



خریدهایمان دیگر بوی نیاز نمی‌دهد

شیک شدیم اما نامهربان

■ زینب شکوهی طریقی

حتی اگر فرض را بر این بگذاریم که اصلاً قصد خرید نداریم هم محال است وقتی در خیابان قدم می‌زنیم و حجم تبلیغات رنگ و وارنگ را اطرافمان می‌بینیم و سوسه نشویم و چیزی نخیریم. حتی اگر محکم باشیم و بتوانیم زیبایی‌های و سوسه‌کننده ویتربین‌ها و مغازه‌های هفت و رنگ را نادیده بگیریم کمتر احتمال دارد که قدرت مقاومت در مقابل بلبوردهای تبلیغاتی و نمایشگرهای غول‌پیکر شهری را داشته باشیم. حتی وقتی در خیابان‌های بزرگ و نیمه‌بزرگ شهر

■ هجوم تبلیغات برای مصرف بیشتر

تعمیر گرفتیم برای مقابله با سوسه خرید دور خیابان و مراکز بزرگ خرید را خط قرمز بکنم؛ زهی خیال باطل! مگر می‌شود در شهر زندگی کرد و به خیابان نرفت؟ اصلاً برای یک کار بانکی ساده هم گاهی اوقات مجبوریم چندین خیابان را با همین وضع طی کنیم. بر فرض محال که زندگی‌مان به چارچوب خانه محدود شد اما من قسم می‌خورم که این تضمین محکمی نیست چون اگر فقط یک دقیقه وقت خالی داشته باشیم و بخواهیم یک کاتال تلویزیون را برای دیدن انتخاب کنیم باید این انتظار را داشته باشیم که در همان یک دقیقه وقت خالی ما ۳۰ ثانیه پیام‌بازگانی بخش سودمندانکنه بخش تراکتها و برچسب‌های تبلیغاتی امروز جزو جدانشدنی زندگی شهری شده است.

■ خریدهایمان بوی نیاز نمی‌دهد

این روزها یک دهه‌قبل دیگر خریدهایمان بوی نیاز نمی‌دهد و بیشتر از آنکه حس نیازمندی را در صدر لیست خریدمان قرار دهم باید حس فریب، اغوا و سوسه شدن را در کنار هر وسیله خریداری شده یادداشت کنیم. سبک و سباقی زندگی شهری و تبلیغات زندگی‌مان طوری پیش رفته است که به جای آنکه اول نیازسنجی و بعد براساس قدرت خریدمان نیازمندی کنیم صرفاً برای پیروی کردن از فلان تبلیغات راهی یک مرکز خرید خاص و یک فروشگاه تعیین شده می‌شویم. ما شرطی شده‌ایم و این حس شرطی شدن، فریب خوردن سرعیمان به بزرگ‌ترین نقطه ضعف ما در دست فروشندگان و تولیدکنندگان تبدیل شده است، بماند اینکه بیشتر از آنکه تولیدکنندگان داخلی به چنین حربه‌های متوسل شوند این خراب‌چی‌ها هستند که از این نقطه ضعف ما به‌بترین شکل استفاده می‌کنند.

ما شرطی شده‌ایم چون به محض دیدن کلمه حراج و OFF 50٪ اختیار از دست می‌دهیم و سریع راه مغازه را در پیش می‌گیریم. کافی است که تبلیغ یک فرش را با اسم «فوق‌العاده» ببینیم بدون آنکه فکر کنیم، سریع آدرس و تلفن را یادداشت می‌کنیم، در اولین فرصت به هر روش ممکن به دوستانمان هم خبر می‌دهیم یعنی نه تنها خودمان فریب می‌خوریم بلکه در فریب دادن دیگران هم شریک می‌شویم.

■ هزار بهانه برای خرید کردن

همیشه نگران بهانه جور کردن برای خریدهایمان هستیم، هرچقدر هم دارا باشیم باز هم دوست نداریم به اسراف‌گر معروف شویم و دقیقاً به همین دلیل است که برای توجیه هر خریدمان دنبال یک بهانه و دلیل می‌گردیم. اگر تا یک ماه قبل از عید بهترین بهانه خرید بود این بهانه دیگر امروز جواب نمی‌دهد. صادق باشیم ما قدرت ساختن هر بهانه‌ای را داریم «حراجی بود، قیمت‌هاش فوق‌العاده پایین بود، همین کتیار رو میدونم ونگ دیدم چهاربرابر این قیمت بود، سالی یکبار هزار بار نمیشه…» همه اینها تنها بخشی از جملات درونی و بیرونی است که ماه به ماه عنوان خریدمان جور می‌کنیم و از طرفی برای کم کردن عذاب وجدان و آرام کردن خودمان به‌کار می‌برندیم.

