

شانزده میلیون آلمانی در فقر وتهدستی زنده گی میکنند



کشوری که زیاده ترین میلیونرها و ملیاردرهای اروپا در آن بود و باش دارند، همزمان کشوری است که از تعداد زیادی انسان های فقیر و تهدست نماینده گی میکند. برپایهٔ تتبع ادارهٔ زنده گی در اروپا از سال ۲۰۱۱ درین کشور تقریباً از هر پنج نفر یک نفر (۱۹٪) در قید فقر و تجرید اجتماعی- فرهنگی قرار دارند (در سال ۲۰۱۰ این رقم به ۱۹٪ میرسید) در مجموع حدود ۱۶ میلیون انسان. زنان با ۲۱٪ بالاتر از مردان (۱۸٪) رقم زده میشوند.

از فقر و تجرید اجتماعی- فرهنگی نظربه تعریف اتحادیهٔ اروپا زمانی میتوان سخن گفت که هرگاهی یکی و یا چندمشخصه از سه مشخصه که عبارتند از «تهدید فقر»، «تهدستی شدید مادی» و «زنده گی فامیلی با پائینترین سطح مشغولیت» متبازز گردند. در سال گذشته این مشخصه ها درآلمان فدرال دارای ترکیب زیر بود: تهدید فقر به ۱۵٪ میرسید، ۵٪ مردم در تهدستی شدید مادی بسر میبردند و ۱۱٪ افراد زنده گی فامیلی با پائینترین سطح مشغولیت داشتند.

اصطلاح «تهدید فقر» به وضع واقعی روپوش میگذارد، زیرا فقیر کسی است که با ۶۰٪ درآمد اوسط مجموع مردم امرار حیات کند: بدین معنا که هر فرد مجردیکه کمتر از ۹۵۲ یورو، هر فامیل چهار نفری با دو طفل زیر ۱۴ سال که کمتر از ۲٫۰۰۰ یورو در هرماه درآمد داشته باشند، در همین جمله محسوب میگردند.

بر پایه تعریف اتحادیه اروپا تهیدستی شدید مادی، زمانی مشاهده میشود که از جمله ۹ مشخصه، ۴ مشخصه، مؤثریت داشته باشند و این مشخصه هابگونه مثال عبارتند از: مشکلات در زمینه پرداخت کرایه خانه، تسخین غیر کافی محل رهایش، بنا بر علل ناتوانی مالی عدم پرداخت بله‌های مصرفی، عدم توانایی مالی برای انجام سفر های تفریحی سالیانه، نداشتن تلویزیون رنگه، نداشتن ماشین کالاشویی، نداشتن تیلفون، عدم توانایی برای صرف یکبار غذای مکمل در فاصله هر دو روز.

امکانات سهمگیری این گروه در زنده گی اجتماعی- فرهنگی محدود بوده و منجر به تجرید میگردد. موجودیت بیشتر از ۱/۰۰۰ {تأسیسیه تعاونی}* که اضافه از یک و نیم میلیون «مشری» را با اعضای فامیل شان اعاشه میکند، گواه برآنستکه امروز داشتن شکم سیر برای بسیاری از انسانها در آلمان واقعیت غیر مفهوم است. مهمان ناخوانده گرسنگی به گسترده گی خویش ادامه میدهد. هیریپیرت پرانتل بتاریخ ۱۲/۱۰/۲۰۱۲ در روزنامه زیوددویچه سایتونگ مینویسد: «فاجعه یی برپا خواهد شد، هرگاهی {تأسیسیه های تعاونی} وجود نداشته باشند». ولی باید تذکر داد که موجودیت این تأسیسیه های تعاونی در کشور ثروتمند ما فاجعه بزرگتر از آنست. دولتی که ضرورت ۱/۰۰۰ {تأسیسیه تعاونی} را داشته باشد، نمیتواند دولت اجتماعی باشد.

اتحادیه اروپا نورمها و معرف های اجتماعی را بخاطر آن توضیح نمود تا پیشرفت سیاست اجتماعی اروپا را در جلوگیری از فقر و تجرید اجتماعی در چهارچوبه اتحادیه فوق که یکی از اهداف اساسی پروژه {استراتیژی اروپای ۲۰۲۰} است، اندازه گیری کند. ولی از پیشرفت در جهت مبارزه علیه فقر اثری نیست و تناظر اجتماعی در همه بخشها مشهود است. تعداد افراد فقیر و تجریدشده گان اجتماعی-فرهنگی در اتحادیه اروپا که ۲۷ کشور عضو آنست در مقایسه میان سالهای ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰ دو میلیون افزایش را گواهی میدهد و اکنون در برگیرنده ۱۶ میلیون انسان است که این رقم مبین ۲۳% باشندگان اتحادیه اروپا میباشد. قبل از آغاز بحران فقط ۱۷% را تهیدستی تهدید میکرد. در سال ۲۰۱۱ بایستی موج دیگری بخصوص از کشورهای بحران زده عضو به آن اضافه شده باشد؛ نتایج کلیه کشورهای عضو هنوز در دسترس قرار ندارد. سال ۲۰۱۱ صرفاً در اسپانیا معیار فقر ۲۱،۸%، در پرتگال ۱۸،۰% بود و در ایتالیا در سال ۲۰۱۰ رقم ۱۸،۲% ثبت گردیده است.

سود جویی از مسأله تهیدستی

کانسرنهای کالا های مصرفی با گسترده گی بیشتر فقر در اروپا محاسبه کرده و آماده گیهای شانرا اتخاذ مینمایند. رئیس بخش اروپایی کانسرن مواد غذایی یونیلیور آقای یان زایدرفلد میگوید: «فقر به اروپا برمیگردد». موصوف ازین امر نتیجه گیریهایی در زمینه تدوین استراتژیی فروشات نموده و میگوید: «هر یک از باشندگان اسپانیا که طور اوسط در هر بار خرید، مبلغ ۱۷ یورو مصرف میکند. بناءً ما نمیتوانم پودر کالاشویی را به نصف قیمت برایش بفروشم». برای این منظور میشود از میتود های پیروزمند فروشات آسیایی استفاده نمود و تولیدات را در مقادیر کمتر و بسته بندی کوچکتر عرضه کرد. زایدنفلد می افزاید: «در اندونیزیا هر بسته شامپو را به قیمت ۲ الی ۳ سنت بفروش میرسانیم، ولی بازم پول خوبی بدست می آوریم». حتی شرکت نستلی تعدادی از تولیدات مارکهای پر آوازه اش را در بسته بندیهای کوچک به بازار عرضه میکند. درین اواخر یونیلیور در یونان مایونیز و پودر کچالو را در بسته های متوسط عرضه میدارد. در اسپانیا همین کانسرن پودر کالاشویی را در بسته های کوچکی که برای پنج بار شستن کالا کافی است، پیشکش میکند. همانطوریکه میگویند: «احتیاج مادر ایجاد است»، دیده میشود که از احتیاجی و تهیدستی دیگران استفاده سؤ بعمل میآید و باعث بهره وری کانسرنها میشود. از همینجاست که میتوان در کشورهای بحران زده نیز به منفعت بری ادامه داد.

* مقصد درینجا از (تافل) یا تاسیسیه های غیردولتی و رایگان مواد غذایی است که بوسیله مؤسسات خیریه از کالا های مصرفی و بخصوص مواد غذایی که تاریخ استفاده آن خیلی کوتاه بوده و یا به پایان رسیده و نمیتوان به فروش آن اقدام کرد، تمویل میگردد.