

خبر
مسعود پز شکینان:
 ترامپ خواب نابودی ایران را خواهد دید

رئیس جمهور گفت: رئیس‌جمهور آمریکا خواب نابودی و ساقط کردن ایران را خواهد دید، چرا که ملت ما با قدرت و صلابت تلاش می‌کند و بر تمام موانع غلبه خواهد کرد.

به گزارش ایرنا از ریاست جمهوری، مسعود پزشکیان صبح امروز یکشنبه، ۵ مهر ۱۴۰۵او همزمان با آغاز هفته گردشگری، به صورت برخط از ۲۴۶ پروژه وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با ارزش سرمایه‌گذاری ۳۵ هزار میلیارد تومان و اشتغال‌زایی سه هزار و ۲۰۰ نفر افتتاح کرد.

رئیس‌جمهور در بخشی از این مراسم با تأکید بر گسترش سطح تعاملات فرهنگی و گردشگری با همسایگان، اظهار داشت: با توجه به محدودیت‌هایی که آمریکا برای کشورمان ایجاد کرده است، توسعه روابط فرهنگی، گردشگری و تجاری با همسایگان ضرورت دارد و موجب می‌شود تا کشور در مسیر توسعه و شکوفایی قرار گیرد. پزشکیان با اشاره به اینکه در راستای حمایت و پشتیبانی از فعالان گردشگری، قوانین و مقررات دست و پاگیر اصلاح خواهد شد، بر ضرورت برقراری تناسب متوازن جمعیتی و زیرساختی در حوزه گردشگری تأکید کرد و افزود: با وجود شرایط جنگی حاکم بر کشور در دو سال گذشته، اقدامات شایسته‌ای در حوزه توسعه زیرساخت‌های گردشگری در سراسر کشور رقم خورده است، اما با این وجود توجه به برقراری توسعه متوازن امری اجتناب‌ناپذیر است.

وی اضافه کرد: همچنین برای ایجاد تعامل و هم‌افزایی بخشی و بین‌بخشی، ضرورت دارد جلسات متعددی برگزار شود و هر یک از نمایندگان تشکل‌های حوزه گردشگری مسائل و مطالبات خود را بیان کنند تا به آن رسیدگی شود.

رئیس‌جمهور در بخش دیگری از سخنان خود، با تأکید بر ضرورت بهره‌گیری حداکثری از فرصت ایجادشده در حوزه گردشگری و توسعه زیرساخت‌ها، تصریح کرد: تحریم‌های تحمیلی علیه کشورمان را باید به فرصتی برای گسترش ارتباطات منطقه‌ای و افزایش اشتغال‌زایی تبدیل کنیم؛ چرا که همسایگان ما ظرفیتی مهم به شمار می‌آیند و با ارتقای سطح تعاملات همه‌جانبه، می‌توان مسیر تازه‌ای برای خدمت به کشور گشود.

رئیس‌جمهور همچنین با اشاره به حضور در هشتاد و یکمین مجمع عمومی سازمان ملل و اقدامات صورت‌گرفته در جریان این سفر، تصریح کرد: آنچه در سازمان ملل محقق شد، بر پشتوانه تاریخ، فرهنگ و تمدن مردم بزرگوار ایران استوار بود؛ مردمی که با حضور مداوم خود و علی‌رغم مشکلات، حامی نظام بوده‌اند و حتی آنان که در میدان حاضر نیستند نیز با همدلی و همراهی خود، مایه افتخار ما شده‌اند که خدمتگزار آنها هستیم.

رئیس‌جمهور در ادامه با اشاره به سخنان موهوم ترامپ مبنی بر تهدید به نابودی ایران، خاطرنشان کرد: در کشور بزرگ ایران یک میلیون اثر تاریخی وجود دارد که ۴۳ هزار مورد از آنها به ثبت رسیده است. آمریکا که تعداد اثر تاریخی دارد که توانسته باشد همانند تمدن ایران ثبت شود و پشتوانه تاریخی آن باشد؟

پزشکیان گفت: برای رئیس‌جمهور آمریکا، حقوق بشر و قوانین بین‌المللی و انسانی موضوعی بی‌اساس است، زیرا او مردم ایران را تهدید به نابودی می‌کند؛ اما مردم مقتدر ایران با سربلندی از سختی‌ها و محدودیت‌ها خارج خواهند شد و در تولید و ساختن کشور مشارکت خواهند داشت. آمریکا خواب نابودی و ساقط کردن ایران را خواهد دید، چرا که ملت ما با قدرت و صلابت تلاش می‌کند و بر تمام موانع غلبه خواهد کرد.

