



چرا مصرف‌گرایی برای برخی افتخار شده است؟ بخش نخست

آتش زیاده‌روی در زندگی تجملی

*** دکتر محمد کهندل، استاد علوم اقتصادی: در اسلام آنچه که اهمیت دارد دلیل مصرف است. آیا براساس نیاز مصرف می‌کنیم یا برپایه یک لذت آتی خرید می‌کنیم؟**

■ گالیا توانگر

کاذب نیاز به مصرف در مردم، اعطای کارت اعتباری به مردم برای داشتن امکان خرید در هر زمان و در هر شرایط اقتصادی و... از جمله کالاهای اصلی رواج مصرف‌گرایی در جوامع سرمایه‌داری غربی هستند.

عواملی که به خرید بی‌هدف دامن می‌زند

در جامعه سرمایه‌داری حلقه‌های به هم پیوسته تجار بزرگ، خرده‌فروشان، دست‌اندرکاران وسایل ارتباط جمعی، تولیدکنندگان کالا و خدمات، بانک‌ها، بسیاری از افراد در موسسات مختلف و... تشویق کنندگان به خرید بیشتر بدون در نظر گرفتن نیازهای واقعی هستند. غرب می‌کوشد با استفاده از همین حلقه‌ها در کشورهای غیرسرمایه‌داری نیز مصرف‌گرایی را باب کرده و سود بیشتری به جیب نان‌خوران صنعت مد بریزد.

*** پیک خانه‌دار: من هر چند مدت یک بار باید وسایل منزلتان را تغییر دهم. شوهر خواهر‌هایم وضعیتشان خوب است و به پای وضع مالی آنها نمی‌رسیم، بنابراین می‌خواهم با خرید وسایل جدید جلوی آنها کم نیاوریم و آبروداری کرده باشیم!**

تضمینی وجود دارد بیش از یک سال در آن خانه مستاجری مستقر باشند؟ آن وقت این پرده‌های داستان به اسپینهای جبران‌ناپذیر صنعت مد بر روان و زندگی افرادی که به بیماری مصرف‌گرایی معتاد شده‌اند، اعتراف می‌کنند.رها نفر از دست‌اندرکاران اصلی ندای مد در شهری جمع شده‌اند که دسته‌های خود را رخ یکدیگر بکشند، اما در حقیقت زندگی وپاشی شده امپراطوران ندای مد روی دایره ریخته می‌شود.

در این داستان به باند بازی‌ها و به کارگیری تبلیغات و ندای سینما در خدمت گسترش صنعت مد به وضوح اشاره شده است.

در بازار پارچه مولوی چند طبقه رنگ و مدل به اندازه نمایشگاهی از ده‌ها پارچه مغازه کنار هم ردیف شده‌اند، میتراخساری و مادرش برای خرید پرده جهت تکمیل چپ‌چیز به این مکان آمده‌اند. خاوری و همسرش قرار است بعد از عروسی در یک خانه مستاجری مستقر شوند. مرد فروشنده چند طاقه از پارچه‌های خود را

همین که سخن از مصرف‌بینه و نقد روحیه مصرف‌گرایی پیش می‌آید، عده‌ای خیال می‌کنند حرف نخورن، نیناشامیدن و نبوشیدن است. حال آن که مصرف‌بینه تعریفی جز این دارد. ساعت ۴ بعدازظهر از میدان شهیدا به قصد کلاه‌دوزسوار تاکسی می‌شوم. گرامه‌اش به طور معمول ۶۰۰ تومان است. مسافر جوانی تا این که راننده مبلغ را اعلام می‌کند، از تاکسی پیاده می‌شود، زبر لب می‌گوید: «پیاده می‌روم!»

یکی از مسافرها که موهای جو گندمی دارد، می‌گوید: «چون است دست دیگر، می‌تواند آن سسر دنیا هم پیاده برود و پولش را صرفه جویی کند.» اما نظر راننده بنا ناکید بر این که این تحلیل را به نفع خودشان ارائه نمی‌دهد، چیز دیگری است. وی می‌گوید: «از میدان شهیدا تا کلاه‌دوز می‌دایند چه قدر پیاده‌روی است؟ برای این مقدار پیاده‌روی مقدار قابل توجهی کالری می‌سوزاند، باید حساب کرد که برای بازگشت هر کیلو کالری چه قدر هزینه می‌شود؟ مطمئناً باید چند برابر ۶۰۰ تومان صرف‌تأمین کالری از دست رفته بدنش کند. بنابراین صرفه‌جویی تنها به معنای مصرف کردن در هنگام نیاز نیست، بلکه صرفه‌جویی یعنی بداینم در هنگام نیاز چه قدر مصرف کنیم؟»

