

## سبک کار و تولید



## فرش ایرانی، زعفران ایرانی، پسته ایرانی و برنج ایرانی

# تولد برند ایرانی از دل کیفیت

### حسین سروقاتم\*

در جهان امروز سبک زندگی (Lifestyle) بسیار مهم شمرده می‌شود؛ مجموعه‌ای از منش های ذاتی ما و همچنین روش‌هایی که برای ادامه حیات برگزیده‌ایم. بحث سبک زندگی در بسیاری از سخنان رهبر فرزانه و از جمله بیانیه گام دوم انقلاب مطرح شده و مورد توجه قرار گرفته است. ایشان در مهر ۱۳۹۱ در جمع پرشور جوانان خراسان شمالی سؤالات مهمی را در این خصوص مطرح کردند و آسیب شناسی آنها را خواستار شدند. در پاسخ به این مطالبه اساسی هر هفته یکی از این سؤالات را مطرح کرده، به بررسی پاسخ خواهیم پرداخت. تاکنون به ۱۴ سؤالی پرداخته‌ایم و اما پرسش بیست و پنجم: «تولید کیفی در بخش‌های مختلف، چقدر مورد توجه و اهتمام است؟»

### دائم در فکر کیفیت دادن باشید

«دائم در فکر کیفیت دادن باشید. محکم کاری، استحکام کار و بالابردن کیفیت کار را مراقب باشید. یک کار اساسی باید به بهترین کیفیت‌ها عرضه شود تا ماندگار باشد.»

این عبارت از بیانات مهم رهبر معظم انقلاب درباره اهمیت کیفیت و تولید کالااست. بحث توجه به کیفیت، به ویژه در شرایطی که کشور ما از جهت اقتصادی نیازمند تولید و خودکفایی است، بسیار مهم و پیش برنده است. آنچه ضرورت سیاست‌گذاری‌های شایسته را دوچندان می‌کند توجه به فرصت‌ها، تهدیدها، کاستی‌ها و محدودیت‌هایی است که ملت ما در مسیر شکوفایی اقتصادی با آنها روبروست. بدیهی است امکان طرح همه مباحث در این مجال فراهم نیست، اما...

آب دریا را اگر نتوان کشید

هم به قدر تشنگی باید چشید

### ایران و تولید کالاهای بی نظیر

برخی از اجناس و کالاهای ایرانی نه تنها در ایران که در دنیا عنوان برترین‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. فرش ایرانی، زعفران ایرانی، پسته ایرانی، برنج ایرانی و... از آن جمله هستند. به گونه‌ای که برخی کشورها مارک ایرانی بر این قبیل اجناس خود زده و در سطح بین‌المللی با قیمت‌های گزاف می‌فروشند. بدیهی است که ما برای

## سبک حمایت

حمایت از تولید ملی و کالای ایرانی موضوعی است که حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر انقلاب اسلامی بارها بر آن تأکید فرموده و حتی در پیامی به مناسبت آغاز سال ۱۳۹۷، سال جدید را سال «حمایت از کالای ایرانی» نامگذاری کردند. در ادامه گزیده‌ای از بیانات ایشان را درباره حمایت از کالای ایرانی و اهمیت تولید ملی می‌خوانید.

### ۱) واردات کالاهایی که در داخل به قدر کافی تولید می‌شوند، باید به صورت یک حرام شرعی و قانونی شناخته بشود؛ آنچه در داخل تولید می‌شود، از خارج وارد نشود. اینکه ما نگاه کنیم، ببینیم کالاهای مصرفی ما از خوراک گرفته تا پوشاک، وسایل منزل، کیف و کفش بعضی از بانوان، وسایل مدرسه و دفتر و قلم و امتال اینها از خارج بیاید، این مایه شرمندگی است! انسان احساس شرم می‌کند؛ هم در مقابل تولیدکننده داخلی احساس شرم می‌کند هم در مقابل آن کسی که این جنس را از بیرون برای ما می‌فرستد. (۱۳۹۶/۱/۱)