رئیس‌جمهور با تقدیر از اتحاد و انسجام شکل‌گرفته مردم علیه دشمنان، اظهار داشت: آمریکا و اسرائیل جنایتکار باور نمی‌کردند که ملت ایران بتوانند با وجود ناترازی‌ها پایدار بماند و توشه‌شان این بود که کشور از درون دچار فروپاشی خواهد شد. اما جنگ و حمله آنها به نقاط مختلف کشورمان سبب شد تا مردم مصمم‌تر از گذشته در میدان حضور یابند و در دفاع از کشور نقش اساسی ایفا کنند.



سرمقاله

ادامه از صفحه یک

این تفاوت، کوچک به نظر می‌رسد، اما نکته ای مهم درباره شهر می‌گوید.
آیا طبقات اجتماعی در شهرهای ایران به هم نزدیک‌تر شده‌اند؟ در ظاهر، چنین به نظر می‌رسد. غذاها و مکان‌هایی که زمانی به گروه اجتماعی مشخصی تعلق داشتند، لایمشریان متنوع‌تری دارند. طبقات بالاتر گاهی به سراغ سبک زندگی طبقات پایین‌تر می‌روند؛ غذای ساده می‌خورند، در محله‌های قدیمی پرسه می‌زنند، در غذاخوری‌های بی‌تکلف می‌نشینند و از چیزی لذت می‌برند که زمانی اصلاً به عنوان «سبک زندگی» شناخته نمی‌شد. اما این فقط یک‌طرف ماجراست. طبقات پایین‌تر و متوسط هم گاهی به سراغ غذاها و فضاهای طبقات بالاتر می‌روند. یک وعده غذا در رستورانی گران‌تر، امتحان کردن غذایی که پیش‌تر در سبد مصرفشان نبوده، یا رفتن به کافی‌ای که زمانی مشتریانش از طبقه اجتماعی دیگری بودند، می‌تواند نوعی سفر کوتاه به جهان مصرفی دیگری باشد. در واقع، نکته آن است که امروزه طبقات اجتماعی بیش از گذشته به دنیای مصرفی یکدیگر سر می‌کشند. هر دو گاهی به جهان دیگری سفر می‌کنند؛ یکی برای تجربه سادگی، دیگری برای تجربه چیزهای که پیش‌تر کمتر در دسترسش بوده است. باید توجه کرد که این رفت‌وآمد لزوماً به معنای برابر شدن موقعیت‌ها نیست. کسی که پول و امکان انتخاب بیشتری دارد، می‌تواند یک شب املت قهوه‌خانه‌ای بخورد و شب دیگر به رستورانی گران برود. می‌تواند سادگی را انتخاب کند، چون مجبور به آن نیست. در مقابل، کسی که درآمد کمتری دارد ممکن است گاهی نتواند غذای طبقات مرفه‌تر را تجربه کند، اما این تجربه الزاماً به معنای دسترسی مداوم به همان سبک زندگی نیست. در نتیجه، لازم است میان «تجربه کردن یک جهان» و «زندگی کردن در آن جهان» تفاوت بگذاریم. طبقات بالاتر پایین آمده‌اند و طبقات پایین‌تر بالا رفته‌اند؛ اما شیوه این بالا آمدن و پایین آمدن یکسان نیست.

معماری

معماری در ایران به گونه‌ای است که در طول تاریخ، همواره بازتاب‌دهنده ارزش‌ها، باورهای و سلیقه‌های حاکم بر جامعه بوده است.

ماجرای از یک خبر شروع شد؛ خبری که در ساعات اولیه این تصور را ایجاد کرد که بعد از سال‌ها، راه ورود لوازم خانگی کروی به ایران باز شده است. تیرتها از «آزاد شدن واردات سامسونگ و ال‌جی» گفتند و نام دو برند قدیمی بازار لوازم خانگی دوباره سر زبان‌ها افتاد. اما این روایت خیلی زود اصلاح شد. سازمان توسعه تجارت اعلام کرد: «هیچ تغییری در رویه واردات رسمی لوازم خانگی کروی رخ نداده است.»

توضیح سازمان توسعه تجارت، ماجرا را به تصمیم جدید کارگروه ماده ۱۲ برگرداند؛ تصمیمی که بر اساس آن، مرزنشینان عضو تعاونی‌ها هم می‌توانند مانند کولبران و ملوانان، لوازم خانگی کروی وارد کنند. یعنی اتفاق تازه، باز شدن درهای واردات رسمی برای همه واردکنندگان نیست. مسیر تجارت مرزی گسترده‌تر شده، اما ممنوعیت واردات رسمی لوازم خانگی کروی همچنان پایرجاست. همین تفاوت، فاصله زیادی با تصویری دارد که در خبر اولیه ساخته شد.