یک فیلم سینمایی اروپایی که الان هر چه فکر می‌کنم اسمش به خاطر نمی‌آید- خیلی وقت پیش آن را دیدم- شخصیت اصلی داستان دختر جوانی بود که ولع بیش از حدی به خرید داشت. آن قدر این ولع بیمارگونه تشدید پیدا کرد که حتی خود او هم از شیوه زندگی‌اش خسته شد و یک باره تصمیم گرفت کارت اعتباری‌اش را در ظرف آبی بیندازد و ظرف آب را داخل فریزر بگذارد. وقتی یخ شکل گرفت، کارت اعتباری در قلب آن محبوس شده بود و دیگر دختر جوان نمی‌توانست بدون شکستن یخ از کارت استفاده کند.

بیلبردزهای بزرگ تبلیغاتی در سطح شهر، ده‌ها کاتال ترویج‌کننده مد در شبکه‌های ماهواره‌ای، جراحی‌های بی‌دردی در طول یک سال به منظور ایجاد کردن احساس

روبه‌روی آنها می‌چیند. عروس خانم معتقد است که این مدل پارچه‌ها از همان مدل پارچه‌هایی نیستند که در چه‌چیز دختر خاله‌اش دیده است. از این عروس خانم سوال می‌کنم: «دختر خاله‌تان هم مستاجرند؟» وی در حالی که حواسش به رصد کردن گران‌قیمت‌ترین پارچه‌های مغازه است، می‌گوید: «بله- آبرازتان کوچکی خریداری کرده‌اند.»

در همین حین فروشنده برای مشتری‌های خود توضیح می‌دهد: «این پارچه‌ها کار ترک است و جدیدترین کارهایمان. جزو کارهای خیلی شیک به حساب می‌آید. می‌توانید مدل چین دولقو بدوزید و دکور پرده را از این کشمیری‌های کتیبه‌دار بزیند!»

یک لحظه در ذهنم این سوال مرور می‌شود که چه

سفرش دارد براساس نیازتان مصرف کنید تا اسراف نشود. این توصیه در اقتصاد سرمایه‌داری غرب وجود ندارد. این یک حقیقت است که بالای ۶۰ درصد چرخه اقتصادی را تقاضا تشکیل می‌دهد. در اسلام آنچه که اهمیت دارد دلیل مصرف است. آیا براساس نیاز مصرف می‌کنیم یا برپایه یک لذت آتی خرید می‌کنیم؟»

وی صراحتاً می‌گوید: «اگر منشأ خرید و هدف از مصرف یک لذت آتی باشد، این چیزی است که در نظام سرمایه‌داری غربی ترویج می‌شود و مناسفه در فرهنگ اقتصادی خانواده‌ها می‌ماند آن‌کندک وارد شده است. وقتی هدف از خرید صرفاً ترویج کردن باشد، مقوله زیاده‌روی پیش می‌آید که در اسلام جایز شمرده نمی‌شود. برای مثال وقتی بدون در نظر گرفتن نیاز بدنمان می‌خوریم و می‌آشامیم، به وادی زیاده‌روی درمی‌افتیم. اینجاست که فکر نمی‌کنیم نیاز حقیقی بدنمان به چه نوع خوراکی‌هایی و در چه حجمی است؟ عوارض جبران‌ناپذیرش هم چاقی مفرط خواهد بود.

بنابراین اگر اسلام تا این حد به اسراف نکرده و برهیز از زیاده‌روی توصیه کرده در نهایت به نفع خود ماست که این دستور را اجرایی‌اش کنیم.»

کهندل به ریشه‌های فرهنگی و روانشناسی بیماری مصرف‌گرایی اشاره کرده و می‌گوید: «ما دانما در حال مقایسه داشته‌ها و وضعیت زندگی‌مان با دیگران هستیم. مثلاً به خانه یکی از بستگان می‌رویم، به محض این که می‌بینیم وسعت خانه‌اش را گسترش داده و یک خانه سه اتاق خوابه گرفته است، ما هم می‌خواهیم همان طور عمل کنیم، اما نمی‌توانیم نیاز واقعی خود و خانواده‌مان را در نظر بگیریم.

یک لحظه هم به این فکر نمی‌کنیم که خوشبختانه ما به چهار فرزند داره، اما تنها یک فرزند داریم، بنابراین خانه سه اتاق خوابه به درد زندگی سه نفری‌مان در حال حاضر نمی‌خورد و اسراف است. مگر این که تعداد بچه‌ها زیادتیر شود که در آن صورت با توجه به نیازهای تعریف شده جدید می‌توانیم تغییراتی در زندگی‌مان ایجاد کنیم.»

