

محسن مقصودی تهیه‌کننده برنامه تلویزیونی ثریا است که از شبکه یک سیما پخش می‌شود. با او درباره تجربه پیگیری موضوع پارچه چادری گفتگو کردیم.



پیگیری مشکلات صنعت نساجی به روایت تهیه‌کننده برنامه «ثریا»

حتی از بکستان هم در صنعت نساجی استراتژی دارد

■ نوید جعفرزاد

با توجه به تأثیر فراوان قاچاق بر بازار پوشاک و به‌خصوص پارچه چادری، بگویید شما در طول تحقیقاتتان برای برنامه ثریا از میزان قاچاق در این بازار و روش‌های آن چه فهمیدید؟

در بازار نساجی و پوشاک نه تنها تولیدکننده‌ها که واردکننده‌های رسمی هم، به دلیل قاچاق فراوان، دچار مشکلات جدی شده‌اند. طبق آمار، میزان قاچاق کشف‌شده پنج برابر واردات رسمی است و با توجه به این که قاچاق کشف‌شده یک‌دهم قاچاق حقیقی است، بنابراین میزان قاچاق در بازار پوشاک پنجاه برابر واردات رسمی است.

طبق گفته رئیس انجمن نساجی هفتاد درصد از پوشاک موجود در بازار، خارجی است که بیش از نود درصد آن قاچاق است؛ یعنی حدود شصت و سه درصد از کل بازار پوشاک، کالای قاچاق است.

برای حل این مسئله تا به حال کاری نشده؟

ما در برنامه مان فهمیدیم وزارت صنایع در حوزه نساجی استراتژی ندارد. هیچ‌کس نمی‌داند کشور ما در رقابت با کشورهای همسایه چه برنامه‌ای دارد. کشوری مثل ترکیه در حال حاضر بیست و پنج میلیارد دلار صادرات صنایع نساجی دارد و قصد دارد در سال 2025 آن را به صد میلیارد دلار برساند و این یعنی چیزی معادل درآمد نفتی ایران.

صادرات ما در بخش نساجی یک میلیارد دلار است که بخش عمده آن فرش دستباف و کالاهای سنتی است، نه محصولات صنعتی. هرچه از مسئولین سؤال کردیم، عدد و رقمی نشنیدیم که مشخص کند قرار است به چه مقدار از صادرات برسیم و قرار است که در منطقه چندم باشیم. هفتاد درصد از بازار پوشاک ما کالای خارجی است، قرار است در پنج سال

آینده به چند درصد برسند؟ ده سال بعد چه‌طور؟ پانزده یا بیست سال بعد کجاییم؟

ازبکستان، بخش‌های مختلف صنعت نساجی خود را گام‌به‌گام جلو برده است؛ ابتدا کاشت پنبه را شروع و از آن حمایت کرد. سپس با بالا بردن تعرفه‌ها، از ریسندگی و تولید نخ حمایت کرد. زمانی به ما پنبه می‌فروخت، ولی حالا می‌گوید پنبه نمی‌دهیم، نخ می‌دهیم. بعد از مدتی، شرایط طوری خواهد شد که دیگر نخ هم به ما نمی‌دهند، بلکه فقط پارچه می‌دهند و بعد از مدتی دیگر خواهند گفت: پارچه هم نمی‌دهیم، فقط پوشاک می‌دهیم.

آن‌ها گام‌به‌گام برنامه‌ریزی کردند تا از کاشت پنبه و تولید نخ، به تولید پوشاک برسند و از ارزش افزوده این کالا استفاده کنند. در مقابل، ما کاملاً رها شده و بدون استراتژی عمل می‌کنیم. ما فقط لکه‌گیری می‌کنیم؛ مثلاً تصمیم می‌گیریم که به فلان کارخانه کمکی ناچیز کنیم.

