

## پول داری و زندگی لاکچری داشتن چگونه است

اغلب گفته می شود که پول مهم ترین چیز در جهان نیست. با این حال، برای بسیاری از مردم، این گونه نیست. این ها لزوما افراد بیش از حد مادی نیستند. در عوض، آنها به سادگی ارزش واقعی پول را درک می کنند. پول، به خودی خود، بسیار دیدنی نیست. چه چیزی می تواند برای شما انجام دهد ، واقعا مهم است. پول به شما آزادی و انتخابات می دهد وقتی درآمد خوبی دارید یا منابع مالی دارید، می توانید تصمیم بگیرید کجا و چگونه می خواهید زندگی کنید. از سوی دیگر، زمانی که شما پول زیادی ندارید، انتخابات زیادی ندارید و انتخاب واقعی شما اون چیزی نیست که واقعا میخواهید.

با پول، شما اغلب می توانید جهان مادی دنیای امروز را کنترل کنید. اگر پول کافی داشته باشید، فقر هرگز به شما نزدیک نخواهد شد. برخلاف آنچه که اکثر مردم فکر می کنند، پول یا عشق به پول نیست که ریشه شیطانی است – حرص و آز، عشق به قدرت و اقتدار، فقر و ترس از خواندن است که اغلب ریشه های شر در ان است.

### لاکچری چیست؟

با کلمه لوکس همه آشنا هستیم. در واقع با وجودی که لوکس یک واژه لاتین به معنای تجملی است اما در زبان فارسی مانند یک کلمه فارسی با آن برخورد می شود. لوکس گرایی یا لاکشری (Luxury) به معنای شکلی از زندگی است که در آن فرد ترجیح می دهد اجناس لوکس را بخرد. لاکشری با وجودی که به تلفظ صحیح واژه انگلیسی نزدیکتر است اما در ایران به صورت لاکچری تلفظ می شود، که البته با توجه به جا افتاده بودن کلمه لوکس در زبان فارسی همان ترجمه لوکس گرایی برای آن مناسب تر است.

## زندگی لاکچری چگونه است؟

لاکچری یک سبک زندگی است که در آن فرد اصرار دارد گران قیمت ترین و با کیفیت ترین اقلام را در میان کالاها و خدمات انتخاب کند چرا که گمان می کند با این کار تجربه ممتاز و حس برتر و بالاتری نسبت به هم رده های خود در جامعه پیدا می کند. اتومبیل های لاکچری را همه در زیر پای فوتبالیست های مشهور دیده ایم. ساعت ها، جواهرات، مبلمان و وسائل خانگی و همینطور هتل ها و رستوران ها از کالاها و خدمات لاکچری به حساب می آیند. خرید بلیط تجربه های لذت بخش و نادر مثل سفر به فضا هم از جمله خریدهای لاکچری شناخته می شود. میوه فروشی که میوه های درشت و با کیفیت را در فضایی جداگانه نگه می دارد هم یک لاکچر فروش است که دنبال مشتری پولدار و لاکچرپسند می گردد.

احتمالا ثروت چیز بدی نیست اما قطعا مسئولیت زیادی رو روی دوش صاحبش میذاره ! چون همه مردم از سرمایه دار ها انتظار دارن تا شرایط امرار معاش رو برایشون فراهم کنن . خب انتظار بی جایی هم نیست.

به نظر من این درست نیست که یه آدم پولدار بخواد از رسانه ها برای نمایش دارایی هاش استفاده کنه . چه انگیزه ای به جز عقده های نو کیسه بودن می تونه یه انسان رو وادار کنه تا با راه انداختن show ثروت ، قشر طبقه متوسط و ضعیف جامعه رو عذاب بده؟! هیچکدوم از این افراد نمی تونن ادعا کنن که برای ایجاد انگیزه در افراد این Show ها رو راه میندازن !

در سراسر دنیا افراد مایه دار زیادی هستن که ثروت وحش—تناکی دارن اما یه دست لباس ساده میپوشن و هیچ جا پول شونو به رخ کسی نمیکشن چون همه می دونن که این آدمها چقدر پول دارن . نمونه این افراد هم زیاده و بارها دیدیم مته مرحوم استیو جابز Steve Jobs یا بیل گیتس Bill Gates و خیلی های دیگه که همه مون میشناسیم . اما خداوکیلی کجا دیدین این افراد بخوان خودنمایی کنن ؟ این افراد هیچوقت نخواستن و نیازی

هم نداشتن که با پول شون Show راه بندازن چون آدمای باسوادین ، چون دارن علم تولید میکنن ، چون درگیر رسیدگی به کارهای مهم تری هستن و قدر عمر رو بهتر درک میکنن . ضمن اینکه همه میدونن این افراد چقدر پول دارن پس نیازی به یادآوری نیست

بگذارید ساده تر سخن بگوییم. تفاوت برندهای لوکس و برندهای مد در قیمت نیست. کارکرد اجتماعی و فردی هر کدام از برندها با هم متفاوت است.

