. چون چندی بدین منوال گذشت برای اطمینان خاطر با قیافه ناشناخته به یکی از دکان‌های لبنیات‌فروشی رفت و مقداری ماست خواست. ماست‌فروش که او را شناخته بود پرسید: «چه جور ماستی می‌خواهی؟ ماست معمولی یا ماست مختار السلطنه؟» مختار السلطنه با حیرت و شگفتی از ترکیب و خاصیت این دو ماست طعار دوغ است که در جلوی دکان می‌بینید و یک لث است که با شیر درست می‌کنند و بدون آب است و با قیمت دلخواه اما ماست مختار السلطنه همین طعار دوغ است که در جلوی دکان می‌بینید و یک لث ماست و باقی آب است و به نرخ مختار السلطنه می‌فروشیم و بدان نیز این لقب را دادیم. حال کدام را می‌خواهی؟»

در واقع کنترل صرف بیرونی، تولید داخلی ما را به سمت «ماست مختار السلطنه» سوق داده است زیرا منبع کنترل بیرونی است، رقابت بیرونی است، زندگی و سبک آن مبتنی بر خاستگاه بیرونی است نه رضایت فردی. رفاه انسانی، اخلاق اجتماعی، حقوق مدنی، بلکه مبتنی بر قانون کنترل سود و ارتقای طبقاتی. طبعاً در چنین ساختاری وضعیت بسیار سخت خواهد بود. اولاً نیازمند قوانین سخت حکومتی هستیم، ثانیاً بسیاری از مسئولان نیز خود دارای این سبک تربیتی هستند. چنانچه افراد قانون مدار و مجری قانون نیز دارای منبع کنترل بیرونی باشند و وجدان و ارزش‌های انسانی ملاک تصمیم و رفتار آنان نباشد می‌تواند به این سطح تعلیم دامن بزند.

■ **موضوع، کیفیت یا قیمت کالا نیست**

این شرایط فرصتی برای ورود بازارهای اقتصادی بلعنده و مبتنی بر تبلیغات را فراهم می‌آورد و تقریباً می‌توان به صراحت عنوان کرد که اقتصاد در این جامعه امنیت ندارد و انسان‌ها رضایت ندارند. موضوع صرفاً کیفیت یا قیمت کالا نیست، موضوع احساس ارزشمندی فردی و اجتماعی است که باید در بطن سبک زندگی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان شکل بگیرد و درونی شود. این سبک زندگی دارای دو ایراد و مشکل عمده است. اینکه تولید مبتنی بر وجدان نیست و تولیدات دارای عناصر و کالاهای تقلبی هستند، زیرا ملاک ارزش‌های انسانی نیستند، بلکه ملاک بالا رفتن تولیدکنندگان از طبقه فعلی اقتصادی، به طبقه بالاتر اقتصادی است.

ثانیاً مصرف‌کننده‌ها دارای رضایت نیستند و همیشه هیچ چیز، یک شیء،

سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۶۸۴۷۱

د

آیا می‌توان از توسعه نام برد اما صرفاً متکی بر صنایع کلان بود و فرد فرد جامعه را نادیده گرفت؟ صنایع در هر موقعیتی و در هر شرایطی باشند او لا نیروی انسانی بر آن مدیریت می‌کند، ثانیاً تولیدات آن به مصرف انسان‌ها خواهد رسید، بنابراین این چگونگی می‌توان نیروی انسانی و شهروند دارای شخصیت وابسته به الگوی غیر را به سمت تولید مناسب و خرید داخلی سوق داد؟

سبک مصرف



آستانه خرید و مصرف کجاست؟

چاله‌های خواستن را به چاه تبدیل نکنیم

■ **نگین خلج سرشکی**

چند روز پیش در اتوبوس مادر و فرزندی را دیدم که درباره یکی از بزرگ‌ترین فقرهای بشر صحبت می‌کردند. فقری که ما با نام چهل در مصرف می‌شناسیم. پسر از مادر خود پرسید اسراف چیست؟ و مادر پاسخ داد مصرف زیاد و بیش از اندازه مورد نیاز و پسر بچه باز هم پرسید پس چرا اسراف را با صاف نمی‌نویسند اگر معنی آن مصرف بیش از حد است؟! اینجا بود که مادر دیگر جوابی برای پسر خود نداشت. این امر باعث شد تا من کمی نسبت به این واژه حساس شوم و در پی اصل و ریشه آن بروم. اسراف از ریشه کلمه «سرف» در زبان عبری می‌آید که معنی رد کردن حد تعادل و مجاز یک امر است. هیچ فرقی ندارد که این امر در وسیله زندگی، خوراک، پوشاک و یا حتی اخلاق یک انسان خلاصه شود. وقتی در مصرف چیزی از حد بگذرد پس در آن اسراف کرده‌اید حتی اگر در استفاده از کلمات باشد. از طرفی، اگر در قناعت هم افراط داشته باشید پس در قناعت هم اسراف کرده‌اید.