۲) گاهی اوقات یک جنسی در داخل می‌تواند تولید بشود، اما بعضی‌ها که از واردات آن جنس سودهای کلانی می‌برند، می‌آیند جلوی این تولید داخلی را می‌گیرند؛ اگر شد با رشوه - آقا این کار خانه را تعطیل کن یا نسا و این پول را بگیر - اگر زیر بار نرفتی، با تهدید با جنایت. من نمی‌خواهم حالا اسم کالاهای را بیآورم؛ کالاهایی را می‌شناسیم که توان داخلی تولید در آنها

فروش این قبیل اجناس نیاز به تبلیغ نداریم و مردم در مقام ارزش‌گذاری به هیچ وجه کالاهای خارجی را جایگزین آنها نمی‌کنند؛ چه اتفاقی افتاده است که این قبیل کالاها با «برند ایرانی» مطرح شده‌اند؟ چرا سایر محصولات ما چنین نیستند و چه کنیم که این اتفاق مبارک در زمینه‌های دیگر نیز تعمیم و گسترش یابد؟

اینها سؤالاتی است که باید در پی پاسخ مناسب برای آنها باشیم. ارائه راهکار برای حل هر مسئله زمانی محقق می‌شود که همه ذوای آن مورد توجه قرار گیرد. من تلاش می‌کنم به اجمال برخی از ابعاد بحث حاضر را موشکافی کنم.

### نقش کاستی‌ها در بازدارندگی

مسار راه تولید کیفی کالای ایرانی با کمبودها و کاستی‌های متعددی دست به گریبایم. در این خصوص می‌توان به سهل‌انگاری اشاره کرد که یکی از خصیصه‌های اخلاقی نادرست ماست. ما اغلب مسئولیت کار خویش را به عهده نمی‌گیریم و از زیر بار آن شانه خالی می‌کنیم. بله، ممکن است شما شخصا این‌گونه نباشید، ولی جامعه‌شناسان معتقدند وقتی فرآگیری یک پدیده اجتماعی مرز ۲۵ درصد را رد کند، آن پدیده امری فراگیر تلقی می‌شود. چون از آن پس با سرعتی بیشتر گسترش خواهد یافت. مثال بارز آن رویکرد مثبت مردم به بستن کمربند ایمنی است. کاستی دیگر آنکه منافع شخصی ما بر منافع ملی مان ترجیح دارد. این امر اطلاع ندارد، اما همگانی است. نمونه دانه‌درشت آن پدیده «سلطان سکه» است که چندی پیش خبر آن در صدر اخبار قرار داشت. کسی که دو تن سکه در اختیار تولید می‌شود، در راهی از اینکه اقتصاد کشور و معیشت مردم از این رهگذر آسیب می‌بیند، هراسی به دل راه نمی‌دهد.

کاستی دیگر نداشتن نظارت کافی بر ارتقای کیفیت است. ما در اجرای طرح «اقتصاد مقاومتی» بیش از آنکه به تولیدکننده سفارش کنیم کیفیت کالای خود را بالا ببرد به مصرف‌کننده تأکید می‌کنیم. کالای ایرانی بخرد. در حالی که اگر کیفیت ارتقا یابد، مشتری به کالا آورده و این خود موجب رشد فراینده تولید می‌شود. حمایت از کالای ایرانی ناظر بر همه بخش‌هاست.

وقتی نظارت وجود داشته باشد و متخلفان به مجازات قانونی خود برسند، جرئت تخلف از مردم گرفته خواهد

شد و بدین ترتیب فساد اقتصادی ریشه کن می‌شود. چرا با مفسدان اقتصادی مسامحه می‌شود؟ چرا آنان به مردم معرفی نمی‌شوند و روند مجازات آنها این همه طول می‌کشد؟ ممکن است دستگاه قضا برای این سؤالات پاسخ‌های اقناع‌کننده داشته باشند، اما مردم در جریان این پاسخ‌ها نیستند. اینها بخشی از کاستی‌هایی است که در مسیر تولید کیفی کالای ایرانی به چشم می‌خورد. در اینجا هم مردم مقصردند و هم دولت؛ زیرا عزم و اراده عمومی است که بهبود چنین شرایطی را رقم می‌زند.