اما پشت این خبر کوتاه، داستانی نزدیک به یک دهه قرار دارد؛ داستان ممنوعیتی که از بحران ارزی و تحریم شروع شد، بعد شکل سیاست حمایت از تولید داخل گرفت و در نهایت بازار لوازم خانگی ایران را برای سال‌ها از حضور رسمی برندهای خارجی خالی کرد. سامسونگ و ال‌جی از بازار رسمی فاصله گرفتند، تولیدکنندگان داخلی فضای بیشتری پیدا کردند و در مقابل، بخشی از تقاضای مصرف‌کنندگان به مسیرهای مرزی و غیررسمی منتقل شد.

ممنوعیت از کجا شروع شد؟

برای رسیدن به نقطه امروز باید به سال‌های قبل برگشت. در سال ۱۳۹۱ محدودیت‌هایی برای واردات برخی کالاها اعمال شد، اما در سال ۱۳۹۴ بخشی از این محدودیت‌ها کنار رفت و بازار دوباره به سمت واردات حرکت کرد. چند سال بعد اما شرایط کاملاً تغییر کرد؛ تحریم‌های آمریکا بازگشت، نرخ ارز جهش کرد و سیاست ارزی دولت به سمت محدود کردن واردات کالاهایی رفت که امکان تولید آنها در داخل وجود داشت.

سال ۱۳۹۷ نقطه عطف ماجرا بود. با تشدید تحریم‌ها و بحران ارزی، واردات گروهی از کالاهای ممنوع شد و لوازم خانگی نیز در این فهرست قرار گرفت. هدف اعلام‌شده، مدیریت منابع ارزی و جلوگیری از خروج ارز برای کالاهایی بود که مشابه داخلی داشتند. در آن مقطع، سیاست‌گذار تلاش داشت منابع محدود ارزی را به کالاهای ضروری و نهادهای تولید اختصاص دهد و همزمان برای تولیدکنندگان داخلی فضای بیشتری در بازار ایجاد کند.

همزمان با این تحولات، سامسونگ و ال‌جی نیز از بازار رسمی ایران فاصله گرفتند. البته خروج این دو برند را نمی‌توان فقط به ممنوعیت واردات نسبت داد؛ تحریم‌ها، محدودیت‌های بانکی و دشواری ادامه فعالیت شرکت‌های خارجی در ایران نیز نقش داشتند. اما نتیجه برای مصرف‌کننده روشن بود؛ دو نام بزرگ بازار لوازم خانگی که سال‌ها در شبکه رسمی فروش ایران حضور داشتند، دیگر امکان فعالیت و عرضه محصول مانند گذشته را نداشتند. در ابتدا قرار بود ممنوعیت واردات فرصتی برای تولید داخل باشد. استدلال این بود که وقتی کشور با محدودیت ارز روبه‌روست، اختصاص ارز به کالاهایی که امکان تولید آنها در داخل وجود دارد، اولویت ندارد. در همین شرایط، حذف رقیب خارجی می‌توانست سهم بیشتری از بازار را در اختیار تولیدکنندگان داخلی قرار دهد. اما ممنوعیت به مرور از یک تصمیم ارزی فاصله گرفت و به سیاستی ماندگار در بازار لوازم خانگی تبدیل شد.

۱۴۰۰: ممنوعیت کروی‌ها جدی‌تر شد

اگر سال ۱۳۹۷ شروع دوره جدید ممنوعیت واردات بود، سال ۱۴۰۰ نقطه‌ای بود که موضوع لوازم خانگی کروی‌ای شکل صریح‌تری پیدا کرد. در شهریور آن سال، جمعی از تولیدکنندگان لوازم خانگی در نامه‌ای به رهبر شهید انقلاب، خواستار جلوگیری از ورود محصولات خارجی، به‌ویژه کالاهای کروی‌ای شدند. تولیدکنندگان در این نامه، بازگشت محصولات خارجی را تهدیدی برای صنعتی می‌دانستند که در سال‌های ممنوعیت فرصت بیشتری برای فعالیت پیدا کرده بود.

بیشتر این نامه، دفتر رهبر انقلاب موضوع را به رئیس‌جمهور وقت، سید ابراهیم رئیسی، منتقل کرد. در نامه دفتر رهبر انقلاب به رئیس‌جمهور آمده بود که درخواست تولیدکنندگان درباره جلوگیری از ورود محصولات نهایی لوازم خانگی، با این استدلال مطرح شده که تولید داخلی از نظر کمی و کیفی پاسخگوی نیاز کشور است. در ادامه خطاب به رئیس‌جمهور تأکید شده بود: «این موضوع بسیار مهمی است. اگر این خبر گشایش و ایراد تا دو شرکت کره جنوبی) راست باشد به معنی شکستن کمر شرکت‌های لوازم خانگی داخلی است که تازه توانسته‌اند قدری روی پا بایستند، جداً جلوی این مشکل را سد فرمایند.»