بعضی‌ها فکر می‌کنند که نباید خرید کنند، درست بخورند، درست بپوشند و در کل نباید چیزی بخواهند. در صورتی که انسان باید به حد و اندازه همه نیازهای خود را رف کند و خسیس بودن را اصلاً پای قناعت و کم‌مصرفی نگذارد. انسان باید لباس آراسته بپوشد اما نه به نوع افراطی و چشمگیر. انسان باید خوراک مناسب داشته باشد اما نه به معنی پر خوری. انسان باید وسایل و اسباب آسایش خود را فراهم کند اما نه به نوع تجمل‌گرایی. خیلی‌ها به اشتباه تجمل‌گرایی و تنوع‌طلبی افراطی را مدگرایی معنی می‌کنند. چنده الزامی وجود دارد ماه به شش مامه و یا بر اساس تغییر فصل تمامی آنها را عوض کرد؟ آخر بعضی‌ها تغییر فصلی دارند که باید در بهار همه چیز رنگی و در پاییز همه وسایل ترکیبی از انواع رنگ پودهای و گرم باید کار باشند. جالب است که بعضی‌ها هم از آن طرف ماجرا برت شده‌اند و آن قدر قناعت به خرج می‌دهند که دیگر از خرج کردن هم می‌ترسند و کلاً دیگر هیچ کاری نمی‌کنند. اسراف منتقل می‌کند و بعد از مدتی دوباره خسته‌کننده و کهنه می‌شود. این عدم رضایت باعث می‌شود فرد در زیبایی و کمال نیز دچار طمع و اسراف شود. پس مراقب حد و مرز خواسته‌ها و نیازهایمان باشیم.

اسراف علاوه بر هزینه‌های سنگین می‌تواند بر سلامت روانی خانواده نیز تأثیر منفی بگذارد. هر خانهای یک سقف مالی دارد که براساس میزان درآمد پدر و مسادر خانواده تعیین می‌شود. این سقف مالی یعنی اینکه تا چه میزان می‌توان خرج کرد که اگر از سقف شده است، زیاده‌خواهی یکی از طرفین زندگی مشترک باعث می‌شود کمر تاب‌آوری مالی فرد دیگر بشکند و اگر این فشارها روز به روز بیشتر شود پس گردبادی را به وجود می‌آورد که سقف خانه را از بین می‌برد. امروزه اگر به دادگاه‌های حل اختلاف خانواده بروید، متوجه خواهید شد که علت بسیاری از مشکلات خانواده‌ها همین اسراف و تجمل‌گرایی یکی از طرفین زندگی مشترک است. اسراف اگر در زندگی مشترک

یا بگیرد به طور قطع عشق و احترام را قلج می‌کند. دیگر زندگی مشترک معنی اشتراک و سهم در بالا و پایین زندگی را نمی‌دهد. این بالا و پایین شامل مشکلات اقتصادی و سقف مالی خانواده می‌شود. مدیریت مالی یک خانواده فقط بر عهده مرد زندگی نیست بلکه زن هم باید در مدیریت مالی خانه مؤثر باشد. اسراف همان سبک زندگی جنجالی و باعث ازدحام مالی زندگی است. این گونه است که حتی دارترین انسان‌ها هم دچار فقر می‌شوند و آن هم فقر فکری است. فقر یعنی کمبود و کم داشتن. به نظر می‌رسد خیلی‌ها بسیار دارا و ثروتمند هستند اما با تجمل‌گرایی و اسراف در واقع فقر فکری خود را نشان می‌دهند. البته درست است که انسان خوش‌پوش و خوش‌معاش همیشه مورد احترام است و انسان باید به ظاهر خود مانند باطن اهمیت بدهد اما به قول سعدی «تن آدمی شریف است به جان آدمیت/نه به کلاهش زیناست نشان آدمیت.» این کلام یعنی انسان باید در ابتدا باطن و جانی نه‌آین که سبک زندگی جنجالی برای آنها عادت شده است. آنها همیشه می‌خواهند نقش همین لباس زیناست نشان آدمیت.» این کلام یعنی انسان باید در ابتدا باطن و جانی شریف و زیبا را به وجود بیاورد و کمال اصلی در آن است. پس بهتر است بدون اسراف کمی برای باطن هم وقت بگذاریم و فقط ظاهر را خوش‌پوش نکنیم.