■ شیک شده‌ایم و نامهربان

همه این فلسفه‌های خریدمهارشنمنه مانی‌های کناربزرگ‌ترین و بدترین بخش خریدهایمان این است که غیر ضروری خرید می‌کنیم، لوکس، شیک، تزئینی و فقط برای زیبایی می‌خریم. دسته‌دسته اسکناس صرف خرید وسایلی می‌کنیم که فقط جنبه تزئین خانه را دارد. چندصد هزار تومان صرف خرید میوه‌خورهی گلدان یا حتی مجسمه‌هایی می‌کنیم که هیچ استفاده کاری نمی‌شود از آنها کرد و فقط برای روی میز گذاشت و از دور تماشايش کرد. شیک شده‌ایم، لوکس می‌خریم، به ظاهر نقش پولداری می‌گیریم

و دیگر مهربان نیستیم.

این روزها در برداشتمان از کلمات هم دچار اشتباه شده‌ایم؛ اگر تا همین چند سال قبل به‌خوبی می‌توانستیم زیبا را از استی می‌خریدیم اما این روزها نه تنها ضروری خرید نمی‌کنیم بلکه کالاهاهی مجلل، لوکس و غیر ضروری را در ذهنمان ضروری جسا می‌زنیم. به‌جای آنکه ضروری خرید کنیم فقط و فقط از سر زیبایی خرید می‌کنیم، بماند اینکه اصول حرفه‌ای خرید کردن نه زیبایی است و نه مجلل بودن، بلکه کارآیی داشتن است که در هر مرحله‌ای شرط انتخاب یک کالا است. نکته مهم اینکه دقیقاً تفاوت بسیاری از قیمت‌های حتی کالاها ضروری هم به واسطه تفاوت داشتن کالا در دو بعد ضروری و تجمل است! واضح‌تر اینکه تصور کنید ما برای خانه‌مان به یک دست میلمان ساده نیاز داریم که قیمت آنها حداکثر ۴ میلیون تومان است و این کالا با این ظاهر و قیمتش جزو اجناس ضروری ما سر نیاز می‌رود. کافی است در بین ویتربین‌های میلمان فروشی‌ها گشتی بزنید، کالاها را وارسی و قیمت‌ها را با هم مقایسه کنید، تازه متوجه حرف من می‌شوید.

فروش یک میلمان هفت نفره با ۲۰ میلیون تومان قیمت، دیگر کالای ضروری نیست. چرا؟ مشخص است، چون این میلمان بیشتر از آنکه پول‌نیاز را بگیرد دارد پول‌تجملش را از حساب شما کسر می‌کند. یعنی در واقع فروشنده‌ها هم خوب روشی یاد گرفته‌اند و وقتی می‌بینند شما سر نیاز و ضرورت خرید می‌کنید ترجیح می‌دهند با کمی تغییرات و اضافه کردن تجملات از همین کالای ضروری شما کالایی مجلل بسازند که دقیقاً شما هم پول همین تجمل را باید بدهید. ترفند جازدن مجلل به‌جای ضروری در هر زمینه‌ای دیده می‌شود. ما اگر چه به خیال خودمان می‌رویم که کالای ضروری و مورد نیازمان را بخریم، اما در نهایت کالایی را به ضرب و زور فروشنده و ترفندهای فروش می‌خریم که چیزی چندین برابر قیمت کالای ضروری پولش است. ما در واقع این روزها پول ضرورت و نیازمان را نمی‌دهیم بلکه پول تجمل و لوکس را می‌پردازیم.