### راهکارهایی برای ارتقای کیفیت

وجود کاستی‌ها باعث نمی‌شود که ما از فرایند ارتقای کیفیت دست شسته و به حداقل‌ها بسنده کنیم. در این بخش به برخی از راهکارهای تولید کیفی اشاره می‌کنیم: «مسئولان خود به میدان آمده، پیشقراول استفاده از کالاهای باکیفیت داخلی شوند.

«صدورسیما، رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و... دست به دست یکدیگر داده، اجناس داخلی مرغوب را به مردم معرفی کنند.

«تمرکز رسانه‌ها و آموزش، گفتاری و مالتی مدیا (چند رسانه‌ای نظیر گفتار، موسیقی، عکس، متن، انیمیشن، محیط‌های تعاملی و...) بر نشان دادن موفقیت‌های اقتصادی باشد. باید کامیابی‌ها برجسته شده، محور بحث و گفت‌وگو قرار گیرند.

«الگوی برنج و زعفران و فرش و پسته ایرانی برای برندسازی سایر کالاها مورد توجه قرار گیرد. در آن موارد چه کرده‌ایم که در خصوص دیگر کالاهایز همان اقدامات را دنبال کنیم؟

«عزم خود را جزم کنیم که کالای بی‌کیفیت تخریم و در عوض از کالاهای مرغوب استقبال کنیم.

«به نیازها و مطالبات عمومی و همچنین ذائقه جامعه جهت پیشبرد روند تولید توجه جدی داشته باشیم.

«از دانشجویان و دانشجویان نهایت بهره را ببریم.

«کالای ایرانی یا نمونه خارجی آن از جهت کیفیت برابری کرده یا حتی اندکی با هم متفاوتند، برای حمایت از کارگر ایرانی جنبش داخلی بخریم.

«آموزش و فرهنگسازی مداوم جهت اعتلای فرهنگ خودی را مدنظر قرار دهیم.

## د

برخی از اجناس و کالاهای ایرانی نه تنها در ایران که در دنیا عنوان برترین‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. فرش ایرانی، زعفران ایرانی، پسته ایرانی، برنج ایرانی و... از آن جمله هستند. به گونه‌ای که برخی کشورها مارک ایرانی بر این قبیل اجناس خود زده و در سطح بین‌المللی با قیمت‌های گزاف می‌فروشند. بدیهی است که ما برای فروش این قبیل اجناس نیاز به تبلیغ نداریم و مردم در مقام ارزش‌گذاری به هیچ وجه کالاهای خارجی را جایگزین آنها نمی‌کنند؛ چه اتفاقی افتاده است که این قبیل کالاها با «برند ایرانی» مطرح شده‌اند؟ چرا سایر محصولات ما چنین نیستند و چه کنیم که این اتفاق مبارک در زمینه‌های دیگر نیز تعمیم و گسترش یابد؟

این قبیل کالاهای با «برند ایرانی» مطرح شده‌اند؛ چرا سایر محصولات ما چنین نیستند و چه کنیم که این اتفاق مبارک در زمینه‌های دیگر نیز تعمیم و گسترش یابد؟

هر چند مدیریت اقتصادی کشور به مسئله رقابت واقعی نمی‌نهد، خود رویکرد مناسبی به رقابت سالم داشته، از مزایای بی‌شمار آن استفاده کنیم.

«از ابزارهای جدید نظیر هشگ‌ها برای حمایت از تولید داخلی و جنس مرغوب و باکیفیت استفاده کنیم.

«از شبکه تلویزیونی «ایران کالا» برای اطلاع‌رسانی و اطلاع‌گیری اجناس تولید داخل بهره کافی ببریم.