بعضی‌ها آن قدر طلب می‌کنند و در خواست بعضی‌ها فکر می‌کنند که نباید خرید کنند، درست بخورند، درست بپوشند و در کل نباید چیزی بخواهند. در صورتی که انسان باید به حد و اندازه همه نیازهای خود را رف کند و خسیس بودن را اصلاً پای قناعت و کم‌مصرفی نگذارد. انسان باید لباس آراسته بپوشد اما نه به نوع افراطی و چشمگیر. انسان باید خوراک مناسب داشته باشد اما نه به معنی پر خوری. انسان باید وسایل و اسباب آسایش خود را فراهم کند اما نه به نوع تجمل‌گرایی. خیلی‌ها به اشتباه تجمل‌گرایی و تنوع‌طلبی افراطی را مدگرایی معنی می‌کنند. چنده الزامی وجود دارد ماه به شش مامه و یا بر اساس تغییر فصل تمامی آنها را عوض کرد؟ آخر بعضی‌ها تغییر فصلی دارند که باید در بهار همه چیز رنگی و در پاییز همه وسایل ترکیبی از انواع رنگ پودهای و گرم باید کار باشند. جالب است که بعضی‌ها هم از آن طرف ماجرا برت شده‌اند و آن قدر قناعت به خرج می‌دهند که دیگر از خرج کردن هم می‌ترسند و کلاً دیگر هیچ کاری نمی‌کنند. اسراف منتقل می‌کند و بعد از مدتی دوباره خسته‌کننده و کهنه می‌شود. این عدم رضایت باعث می‌شود فرد در زیبایی و کمال نیز دچار طمع و اسراف شود. پس مراقب حد و مرز خواسته‌ها و نیازهایمان باشیم.

اسراف علاوه بر هزینه‌های سنگین می‌تواند بر سلامت روانی خانواده نیز تأثیر منفی بگذارد. هر خانهای یک سقف مالی دارد که براساس میزان درآمد پدر و مسادر خانواده تعیین می‌شود. این سقف مالی یعنی اینکه تا چه میزان می‌توان خرج کرد که اگر از سقف شده است، زیاده‌خواهی یکی از طرفین زندگی مشترک باعث می‌شود کمر تاب‌آوری مالی فرد دیگر بشکند و اگر این فشارها روز به روز بیشتر شود پس گردبادی را به وجود می‌آورد که سقف خانه را از بین می‌برد. امروزه اگر به دادگاه‌های حل اختلاف خانواده بروید، متوجه خواهید شد که علت بسیاری از مشکلات خانواده‌ها همین اسراف و تجمل‌گرایی یکی از طرفین زندگی مشترک است. اسراف اگر در زندگی مشترک

یک فرهنگ، یک نیرو، یک قدرت، یک حمایت، یک الگو و یک ساختار حمایتی بهتر وجود دارد که ممکن است در دسترس آنها نباشد و تبلیغات و رسانه‌ها این بستتر را فراهم کند که برای مصرف‌کننده مرغ همسایه همیشه غارت است. همیشه در رضایتی وابسته به تبلیغات هستند و همیشه وابسته به منابعی هستند که نه دارای کیفیت رفع‌کننده‌نیز مصرف، بلکه مبتنی بر برند رفع‌کننده ضعف شخصیتی‌شان هستند. در چنین شرایطی این کالا نیست و نیاز نیست که در بطن اقتصاد جولان می‌دهد بلکه تبلیغات و برندینگ روی کرده ضعف شخصیتی برون محور است که تلاش می‌کند ضعف شخصیتی افراد را پوشش دهد و کالا را به بطن زندگی آنان وارد کند. این موضوع صرفاً مششعب از تبلیغات نیست. این موضوع منشعباً از سبک تربیت و سبک زندگی و ساخت‌دهی شخصیت فردی افراد در خانواده است. در واقع تبلیغات روی ضعف و نیاز شخصیتی افراد سرمایه‌گذاری می‌کند.

■ **لزوم تغییر در ساختار سبک زندگی**

اگر می‌خواهیم اقتصادی برناممند داشته باشیم باید سبک زندگی، تفکر و شخصیت درون‌زا و درون محور و مبتنی بر ارزش‌گذاری درون‌ارزشی داشته باشیم. اگر قرار است تحولی در اقتصاد و یا هر برنامه بلندمدت کشوری رخ بدهد مستلزم تغییر در ساختار سبک زندگی و برنامه هدفمند ساختار تفکر و روان افراد جامعه است. چگونه می‌توان از اقتصاد و تولید و یا هر برنامه استراتژیست ملی نام برد، اما آن را در سبک زندگی و رفتار فرد به فرسد افراد جامعه پیاده کرد؟

■ **استراتژی‌ای محکوم به شکست**

تحول اقتصاد آلمان نه منوط به صنعت پیشرفته آن کشور، بلکه منوط به تحول در سبک زندگی و تفکر انسانی مردم جامعه آلمان است. در واقع نمی‌توان برنامه‌هایی تعیین‌کننده و مهم را با مدیریت صرف تکنولوژی محوری یا با اعلامی تسهیلات و… و محقق ساخت بلکه نیازمند بازسازی و تمرکز روی ساختار و سبک زندگی فرد به فرد افراد جامعه و خانواده است.