و برنامه تلویزیونی شما سودی به حال این ماجرا داشت؟

مهم‌ترین وظیفه برنامه‌هایی مثل ثریا، مدیریت افکار عمومی است. مثلاً بعد از همین برنامه، خیلی از اهالی حوزه و دانشگاه برای اولین بار، از بومی نبودن پارچه چادر خانم‌ها مطلع می‌شدند. فعالان عرصه تولید توجه نکرده بودند که ما چادر مشکی تولید نمی‌کنیم. این خیلی مهم است که مسئولان در فضای رسانه‌ای حاضر شوند و پاسخ‌گو باشند. اگر این چنین مطالبه‌ای در فضای عمومی و رسانه‌ای ایجاد شود، دیگر موضوعات به این راحتی قابل دورزدن نخواهند بود. در مورد همین موضوع نساجی، خبر آن رسانه‌ای شد، اما پیگیری رسانه‌ای در کار نبود! چون این موضوع برای رسانه‌ها اهمیتی نداشت.

نقش زنان در حمایت از کالای ایرانی

از ساده‌زیستی تا مسابقه تجمّل گرایی

گفتگو با صدیقه خدیوی سرپرست دفتر امور زنان و خانواده استاندار خراسان رضوی

■ امید ادیب

در پیشبرد حمایت از تولید ملی زنان چه می‌توانند بکنند؟ انتقال این مفهوم به زنان که خریدن کالای خارجی به نفع ماست، کار مشکلی نیست. اگر بنا باشد که برای حمایت از تولید ملی منتظر کاهش قیمت‌ها و افزایش کیفیت محصولات داخلی باشیم، قطعاً این کار به این زودی محقق نمی‌شود. تهیه جنس ایرانی حمایت از فرزندان خودمان است. بانوان ما باید با همان باوری که در دوران دفاع مقدس برای سربلندی اسلام و کشور از فرزندان خود گذشتند وارد میدان شوند.

شما مهم‌ترین آسیب‌های زنان در مقوله خرید کالای ایرانی را چه می‌دانید؟

یکی از مهم‌ترین خطرهایی که وجود دارد ترویج روحیه تجمّل‌خواهی در بین بانوان است. البته دلیل گسترش این فرهنگ رفتار گروه‌های مرجع در کشور است. وقتی مسئولان، نخبگان، ورزشکاران، هنرمندان و... دچار تجملات می‌شوند، این روحیه به بدنه پایین جامعه هم نفوذ می‌کند. در تاریخ معاصر ما کشورهایی با توجه به خوی ساده‌زیستی به مراتب بالای اقتصادی رسیده‌اند که در این موفقیت بانوان نقش کلیدی داشته‌اند. البته ابتدای انقلاب در کشور خودمان هم زنان مروج ساده‌زیستی بودند. آن زمان برای برگزاری ازدواج ساده حتی با هم رقابت می‌کردند.

در استانداری تا چه حد در زمینه مصرف برای زنان فرهنگ‌سازی کرده‌اید؟

برای تغییر نگرش بانوان به مقوله مصرف گام‌هایی برداشته‌ایم. چه از طریق آموزش مهارت‌های زندگی به طور مستقیم و چه از طریق هماهنگی بین دستگاه‌های مختلف دولتی و مردم‌نهاد. یکی از برنامه‌های آموزشی در این حوزه طرح رحمت است که در آن بانوان خانه‌دار با سیره اهل بیت (ع) آشنا می‌شوند. از خط مشی‌های کلی این طرح، اصلاح نگاه خانواده به مقوله مصرف است. این که ملاک‌شان در خرید فقط قیمت و کیفیت نباشد و سربلندی جامعه و جلوگیری از نفوذ فرهنگ غیراسلامی را هم در کنار ملاک‌های خود قرار دهند. توجه به منافع جامعه اسلامی در خرید کالا برگرفته از این آیه است «وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا». اگر کسی کالای خارجی بخرد و بداند که با خرید این کالا زمینه تسلط اقتصادی و فرهنگی بیگانه بر کشورش را فراهم می‌کند، خلاف این آیه عمل کرده است.

ابتدای انقلاب در کشور خودمان هم زنان مروج ساده‌زیستی بودند. آن زمان برای برگزاری ازدواج ساده حتی با هم رقابت می‌کردند. به همین خاطر هم دشمن کار فرهنگی علیه ذهن و قلب خانم‌ها را کلید زد