«از دولت‌ها چه کاری برمی‌آید؟

رویکرد دولت‌ها باید توجه دائمی به رونق اقتصادی و تولید کیفی باشد. دولت‌ها باید بسته‌های تشویقی و تنبیهی فراهم آورده و از آنها برای بهبود فضای کسب و کار استفاده کنند. دولت‌مدان اقتصادی باید تجربه اقتصادی کشورهای موفق نظیر مالزی، ترکیه، ژاپن و... را مورد بررسی قرار داده، بومی‌سازی کنند. به عنوان مثال برخی کشورها برای حمایت از تولید داخلی سسر راه ورود برخی کالاهای خارجی (نظیر کالاهای چینی) تعرفه‌های سنگین قرار می‌دهند. این باعث می‌شود تولیدکننده داخلی جان گرفته و یک شنبه به خاک سپاه کشیده نشود. لزوم از بین‌بردن رانته‌ها و امتیازات اقتصادی به نوز چشمی‌ها، ضرورت جلوگیری از واردات بی‌رویه و غیر ضرور، لزوم برقراری ثبات اقتصادی برای امنیت سرمایه‌گذار خارجی و ضرورت حمایت از کالاهای مرغوب داخلی از اقدامات دیگری است که لازم است به صورت عاجل به آنها پرداخته شود. همچنین حمایت دولت‌ها باید مصروف رونق بیشتر کارگاهها و مشاغل خرد باشد. کارگاه‌هایی که اگر نتفخ گرفته، مورد عنایت واقع شوند، هم برای مردم سودمندند و هم به فضای رقابت اقتصادی کمک می‌کنند. جدت‌پیش با مجله منهای نفت بر خورد کردم که از سوی سازمان سیج سازندگی چاپ و منتشر می‌شود. هدف دست‌اندر کاران «منهای نفت» آن است که فعالیت‌های اقتصادی مشر ثمر را در گوشه و کنار کشور ستوجو کرده و جهت الگوسازی به سایرین معرفی کنند. در هر شماره از این مجله پیش از ۱۰ فعالیت اقتصادی مردمی معرفی و ترویج می‌گردد. حمایت بی‌چون و چرا از این قبیل مشاغل و طیفه‌فقطی و دائمی دولت‌هاست.

### عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی

۱۸۰۰ نفر در آزمون شرکت‌کننده شدند

۲۰۱۸ مشتریان معترض انگلیسی در اعتراض به بازیاقت‌ناپذیر بودن بسته‌های چیپس‌ها انقدر پاکت چیپس به تولیدکننده‌های چیپس بست کردند که اداره پست به ستوه آمد.

حالا مجموعه مستند «سیاره زمین ۲» را داریم. شش دقیقه‌آخرین قسمت این سریال مستند به

بررسی تأثیر پلاستیک بر زندگی دریایی اختصاص یافته بود. لاک‌پشتی‌ها نشان‌ها تولید می‌شود، می‌برند مارک خارجی می‌زنند، برمی‌گردانند! اگر همین‌جا بفرورند، ممکن است خریدار ایرانی رغبت نکند، اما چون مارک فرانسوی دارد، خریدار ایرانی همان لباس شاید در آستانه پیروزی زیست‌محیطی بزرگی است؛ این غلط است. (۱۳۹۱/۱/۱)

۵) شما می‌گویید که ما سفارش کنیم به مردم که تولیدات داخلی را مصرف کنند. من که خب چند سال است دارم سفارش می‌کنم. بنده که بارها گفته‌ام، منتها این با شعار درست نمی‌شود. خب، بله یک مقداری مردم حالا یک اعتمادی بکنند، یک اعتنایی بکنند به حرف ما، به خاطر اینکه مثلاً ما گفته‌ایم، بروند یک مقداری چه کنند؛ این‌ها واقعیت فرق دارد. این دیگر هم مربوط به کیفیت است. خب کیفیت را باید بالا برد؛ کیفیت‌ها را باید بالا برد. (۱۳۸۹/۶/۱۶)

۶) همه ما از بیجکی اینطور بار آمده بودیم که جنس ایرانی مسالوی است با بدبودن، پست‌بودن و نامرغوب بودن؛ ایرانی مسالوی است با ناتوانی در تولید جنس خوب در همه زمینه‌ها، اصلاً این فرهنگ را در ذهن ملت ما نهادینه کرده بودند. این در حالی است که این موضوع ۱۸۰۰درجه‌سا واقعیت فرق دارد. این ملت، ملتی است که از همه جهت می‌تواند، می‌تواند تولید کند، می‌تواند رشد بدهد، می‌تواند ابتکار کند، می‌تواند مرزهای علم و فناوری را بشکند و جلو برود. (۱۳۸۱/۶/۳۱)

## سبک مصرف



## پوشش جهانی برای مقابله با چالش زباله‌های پلاستیکی

# زمین را از پلاستیک نجات دهید!

مصرف ارزان و دورریز را ممکن ساخت، فرهنگی که ما بدیهی‌اش انگاشتیم. پذیرش پلاستیک از چیزی همان پذیرش خود مصرف‌گرایی است. این کار مستلزم آن است که بدانیم چگونه شیوه زندگی ما این سیاره خاکی را در طول عمر یک انسان چنین دگرگون کرده‌است و از خود بیبرسیم آیا این دگرگونی زیاده از حد نیست.