این استاد علوم اقتصادی تأکید دارد که ما بدون توجه به نیازها و اولویت‌ها صرفاً مصرف‌گرایی و مد روز

وسایل صرفاً با کاربرد دکوری بودن و جنبه نمایش زرق و برق‌ها در چیدمان آن به کار گرفته می‌شوند. خانم‌ها که به منزل هم می‌روند و این وسایل را رصد می‌کنند، راغب می‌شوند همان مدل اجناس را خریداری کرده و در چیدمان آشپزخانه‌شان به کار ببرند. به خیالشان اگر عین همان وسایل دکوری و وسایل برقی لوکسی که حتی ممکن است یک بار در سال استفاده نشود، روی این بچپینند، کلاس‌شان بالاتر می‌رود و دلایل بیشتری برای فخرفروشی خواهند داشت.»

هایوی تکنولوژی و سرسام تبلیغات!

اگرچه یک زمانی خرید بی‌هدف را ویژه بانوان توصیف می‌کردند، اما متأسفانه بیماری مصرف‌گرایی که یک دلیل آن توسعه روزافزون تکنولوژی است، آقایان را نیز به این بیماری دچار کرده است. شاید باید جمله قبلی را اصلاح کرده و بنویسیم: «یک دلیل آن بيماران تبلیغاتی‌اند از آن‌ها عمومی برای جذب مشتری به سوی چنین بازارهایی است. سیلابی که جلوی رویش را خراب نمی‌کند، بلکه منشأ خود یعنی زندگی مشتریان را ویران می‌سازد.»

*** در آشفته بازار مصرف‌گرایی خیلی از اصطلاحاتی که بار صدرصد مثبتی داشته‌اند، الان به گونه دیگر معنا یافته‌اند. از جمله اصطلاح آبروداری می‌گویند، اما در واقع معنای واقعی آن برعکس است. ما هم شکر خدا بد نیست، اما به پای وضع مالی آنها نمی‌رسیم، بنابراین می‌خواهم با خرید وسایل جدید جلوی آنها کم نیاوریم و آبروداری کرده باشیم!***



متأسفانه در آشفته بازار مصرف‌گرایی خیلی از اصطلاحاتی که بار صدرصد مثبتی داشته‌اند، الان به گونه‌های دیگر معنا یافته‌اند. از جمله اصطلاح آبروداری این خانم خانه‌دار ادامه می‌دهد: «اگر چنین تکبیم نه تنها نزد اعضای فامیل و دوست و آشنا، آدم‌های بی‌کلاس و نداری به نظر خواهیم آمد، بلکه آن طور که انتظار داریم تحویل‌مان نمی‌گیرند!»

از وی سؤال می‌کنم یک دست پارچ و لیوان چک با تراش خورشیدی را که به قیمت نیم میلیون تومان خریداری می‌کنی، چند بار در آن لیوان‌ها آب می‌خوریدی؟ وی می‌گوید: «هیچ‌جا! این‌ها را که نمی‌شود جلوی دست گذاشت. جایشان توی یوفه است!»

از فروشنده که بیرون می‌آیم به این فکر می‌کنم که اگر لبه یکی از آن خورشیدی‌های قشنگ ببرد، نیم میلیون تومان سر هیچ و پوچ رو هواس. درحالی که با جمع چنین پول‌هایی می‌توان بی‌نیاهای کار اقتصادی مفید برای آینده فرزندان این مرزومو انجام داد.

را سرلوحه زندگی‌مان قرار داده‌ام. وی توضیح می‌دهد: «برای مثال فست‌فودها و انواع تنقلات فاقد ارزش غذایی بخش اعظم مصرف غذایی ما را شامل می‌شوند. یک مدیریت موفق در امور خانه‌داری به ما می‌آموزد می‌کند که ابتدا نیازهای بدنی اعضای خانه با توجه به سن و شرایط جسمی‌شان را در نظر بگیرد. سپس تخمین بزیند هر کس چه میزان کالری در طول روز نیاز دارد؟ و در نهایت اقدام به تهیه غذاهای مناسب با کالری مشخص کنید. این گونه لزومی ندارد که هر شب نیچی از قالبلمه را دور بریزیم و هر روز هم شاهد اضافه وزن اعضای خانه با خوردن غذای چرب و نشاسته‌دار باشیم. ضمن این که به اقتصاد خانواده هم با یک برنامه‌ریزی دقیق در مصرف مواد غذایی کمک می‌کنیم.»