این موضوع را در رشت هم می‌توان دید؛ شهری که در آن بزرگ شده‌ام و تغییراتش را از نزدیک دنبال می‌کنم. سال‌ها پیش، در منطقه لب‌آب - یا به قول جوانان شوخ‌طبع آن - I.A - قهوه‌خانه‌های دیزی‌سراهای متعدّد بود. مشتریانشان عمدتاً کارگران، رانندگان و مردانی بودند که غذای ارزان و شکم‌پرکن می‌خواستند. فضای این مکان‌ها هم کاملاً مردانه بود. آنها بخشی از اقتصاد روزمره شهر بودند، نه بخشی از تفریحات شهری. اما اگر فرد صبح گذرتان به آن منطقه بیفتد، ممکن است با صحنه دیگری روبه‌رو شوید: دختران و پسران جوان و آلفمدی که در کنار رانندگان تاکسی، صنعت کاران و کارگران ساختمانی نشسته‌اند و صبحانه می‌خورند. راستش را بخواهید، گاهی از چشم مشتریان همیشگی این مکان‌ها این پیام را می‌گیرم که اینجا اینجا چه کار می‌کنند؟

به گمان من، آنچه در شهر امروز در حال رخ دادن است نوعی «ریایش» متقابل عناصر طبقاتی» باشد. هر طبقه از جهان دیگری چیزهایی را برمی‌دارد: یکی املت قهوه‌خانه‌ای را، دیگری رستوران گران را؛ یکی سادگی و بی‌تکلفی را، دیگری غذای خاص و فضای لوکس را. در نتیجه، دیگر به آسانی نمی‌توان از روی یک بشقاب غذا، یک کافی یا حتی یک محله، موقعیت طبقاتی مشتری را تشخیص داد. نشانه‌ها از جای خود کنده شده‌اند و در موقعیت‌های تازه به کار می‌روند. طبقات لزوماً جابه‌جا نشده‌اند، اما عناصر سبک زندگی‌شان جابه‌جا شده است. همه این تغییرات را نباید فقط با مفهوم مصرف و طبقه تعبیر کرد. در سال‌های اخیر، خود گذشته هم در شهر ارزش تازه‌ای پیدا کرده است. بعضی محله‌ها، غذاها و فضاهایی که زمانی کاملاً معمولی و روزمره بودند، حالا به عنوان بخشی از گذشته شهر دوباره دیده می‌شوند. در رشت، ساغریسازان یا گذر خواهر امام رشت برای بسیاری از مردم دیگر فقط یک محله قدیمی نیست؛ بخشی از تصویر شهر گذشته است. در تهران هم بعضی محله‌های مرکزی و جنوبی شهر، نظیر اولادجان

خبر رفع ممنوعیت واردات سامسونگ و ال جی بررسی شد

باز شدن درهای واردات؟

خبر باز شدن مسیر واردات لوازم خانگی کروی در حالی بازار را غافلگیر کرد که چند ساعت بعد، سازمان توسعه تجارت اعلام کرد ممنوعیت واردات رسمی لوازم خانگی بزرگ همچنان پایرجاست؛ اما همین رفت‌وبرگشت خبری، دوباره پرورنده هفت‌ساله سامسونگ و ال‌جی در بازار ایران را روی میز گذاشت.



بعد از این نامه، موضوع واردات لوازم خانگی کروی وارد مرحله تازه‌ای شد. رئیس دفتر رئیس‌جمهور نیز در نامه‌ای به وزیر وقت صمت، معدن و تجارت و وزیر امور اقتصادی و دارایی، نظر رئیس‌جمهور درباره جلوگیری از واردات محصول نهایی لوازم خانگی را ابلاغ کرد. به این ترتیب، موضوع دیگر فقط یک بحث میان تولیدکنندگان و سیاست‌گذاران نبود و در سطح دولت نیز به شکل رسمی دنبال شد.

نامه غلامحسین اسماعیلی، رئیس دفتر رئیس‌جمهور، خطاب به رضا فاطمی‌امین و احسان خاندوزی، وزرای وقت صمت و اقتصاد، به نامه دفتر رهبر انقلاب با موضوع «واردات لوازم‌خانگی» اشاره داشت. در این مکاتبات، جلوگیری از واردات محصول نهایی لوازم خانگی مورد تأکید قرار گرفت. این اتفاق به بازار رسمی ایران را روشن‌تر از قبل کرد.