بحث درباره علت دقیق چنین تحولی زیاد است. باورپذیرترین پاسخ که به نظریه جاری بسیاری از دانشمندان و پوششگران تبدیل شده این نیست که علم پلاستیک به نقطه بحرانی رسیده است یا دیگر از دیدن تصویر جاثوران دریایی دوست‌داشتنی‌ای که به خاطر زباله‌های ما خفه می‌شوند، سیر شدایم (هر چند اینها نیز مسائل مهمی هستند) موضوع

این است که نگرش کلی ما به پلاستیک دچار تحول عمیقی شده است. ما پیش‌تر پلاستیک را اشغالی می‌دیدیم و آن را مثل زباله‌های دیگر نوعی مزاحمت می‌انگاشتیم نه تهدیدی جدی. اخیراً این نگرش ما پذیرش گسترده این واقعیت کمزنگ شده است که پلاستیک بسیار فراگیرتر و شوم‌تر از چیزی است که مردم تصورش را می‌کردند.

در این میان، تولید جهانی پلاستیک رشد پرشتایی داشته و از حدود ۱۶۰ میلیون تن در سال ۱۹۹۵ میلادی به ۳۴۰ میلیون تن رسیده است، اما نرخ باز یافت هنوز هم به‌طور وحشتناکی پایین است، هر سال کمتر از ۱۰ درصد همه پلاستیک‌های امریکا باز یافت می‌شود.

هر چند اشتیاق عمومی به راه‌اندازی پوشش‌های ضد پلاستیک تا حدی از این تلقی ناشی می‌شود که مشکل پلاستیک ساده‌تر و حل‌شدنی‌تر از مشکل تغییرات اقلیمی است اما ارتباط این دو مسئله با یکدیگر نزدیک‌تر از چیزی است که بیشتر مردم تصور می‌کنند. هفت مورد از ۱۰ تولیدکننده عمده پلاستیک شرکت‌های فعال در زمینه نفت‌گذاری طبیعی‌اند، تا وقتی که این شرکت‌ها سوخت فسیلی استخراج می‌کنند، انگیزه بزرگی برای ساخت پلاستیک خواهند داشت. گزارش ۲۰۱۶ مجمع جهانی اقتصاد پیش‌بینی کرد که تا سال ۲۰۵۰، ۲۰ درصد از زباله نفت‌های استخراجی در سراسر دنیا در ساخت پلاستیک مصرف خواهد شد.

پارادوکس پلاستیک یا دست‌کم دغدغه کنونی ما در مورد پلاستیک به این صورت است، با اطلاع از حجم مشکل تصمیم‌گرفتم اقدامی انجام دهم، اما هر چه بیشتر از آن پس زدم، بیشتر خودش را مشکلی بی‌حدومرز و رام‌نشدنی نشان داد، مانند همه مسائل زیست‌محیطی دیگری که نتوانسته‌ایم حلشان کنیم و در این میان به موانع یکسانی برمی‌خوریم: کسب‌وکارهای مقررات‌ناپذیر، ندانای جهانی شده و سبک زندگی ناپایدار خود ما.

مردم همچنان می‌خواهند با پلاستیک مقابله کنند، باید هم بخواهند، برخلاف همه ناملیمت‌ها، شاید جنبش ضدپلاستیک موفق‌ترین پوش جهانی زیست‌محیطی باشد که از بدو قرن حاضر تاکنون شکل گرفته است. اگر دولت‌ها به تعهداتشان پایبند باشند و جنبش شتاب خود را حفظ کند، اثربخش خواهد بود.