لاچری و لوکس گرایی از طلوع بشریت تا بحال همراه انسان بوده است. در مصر باستان بهره گیری از عطرها موهبتی بود که ویژه فرعون، دربار و برخی اشراف و کاهنان می شد. همچنین رسم مومیایی که به خاطر میل انسان به جاودانگی ابداع شده بود، در ابتدا به پادشاه و ملکه هایش اختصاص داشت، البته بعدها به سایر اشراف و مردم عادی و حتی حیوانات محبوبشان سرایت کرد. گفته می شود در ایران ساسانی تحصیل مختص طبقه نجبا بوده است. این موارد که اولین اشیاء یا خدمات لوکس تاریخ بشر محسوب می شوند، مصداقهای وجود طبقات اجتماعی بودند. بعدها با تغییر و پیشرفت جوامع، نظام اشراف سالاری و طبقات ثابت و غیرقابل تغییر از بین رفتند، حال دیگر یک فرد با همت و نبوغ خود می توانست از نردبان طبقات اجتماعی بالا برود و نیاز داشت چیزی این پیشرفت را هم برای خودش و هم دیگران تصدیق کند. بدین ترتیب محصول و برند لوکس مدالی بود که فرد موفق بر سینه خود به نشانه موفقیت نصب می کرد. بله دوست داشته باشیم یا نداشته باشیم مهمترین کارکرد لاچری ایجاد تمایز عمودی در جوامعی است که به سبب از بین رفتن بنیانهای طبقات اجتماعی قدیمی دیگر تفاوتی میان افراد جامعه وجود ندارد مگر میزان پول. اما پول معیار و ملاک مناسبی برای ایجاد تمایز نیست.

## زندگی لاکچری در ایران

امیرمحمود حریرچی، جامعه شناس و عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی با اشاره به رواج زندگی لاکچری در فضای مجازی و اینستاگرام به خبرنگار آنا می‌گوید: «مشکل اینجاست که مردم ما به ویژه جوانان از طریق انتشار تصاویر این سبک زندگی لاکچری می‌خواهند خود را به جامعه معرفی کنند و متأسفانه ارزش‌های جامعه چنان سقوط کرده که مردم با این شیوه سعی در مطرح کردن خود دارند».

«این سبک زندگی در جامعه ایرانی خریدار دارد و به همین دلیل نیز شاهدیم که روز به روز بر تعداد کاربران لاکچری و کانال‌های تلگرامی با این عنوان افزوده می‌شود. برخی از افراد با نشان دادن زندگی لاکچری خود در فضای مجازی در پی کسب ارزش و اعتبار هستند و شاهدیم که بسیاری از ازدواج‌های امروز با تاکید به این نوع زندگی شکل می‌گیرد چون برایشان مهم است که طرف مقابل چه خودرو و لباس و طلا با چه برندی استفاده می‌کند».

این استاد دانشگاه یکی از دلایل طلاق در جامعه را همین لاکچری زندگی کردن می‌داند و می‌گوید: «باتوجه به این که همه مردم نمی‌توانند از پس تامین خواسته‌های طرف مقابل و فراهم کردن زندگی لاکچری در آیند از یکدیگر جدا می‌شوند زیرا به جای توجه به اخلاقیات و عقاید یکدیگر مارک لباس و رستوران و محل زندگی طرف را ملاک ارزیابی قرار داده‌اند».

حریرچی معتقد است: «متأسفانه شاهدیم که شیوه زندگی لاکچری در بین جوانان افزایش پیدا کرده و با این سبک خودنمایی دیگران را تحقیر و تخریب می‌کنند در حالی که این تیپ شخصیتی افراد تحقیر شده هستند و درون شخصیت آنها و اخلاق و ارزش‌ها و اطلاعات آنقدر پایین است که می‌خواهند با این سبک زندگی خود را در جامعه مطرح کنند».