اهمیت سال ۱۴۰۰ در همین نقطه بود؛ ممنوعیت واردات لوازم خانگی کروی دیگر فقط در قالب یک محدودیت تجاری ناشی از شرایط ارزی یا تحریم دیده نمی‌شد. حمایت از تولیدکنندگان داخلی به بخش مهمی از استدلال ادامه ممنوعیت تبدیل شده بود و نگرانی از بازگشت دوب برند کروی، مشخصاً در مکاتبات رسمی مطرح شد. از آن مقطع، پرونده بازگشت رسمی سامسونگ و ال‌جی به بازار ایران عملاً بسط‌ستز شد.

اگر ممنوع بود، پس کروی‌ها چطور در بازار دیده می‌شدند؟

با وجود ممنوعیت واردات رسمی، بازار ایران هیچ‌وقت به‌طور کامل از کالاهای کروی خالی نشد. ممنوعیت ثبت سفارش و ترخیص رسمی، به معنی توقف تمام واردات لوازم خانگی کروی دیگر قرار نگرفت. ملوانی همچنان وجود داشت و بخشی از کالاهای خارجی از همین مسیرها وارد کشور می‌شدند. به همین دلیل، مصرف‌کننده ایرانی حتی در سال‌های ممنوعیت هم کنار آمد؛ با محصولات سامسونگ و ال‌جی در بازار مواجه شد. سازمان توسعه تجارت نیز در توضیح اخیر خود به همین موضوع اشاره کرده است. طبق توضیح این سازمان، برخی اقلام لوازم خانگی از جمله یخچال و یخچال‌فریزر در سال‌های گذشته در حجم محدود از مسیرهای مرزی وارد کشور شده‌اند. بنابراین حضور یک کالای کروی در بازار الزاماً به معنی باز بودن مسیر واردات رسمی آن نیست. میان «واردات رسمی» و «ورود فریزر از مسیرهای مرزی» فاصله قابل توجهی وجود دارد. همین تفاوت، بازار لوازم خانگی را در سال‌های ممنوعیت دوباره کرد. یک مسیر رسمی وجود داشت که برای برندهای کروی بسته بود و در کنار آن، مسیرهای محدود مرزی امکان ورود بخشی از کالاهای را فراهم می‌کردند. کالا کاملاً از بازار حذف نشد، اما مسیر رسیدنش به دست مصرف‌کننده تغییر کرد.

این تغییر مسیر روی عرضه، توزیع و در نهایت قیمت هم اثر گذاشت. در واقع، بازار لوازم خانگی را یک عامل توضیح داد. نرخ ارز، تورم عمومی، قیمت مواد اولیه، قطعات، دستمزد، حمل‌ونقل و هزینه تأمین مالی همگی روی قیمت تمام‌شده اثر دارند. بنابراین هر بار که بحث ممنوعیت واردات مطرح می‌شود، نمی‌توان تمام افزایش قیمت‌ها را به بسته بودن مسیر واردات نسبت داد. با این حال، ممنوعیت یک اثر روشن بر بازار داشته است: عرضه رسمی کالای خارجی را محدود کرده است. وقتی کالای خارجی در کانال رسمی حضور نداشته باشد و تقاضا برای آن همچنان وجود داشته باشد، کالاهای باقی‌مانده یا واردشده از مسیرهای محدود شرایط متفاوتی برای قیمت‌گذاری پیدا می‌کنند. همین موضوع در مورد بخشی از کالاهای کروی‌ای موجود در بازار قابل مشاهده است.

در واقع ممنوعیت توانست مسیر رسمی ورود کالا را ببندد، اما تقاضای مصرف‌کننده برای برند خارجی را از بین نبرد. همین فاصله میان ممنوعیت و تقاضا، زمینه

خبر جدید از کجا آمد؟

حالا بعد از چند سال، تصمیم جدید کارگروه ماده ۱۲ دوباره نام لوازم خانگی کروی را به خبرها برگردانده است. بر اساس این تصمیم، مرزنشینان عضو تعاونی‌ها هم می‌توانند مانند کولبران و ملوانان، لوازم خانگی کروی وارد کنند. در واقع دامنه استفاده از یک مسیر تجارت مرزی تغییر کرده و گروه جدیدی از فعالان مرزی به این رویه اضافه شده‌اند.