اگر پلاستیک نمونه کوچکی همه مشکلات زیست‌محیطی است، آنگاه طبق همین منطق، راهکارهایش نیز نمونه خواهد بود. در همین چند سال، شواهد علمی درباره آسیب‌های زیست‌محیطی ناشی از پلاستیک مردم را به نظم و ساماندهی بیشتر ترغیب کرده و دولت‌ها را به اعمال مقررات واداشته و حتی توجه شرکت‌های بزرگ سوخت‌های فسیلی را نیز جلب کرده است.

در سوپرمارکت‌ها خریدکنندگان کمتر درخواست بسته‌بندی کردند و در عرض یک‌سال شرکت نفت و گاز بی‌بی پیش‌بینی کرد تا سال ۲۰۴۰ تولید نفت این صنعت روزانه ۲ میلیون بشکه از پلاستیک نیازمند چیزی فراتر از راه‌اندازی راه‌روهای بدون بسته‌بندی در سوپرمارکت‌ها و نی‌های کاغذی خیس در بارهاست. پلاستیک به این دلیل فراگیر نشده که همیشه بهتر از مواد طبیعی‌ای بوده که جایشان را گرفته است، بلکه علت این گسترندگی را باید در سبکی و ارزانی آن دیده‌در واقع، پلاستیک انقدر ارزان است که دورریختن آن به‌آسانی توجیه‌پذیر شد. این کار برای خریداران راحت بود و فروشندگان نیز خوشحال بودند که به‌زای هر نوشیدنی یا اساندریج یک ظرف پلاستیکی جدید هم به‌آنها می‌فروشد.

همان‌گونه که فولاد مرزهای جدیدی در صنعت ساختمان‌سازی گشود، پلاستیک نیز رواج فرهنگ

مردم همچنان می‌خواهند با پلاستیک مقابله کنند، باید هم بخواهند، برخلاف همه ناملیمت‌ها، شاید جنبش ضدپلاستیک موفق‌ترین پوش جهانی زیست‌محیطی باشد که از بدو قرن حاضر تاکنون شکل گرفته است. اگر دولت‌ها به تعهداتشان پایبند باشند و جنبش شتاب خود را حفظ کند، اثربخش خواهد بود.

اگر پلاستیک نمونه کوچکی همه مشکلات زیست‌محیطی است، آنگاه طبق همین منطق، راهکارهایش نیز نمونه خواهد بود. در همین چند سال، شواهد علمی درباره آسیب‌های زیست‌محیطی ناشی از پلاستیک مردم را به نظم و ساماندهی بیشتر ترغیب کرده و دولت‌ها را به اعمال مقررات واداشته و حتی توجه شرکت‌های بزرگ سوخت‌های فسیلی را نیز جلب کرده است.

در سوپرمارکت‌ها خریدکنندگان کمتر درخواست بسته‌بندی کردند و در عرض یک‌سال شرکت نفت و گاز بی‌بی پیش‌بینی کرد تا سال ۲۰۴۰ تولید نفت این صنعت روزانه ۲ میلیون بشکه از پلاستیک نیازمند چیزی فراتر از راه‌اندازی راه‌روهای بدون بسته‌بندی در سوپرمارکت‌ها و نی‌های کاغذی خیس در بارهاست. پلاستیک به این دلیل فراگیر نشده که همیشه بهتر از مواد طبیعی‌ای بوده که جایشان را گرفته است، بلکه علت این گسترندگی را باید در سبکی و ارزانی آن دیده‌در واقع، پلاستیک انقدر ارزان است که دورریختن آن به‌آسانی توجیه‌پذیر شد. این کار برای خریداران راحت بود و فروشندگان نیز خوشحال بودند که به‌زای هر نوشیدنی یا اساندریج یک ظرف پلاستیکی جدید هم به‌آنها می‌فروشد.