او که به بیش از 40 کشور توسعه یافته جهان نیز سفر کرده به سبک زندگی لاکچری در سایر کشورهای جهان اشاره و تأکید می‌کند: «حتی در توسعه یافته‌ترین کشورهای جهان با سبک زندگی لاکچری هم با این سبک از زندگی که در ایران وجود دارد، روبه‌رو نیستیم».

حریرچی ادامه می‌دهد: «در کشورهای پیشرفته دنیا تنها سلبریتی‌ها به این سبک زندگی می‌کنند که البته آنها هم در حد پز دادن به دیگران نیست چون در کشورهای دیگر برعکس ایران این شیوه زندگی خریدار ندارد و سلبریتی‌ها انتشار تصاویر وسایل و زندگی لاکچری خود را در اینستاگرام نشانه تحقیر و کوچک کردن خود می‌دانند».

البته زندگی سلبریتی‌ها و برخی مسئولان در ایران، در گرایش عوام به سمت زندگی‌های خاص بسیار تاثیرگذار بوده است؛ نقش رسانه ملی و رسانه‌های جمعی هم در تبلیغ زندگی‌های شیک و خاص در این موضوع بی‌تاثیر نیست. دکتر حریرچی بر این موارد صحنه گذاشته و معتقد است که با آغاز دهه 70 یک نوع زندگی اشرافیگری در کشور رونق پیدا کرده و با توجه به این که مسئولان کشور هم لاکچری زندگی می‌کنند، آقازاده‌ها زندگی لاکچری را در کشور باب کردند و در شبکه اجتماعی حتی مطرح کردند که دارای نبوغ خاص و ژن خوب هستند.

حریرچی با انتقاد از برخی جریان‌ات حاکم در کشور، می‌گوید: «البته شاهدیم که برخی از مسئولان کشور با ماشین 500 میلیونی در شهر تردد می‌کنند حتی شنیدم که برخی از طلاب برای رفتن به کلاس‌های طلبگی از ماشین‌های 250 میلیونی استفاده می‌کنند».

## نقش رسانه‌ها در لاکچری کردن زندگی‌ها!

رسانه ملی برای تبلیغات مواد غذایی و فیلم و سریال نیز سبک زندگی لاکچری را به تصویر می‌کشد به طوری که برای تبلیغ یک روغن مایع آشپزخانه اپن با به روزترین وسایل و امکانات را نشان می‌دهد حتی در سریال عید می‌بینیم که افراد به طور مکرر زندگی لاکچری را فریاد می‌زنند، این را حریرچی می‌گوید و ادامه می‌دهد: «مخاطب رسانه ملی عموم مردم هستند که با دیدن این تصاویر تصور می‌کنند زندگی همه به این شیوه است».

وی با اشاره به ضعیف عمل کردن رسانه ملی در فرهنگ سازی زندگی ساده مردم می‌افزاید: «وقتی در رسانه ملی برای شرکت در یک مسابقه 5 دستگاه بی ام دبلیو جایزه در نظر گرفته‌اند و با این کار سطح توقعات مردم را بالا می‌برند و مردم فکر می‌کنند که این شیوه زندگی درست است زیرا رسانه ملی حتی در برنامه خانوادگی روزانه نیز نشان می‌دهد که برای تهیه یک صبحانه از توت فرنگی بسته 100 هزار تومان استفاده می‌کنند و بدون اینکه مخاطب خود را بشناسند زندگی لوکس و لاکچری را تبلیغ می‌کنند».

حریرچی با تاکید بر اینکه تنها بخشی از علت افزایش آمار طلاق در کشور ناشی از سبک زندگی لاکچری است، می‌گوید: «جامعه ما از این طریق به وضوح تبعیض را احساس می‌کند و افراد ناتوان مالی در نظر خود می‌گویند که من در شهریه مدرسه فرزندم مانده ام و برخی دیگر چطور زندگی می‌کنند بنابر این مقایسه‌ها به کانون خانواده و شخصیت فردی مردم آسیب می‌زند». وی معتقد است رسانه ملی می‌تواند با فرهنگ سازی مانع رواج و گسترش فرهنگ سبک زندگی لاکچری شود و البته باید مسئولان نیز ساده زیستی را در پیش گیرند و سبک زندگی خود را به مردم نشان دهند تا الگو برداری از این سبک زندگی در کشور افزایش یابد به طوری که ما شاهد بودیم امام خمینی(ره) در خانه 124 متری اجاره‌ای زندگی می‌کردند اما حالا به جایی رسیدیم که مسئولان کشور در بهترین نقاط شهر زندگی می‌کنند آقازاده‌ها فساد اجتماعی و اقتصادی را در کشور رواج دادند.