آیا می‌توان از توسعه نام برد اما صرفاً متکی بر صنایع کلان بود و فرد فرد جامعه را نادیده گرفت؟ صنایع در هر موقعیتی و در هر شرایطی باشند او لا نیروی انسانی بر آن مدیریت می‌کند، ثانیاً تولیدات آن به مصرف انسان‌ها خواهد رسید، بنابراین چگونه می‌توان نیروی انسانی و شهروند دارای شخصیت وابسته به الگوی غیر را به سمت تولید مناسب و خرید داخلی سوق داد؟ به نظر می‌رسد هر گونه برنامه و استراتژی که متمرکز بر این مهم نباشد محکوم به شکست است. سبک زندگی مبتنی بر برون‌محوری و برون‌ارزشی منجر به این خواهد شد که هر ابزار تبلیغاتی‌ای بتواند محصول خود را وارد بطن زندگی و خانواده ما کند.

✽**روانشناس بالینی و مدرس دانشگاه**

کالای ایرانی برای شهروند ایرانی



دوستان و همسایگان خود را نیز به خرید کالای ایرانی تشویق کرده‌ام. اینکه ما می‌توانیم از کالاها و وسایل خودمان تحت عنوان و مارک و برند ایرانی استفاده کنیم بد نیست، چه عمیبی دارم، ما باید از کارگران و کالاهای کارخانه‌های کشور خودمان با تمام توان حمایت کرده و تا حد امکان به سمت برندهای خارجی نرویم. مسلماً خانم‌ها نقش اصلی را در خرید وسایل و کالاهای مورد نیاز خانه دارند پس باید آنها فرزندان و همسر خود را نیز به سمت کالاهای ایرانی سوق دهند نه اینکه خود ما خارجی بخیریم و خارجی بخوریم و خارجی بپوشیم بعد

اگر صلاح دیدیم و دلمان برای کارگر هموطن‌مان سوخت به همسایه توصیه کنیم که ایرانی بخرد و بخورد و بپوشد. این حمایت تنها نباید برای همسایه باشد. باید همه ما به یکدیگر فرهنگ ایرانی‌ام، ایرانی می‌خرم را آموزش داده واز این مهم بیروی کنیم. هر یک‌از ما در آرای هر کالایی که می‌خریم پول بخرت می‌کنیم. عرضه‌کنندگان کالا و خدمت نیز با این می‌روم و وقتی دست او را گرفته و به سمت اجناس ایرانی

■ **بهنام صدقی**

زن و مردی به همراه دختر دم‌بختشان وارد فروشگاه لوازم خانگی می‌شوند. برای تهیه چیزی به دخترشان آمده‌اند. دور تا دور فروشگاه را می‌چرخند و مدام با یکدیگر بحث و جدل می‌کنند. مرد می‌گوید: «خانم! به خدا این ایرانی‌ها به‌صرفه‌تر هستند. تازه عمرشان هم بیشتر از این بنجل‌های خارجی است. این جوری دخترمان هم می‌تواند پیشتر و با خیالی راحت‌تر از اینها در خانه‌اش استفاده کند.» زن حرف آقا را قبول نمی‌کند و با پافشاری هر چه تمام می‌گوید: «کل فامیل برای سیمونی دخترشان خارجی خرید کرده‌اند، حالا من بیایم و برای چیزی به تک‌دخترم ایرانی بخرم؟! مردم چی می‌گن آقا؟ نمیگن حتماً نداشتن. میگن رفتن به مست خرت و پرت خریدن، من از این مغازه خرید نمی‌کنم.» مغازه‌دار هم افتاده دنبال‌شان و به آنها می‌گوید: «خانم محترم ما آقا راست می‌گویند. در ضمن باید خدمت‌تان عرض کنم که من اصلاً جنس خارجی ندارم و برای اینکه مردم ایرانی بخردند و از اجناس ایرانی و تولیدات داخلی خودمان حمایت کنند تمام وسایلی که می‌بینید ایرانی هستند.» خانم کم‌کم متقاعد می‌شود و می‌رود به سمت انتخاب و خرید کالایی ایرانی برای چیزی به یک دختر ایرانی. بی‌شک مشابه این‌مادر در جامعه کم می‌نیستند که می‌توان آنها را به خرید کالای ایرانی ترغیب و متقاعد کرد. البته شمار کسانی که کالای ایرانی می‌خرند و می‌فروشند کم هم نیست. نمونه‌هایی که در ادامه می‌آید از این گروه از شهروندان هستند.

■ **ایرانی‌ام، ایرانی می‌خرم**
سارا صفری، ۴۶ ساله، خانه‌دار به نوبه خودم تا جایی که امکان داشته کالای ایرانی خریدم و