همان‌گونه که فولاد مرزهای جدیدی در صنعت ساختمان‌سازی گشود، پلاستیک نیز رواج فرهنگ

اسم پلاستیک که می‌آید، همه یاد بطری آب یا کیسه خرید می‌افتند، هر چه واقعیت چیز دیگری است، حدود ۵۰درصد از لوازم خودروها از پلاستیک درست شده و لباس‌هایمان هم بیشتر از پلی‌استرن‌اند تا نخ و پنبه. چرا این طور نباشد؟ ارزان، سبک و در دسترس است و از همه مهم‌تر، راحت می‌شود آن را دور انداخت؛ همین هم باعث شده تا لکه‌ای از زباله به وسعت سه برابر کشور فرانسه در وسط اقیانوس آرام ایجاد شود. با این حال، به تازگی گویا همه خطر بحران پلاستیک را حس کرده‌اند. باید برسید؛ راه در دست مبارزه با آن چیست؟

پلاستیک همه‌جا را فرا گرفته است و ناگهان به این نتیجه رسیده‌ایم چیز بسیار بدی است. تا همین اواخر، پلاستیک در عین خوروش در همه جا از نوعی گمنامی برخوردار بود، ما چنان در احاطه کامل این ماده بودیم که متوجه وجودش نمی‌شدیم. مثلاً شاید شگفت‌زده شوید از شنیدن اینکه در ساخت خودروها و هواپیماهای امروزی ۵۰درصد پلاستیک به کار رفته است. امروزه ۱۶۰ میلیون تن در هر سال پلاستیک به کار رفته است. امروزه ۱۶۰ میلیون تن در هر سال پلاستیک به کار رفته است. امروزه ۱۶۰ میلیون تن در هر سال پلاستیک به کار رفته است.

وقتی اینها را به گسترش چشمگیر آسیب‌بازی‌ها، بسته‌بندی‌ها و خرده‌بزه‌های خانگی اضافه می‌کنیم، وسعت امپراتوری پلاستیک هویدا می‌شود. ماده زمینه رنگ‌انگ، ما کم‌مایه زندگی مدرن را با پلاستیک تشکیل داده است. سالانه حدود ۳۴۰ میلیون تن مواد پلاستیکی تولید می‌شود که برای برکردن هر اسمانتراشلی در نیوبروک کافی است. بشر در طول چندین دهه مقادیر سرسام‌آوری پلاستیک تولید کرده است که رقم آن در اوایل دهه ۱۹۹۰ از مرز ۱۰۰ میلیون تن گذشت، اما به دلایل نامعلومی مردم عمدتاً به این موضوع به‌طور جدی اهمیت می‌دهند.

این‌ها به‌شورشی جهانی علیه پلاستیک انجامیده است که شورش‌هایی که از مرزها و تقسیم‌بندی‌های سیاسی سستنی فراتر می‌رود. در سال ۲۰۱۶، سازمان صلح سبزی طوماری را در منوعیت میکرومهرهای پلاستیکی در انگلستان راه‌اندازی کرد بود که در عرض فقط چهار ماه ۶ هزار و ۵۰۰ امضا جمع کرد و توانست بزرگ‌ترین طومار زیست‌محیطی ارائه‌شده به دولت شود. گروه‌هایی معترض از آمریکا گرفته تا کره‌جنوبی، موادی را که بسته‌بندی‌های پلاستیکی نامطلوب و زاید می‌نامند در سوپرمارکت‌ها تلافی کردند. در اوایل

۲۰۱۸ مشتریان معترض انگلیسی در اعتراض به بازیاقت‌ناپذیر بودن بسته‌های چیپس‌ها انقدر پاکت چیپس به تولیدکننده‌های چیپس بست کردند که اداره پست به ستوه آمد.

حالا مجموعه مستند «سیاره زمین ۲» را داریم. شش دقیقه‌آخرین قسمت این سریال مستند به

بررسی تأثیر پلاستیک بر زندگی دریایی اختصاص یافته بود. لاک‌پشتی‌ها نشان‌ها تولید می‌شود، می‌برند مارک خارجی می‌زنند، برمی‌گردانند! اگر همین‌جا بفرورند، ممکن است خریدار ایرانی رغبت نکند، اما چون مارک فرانسوی دارد، خریدار ایرانی همان لباس شاید در آستانه پیروزی زیست‌محیطی بزرگی است؛ این غلط است. (۱۳۹۱/۱/۱)