اما همین خبر در ساعات اولیه به شکل دیگری روایت شد. به تیرهایابی با مضمون «آزاد شدن واردات سامسونگ و ال‌جی» منتشر شد. سازمان توسعه تجارت خیلی زود این برداشت را اصلاح کرد و گفت هیچ تغییری در رویه واردات رسمی لوازم خانگی کروی رخ نداده است. بنابراین تصمیم جدید را نمی‌توان آزداسازی عمومی واردات یا بازگشت رسمی برندهای کروی به ایران دانست. این تفاوت مهم است. اگر ثبت سفارش عمومی باز می‌شد، واردات رسمی امکان پیدا می‌کرد و شبکه واردکنندگان می‌توانست دوباره فعال شود. اما در تصمیم فعلی، صحبت از تجارت مرز فعال تعاونی‌های مرزنشین است. حجم و دامنه این مسیر نیز با واردات رسمی گسترده قابل مقایسه نیست.

به همین دلیل، خبر جدید را باید در اندازه واقعی خودش دید. نه بازگشت کامل سامسونگ و ال‌جی اتفاق افتاده و نه ممنوعیت واردات رسمی کنار گذاشته شده است. آنچه تغییر کرده، امکان استفاده تعاونی‌های مرزنشین از رویه‌ای است که پیش از این در اختیار کولبران و ملوانان قرار داشت.

چرا اسم سامسونگ و ال‌جی دوباره بالا آمد؟

برای بازار ایران، سامسونگ و ال‌جی فقط دو برند خارجی نیستند. این دو نام سال‌ها بخش مهمی از بازار لوازم خانگی را در اختیار داشتند و برای مصرف‌کنند ایرانی با محصولات مانند یخچال، تلویزیون و ماشین لباسشویی گره خورده‌اند. به همین دلیل، هر خبری درباره تغییر وضعیت ورود محصولات آنها، خیلی سریع مورد توجه قرار می‌گیرد.

اما اهمیت ماجرا فقط به اسم دو برند برنمی‌گردد. اگر روزی واردات رسمی و گسترده برندهای خارجی دوباره آزاد شود، اتفاق اصلی برای بازار، بازگشت رقابت است. تولیدکننده داخلی دوباره با رقیبی روبه‌رو می‌شود که از نظر فناوری، تنوع محصول و برند، سال‌ها در بازار جهانی فعالیت کرده است. در چنین شرایطی، معادله بازار برای تولیدکننده و مصرف‌کننده تغییر می‌کند. فعلاً چنین اتفاقی نیفتاده است. تصمیم جدید صرفاً مسیر تجارت مرزی را برای تعاونی‌های مرزنشین تغییر داده و سازمان توسعه تجارت نیز صراحتاً تأکید کرده که واردات رسمی اوازم خانگی کروی همچنان ممنوع است. بنابراین نباید تغییر یک رویه مرزی را با بازگشت نمایندگی‌ها و واردات رسمی سامسونگ و ال‌جی یکی دانست.

