سبک خرید

مصائب خریدهای تجملاتی عید یکی دو تا نیست

چشم و همچشمی برای چشم کور کنی!

اگر سر کلاف چشم و همچشمی تنها به خریدهای عید محدود می‌شد می‌توانستیم امیدوار باشیم که مردم با فرهنگ‌سازی متوجه اشتباهات رفتاری‌شان در این خصوص شوند. اما مسئله اینجاست که رد پای رفتارهایی از سر چشم و همچشمی در مورد مسائل زناشویی به‌ویژه پرونده‌های طلاق هم دیده می‌شود. بررسی‌های انجام‌شده روی حجم پرونده‌های بسیاری در حوزه طلاق نشان می‌دهد که اختلافات زوجین در ایام قبل از عید نوروز و درست در زمان خریدها شدت می‌یابد

■ ربابه زینال

چقدر درآمد ماهانه دارید؟ منظورم این است که دریافتی مالی‌تان هر ماه متوسط چقدر است؟ تا چه اندازه می‌توانید این درآمد را صرف خریدهای ضروری کنید؟ در حقیقت می‌خواهم از جواب این سوال‌ها به این نتیجه برسم که چند مورد از یک سبد خریدتان مربوط به کالاهایی است که یک: با سطح درآمدتان تناسب دارد و دو: براساس ضرورت و نیاز خرید می‌کنید. برای هر کدام از ما قطعاً پیش آمده که خریدی نیاز نداشتیم اما بعد از رفتن به خانه دوست و فامیل یا شنیدن خریدهای اینها از زبان دیگری دست به کار خرید کردن شده‌ایم. این نوع خریدها دیگر اسمش خرید کردن از سر نیاز نیست. وقتی شما خانه یکی مهمانی می‌روید و می‌بینید مبلمان، پرده یا حتی لوازم تزئینی‌اش چه مدلی است، فردا می‌آیید همه عزمتان را جزم می‌کنید و یک تهران‌گردی و بازار چرخی حسابی تدارک می‌بینید تا چیزی بخرید که این دفعه اگر او مهمان خانه شما بود چشمانش از تعجب گرد شود دیگر اسمش خرید نیست. فراموش نکنید اسم این حرکت چشم و همچشمی با هدف چشم کور کنی است!

■■■

■ **بازار خرید چشم‌کورکن‌ها گرم است**

همیشه وقتی قرار است برنامه خرید چیده شود بخشی از سبد ما را که اغلب پربها نیز هست کالاهایی از سر چشم و همچشمی پر می‌کند. این روزها که بوی اسفند و خریدهای شب عید بیش از سایر روزهای سال به مشام می‌رسد، روزهایی که بعد از آن ایام دید و بازدید است، قطعاً آنچه به چشم می‌آید کالاهای لوکس، بلااستفاده و صرفاً تزئینی است، بازار خرید چشم‌کورکن‌ها گرم است. هرگز تصور نکنید که چشم و همچشمی‌ها مختص طبقه یا قشر خاصی است؛ اصلاً و ابداً. فرقی نمی‌کند شما متمول باشید یا از قشر سطح متوسط. حتی اگر فقیر هم باشید باز هم در بین خریدهایتان به راحتی می‌توانید رد پای خرید کالاهای اینچنینی را ببینید.

نکته جالب اینجاست که وقتی ماه آخر سال می‌آید همه مدام به این فکر می‌کنند که چطور خرید کنند. خریدهایشان را لیست می‌کنند تا مبادا چیزی از قلم بیفتد. نگرانی خرید خوراکی‌ها، تغییر دکوراسیون و خرید پوشاک جزو مهم‌ترین اولویت‌های خرید این روزهاست. اما با این وجود هر چقدر هم که دخل در مقابل خرج خریدها کم بیاید باز هم خریدن چشم کورکن‌ها جای خود را دارد. برای خود من پیش آمده و دیده‌ام که اطرافیانم به قیمت نخریدن کالاهای ضروری حاضر بوده‌اند حتماً چیزی بخرند که مشابهش را در خانه کسی دیده بودند یا می‌دانستند قرار است برای عید بخرد، حالا این خرید براساس کدام فکر عاقلانه و به چه قیمتی است؟ بماند.