۵) شما می‌گویید که ما سفارش کنیم به مردم که تولیدات داخلی را مصرف کنند. من که خب چند سال است دارم سفارش می‌کنم. بنده که بارها گفته‌ام، منتها این با شعار درست نمی‌شود. خب، بله یک مقداری مردم حالا یک اعتمادی بکنند، یک اعتنایی بکنند به حرف ما، به خاطر اینکه مثلاً ما گفته‌ایم، بروند یک مقداری چه کنند؛ این‌ها واقعیت فرق دارد. این دیگر هم مربوط به کیفیت است. خب کیفیت را باید بالا برد؛ کیفیت‌ها را باید بالا برد. (۱۳۸۹/۶/۱۶)

۶) همه ما از بیجکی اینطور بار آمده بودیم که جنس ایرانی مسالوی است با بدبودن، پست‌بودن و نامرغوب بودن؛ ایرانی مسالوی است با ناتوانی در تولید جنس خوب در همه زمینه‌ها، اصلاً این فرهنگ را در ذهن ملت ما نهادینه کرده بودند. این در حالی است که این موضوع ۱۸۰۰درجه‌سا واقعیت فرق دارد. این ملت، ملتی است که از همه جهت می‌تواند، می‌تواند تولید کند، می‌تواند رشد بدهد، می‌تواند ابتکار کند، می‌تواند مرزهای علم و فناوری را بشکند و جلو برود. (۱۳۸۱/۶/۳۱)

۱) واردات کالاهایی که در داخل به قدر کافی تولید می‌شوند، باید به صورت یک حرام شرعی و قانونی شناخته بشود؛ آنچه در داخل تولید می‌شود، از خارج وارد نشود. اینکه ما نگاه کنیم، ببینیم کالاهای مصرفی ما از خوراک گرفته تا پوشاک، وسایل منزل، کیف و کفش بعضی از بانوان، وسایل مدرسه و دفتر و قلم و امتال اینها از خارج بیاید، این مایه شرمندگی است! انسان احساس شرم می‌کند؛ هم در مقابل تولیدکننده داخلی احساس شرم می‌کند هم در مقابل آن کسی که این جنس را از بیرون برای ما می‌فرستد. (۱۳۹۶/۱/۱)

۲) گاهی اوقات یک جنسی در داخل می‌تواند تولید بشود، اما بعضی‌ها که از واردات آن جنس سودهای کلانی می‌برند، می‌آیند جلوی این تولید داخلی را می‌گیرند؛ اگر شد با رشوه - آقا این کار خانه را تعطیل کن یا نسا و این پول را بگیر - اگر زیر بار نرفتی، با تهدید با جنایت. من نمی‌خواهم حالا اسم کالاهای را بیآورم؛ کالاهایی را می‌شناسیم که توان داخلی تولید در آنها

۳) محصولات داخلی را مردم مصرف کنند؛ تروند دنبال این نشانه‌ها. حالا مد شده بگویند «برند» است، برند فلان؛ برند چیست! بروید سراغ مصرف تولیدات داخلی. آن چیزهایی که مشابه داخلی دارد، متعصبانه و با تعصب تمام، ملت ایران، خارجی آن را مصرف نکنند. (۱۳۹۲/۱/۲۹)

۴) شما باید کالای ایرانی بخواهید. این افتخار نیست؛ این تفاخر غلطی است که ما مارک‌های خارجی را در پوشاکمان، در وسایل منزلمان، در مبلمانمان، در امور روزمره‌مان، در خوراکی‌هایمان ترجیح بدهیم به مارک‌های داخلی؛ در حالی که تولید داخلی در خیلی

۳) محصولات داخلی را مردم مصرف کنند؛ تروند دنبال این نشانه‌ها. حالا مد شده بگویند «برند» است، برند فلان؛ برند چیست! بروید سراغ مصرف تولیدات داخلی. آن چیزهایی که مشابه داخلی دارد، متعصبانه و با تعصب تمام، ملت ایران، خارجی آن را مصرف نکنند. (۱۳۹۲/۱/۲۹)

۴) شما باید کالای ایرانی بخواهید. این افتخار نیست؛ این تفاخر غلطی است که ما مارک‌های خارجی را در پوشاکمان، در وسایل منزلمان، در مبلمانمان، در امور روزمره‌مان، در خوراکی‌هایمان ترجیح بدهیم به مارک‌های داخلی؛ در حالی که تولید داخلی در خیلی