سیاست روز

خبر	
جنگ ایران؛ پایان عصر تسلیحات گران‌قیمت؟	
نتیجه اصلی جنگ ایران و آمریکا	
نتیجه اصلی جنگ ایران این است که کشورهای ضعیف‌تر دیگر لزوماً از رقابت نظامی کنار گذاشته نمی‌شوند. آنها می‌توانند با ترکیبی از پهپادهای ارزان، موشک‌های دقیق، زیرساخت‌های پراکنده و تولید انبوه، هزینه‌های سنگینی بر قدرت‌های نظامی بزرگ تحمیل کنند.	
به گزارش فارو به نقل از نشریه فارن افزر، جنگ ایران نشان داده است که برتری نظامی دیگر صرفاً به در اختیار داشتن تسلیحات پیشرفته و گران‌قیمت وابسته نیست. استفاده گسترده تهران از پهپادها و موشک‌های نسبتاً ارزان اما دقیق، توانسته بخشی از مزیت نظامی آمریکا و اسرائیل را خنثی کند و مفهوم تازه‌ای از قدرت نظامی را به وجود آورد؛ مفهومی که بر «انبوه دقیق» یا استفاده گسترده از تسلیحات دقیق و کم‌هزینه استوار است.	
موشک و پهپاد؛ سلاح ارزان در برابر فناوری گران	
یکی از مهم‌ترین عوامل مقاومت ایران، آمادگی قبلی برای حملات آمریکا و اسرائیل و ایجاد ساختارهایی برای جایگزینی سریع مقام‌های ترور شده بود. ایران همچنین توانست با وجود محاصره دریایی آمریکا، از فروپاشی کامل اقتصادی جلوگیری کند. اما عامل مهم‌تر، زرادخانه گسترده موشک‌ها و پهپادهای ارزان‌قیمت و نسبتاً دقیق بود.	
این تسلیحات به ایران اجازه داد حملات متقابل مؤثری علیه پایگاه‌های آمریکا و زیرساخت‌های حیاتی منطقه انجام دهد و با بستن تنگه هرمز، هزینه تشدید جنگ را برای واشنگتن افزایش دهد. به این ترتیب، ایران بدون آنکه بتواند با جنگ‌افزارهای پیشرفته آمریکا به شکل متقابل رقابت کند، توانست با شلیک حجم بالایی از تسلیحات ارزان، بخشی از برتری نظامی آمریکا را تحت فشار قرار دهد.	
این تحول نشان می‌دهد «انبوه دقیق» در حال تبدیل شدن به یکی از ویژگی‌های اصلی جنگ‌های آینده است؛ وضعیتی که در آن تعداد زیادی پهپاد و موشک ارزان می‌توانند در برابر تعداد محدودی از سامانه‌های بسیار پیشرفته و گران‌قیمت قرار گیرند.	
چرا درگیری گران‌تر از حمله است؟	
یکی از مشکلات اصلی در برابر این تحول، اختلاف شدید هزینه میان مهاجم و مدافع است. یک پهپاد شادهد-۱۳۶ حدود ۳۵ هزار دلار در قیمت دارد، در حالی که یک موشک پاتریوت برای مقابله با آن می‌تواند حدود چهار میلیون دلار هزینه داشته باشد.	
در جریان جنگ، آمریکا حدود ۶۵ درصد از موشک‌های رهگیر پاتریوت و ۳۵ درصد از رهگیرهای‌تاد خود را مصرف کرد و ذخایر باقی‌مانده آن به حدود هزار فروند پاتریوت و ۲۵۰ فروند تاد رسید. کشورهای متحد آمریکا در خاورمیانه نیز با کاهش ذخایر پدافندی مواجه شدند. این مسئله نشان می‌دهد که اگر جنگ‌های آینده با شلیک گسترده تسلیحات ارزان ادامه پیدا کنند، حفظ دفاع در برابر آنها با سامانه‌های گران‌قیمت فعلی بسیار دشوار و پرهزینه خواهد بود.	
ایران چگونه از زیرساخت‌های زیرزمینی استفاده کرد؟	
آمادگی چندساله ایران نیز نقش مهمی داشت. تهران پیش از جنگ شبکه گسترده‌ای از زیرساخت‌های موشکی زیرزمینی را در سراسر کشور ایجاد کرده بود که تاکنون نابودی کامل آنها برای آمریکا و اسرائیل ممکن نشده است. تأسیسات تولید موشک نیز در نقاط مختلف پراکنده شده بودند و همین پراکندگی، حمله هوایی و نابودی کامل ظرفیتی تولید را دشوار کرد. این وضعیت تا حدی فرضیه‌ای را که از زمان جنگ خلیج فارس درباره توانایی نیروی هوایی آمریکا برای نابودی سریع زیرساخت‌های نظامی دشمن شکل گرفته بود، به چالش کشیده است.	
جهان در حال یادگیری از تجربه ایران	
تجربه ایران اکنون در کشورهای مختلف دنبال می‌شود. کره شمالی فناوری پهپاد شاهد را از ایران و تجهیزات تولید آن را از روسیه دریافت کرده است. لهستان بودجه پهپادی و سامانه‌های مقابله با پهپاد خود را به‌شدت افزایش داده و چند کشور اروپایی نیز برای ساخت پهپادهای تهاجمی ارزان همکاری می‌کنند. عربستان نیز پهپادی تهاجمی ال‌جی‌۹۰۰۰ را به‌کاربرداری از شاهد معرفی کرده و ژاپن افزایش گسترده بودجه دفاعی خود را تا حد زیادی برای خرید تعداد بیشتری پهپاد دنبال می‌کند. این روند نشان می‌دهد کشورهای مختلف، صرف‌نظر از سطح قدرت اقتصادی و نظامی، در حال سرمایه‌گذاری روی تسلیحات کم‌هزینه و قابل تولید در مقیاس بالا هستند.	

می‌تواند میان‌بری برای تجربه سبک زندگی طبقات بالاتر باشد؛ اما همین منطق در جهت عکس هم عمل می‌کند. طبقات بالاتر هم می‌توانند به سراغ غذا و فضاهایی بروند که زمانی متعلق به طبقات پایین‌تر بوده‌اند و از آنجا چیزی را از خود به جهان خودشان ببرند؛ سادگی، اصالت، نوستالژی را حتی تصویر نزدیکی به «مردم عادی». به گمان من، یکی از تغییرات شهرهای بزرگ در ایران همین است. اینکه دیگر بعضی از فضاهای مصرفی صرفاً به یک طبقه اجتماعی مشخص تعلق ندارند. اما این به معنای آن نیست که نابرابری از بین رفته است، بلکه صرفاً طبقه متوسط فرهنگی آن جابه‌جا و نامرئی‌تر شده باشند. دیگر نمی‌توان با اطمینان از روی یک املت، یک دیزی، یک رستوران گران یا حتی یک محله درباره موقعیت طبقاتی افراد قضاوت کرد.

نشانه‌های طبقاتی از جای خود حرکت کرده‌اند، وارد جهان‌های دیگر شده‌اند و معنای تازه‌ای پیدا کرده‌اند. در نهایت، پرسش دیگری شکل می‌گیرد: اگر قهوه‌خانه‌ای که زمانی محل غذای ارزان کارگر و راننده بود، حالا به مقصدی برای تجربه یک سبک زندگی شهری، یک گذشته نوستالژیک یا نوعی سادگی انتخابی و داوطلبانه تبدیل شده است، چه اتفاقی برای نطایزات اجتماعی در شهر ایرانی افتاده است؟ آیا واقعاً شهر دموکراتیک‌تر شده؟ آیا مرزهای طبقاتی در حال فرو ریختن‌اند؟ یا فقط فرایند تمایزگذاری اجتماعی پیچیده‌تر شده است؟ آیا فضاهایی که در این جستار توصیف شدند در حال ذرت دادن هویت جافتاده و مرسوم خودند و در حال کسب هویتی چندپند؟ در سرتانجام، حضور طبقه متوسط فرهنگی در چنین مکان‌هایی چه تغییری در موقعیت صاحبان و مشتریان قدیمی آنها ایجاد می‌کند؟ آیا آنها به‌تدریج از این فضاها کنار می‌روند و به مکان‌های دیگری مهاجرت می‌کنند، یا میان ساکنان قدیمی و تازه‌واردان نوعی همزیستی شکل می‌گیرد؟ منبع:خبرآنلاین

سنایی با وصال، با ساختمان‌ها، مغازه‌ها، غذاخوری‌ها و فضاهای قدیمی‌شان، دوباره موضوع توجه قرار گرفته‌اند. انگار در شهری که با سرعت تغییر می‌کند، خود گذشته به یک سرمایه فرهنگی تبدیل می‌شود. املت و دیزی هم در همین روند معنای تازه‌ای پیدا کرده‌اند. زمانی غذای روزمره و ارزان بودند؛ غذاهایی که بخش بزرگی از مشتریان‌شان نه از سر انتخاب، بلکه به دلیل قیمت و سیرکنندگی سراغشان می‌رفتند. اما امروز می‌توانند نماد نوعی گذشته باشند: گذشته‌ای ساده‌تر، بی‌تکلف‌تر و شاید اصیل‌تر. از همین رو، بخشی از اقبال تازه به املت و دیزی را باید در نوستالژی جست‌وجو کرد. املت دیگر فقط املت نیست؛ می‌تواند یادآور قهوه‌خانه، تهران قدیم، و طعم شیرین گذشته باشد. در این میان، پدیده دیگری هم وجود دارد که شاید از خود املت مهم‌تر باشد و آن «فقر داوطلبانه» است. بخشی از طبقه متوسط فرهنگی امروز تلاش می‌کند خود را خاکی، بی‌تکلف و دور از تجمل نشان دهد.

برای این گروه، سادگی فقط یک محدودیت اقتصادی نیست؛ می‌تواند یک انتخاب و حتی یک ارزش باشد. دیدن تعداد زیاد کسانی که کلاه لونی رنگی بر سر گذاشته‌اند و در حال صرف املت هستند جالب است. قابل تأمل آنکه، برخی از آنان سعی می‌کنند با کارکنان قهوه‌خانه‌ها نیز با لحن و کلمات قهوه‌خانه‌ای حرف بزنند، گویی سال‌های سال مشتری چنین مکان‌هایی بوده‌اند. دیگر فقط ثروت نیست که باید به رخ کشیده شود؛ گاهی توانایی نخریدن تجمل و نشان دادن اینکه «می‌توانم، اما نمی‌خواهم» هم هدفت به بخشی از سبک زندگی می‌شود. از منظر تحلیلی، غذا یکی از ارزان‌ترین و در دسترس‌ترین راه‌های تجربه کردن سبک زندگی دیگران است. برای تجربه یک سبک زندگی، لازم نیست صاحب خانه آن سبک زندگی باشید، ماشین‌تان را داشته باشید یا درآمدش را داشته باشید. گاهی کافی است سرمایه غذایی آن را بخورید. به همین دلیل، مصرف غذایی