اگر شما جزو خانواده‌هایی هستید که خریدهای اینچنینی برایتان اصلاً مهم نیست، اگر جزو گروه آدم‌هایی هستید که صرفاً نیاز و سلیقه خودشان و خانواده‌شان در خریدها مهم است که شانس آورده‌اید، اما اگر جزو کسانی هستید که اعضای خانواده‌تان در خریدهایشان دنبال این می‌گردند که چیزی بخرند که دیگری نداشته باشد یا از خرید فلان عضو فامیل سر باشد بد به حالتان است. دقیقاً آن وقت است که خریدهای سال نو بیشتر از آنکه برایتان لذتبخش و معنادار باشد یک کابوس سیاه است که حسابی آزارتان می‌دهد.

■ **بوی عیدی، بوی سیب، بوی کاغذ رنگی...**

وقتی قرار است خصلت‌های خوب را مرور کنیم می‌گردیم و از بین خاطرات چند دهه گذشته رفتارهای خوب را پیدا می‌کنیم. یک جمله «یادش بخیر قدیم‌ها اینطور نبود...» هم اولش می‌اندازیم و برای جدیدی‌ها تعریف می‌کنیم. در زمینه خریدهای ضروری و دوری از چشم و همچشمی آن هم در بین روزهای آخر سال که همزمان با افزایش مخارج و خریدهای خانه است نمی‌خواهم بروم و از میان خاطرات ۱۰۰ سال پیش چیزی پیدا کنم و بگویم. همین ۲۰-۱۰ سال پیش خاطرم است اگر قرار بود خریدی کنیم می‌دانستیم برای چه می‌خریم و قطعاً هدفی پشت خریدهایمان بود. یاد ندارم ما جایی چیزی دیده باشیم و تصمیم بگیریم به اصطلاح خودمان برای رو کم کنی برویم چیزی بهتر بخریم. اصلاً و ابداً!

اگر قرار بود اینطور زندگی و رفتار کنیم که دیگر روابط خانوادگی آنقدر گرم و روابط صمیمانه نبود. من معتقدم در هر رابطه‌ای که چشم و همچشمی راه باز کند دیگر خبری از محرم بودن دو خانواده نیست و رفته رفته دو طرف احساس غریبی و دشمنی می‌کنند. همین تفکر روی روابط خانواده‌ها تأثیر می‌گذارد. به مرور روابط کمرنگ می‌شود و در نهایت روابط خانوادگی تنها از ترس نگرانی چشم و همچشمی حذف می‌شود. نه تنها به اعتقاد من بلکه به اعتقاد بسیاری از جامعه‌شناسان از آنجایی که سطح توقعات در زندگی افراد در سال‌های گذشته پایین‌تر بود چشم و همچشمی در موارد مختلف از جمله در هنگام خریدهای نوروزی بسیار پایین‌تر از چیزی بود که اکنون شاهد آن هستیم.

دقت کرده‌اید چند سالی، حدود ۲۰ سال است که وقتی نوبت خریدهای شب عید می‌رسد عنان خرج از دست مدیر اقتصادی خانواده که اغلب مردها هستند خارج می‌شود؟ دقت کرده‌اید یکی دو دهه است که زمان خرید کردن‌های عید پول زیاد می‌دهیم، اما در مقابل، در ازای خریدهایمان کمتر خدمات می‌گیریم، چون بیشتر لوکس و تزئینی می‌خریم؟

دلیل این اتفاق آن است که در روزهای پایانی سال و زمانی که به عید نوروز نزدیک‌تر می‌شویم نگرانی والدین و خصوصاً مردها که باید مخارج زندگی را تأمین کنند بیشتر و بیشتر می‌شود. آنهایی که سن‌شان به یکی دو دهه قبل قد می‌دهد به خوبی یادشان است که عیدهای قدیم رنگ و بوی دیگر و خریدهای سال نو لذت دیگری داشت که اکنون آن لذت و شیرینی با قیمت‌های بالای اجناس و گاه بی‌کیفیت گره خورده است. قدیم‌ترها وقتی زمان خرید عید و شب‌های آخر سال می‌رسید اگر قرار بود لیستی تهیه شود تا براساس آن خریدهای شب عید انجام شود آنچه در لیست دیده می‌شد اغلب شیرینی، شکلات، آجیل، میوه و لباس بود. کمتر کسی یادش می‌آید روزهای آخر سال پول خانواده را صرف خرید مبلمان، فرش یا لوازم تزئینی کنند. حقیقت این بود، اما این روزها نوع خریدهای شب عید تغییر اساسی کرده و در کنار خرید میوه، آجیل، شیرینی و لباس برای اعضای خانواده خریدهای دیگری نیز مانند تغییر کامل دکوراسیون منزل هم دیده می‌شود.

از آن بدتر اینکه انگار چند سالی است رسم شده شب عید خانه عوض کنند (بفروشند و خانه جدید بخرند) و ماشین‌شان را نو کنند. واقع‌بین باشید. این نوع خرج‌ها واقعاً از سر دل سیری و بی‌نیازی است. موضوعاتی که معلوم نیست چگونه و چرا وارد فرهنگ خریدهای نوروزی شده‌اند و تنها ثمره ورود اینگونه رفتارها بر هم زدن نظم و آرامش خانواده‌ها و نیز افزایش هزینه‌های زندگی است.

افرادی که در کودکی تمام دلخوشی‌شان در روزهای آخر اسفند هر سال خرید ماهی‌های قرمز رنگ کوچولو بود، همه ذوقشان در خرید کفش و لباس جدید خلاصه می‌شد و بخش زیادی از لذت‌شان صرف خرید وسایل سفره هفت‌سین می‌شد این روزها که بزرگ‌تر شده‌اند دغدغه‌شان تغییر کامل دکوراسیون منزل شده است و خانواده را مجبور می‌کنند که ال‌سی‌دی، ماشین لباسشویی، میز ناهارخوری، پرده‌ها، کمد، فرش و مبل‌های منزل را تعویض کنند.

رفتارهای تجمل‌گرایانه و چشم و همچشمی به عقیده کارشناسان و پژوهشگران حوزه‌های اجتماعی ریشه در تفکر نادرست افراد دارد و این رفتارها حتی می‌تواند باعث به وجود آمدن اختلافات شدیدی در بین زوجین شود.

■ **قصه به اینجا ختم نمی‌شود**

■ **دکتر سیروس قربانی**
مردم‌شناس و استاد دانشگاه تهران

اگر سر کلاف چشم و همچشمی تنها به خریدهای عید محدود می‌شد می‌توانستیم بدون نگرانی از کنار آن عبور کنیم و تنها امیدوار باشیم که مردم با فرهنگ‌سازی متوجه اشتباهات رفتاری‌شان در این خصوص شوند. اما مسئله اینجاست که رد پای رفتارهایی از سر چشم و همچشمی در مورد مسائل زناشویی به‌ویژه پرونده‌های طلاق همه دیده می‌شود.

بررسی‌های انجام شده روی حجم پرونده‌های بسیاری در حوزه طلاق نشان می‌دهد که اختلافات زوجین در ایام قبل از عید نوروز و درست در زمان خریدها شدت می‌یابد و با تحقیق بیشتر می‌توان دریافت ریشه این افزایش اختلافات چشم و همچشمی‌های خانواده‌ها در هنگام خریدهای آخر سال است.

کارشناسان حوزه خانواده در این باره معتقدند چشم و همچشمی و افراط در خرید، نوروز را تحت‌شعاع خود قرار داده تا جایی که در ایام پایانی سال اختلافات زوجین به دلیل تغییر دکوراسیون و متقبل شدن هزینه‌های بالا از سوی مردان، بیشتر به چشم می‌خورد.

این روزها که به‌جای پرداختن به ویژگی‌های سنتی و باستانی نوروز، به‌جای لذت بردن از روزها و خریدهای مربوط به آن، خودمان را درگیر چشم و همچشمی و خریدهای غیرضروری کرده‌ایم، در حقیقت با دست خودمان لذت این روزهای خاص را کمرنگ کرده‌ایم. متأسفانه رفتارهای از سر حسادت باعث شده است نوروز به جای اینکه سنت‌ها را زنده کند از حالت طبیعی خود خارج و اسیر تشریفات و هزینه‌های بی‌مورد شود. هر ساله با آغاز فصل بهار و نوروز باستانی شور و هیجان و تلاش مردم برای تغییرات در خود و خانواده به وجود می‌آید تا به استقبال بهار بروند، این در حالی است که در کنار مسائل خوب نوروز، چشم و همچشمی، اسراف و تفریط در خرید، این آیین ملی و سنتی را تحت‌الشعاع خود قرار داده است.

در سال‌های نه چندان دور خانواده‌ها همان وسیله‌هایی را که داشتند حتی وسایل قدیمی را تمیز می‌کردند و مورد استفاده قرار می‌دادند اما امروزه نوروز بهانه‌ای برای اسراف و متحمل شدن هزینه‌های گزاف شده است. گویی تغییر دکوراسیون و صرف هزینه‌های بالا و البته بی‌مورد از واجبات نوروز شده است و افرادی که توانایی آن را ندارند، تحقیر می‌شوند.

مسئله حسادت و چشم و همچشمی در خریدهای نوروز کم بود، چند سالی است که تلویزیون و رسانه‌های تبلیغاتی نیز با ورود به گود مصرف‌گرایی نه تنها در جهت حذف رفتارهای اشتباه ما کاری نکرده‌اند بلکه به همه خصلت‌های بد ما مصرف‌گرایی را نیز اضافه کرده‌اند. مدل‌های مختلف تبلیغاتی که در حال حاضر در رسانه ملی نیز شدت یافته فراتر از وضعیت اقتصادی پیش رفته، این مسئله به مصرف‌گرایی دامن زده است، همچنین اسراف و تجمل‌گرایی در افرادی که از ماهواره استفاده می‌کنند به دلیل تبلیغات بیش از حد و رنگارنگ بیشتر به چشم می‌خورد.

حقیقت این است که متأسفانه بررسی‌ها و نتایج تحقیقات نشان می‌دهد در ایام پایانی سال و پس از تعطیلات نوروزی اختلافات زوجین بیشتر می‌شود. این مسئله به دلیل تقاضاهای زنان برای خرید و تغییر دکوراسیون به هر قیمت است و از آنجا که مردان توانایی پرداخت این هزینه‌ها را ندارند، ناسازگاری و در بیشتر موارد دعوا و جنجال بین زوجین به پا می‌شود.

حال سوال این است که آیا بهتر نیست لذت روزهای ناب نوروز و شیرینی آن را با خریدها و رفتارهایی که به روابط عاطفی‌مان دامن می‌زند تلخ نکنیم؟ بهتر نیست خانواده‌ها از ایام نوروز بهترین استفاده معنوی را ببرند و برای سال جدید انرژی کسب کنند؟ آیا وقت آن نرسیده که با پایین آوردن سطح خریدهای بی‌مورد کمک به اقتصاد خانواده‌مان کنیم و روحیه خانواده را نشاط ببخشیم؟

مسئله اینجاست که اگر ما در روزهای عادی سال مدام در حال چشم و همچشمی و خریدهای غیرضروری هستیم، اگر مانع رفتارهای خودمان نباشیم و برایش راه‌حلی پیدا نکنیم این رفتارها در ایام خاص سال مثل نوروز شدت می‌یابد. در روزهای عادی سال که قرار نیست اتفاق خاصی رخ بدهد یا ما جایی برویم، این مسئله چندان مشکل‌ساز نخواهد شد اما در روزهای آخر سال که به تعطیلات نوروز منتهی می‌شود، قطعاً ادامه چنین روندی به دلخوری میان ما و خانواده‌مان، میان ما و همسرمان می‌انجامد. دلخوری‌ها زمینه‌ساز دعوا و قهر می‌شوند و در نهایت زندگی جهنم می‌شود.

■ **هر روز دریغ از نوروز**

به نظر می‌رسد نوروز به عنوان یک عید باستانی که در بردارنده ارزش‌های بسیار زیبای ایرانی – اسلامی است، رفته‌رفته نقش و کارکرد خود را در جامعه از دست داده و این سنت زیبا با تغییرات محسوسی همراه بوده است.

در طول قرون مختلف، نوروز به عنوان یک عید باستانی نمادی از تمام رفتارهای خوب در یک جامعه به حساب می‌آید و در این مقطع از سال شاهد سنت‌های بسیار ارزشمندی مانند به جا آوردن صله رحم، سر زدن به افراد فامیل و خویشاوندان، دستگیری از افراد ضعیف جامعه، آشتی کردن و رفع کدورت‌ها، نو شدن و نگاه تازه به دنیای پیرامون هستیم، اما متأسفانه برخی از افراد با رفتارهای ناشایست خود و با انجام اقداماتی که نه ضروری به نظر می‌رسد و نه عقلانی، این سنت زیبای ایرانی – اسلامی را تحت‌الشعاع رفتارهای نازیبای خود قرار می‌دهند.

تغییر کامل دکوراسیون منزل یا تعویض خودرو و خرید اتومبیلی با مدل بالاتر هنگام فرا رسیدن عید نوروز رفتاری عقلانی به نظر نمی‌رسد. کاملاً مشخص است که اینگونه رفتارها از سوی افرادی سر می‌زند که از درون دارای ضعف شخصیتی و دارای اراده‌ای سست هستند.

این روزها از اثر انگشت گرفته تا علاقه‌مندی به خوراکی‌ها می‌تواند به روانشناسان کمک کند که در تشخیص بیماری‌های شما بهتر عمل کنند شاید باورتان نشود که یکی از راه‌های تشخیص بیماری‌های روانی مشاهده و بررسی نحوه خرید کردن افراد است. روانشناسان می‌گویند شیوه خرید کردن افراد یکی از روش‌های تشخیص اختلال روانی است و تحقیقات نشان می‌دهد افرادی که از دانش و معیارهای صحیح مصرف برخوردار هستند، الگوهای صحیح مصرف و شیوه‌های انتخاب مناسب را هنگام خرید دانسته و مطابق با وضعیت اقتصادی و اولویت‌بندی وسایل موردنیاز اقدام به خرید احتیاجات خانواده می‌کنند و در خرید مناسب موفق‌تر عمل می‌کنند. اما به راستی علت اینگونه رفتارها چیست و چرا گاهی اوقات شاهد هستیم که زوجین در مسائلی مانند خریدهای نوروزی به مشکل برمی‌خورند و به اعتقاد کارشناسان این اختلافات گاه حتی باعث افزایش کدورت زوجین از یکدیگر و نهایتاً تأثیر منفی آن بر فضای خانواده می‌شود؟ فضایی که با نگاهی به فرهنگ و سبک زندگی ایرانی – اسلامی باید فضایی گرم و امیدوارکننده باشد به چالش کشیده می‌شود و بدترین اتفاق‌ها در بهترین روزهای سال برای خانواده‌ها رقم می‌خورد.

نگاه

دامی برای ابتلا به افسردگی

آرامش خود را به خرید گره نزنید

■ **حسین گل‌محمدی**

وقتی می‌خواهید یک خرید مهم انجام دهید چند روز فکرتان درگیر است؟ چقدر زمان صرف انتخاب کالا، رنگ آن، بررسی فنی و تخصصی و تهیه پول مورد نیاز می‌کنید؟ من فکر می‌کنم همه ما وقتی قرار است کالایی بخریم صرف‌نظر از قیمت و ارزش آن برای خودمان تا پیش از خرید، هیجان و ذوق بسیاری داریم. روزهای پیش از خرید مدام با کالای مورد نظرمان خیالبافی می‌کنیم. اگر قرار است ماشینی بخریم برنامه بعدی سفرمان را می‌ریزیم و اگر تصمیم به خرید خانه داشته باشیم تمام دکوراسیون گوشه گوشه آن را در ذهنمان مرور می‌کنیم. خلاصه اینکه تمام تلاش‌مان را به کار می‌گیریم تا به نتیجه خریدمان برسیم. بعد از خرید هم چند روزی با جنس تازه خریداری شده در عالم رؤیا به سر می‌بریم. از داشتنش لذت می‌بریم اما همه این لذت‌ها تا چند روز است. این ذوق ظرف چند روز که در افراد مختلف میزان آن متفاوت است فروکش می‌کند.

■ **آرامش کاذب با خرید کردن**

شکی نیست یک کالای جدید، خانه و وسیله نقلیه شخصی تا حدی موجب آرامش و رضایت صاحب آن می‌شود، اما وقتی هیجان داشتن آن از بین برود، آن وسیله فقط یک وسیله خواهد بود نه چیزی بیش از آن. اگر اجازه دهید وسایل زندگی، مقدار شادی‌تان را تأمین کنند، مطمئن باشید هرگز شاد نخواهید بود. گاهی اوقات هم که فرد نمی‌تواند مانند دیگری خرید کند، دچار افسردگی عمیق شده و زندگی برایش بی‌معنا می‌شود. مادامی که تلاش کنید حتی از روی ناخودآگاه‌تان برای خریدهایتان ذوق کنید و شادی در ازای هر خرید ایجاد کنید مطمئن باشید بعد از فروکش کردن ذوق خرید شادی‌تان هم فروکش می‌کند. این نوع شادی‌های موقتی اغلب چون کوتاه‌مدت و ناپایدار هستند به‌دنبال خود، افسردگی می‌آورند. اگر یاد بگیرید یا عادت کنید که آرامش و حتی روال عادی زندگی‌تان را به برنامه‌ریزی‌های مربوط به خرید گره بزنید مطمئن باشید به محض اینکه در خریدی موفق نشوید همه زندگی‌تان تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

آنچه مسلم است اینکه تجربه ثابت کرده در میان همه گروه‌های سنی و در هر دوره و عصری با هر نوع سلیقه و سبک زندگی این نوع روش زندگی آسیب‌رسان است و چشم و همچشمی موجب سلب آرامش می‌شود. تصور کنید شما پیوسته چشم به دیگران و نحوه زندگی آنها دارید. هر کاری که انجام دادند، شما هم بخواهید انجام دهید. با این کار پس از مدتی انرژی و منابع مالی‌تان را از دست می‌دهید و چیزی جز عذاب و خستگی برایتان باقی نمی‌ماند و به طور کل روی آرامش را نخواهید دید. احساس و تفکرتان همیشه بر مبنای «فلان چیز را می‌خواهم» و «فلان کار را باید انجام دهم» خواهد بود و پایانی بر این تفکر و خواسته‌هایتان نمی‌بینید. آدمی که همه اهداف زندگی‌اش را بر پایه خریدهای زودگذر بچیند همانطور که می‌شود با یک خرید لحظه‌ای به آرامش برسد به همان میزان و سرعت هم می‌تواند آرامشش را از دست بدهد. نتیجه مسلم زندگی برای داشتن کالاهای مختلف و چشم و همچشمی چیزی جز به خاک سیاه نشستن و بدهکاری نیست. تا آنجا که برخی افراد به سبب بدهی به زندان نیز می‌افتند. فرد با چشم و همچشمی اهداف اصلی خود را فراموش کرده و گرفتار مشکلاتی می‌شود که بی‌دلیل برای خود تراشیده است.

■ **سایه‌ای بر روابط عادی**

قبول دارید که روابط شما با دوستان، اقوام و فامیلتان تا زمانی طبق روال و لذت‌بخش است که چشم و همچشمی و حسادت در آن دخیل نباشد؟ مادامی که در جمعی بزرگ همه بدانند یکی نسبت به زندگی دیگران چنین احساسی ندارد روابط بدون لطمه دیدن ادامه پیدا می‌کند اما به محض اینکه متوجه شوند یکی در جمع نسبت به زندگی دیگران نگاه کنجکاوانه و وارسی از سر حسادت دارد بلافاصله روابط تخریب می‌شود. حقیقت این است که وجود تنها یک خصلت مثل چشم و همچشمی می‌تواند همه ابعاد زندگی یک فرد را دچار تغییرات منفی کند. مسلماً برای اینکه فرد بتواند از پس عواقب چشم و همچشمی برآید، باید بسیار کار کند و از آنجا که بیشتر وقتش را برای کار و کسب درآمد می‌گذراند، ارتباط خوب با خانواده یا دوستانش را از دست می‌دهد، به مرور تنها شده و سرگرم وسایلی می‌شود که به خاطر رقابت با همسایه یا اقوام مجبور به خریدشان شده است. وقتی پیوسته بخواهید کسی یا چیزی باشید که نیستید و مدام به دنبال مواردی که دیگران می‌خواهند باشید، نمی‌توانید پی به ارزش‌ها و استعدادهای خود برده و آنها را شکوفا کنید و تصمیم‌گیری‌هایتان در زندگی بر مبنای عملکرد دیگران خواهد بود و سرانجام روزی می‌رسد که می‌بینید هرگز لحظه‌ای برای خود و خواسته‌های واقعی خود زندگی نکرده‌اید و تقریباً زندگی باارزشتان را از دست داده‌اید.

■ **پیشنهادهایی برای حذف چشم و همچشمی**

حالا اگر منصفانه به این نتیجه رسیدید که خصلت بد چشم و همچشمی در وجودتان هست بهتر است از همین الان دست به کار حذف آن شوید. راه مطمئن شدن از داشتن چنین خصلتی ساده است، کافی است ببینید شما جزو کسانی هستید که مدام در فکر این هستند که دیگری چه کرده و چه می‌خواهد انجام دهد تا آنها نیز به دنبال آن کار بروند؟ اگر اینطور است شما دچار وسواس فکری مخربی شده‌اید که باید به آن پایان دهید.

قدم اول این است که بنشینید و آخرین روزهای واکنش‌تان را نسبت به اطرافیانتان در زمینه چشم و همچشمی مرور کنید و ببینید چه عواملی باعث می‌شود به عملکرد دیگران واکنش نشان دهید. سؤالی که باید در این مرحله از خودتان بپرسید این است «فکر می‌کنید چه چیزی شما را به رقابت با فرد یا افرادی ترغیب می‌کند؟»

تفاوت‌های شغلی که ناشی از موقعیت، سطح، ارتقا و حتی میزان درآمد است جزو این گروه به شمار می‌رود. معمولاً این احساس در کسانی شکل می‌گیرد که نسبت به موقعیت خود نارضایتی دارند. در واقع کسی که کلاً از شغلش یا جایگاه و درآمدش رضایت ندارد اغلب در زمینه شغلی نسبت به دیگران حسادت می‌کند و همین حسادت او را وادار به بروز رفتارهای چشم و همچشمی می‌کند. اگر چنین شخصیتی دارید بدانید که دارایی‌های دیگران برایتان عذاب‌آور خواهد بود و تصور خواهید کرد آنها راحت‌تر از شما به هر چه می‌خواهند می‌رسند.

گروه دوم کسانی هستند که دارای مشکل خود کم‌بینی هستند. کسانی که قابلیت‌ها و ظرفیت‌های خودشان را نادیده می‌گیرند. در مقابل، دیگران را از خود قوی‌تر و قدرتمندتر می‌بینند در زمره کسانی هستند که همیشه نسبت به داشته‌های سایرین حسرت می‌خورند. اگر جزو این گروه هستید قطعاً خود را آنقدر توانا نمی‌بینید که بتوانید با وجود خالی بودن کیف پولتان دوست‌های خوب پیدا کنید و تصور می‌کنید با خرید بیشتر کالاهای مختلف می‌توانید برای خود دوست نیز بخرید. تفکرتان نسبت به ارزش خود را تغییر دهید تا از وسوسه چشم و همچشمی نجات پیدا کنید.

در بعضی موارد مشکلات ناشی از زندگی شخصی باعث بروز رفتارهای چشم و همچشمی می‌شود. گاهی مشکلات زندگی آنقدر زیاد است که به دنبال روش‌هایی هستید که خیلی سریع و آسان به شما احساس خوب و برتری نسبت به دیگران بدهد و معمولاً این کار را با خرید بیشتر انجام می‌دهید. در مرحله بعد بیشتر کسانی دچار رفتارهای حسادت‌طلبانه و مشکلات چشم و همچشمی می‌شوند که کودکی سختی را تجربه کرده‌اند. کسانی که دوران کودکی‌شان در فقر مطلق سپری شده ممکن است در بزرگسالی حرص و ولع خرید بسیاری صرفاً برای بیشتر مطرح شدن در وجودشان احساس کنند. براساس همین حرص به شدت به دنبال خرید خانه بزرگ و وسیله نقلیه شخصی هستند تا کمبودهای دوران کودکی‌شان را جبران کنند.