



دکتر علیرضا نجی
ویروس‌شناس

شرایطی که امروز در کشور شاهد آن هستیم، بدون شک نشان‌دهنده وجود و گسترش ویروس جهش یافته انگلیسی است؛ آن قدر که در آزمایش‌های جدیدی که انجام می‌دهیم، غالب بودن سویه انگلیسی ویروس در نتیجه آنها کاملاً مشهود و مشخص است؛ اتفاقی که متأسفانه با مدیریت نادرست و تصمیمات بسیار نابخردانه در ستاد کرونا اتفاق افتاد و موجب شد ویروس جهش یافته در تمام کشور شیوع پیدا کند و همه شهرها را در برگیرد.

واقعیت این است که خودمان مجوز گردش ویروس را در کشور دادیم. ما حتی اصول اولیه کنترل کووید-۱۹ را هم انجام ندادیم و اتفاقاً کاملاً برعکس آن هم عمل کردیم و حالا باید به‌غیراز جهش انگلیسی ویروس، منتظر جهش‌های دیگر هم باشیم، چراکه هرچه ویروس در منطقه فراگیر شود، احتمال پیدایش موتاسیون‌های جدید و مقاوم‌تری از آن وجود دارد. طبیعتاً رفت‌وآمدها در تعطیلات نوروزی، اتفاقات بدی را رقم زده است. بسیاری از مردم در این مدت دوهفته‌ای به ترکیه سفر کردند؛ کشوری که همه نقاط آن قرمز است، آمار ابتلای بالایی دارد و سابقه شناسایی جهش‌های آفریقایی و برزیلی هم در آن مشهود است. پس موضوع عجیبی نیست که انتظار داشته باشیم کشور ما هم با انواع مختلفی از ویروس‌های جهش یافته روبه‌رو شود. بدیهی است که هرقدر بیشتر اجازه بدهیم تا این ویروس در کشور شیوع پیدا کند، شانس تغییرات بیشتری به او داده‌ایم، پس نه فقط اعمال محدودیت رفت‌وآمدی در برابر کشورهایی که درگیر انواع جهش هستند بلکه گردش هرچه بیشتر ویروس در کشور، عدم افزایش تست‌ها و کند بودن روند تشخیص مبتلایان احتمالی هم می‌تواند باعث شکل‌گیری انواع دیگری از متاسیون‌ها در ویروس شود. موضوع مهم این است درحالی‌که معیار رنگ‌بندی شهرها، فقط بستری شدن در بیمارستان‌هاست اما بسیاری از افراد به دلیل نبود ظرفیت‌های بیمارستانی، بستری نمی‌شوند. من قبول می‌دهم اگر امروز بیمارستان‌ها، ظرفیت‌هایشان را بر بیماران کرونایی باز کنند، همه پر خواهد شد؛ چنان‌که همین حالا هم در بیمارستان مسیح دانشوری، جایی برای بستری نداریم و نمی‌توانیم بسیاری از بیماران را بستری کنیم. در چنین شرایطی و با چنین تصمیم‌گیری‌هایی، آینده نمی‌شوند. من چنین اپیدمی در کشور قابل تصور نیست؛ به خصوص باوجود مشکلاتی که در واردات و تولید واکسن در کشور وجود دارد و زمان تولید انبوه واکسن داخلی، مدام به تأخیر می‌افتد.

درعین حال نمی‌شود از مردم بخواهیم سفر نروند اما محدودیت رفت‌وآمدی اعمال نکنیم. نمی‌شود بخواهیم از خانه بیرون نروند و از سوی دیگر، انتظار اقتصادی پویا را هم داشته باشیم؛ نمی‌شود مردم با مترو و دیگر وسایل حمل‌ونقل عمومی تردد کنند و انتظار ابتلا در شلوغی این رفت‌وآمدها را نداشته باشیم. به‌رحال این مشکلاتی است که در کشور وجود دارد و ما با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنیم، اما آنچه مشخص است این‌که ما باید بتوان دیپلماسی برای افزایش واردات واکسن به کشور تلاش کنیم و در داخل نیز تولید واکسن داخلی را دنبال کنیم، زیرا به نظر می‌رسد تنها راه چاره و کنترل شرایط کنونی کشور، واکسیناسیون است.

بخش‌های آی‌سی‌یو پر شد

حمید عمادی، رئیس بخش عفونی بیمارستان امام خمینی تهران، علت مراجعه بیشتر مبتلایان به کرونا را سفرهای نوروزی معرفی کرد و از پر شدن تخت‌های آی‌سی‌یو در بیمارستان‌های تهران خبر داد.

وی افزود: مراجعه به بیمارستان خیلی زیاد شده و بیماران نیز عمدتاً بدحال و درگیر ویروس جهش یافته انگلیسی هستند. این باعث شده تا آمار مراجعان با درگیری بالای ریوی بسیار زیاد شود به طوری که آمارها نشان می‌دهد تعداد بستری بیماران در مقایسه با اسفند گذشته پنج برابر شده است. / اپنا



دکتر علیرضا نجی
ویروس‌شناس



این روزها بیشتر خانواده‌ها برای تهیه ارزاق ضروری نیز با مشکل روبه‌رو هستند

تعطیلی مشاغل غیرضروری تا ۱۰ روز آینده

علیرضا رئیسی، سخنگوی ستاد ملی مقابله با کرونا با تأکید بر این که ۸۰ درصد شهرهای کشور قرمز و نارنجی هستند، توضیح داد که از امروز به مدت ۱۰ روز در شهرهای قرمز فقط مشاغل گروه یک از جمله سوپرمارکت‌ها، داروخانه‌ها، مراکز درمانی و تعمیرگاه‌ها اجازه فعالیت دارند. به گفته وی، فعالیت گروه‌های شغلی سه و چهار نیز در شهرهای نارنجی تا ۱۰ روز آینده ممنوع است و چنانچه شرایط اقتضا کند این زمان تمدید می‌شود. / جام‌جم‌نیل



گزارش میدانی از فروشگاه‌های سطح شهر نشان می‌دهد افزایش سرسام‌آور قیمت‌ها باعث شده در خرید کالا اولویت از کیفیت به ارزان بودن تغییر پیدا کند

حذف کیفیت از سبد خرید مردم

اجناس ارزان و بی‌کیفیت این روزها مشتری‌های بیشتری دارد

مطالعات تطبیقی و نظرسنجی‌های گاه به گاهی از نوع و قدرت خرید مردم در چند سال گذشته صورت گرفته است که نتایج آنها درصد آماریهایی شده که از سوی مؤسساتی منتشر شده است. این که بازنشتگان طی سه سال ۴۰ درصد قدرت خریدشان کاهش داشته یا در پنج سال گذشته ۲۰ درصد از حجم مصرف مواد غذایی در جامعه ایرانی کم شده و ۴۳ درصد مردم فقط چند روز در ماه گوشت قرمز مصرف کرده‌اند از این دست آمار و درصدهاست. این آمارها اما به نوعی دیگر خودشان را در حوزه توزیع مواد غذایی هم نشان می‌دهد، به این مفهوم که می‌توان از فراوانی موردی برخی از اقلام غذایی در فروشگاه‌ها این‌طور استنباط کرد که چه اجناسی خریدار بیشتری دارد و چه موردی با اقبال کمتری روبه‌روست.

گزارش پیش‌رو نه در بند نظرسنجی‌های بسیار صورت گرفته در این حوزه و نه در قید آمار منتشر شده از سوی نهادهاست، این گزارش، حاصل گشت و گذاری در چند فروشگاه بزرگ و کوچک در چند منطقه مختلف پایتخت است. خبرنگار ما پای حرف‌های فروشندگان و البته که خریداران نشسته تا متوجه شود الگوی مصرف به‌ویژه در مواد غذایی در چند سال گذشته چقدر تغییر پیدا کرده است؟

خیلی فرق دارد

فروشگاه تعاونی واقع در خیابان کیانی در جنوب شرق تهران در ساعت ۳ بعد‌ازظهر آن‌طور که تصور می‌شود شلوغ نیست، فقط صندوقدار این فروشگاه با طمأنینه اجناس یکی از خریداران را از زیر دستگاه بارکدخوان عبور می‌دهد و خریدار هم با آرامشی که احتمالاً گرمای این چند روز آن را اضافه کرده اجناس خریداری شده را در کیسه‌های نایلونی اش جا می‌دهد.

اگر چند سال پیش پرسیدن از آب و هوا مبدا مناسبی برای آغاز یک گفت‌وگو میان دو غریبه بود این روزها کافی است فقط از گرانی و تورم پیش خودتان زمزمه کنید تا غریبه‌های بسیاری وارد گفت‌وگویتان شوند. بهانه گفت‌وگوی ما نیز همین شرایط است، صندوقدار که کارت می‌کشد به شوخی می‌گویم چند سال پیش با این پول یک

اولویت قیمت بر کیفیت

یک فروشگاه تعاونی خلوت در یک محله پرتراکم جنوب شهر خیلی جای مناسبی برای ادامه بررسی سوزه گزارش ما نیست. این بار در فروشگاه شهروند منطقه ۱۴ یکراست سراغ یکی از فروشندگان می‌رویم.

نتیجه کنجکاوی‌مان از فروشگاه قبلی این است که این‌بار نبودن برند شیر مورد نظر را به واسطه تفاوت قیمت از او این‌طور می‌پرسیم که کدام برندهای موجود در میان مواد غذایی زودتر به‌فروش می‌رسد؟ او که ابتدا متوجه منظورمان از سؤال نشده است، کاسیکارانه می‌گوید همه اجناس این فروشگاه کیفیت خوبی دارند. برایش مثال می‌زنیم.

می‌گویم به عنوان مثال کدام یک از برندهای خمیرندان ردیف پشت‌سرش زودتر تمام می‌شود؟

انگار پاسخ این سؤال بدیهی‌تر از آن است که بخواهد پرسیده شود.

می‌گوید: «آنها که ارزان‌ترند». این فرمول اصلی الگوی مصرف فعلی خریداران است.

با همین فرمول که گشتی در فروشگاه می‌زنیم متوجه می‌شویم اجناس ارزان، فارغ از نوع برند و کیفیت‌شان خریداران بیشتری دارند، تعداد خمیرندان‌هایی که قیمت‌شان ۱۱ هزار تومان است در ردیف مخصوص این فروشگاه بسیار کمتر از خمیرندان‌هایی است که ۱۷ هزار تومان قیمت خورده‌اند.

این ماجرا محدود به این تفاوت قیمت نیست و حتی درباره شیرها که تنها تفاوت قیمت ۴۰۰ تومانی دارند مصداق دارد. اگر پیش از اینها ذائقه افراد دلیل علاقه‌مند شدن آنها به یک برند بود حالا تنها و تنها قیمت‌شان است که در این علاقه مؤثر است.

به همین دلیل است که طی روندی نه‌چندان آرام ردیف شکلات‌های خارجی در این فروشگاه غیب شده‌اند و جایشان را به شکلات‌های ارزان‌تری داده‌اند که از خاک نشسته رویشان می‌توان متوجه شد که آنها هم خریداری ندارند. این نشانه تغییر دیگری است.

راه‌اندازی کلینیک‌های سرپایی کرونا در تهران

نادر توکلی، معاون درمان ستاد فرماندهی مدیریت بیماری کرونا در کلانشهر تهران گفت: دستورالعمل راه‌اندازی کلینیک‌های سرپایی بیماران کرونایی به بیمارستان‌های استان تهران ابلاغ شده است. وی با بیان این که بخشی از بیماران کرونایی بستری، وضعیت بهتری دارند، افزود: برنامه‌ریزی‌های لازم انجام گرفته تا این افراد با نظر پزشکان متخصص ترخیص و روزانه به کلینیک‌های سرپایی مراجعه و داروهای مورد نیاز را که اغلب تزریقی است، دریافت کنند. / اپرنا

ارزان جای گران

نه‌تنها برندها که خود محصولات هم تابع همان فرمول هستند. حتی در رابطه با مواد غذایی ضروری این فرمول کارکرد دارد. به‌عنوان مثال در بخش لبنیات فروشگاه بزرگی در خیابان شهید عراقی در منطقه سه تهران نسبت حجم خامه‌های شکلاتی صبحانه چیده شده در ردیف مخصوص به خامه‌های معمولی کمتر است. این تغییر در الگوی مصرف حداقل در مورد مواد خوراکی چندان به محل فروشگاه به‌عنوان ساکنان یک طبقه اجتماعی برخوردار ارتباطی ندارد!

فروشنده این مغازه بدون هیچ درنگی حرف را آغاز می‌کند. از او همان سؤال همیشگی را می‌پرسیم، این که طی این سال‌ها آیا رویه خرید مردم تغییری کرده است؟ مثلاً شده است که اجناسی را حالا بیشتر بخرند و اجناسی را کمتر از گذشته، پاسخ این پرسش برای فروشنده‌ها بدیهی به نظر می‌رسد. او هم معتقد است کاهش قدرت خرید مردم طی چند سال اخیر باعث شده بسیاری از کالاها از سبد خانوارها حذف شوند و دلیلی شده تا او آنها را «اصلاً دیگر سفارش ندهد».

بدون این که پرسیم مثال‌هایی دارد. می‌گوید: «اسنک به‌عنوان یکی از تنقلات را دیگر سفارش نمی‌دهم چون آن قدر اینجا آفتاب می‌خورد تا مرجوع کنم، یک اسنک ۱۷ هزار تومان قیمت دارد ولی به جایش پفک در استندها می‌چنم».

حذف به نفع ضروریات

چشم چشم کردن در سبد خرید خریداران بسیار میدان میوه و تره‌بار قزل قلعه در منطقه ۶ تهران هم ما را به این نتیجه می‌رساند که اولویت ابتدایی خریداران مواد ضروری خوراکی است، مرغ، روغن، برنج، نان، شیر و لبنیات و... در یکی از سوله‌های میدان میوه و تره‌بار روی نیمکتی زنی نشسته است که وقتی سر حرف را با او باز می‌کنیم و می‌گوییم خبرنگار هستیم، می‌توان لبخند پشت ماسک‌ش را حس کرد، انگار که مهمان برنامه گفت‌وگومحور تلویزیونی در ساعت پر بیننده‌ای باشد، پایش را روی پا می‌اندازد و کمی به سمت ما می‌چرخد و خودش را معرفی می‌کند! «ناهید کمانی، دبیر بازنشسته شیمی دبیرستان آذر» طوری روی دبیرستان آذر تأکید می‌کند که انگار ادامه نام خانوادگی‌اش است نه یک محل خدمت شغلی.

چرخ خریدش را که انگار در کادر دوربین گفت‌وگو محور باشد، خیلی زود پشت نیمکت قایم می‌کند و وقتی از هدف آژندمان به این بازار آگاه می‌شود حرف‌هایش را با لحن تدریس یک سرفصل کتاب درسی آغاز می‌کند.

«من بازنشسته آموزش و پرورش و ۳۶ سال سابقه خدمت دارم اما حالا با دو مسیر اتوبوس به اینجا می‌آیم که خرید ارزان‌تری داشته باشم. این تازه وضعیت خوبی است، چرا که سبد خریدم تغییر زیادی نسبت به گذشته نکرده است. اگر چند سال پیش کسی به من می‌گفت می‌آیم میدان میوه و تره‌بار تا سسه تا سیب و چهار تا پرتقال بخرم فقط به او می‌خندیدم. فراوانی میوه در خانه مسلم بود و حالا بارها شده که چند روزی هیچ میوه‌ای در خانه نیست چون اولویت زیادی برایمان ندارد!»

خانم کمانی می‌گوید در خرید میوه‌ها و دیگر اقلام خوراکی هم اولویت‌بندی نانوشته‌ای وجود دارد؛ اولویتی مبتنی بر قیمت. زمانی که موز قیمت بالایی دارد از سبد خرید حذف می‌شود و زمانی که قیمت خیار سر به فلک می‌کشد همین‌طور.

نظام توزیع مواد غذایی هم مبتنی بر این اولویت‌بندی خریداران است. بدیهی است که فروشندگان مواد غذایی هم براساس خواسته خریداران عمل می‌کنند. همین است که در فصل گرانی موز حجم کمتری از سبدهای مخصوص این میوه به چشم می‌خورد و حجم بالاتری از این سبدها به میوه‌های ارزان‌تر اختصاص داده می‌شود.

در فروشگاه‌ها هم این قصه مصداق دارد. یکی از فروشندگان شهروند همین منطقه به ما می‌گوید تقاضای مردم براساس حجم سفارش‌های این فروشگاه نشان می‌دهد طی یک‌سال گذشته مواد شوینده وارد سبد خرید ضروریات مردم شده است. این نکته البته که معلول تجربه حضور یک‌ساله مردم در یک جامعه درگیر به بیماری کروناست. شوینده‌ها یا به پای اقلام ضروری خوراکی به فروش می‌روند و ردیف خوراکی‌های غیر ضرور و تنقلات به سرعت کم می‌شود.

خدا حافظی با پنیر خامه‌ای

قصابی کوچک و جمع و جور حوالی میدان خراسان دیگر گوشت شتر نمی‌آورد، چون گرانی آن، قدرت خرید مردم را پایین آورده و شقه‌های گوشت مدت‌ها در یخچال مغازه باقی می‌ماند. مجید آقا قصاب تا به حال چند شقه از گوشت‌های شتر را که رد ماندگی روی آنها ماسیده بود، به خانه برده تا خوراک گربه‌های محل کند. در همسایگی او نیز سال‌ها مغازه‌ای برپا بود که دل و جگر و سیرابی و شیردان می‌فروخت و آفتاب ظهر سرنرده همه چیز مغازه را می‌فروخت ولی حالا کرکهر این مغازه پایین است و همسایه‌ها می‌گویند از بس مشتری نداشت بساطش را جمع کرده و مشغول کار دیگری شده.

صاحب بقالی محله مسعودیه در منتهی علیه جنوب شرق تهران نیز وقتی از او پنیر پرچرب خامه‌ای در بسته‌بندی‌های رنگی می‌خواهیم پوزخندی می‌زند و می‌گوید خیلی وقت است که گرانی پنیرهای خامه‌ای مشتری‌ها را فراری داده و چون در این محله تک و توک کسی سراغ این پنیرها را می‌گیرد از آوردن آن صرف نظر کرده‌ایم.

مردم محله اتابک نیز به گفته چند بقال قدیمی که مغازه‌شان از آن کرکهرهای قدیمی و پر سرو صدا دارد اضافه می‌کنند که مردم این محل دیگر کمتر قارندن حبوبات بخرند و اگر سراغ عدس یا لپه یا نخود و لوبیا بیایند بیشترشان به اندازه نیاز همان روز و معمولاً کمتر از نیم کیلو خرید می‌کنند. در مغازه او هرچه چشم گردانیم اثری از کنسرو ماهی تن هم ندیدیم چون به گفته احمدآقا مردم دیگر سراغ کنسرو ۳۰ هزار تومانی نمی‌آیند که حتی دو نفر را هم به‌طور کامل سیر نمی‌کند.

در محله پاسگاه نعمت‌آباد در جنوب غرب تهران نیز خیلی از خانواده‌ها برای این که دخل و خرج شان را یکی کنند ناچار شده‌اند قید برخی برندها و محصولات‌شان را بزنند. مرد سالخورده‌ای که ساکن این منطقه است، می‌گوید این روزها زندگی برای بازنشستگان بسیار مشکل شده است و من و همسرم به خاطراین که بتوانیم جلوی نوه و فرزندان‌مان شرمند نیاشیم، خیلی از نیازهایمان را نادیده می‌گیریم. او به حبوبات بسته‌بندی اشاره می‌کند و می‌گوید این روزها ترجیح مان این است که این مواد را به شکل فله‌ای تهیه کنیم، اما مشکل اینجاست که حبوبات فله‌ای کیفیت ندارد و پر است از سنگ و خاک. مرد میانسال دیگری در این باره می‌گوید تا پیش از این نوشیدنی‌های مختلفی برای خانواده می‌خریدم، اما این روزها خرید نوشابه هم آسان نیست به همین دلیل به بچه‌هایم می‌گویم چون نوشابه برای سلامتی مضر است دیگر نمی‌خرم. مرد میانسال اما پس از این سخنان لبخند تلخی می‌زند و می‌گوید نمی‌دانم برای نخریدن دوغ به بهانه‌ای باید بیاورم! سر صحبت مرد میانسال حالا دیگر باز شده است، او از این می‌گوید که خرید ماست و پنیر نیز برای خانواده‌هایی مثل او دیگر مانند گذشته آسان نیست. مرد میانسال می‌گوید تا پیش از این چون بچه هایم پنیر خامه‌ای... دوست داشتند از این محصول زیاد می‌خریدم، اما این روزها ناچارم پنیر معمولی بگیرم.