به‌جای آنکه فکر و ذهنمان به لذت بردن از زندگی و میهمانی‌مان باشد مدام باید مواظب باشیم که چیزی نشکنند، لب پر نشود، خط نیفتد. غافل از اینکه این وسایل به‌ظاهر شیک بالای جان ما، چیه‌هایمان و میهمان‌هایمان شده‌اند. وقتی ۶۰۰ هزار تومان پول بابت خرید یک مجسمه می‌دهیم و گوشه‌اتاق می‌گذاریم با آمدن هر میهمان دست و دلمان باید بلرزد که مبدا چه با بزرگی به مجسمه‌مان بخورد و پولمان در چشم برهم‌زنی نقش زمین شود، پس هر نوع ترفند و مهارت فیزیکی، دیداری و زبانی که بلام



سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۴۸۴۷۱

سبک تعالی

اسلام دین تعادل، ساده‌زیستی و آراستگی است

ثروتمند باشیم نه تجمل‌گرا

■ سیمین جم

اشکالات زیادی در زندگی‌های ما وجود دارد که ما را از مسیر صحیح سبک زندگی اسلامی خارج کرده است. تجمل‌گرایی و تمایل به زندگی‌های تشریفاتی و پر زرق و برق، از این جمله است که آثار ناگواری برای زندگی فردی و اجتماعی شهروندان ما رقم زده است. تجمل‌گرایی آن است که فرد به مادیات و زر و زیورهای دنیا دل می‌بندد، بدون اینکه توان مالی کافی داشته باشد و در تهیه مواردی همچون لباس، وسیله نقلیه و لوازم منزل به صورت افراطی بر خورد می‌کند و فقط به منظور عقب نماندن از دیگران دست به این اقدام می‌زند. اسراف و تجمل‌گرایی در دین اسلام مورد نکوهش قرار گرفته و در عین حال بر درست مصرف کردن تأکید بسیار شده است.

■ نظام اسلامی و رهبران ساده‌زیست

رهبر معظم انقلاب می‌فرماید: «ما بایستی مصرف کردن را مدبرانه و عاقلانه مدیریت کنیم. مصرف نه فقط از نظر اسلام، بلکه از نظر همه عقلای عالم، چیزی است که باید تحت کنترل عقل قرار بگیرد. با هوس و هوس، با خواش دل و آنچه نفس انسان از انسان مطالبه می‌کند، نمی‌شود مصرف را مدیریت کرد. کار به جایی می‌رسد که منافع کشور به‌هدر می‌رود، شکاف بین فقرا و اغنیای زیاد می‌شود، عدای در حسرت اولیات زندگی می‌مانند و عده‌ای با ولخرجی و ولنگاری در مصرف، منابع را هزر و هدر می‌دهند.»

مقام معظم رهبری خود نیز عملاً ساده‌زیست هستند و سیره عملی ایشان پرهیز شدید از اسراف است. یکی از نزدیکان مقام معظم رهبری نقل می‌کند «بر سر سفره ایشان به هیچ‌گاه از یک خورشت نیست. طبع منزل آقایین است که غذای میهمانی‌های خصوصی و شخصی‌شان را در داخل منزل بیآورند. بارها و بارها که آنجا بودم یا بعضی وقت‌ها که میهمانشان بودم دیدم که غذا ماش پلو یا عدس پلو یا خورش سبزی آن هم کم‌گوشت بوده است.»

حضرت امام نیز الگوی ساده‌زیستی بودند.

سررد رحیم صفوی در خاطره‌ای می‌گوید:

«یک روز در منزل شخصی امام خدمت ایشان بودم بحث طول کشید و نزدیک مغرب شد بعد از اقامه نماز آرام رو به من می‌انداختند: آقا رحیم شما از میهمانان ما باشید گفتیم اسباب زحمت می‌شود امام فرمودند: هر چه هست با هم می‌خوریم وقتی

«

به خیال خودمان می‌رویم که کالای ضروری و مورد نیازمان را بخریم، اما در نهایت کالایی را به ضرب و زور فروشنده و ترفندهای فروش می‌خریم که چندین برابر قیمت کالای ضروری پولش است. ما در واقع این روزها پول ضرورت و نیازمان را نمی‌دهیم بلکه پول تجمل و لوکس را می‌پردازیم



اینکه اغلب موارد همان تبلیغ‌هایی که در سمت راست وجود دارد کاملاً حرفه‌ای‌تر و پر رنگ‌تر در سمت چپ هم دیده می‌شود. این مواقع توصیه نمی‌کنم برای فرار از موقعیتی که برایتان ساخته‌اند سر به آسمان ببرید چون با وجود بلبوردهای تبلیغاتی بزرگ که امروز سر هر تقاطع، چهارراه و در کنار هر اتوبان دیده می‌شود آسمان هم جای مناسبی برای فرار از معرکه نیست! خلاصه کلام اینکه هر جای شهر یا بگذاریم باید انتظار وجود هجمه‌ای از تبلیغات زمینی، هوایی و دیواری را داشته باشیم.