کهندل به چشم و هم‌چشمی‌های زاننه نیز اشاره کوتاهی داشته و می‌گوید: «آن اکثر آشپزخانه‌ها این شده است. حال کار نداریم که آیا اساساً آشپزخانه این با سلیقه ایرانی و نیاز خانواده‌های مذهبی هماهنگی دارد یا نه؟ یک آسیب آشپزخانه‌های این این است که خیلی از

جدول
شماره ۹۶۰۷
بدون نقطه کور

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱														
۲														
۳														
۴														
۵														
۶														
۷														
۸														
۹														
۱۰														
۱۱														
۱۲														
۱۳														
۱۴														
۱۵														

گذرنامه در عهد قاجار - وسیله اعدام در فرانسه ۵- ایوانی در بالای خانه - استاندار - ظرف بافته شده ۶- ساز بادی اروپایی- ملودی - کتابی از افلاطون ۷- طایفه‌ای از مسیحیان دوره ساسانی - شیفته - خویشاوند زن شوهردار ۸- پسوند مصدر جعلی - اسلوب و روش - نمره معین برای پرسش امتحانی - خوب تهرانی‌ها ۹- جزم‌اندیش - زیارت‌گاه - باقیمانده حریق ۱۰- نابودی - پول رایج در روسیه - پرنده‌ای خوش آواز ۱۱ - دست نخورده - نوعی کشمش - اردوگاه تبعیدی‌های سیبری ۱۲ - پسوند مصدر جعلی - اسلوب و یا کلمه رمزگونه ۱۳ - یکصدم خروار نویسنده - گاه با هاج می‌آید - پرتو اتمی خطرناک ۱۴ - زیاده‌طلبی - روش - پوشش و پرده - نوعی جغد کوچک - مرض وبا.

عمودی:

۱- آسیابان - از هم سبقت گرفتن - ظلم
۲- پاک - ذکر وارونه اعداد برای پرتاب
۳- دغلکاری کلاهبردان - امتناع کردن - جان‌پناه سربازان - اثر چربی بر لباس ۴- دل آزار کهنه - عنوان

انتخابات انجمن جراحان مفضل ران ایران در مورخه پنجشنبه ۹۱/۱۰/۲۸ در سالن اجتماعات هتل هما از ساعت ۱۰ صبح الی ۲ بعدظهر برگزار می‌گردد

دستور جلسه:
۱- گزارش فعالیت علمی و تخصصی انجمن جراحان مفضلران توسط ریاست انجمن ۲- گزارش فعالیت‌های مالی و ترازنامه توسط دبیر انجمن ۳- تصویب ترازنامه ابتدا توسط بازرسان مالی انجمن و سپس توسط مجمع عمومی ۴- تعیین هیئت‌رئیس‌ه انتخابات، انجام انتخابات به عنوان اعضا، جدید علی‌الدین، بازرسان اصلی و علی‌الدین توسط مجمع عمومی با حضور نماینده وزارت محترم بهداشت و درمان جهت درج در روزنامه کثیرالانتشار.

دکتر داریوش گوران سوادکوهی رئیس انجمن جراحان مفضلران ایران

آگهی تصمیمات شرکت گریوه سهامی فاص به شماره ثبت ۲۶۸۳۸ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۷۳۳۰۵۵

طبق صورتجلسه مجمع عمومی سالیانه مورخ ۹۱/۴/۲۴ شرکت مزبور که در تاریخ ۹۱/۶/۲۶ واصل گردید عباس ریاحی وفا به کد ملی ۱۲۳۹۴۸۹۲۵۰ فریبا عباسپور به کد ملی ۰۰۳۵۴۳۳۵۵۸ به سمت بازرسان علی‌البدل برای مدت یکسال انتخاب گردیدند. اعضاء هیئت مدیره به مدت ۲ سال به قرار ذیل انتخاب گردیدند: محمد کبیری رهنی به ک م ۴۲۸۴۵۴۴۴۷۰ و مهوش عباس رشیدی به ک م ۰۰۴۶۶۱۷۰۴۲۱ و علی‌اکبر کبیری رهنی به ک م ۰۰۶۸۵۸۵۷۳۱

به موجب صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۱/۶/۲۶ مهوش عباس رشیدی به سمت رئیس هیئت مدیره، علی‌اکبر کبیری رهنی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، محمد کبیری رهنی به سمت مدیرعامل تعیین گردیدند. آدرس دفتر مرکزی شرکت به تهران- چیدرز -خ پارس پ ۱۲ طبقه ۲۶ ک پ ۱۹۳۵۹۸۳۵۱۱ منتقل گردید.

اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

م ف ۷۸۴۴۵

مجله کیهان بچه‌ها حاوی مطالب علمی-ورزشی-داستانی مخصوص نوجوانان سه‌شنبه‌ها به صورت سراسری منتشر می‌شود

م ف ۸۴۶۲۷

آگهی تصمیمات شرکت گریوه سهامی فاص به شماره ثبت ۲۶۸۳۸ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۷۳۳۰۵۵

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۱/۴/۲۴ شرکت مزبور که در تاریخ ۹۱/۶/۲۶ واصل گردید موارد ذیل به تصویب مجمع مزبور رسید: ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۰ به تصویب رسید. مؤسسه حسابرسی سامان پندار به ش م ۱۰۱۰۰۵۲۰۶۹ به سمت بازرسان اصلی و علی‌اکبر دادگر نمینی به ک م ۰۰۶۹۳۳۰۰۰ به سمت بازرسان علی‌البدل برای مدت یکسال تعیین گردیدند. روزنامه کثیرالانتشار کیهان جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین گردید.

اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

م ف ۸۴۶۲۷

آگهی تغییرات شرکت تولیدی ایراتل با مسئولیت محدود بشماره ثبت ۱۴۲۴۵۲ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۸۷۸۲۴۹

بااستناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۹۰/۱۱/۱۹ تصمیمات ذیل اتخاذ گردید: نوع شرکت از مسئولیت محدود به سهامی خاص تبدیل گردید. اساسنامه جدیدی مشتمل بر ۶۴ ماده و ۱۱ تبصره تصویب و جایگزین اساسنامه قبلی گردید. سرمایه شرکت مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال منقسم به ۱۰۰۰ سهم ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریالی بی‌نام که تماماً پرداخت گردیده است. سیدمحمدرضا برقی به کدملی ۰۰۴۶۹۷۳۸۱۵۰۴ بسمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره و سیدصادق برقی به کدملی ۰۰۵۸۳۱۰۱۹۳ بسمت رئیس هیئت مدیره و سیدعبداله برقی به کدملی ۰۰۶۸۲۶۶۳۶۷ بسمت نایب رئیس هیئت مدیره برای مدت دوسال انتخاب شدند. کلیه اوراق و اسناد بهادار و تعهدآور با امضای رئیس هیئت مدیره یا مدیرعامل منفردا همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد و اوراق عادی و اداری با امضای نایب رئیس هیئت مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد. مجید خراسانی به کد ملی ۰۰۷۲۹۷۶۳۸۱ بسمت بازرسان اصلی و عباس شفیعی به کد ملی ۰۵۳۲۰۵۸۰۹۷ بسمت بازرسان علی‌البدل برای مدت یکسال انتخاب شدند. روزنامه کثیرالانتشار کیهان جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین گردید.

اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

آگهی تصمیمات شرکت اسکان دژ پارس سهامی‌فص به شماره ثبت ۲۰۴۹۹۳ و شناسه ملی ۱۰۱۰۲۴۶۶۵۸۸

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده و فوق‌العاده مورخ ۹۰/۱۲/۷ شرکت مزبور که در تاریخ ۹۱/۱/۳۰ واصل گردید: علی‌اصغر عیسی‌زاده به کدملی ۲۷۲۱۴۹۵۵۸۵ بسمت بازرسان اصلی و رضا ملک به کدملی ۰۰۵۶۰۶۲۳۷۰ بسمت بازرسان علی‌البدل برای مدت یک سال انتخاب گردیدند. روزنامه کثیرالانتشار کیهان جهت تعیین گردید. اعضاء هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال به قرار ذیل انتخاب گردیدند: غلامرضا عارف به کدملی ۴۶۰۹۱۶۱۷۸۸ سسمیه فائزی به کدملی ۹۴۱۴۲۱۱۴۶۰ رسول بخت به کدملی ۲۶۶۹۲۱۷۹۲۳ عبدالرضا بخت به کدملی ۰۰۴۴۴۷۸۸۲۸ محل شرکت به تهرانسر- بلوار اصلی- بین خ دوم و چهارم- پ ۲۰۹ - ط اول- واحد ۳ -کدپستی ۱۳۸۷۹۱۸۱۳۱ انتقال یافت. به موجب صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ ۹۰/۱۲/۷ رسول بخت به سمت رئیس هیئت‌مدیره و غلامرضا عارف به سمت نایب‌رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل تعیین گردیدند. امضاء کلیه اوراق و اسناد بهادار و تعهدآور از جمله چک، سفته، برات و قراردادهای و عقود اسلami با امضاء مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره متفقا همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد.

اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور