

آیا راز محبوبیت جنس خارجی فقط در کیفیت است؟

درباره مصرف تظاهری به عشق هویت جعلی

زهرا نخی

دور و برمان را که نگاه می‌کنیم پر است از کالای خارجی. کالاهایی که شاید تا به حال به خارجی بودن یا نبودن آن دقت نکرده باشیم. از خودکار گرفته تا تلفن همراه، لباس، لوازم آرایشی، لوازم برقی و... می‌توانید بشمارید و درصد بگیرید. این وسائل چه طور وارد زندگی ما شده؟ چرا جنس خارجی می‌خریم؟ و اصلاً چرا ما کالای ایرانی نمی‌خریم؟ این ماجرای است که دو سر دارد. مصرف‌کننده و تولیدکننده.



عکس از محمد عقلی

و پرستیژی می‌آورد و مردم، فرد را با نوع پوشاک یا وسیله نقلیه‌اش ارزیابی می‌کنند.»

پرده دوم: در جست‌وجوی «خود»ی که به باخت داده‌ایم

نداشتن اعتماد به نفس - همین که فکر کنیم دیگران از ما بهترند و ما قرن‌ها با آن‌ها فاصله داریم - آدم را به مصرف برای تظاهر می‌کشاند. اسمش هم می‌شود «مصرف تظاهری». دکتر غلامرضا حسنی را اکثر مشهدی‌هایی که در حوزه فرهنگ کار می‌کنند می‌شناسند. عضو گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی است و علاوه بر جامعه‌شناسی، در حوزه مطالعات فرهنگی هم کار کرده است. او معتقد است که: «اگر خودباوری به عنوان یک عنصر فرهنگی، ضعیف باشد آن وقت است که کاهش میزان خودباوری، گرایش به بیرون را افزایش می‌دهد».

دکتر مولودی هم در این رابطه می‌گوید: «بعضی افراد می‌گویند

دکتر حمید یعقوبی را خیلی‌ها در حوزه روان‌شناسی می‌شناسند. یعقوبی رئیس انجمن روان‌شناسی بالینی ایران است و به ما گوشزد می‌کند: «هر جنس خارجی نمی‌تواند با جنس داخلی رقابت کند. همان طور که این را در فرش ایرانی می‌بینیم. کسی که بخواهد پرستیژی اجتماعی داشته باشد فرش ایرانی می‌خرد. چرا فرش مالزی یا آلمانی یا... را نمی‌خرد؟ این‌ها به تجربه مردم از آن کالا برمی‌گردد.» البته این عضو هیئت علمی

دانشگاه شاهد، از رازهای دیگری هم پرده برمی‌دارد. یعقوبی از فضایی می‌گوید که در آن، برداشت دیگران هم خودش انگیزه‌ای می‌شود، فضایی که: «وقتی فرد کالایی را می‌خرد، آن کالا برای او احترام

اتفاقی کاری را انجام دهد و نتیجه آن کار به نفع او شود و پاداشی برایش به دنبال داشته باشد؛ آن کار را تکرار می‌کند. مثلاً اگر به رستورانی که غذاهای خوب و کارکنان مهربان داشته باشد بروید، باز هم به همان رستوران خواهید رفت. مردمی که به صورت اتفاقی کالای خارجی را انتخاب کرده‌اند و بعد به تجربه دیده‌اند که هم عمرش طولانی‌تر بوده و هم رنگ و تنوع‌اش بهتر، از این به بعد هم آن را انتخاب می‌کنند».

با این حساب، آن چیزی که مهم است تجربه ماست در استفاده از کالا و کیفیت کالا. حالا چه ایرانی باشد و چه خارجی. فرش مرغوب چند صد ساله ایرانی هم نمونه‌اش.

پرده اول: خارجی با کیفیت‌تر است

سر و کله این فکر که «جنس خارجی خوب است» از کجا پیدا شده؟ و چه اتفاقی افتاده که به کالاهای خارجی اعتماد کرده‌ایم؟ جواب این سؤال‌مان را دکتر علی اکبر مجدی، استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی می‌دهد. مجدی که پایان‌نامه دکترایش مربوط به حوزه مصرف بوده است، کیفیت بالای جنس خارجی را علت اول اعتماد مردم می‌داند و می‌گوید: «ذهنیت بر اساس تجربه شکل می‌گیرد. مردم به تجربه متوجه شده‌اند که کالای خارجی کیفیت‌اش بهتر است.»

دکتر مولودی، هم تحصیلات حوزوی دارد و هم روان‌پزشک است. او که عضو هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی مشهد نیز هست از اصلی به نام «شرطی سازی عامل و کارا» در روان‌شناسی صحبت می‌کند و توضیح می‌دهد: «اگر انسان به صورت

بعضی افراد می‌گویند ما جنس ایرانی نمی‌خریم، چون برایمان افت دارد. این به خودباختگی شخصیتی برمی‌گردد که می‌خواهند بوسیله کالا جبران‌ش کنند