راه‌کار می‌بندیم تا میهمانانمان را مهربان کنیم. این سختی و ترس به حضور میهمان محدود نمی‌شود چون طبیعی است که با وجود چنین اشیای لوکسی در اطرافمان باید حتی مراقب رفتارها و حرکات اعضای خانواده‌مان هم

باشیم، باید مدام چشم بیندازیم و هشدار بدهیم که مبدا بچه‌ها موقع بازی کردن دستشان بخورد و چیزی بشکنند. دستی‌دستی بالای جان دیگران و خودمان را خریداریم و به‌خانه‌مان آورده‌ایم. وجود چنین کالاهاهی لوکسی باعث شده که ترس جزو جدانشدنی زندگی‌مان شود چه در خلوت چه در جمع.

■ قسطی می‌خریم و مقروض می‌شویم

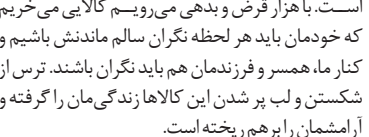
می‌توانید نقطه تلخ و عمق فاجعه خریدهای لوکس ما کجاست؟ وقتی که حتی پولی در حساب نداریم با می‌دانیم کالایی که انتخاب کرده‌ایم خیلی بیشتر از توان مالی و حقوق ماهیه‌مان است با این وجود می‌رویم قسطی می‌خریم، بی‌عغه می‌دهیم و جنسی است. ما پولش را بیشتر کالا با این ظاهر و قیمتش جزو اجناس ضروری ما سر نیاز می‌رود. کافی است در بین ویتربین‌های میلمان فروشی‌ها گشتی بزنید، کالاها را وارسی و قیمت‌ها را با هم مقایسه کنید، تازه متوجه حرف من می‌شوید.

فروش یک میلمان هفت نفره با ۲۰ میلیون تومان قیمت، دیگر کالای ضروری نیست. چرا؟ مشخص است، چون این میلمان بیشتر از آنکه پول‌نیاز را بگیرد دارد پول‌تجملش را از حساب شما کسر می‌کند. یعنی در واقع فروشنده‌ها هم خوب روشی یاد گرفته‌اند و وقتی می‌بینند شما سر نیاز و ضرورت خرید می‌کنید ترجیح می‌دهند با کمی تغییرات و اضافه کردن تجملات از همین کالای ضروری شما کالایی مجلل بسازند که دقیقاً شما هم پول همین تجمل را باید بدهید. ترفند جازدن مجلل به‌جای ضروری در هر زمینه‌ای دیده می‌شود. ما اگر چه به خیال خودمان می‌رویم که کالای ضروری و مورد نیازمان را بخریم، اما در نهایت کالایی را به ضرب و زور فروشنده و ترفندهای فروش می‌خریم که چیزی چندین برابر قیمت کالای ضروری پولش است. ما در واقع این روزها پول ضرورت و نیازمان را نمی‌دهیم بلکه پول تجمل و لوکس را می‌پردازیم.

به‌جای آنکه فکر و ذهنمان به لذت بردن از زندگی و میهمانی‌مان باشد مدام باید مواظب باشیم که چیزی نشکنند، لب پر نشود، خط نیفتد. غافل از اینکه این وسایل به‌ظاهر شیک بالای جان ما، چیه‌هایمان و میهمان‌هایمان شده‌اند. وقتی ۶۰۰ هزار تومان پول بابت خرید یک مجسمه می‌دهیم و گوشه‌اتاق می‌گذاریم با آمدن هر میهمان دست و دلمان باید بلرزد که مبدا چه با بزرگی به مجسمه‌مان بخورد و پولمان در چشم برهم‌زنی نقش زمین شود، پس هر نوع ترفند و مهارت فیزیکی، دیداری و زبانی که بلام

ما شرطی شده‌ایم چون به محض دیدن کلمه حراج و OFF 50٪ اختیار از دست می‌دهیم و سریع راه مغازه را در

پیش می‌گیریم. کافی است که تبلیغ یک فرش را با اسم «فوق‌العاده» ببینیم بدون آنکه فکر کنیم، سریع آدرس و تلفن را یادداشت می‌کنیم، در اولین فرصت به هر روش ممکن به دوستانمان هم خبر می‌دهیم یعنی نه تنها خودمان فریب می‌خوریم بلکه در فریب دادن دیگران هم شریک می‌شویم



نهایت اینکه فروش کرده‌ایم که یک‌روز ساده‌زیستی شعار زندگی‌مان بود، همه تلاشمان را می‌کردیم که اصل ساده بودن از خانه‌مان حذف نشود و با وجود حداقل امکانات فقط رفاه و آرامش داشته باشیم. همیشه پیش از آنکه به فکر زیبایی باشیم به این فکر می‌کردیم که چه بخریم که باعث سخت شدن رفت و آمدها نشود. یک سواک اساسی و مهم این است مگر نه اینکه ما خودمان روزی معتقد بودیم و ایمان داشتیم که سبک زندگی اسلامی، علی‌وار زیستن است؟ پس کدامان به این گفته که حضرت امیر فرمودند: «دنیا از آب بینی بز زکامی هم کم اهمیت‌تر است» ایمان داریم؟



زیبایی و جمال، امری فطری است و دین اسلام برای آن ارزش بسیاری قائل می‌شود. «إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ وَ يُحِبُّ الْجَمَالَ» خدا خودش جمیل است، جمال را هم دوست دارد.»

البته زیبایی و آراستگی نیز از نظر اسلام دارای حد و حدودی است که نباید از آن فراتر رفته و به جایی برسد که فرد با به زحمت انداختن خود و فقط برای چشم و همچشمی در مقابل دیگران به یک آرامش موقت برسد.

■ تولید ثروت آری، هدر دادن ثروت نه
مقام معظم رهبری در فرمایشات خود بر نکته‌ای بسیار مهم و کلیدی تأکید دارند و آن تولید ثروت است. ایشان تصریح می‌کنند: «نظام اسلامی با تولید ثروت مخالف نیست، با ایجاد ثروت مخالف نیست، بلکه مشوق است. اگر تولید نباشد، اگر ایجاد ثروت نباشد، حیات و بقای جامعه به خطر خواهد افتاد، اقتدار لازم را جامعه به دست نخواهد آورد» این یک اصل اسلامی است. اما اینی که احاد مردم دلشان لک بزند برای مسابقه اشرافی‌گری، برای تجمل‌پرستی، این یک چیز بسیار نامطلوب است؛ این چیزی است که متأسفانه در درون ما هست، همان طور که قبلاً هم گفته‌ام؛ اسراف و

مصرف گرای افراطی.»

رهبر معظم انقلاب در جای دیگری می‌فرماید: «وسایل تجملات، وسایل آرایش، میلمان خانه، تزئینات داخل خانه، اینها چیزهایی است که ما برای آنها پول صرف می‌کنیم. پولی که می‌تواند در تولید مصرف شود، سرمایه‌گذاری شود، کشور را پیش ببرد، به فقرا کمک کند، ثروت عمومی کشور را زیاد کند، این را ما صرف می‌کنیم به این چیزهای ناشی شده از هوس، چشم و همچشمی، آبروداری‌های خیالی.»

چه خوب است اگر بتوانیم این فرمایشات را هرچه درونی‌تر و عمیق‌تر در ذهن خود قرار دهیم و در تمامی رفتارها و برنامه‌های خود پیاده کنیم.

■ پیامدهای تجمل‌گرایی

تمایل به مادیات موجب دور شدن از فضای معنویات می‌شود. شخصی تجمل زده هرگز نمی‌تواند خدا و دین را محور افکار و اعمال خود قرار دهد. این روحیه انسان را سرگرم زخارف و زیبایی‌های ظاهری دنیایی می‌کند و به جای اینکه زینت‌های دنیا را وسیله‌ای جهت رسیدن به اهداف اصلی پیش روی خود بداند، آنها را به عنوان هدف تلقی می‌کند.

تجمل‌گرایی هم چنین آدمی را از برنامه‌های