

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال پنجم، شماره هفدهم، زمستان ۱۳۹۱

ص ص ۷۱-۸۹

جامعه‌شناسی سیاق‌های زیست (فرهنگ تولید- مصرف)

ایوب یوسف‌پور نظامی^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۹/۷

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۳/۱۲/۱

چکیده

سیاق و سبک(های) زندگی انسان بنیادی مادی و غیرمادی دارد. جامعه‌شناسی با ابزار تحلیلی فرهنگ، هر دو جزء مادی و غیرمادی آن را مطالعه می‌نماید. یکی از عناصر غیرمادی مجموعه فرهنگی سبک زندگی، عنصر معرفتی است.

این نوشتار با پرداختن اجمالی به ویژگی‌ها و نیز بنیاد معرفت‌شناختی سبک‌های زندگی سنتی، مدرن و پست مدرن؛ فرآیند تمدن و شهرنشینی را بررسی نموده است.

در فرآیند تمدن، شیوه زیست انسان دچار تحولاتی گشته است. این تحولات به ویژه در عرصه تولید و مصرف بررسی شده و درخصوص، فرآیند مهارت باختگی انسان متمدن در زندگی روزمره و تدبیر منزل، از خود بیگانگی و نیز اسارت وی در قفس آهنین و به عبارت دیگر "جنگل جهانی" بحث شده است.

چون تولید- مصرف مدرنیسم و مصرف‌زدگی و جعل در شرایط پست مدرن از جمله مواردی است که به عنوان رهاوردهای تخریبی آن دو فلسفه و جریان (مدرن و پست مدرن) طرح و نقد شده است.

واژگان کلیدی: فرهنگ، شیوه‌های زیست (سنتی، مدرن، پست‌مدرن)، مصرف تظاهری، چون تولید- مصرف، مهارت باختگی انسان متمدن در زندگی روزمره و تدبیرمنزل.

مقدمه

اگرچه در میان حیوانات نیز می‌توان نمودهایی از سبک زندگی و تفاوت آن بین رده‌های مختلف و نیز بین اعضای یک رده حیوانی خاص مشاهده نمود؛ به طوری که حتی روان‌شناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان حیوانات از تفاوت‌های لهجه‌ائی کلاغان و سایر حیوانات گزارش‌هایی

E- mail: ayyubususefpournezami@yahoo.com

۱. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مراغه- ایران.

دارند؛ ولی آن چه شایع است این‌که، یکی از حدود و فصول ممیزه انسان و حیوان سبک زندگی و تنوع چشمگیر فرهنگی آن در نوع انسان است.

سبک و شیوه زیست، یکی از وجوه ممیزه طبقات اجتماعی از یکدیگر است. این امر، اگرچه متأثر از وضعیت معیشتی-اقتصادی نیز است؛ اما در کل بیشتر امری فرهنگی و اکتسابی است. هر جامعه مشتمل بر مجموعه‌های فرهنگی است. این مجموعه‌ها حیات انسان را ساخت داده و به دلیل پویایی و تحرک اجتماعی به مرور تحول پیدا می‌نمایند.

فرهنگ از دو بعد مادی و غیرمادی ساخت یافته است. معرفت بعد غیرمادی و شیوه تولید از زمره عناصر مادی فرهنگ است. برخلاف هگل که به "ایده"، و بعد غیرمادی حیات اولویت قائل شده؛ کارل مارکس بعد مادی حیات را مورد توجه قرار داده است. به نظر مارکس «شیوه تولید در زندگی مادی عامل تعیین کننده ویژگی عمومی فرایندهای معنوی، سیاسی و اجتماعی زندگی است. شعور اجتماعی انسان‌ها تعیین کننده وجود آن‌ها نیست، بلکه برعکس، وجود اجتماعی انسان‌ها، تعیین کننده شعور آن‌هاست» (کوزر و دیگری، ۱۳۷۸: ۵۶۷). در این میان به نظر می‌رسد آرای آنان که قائل به روابط، تأثیر و تأثرات متقابل عناصر مادی و غیرمادی فرهنگ هستند؛ در خور توجه و تأمل است؛ اگرچه پرداختن بدین مسئله در حوزه این مقال نمی‌گنجد.

بررسی تغییرات اجتماعی با شاخص سیاق زیست و تغییرات آن مورد توجه جامعه‌شناسانی از جمله ماکس وبر، کارل مارکس و نیز ابن‌خلدون بوده است. ابن‌خلدون ظهور و سقوط دولت‌ها را بر اساس شیوه زیست تبیین نموده است. به نظر وی «امر غلبه یافتن و تسلط بر دیگران که به وسیله آن کشورداری و پادشاهی پدید می‌آید تنها در پرتو عصیبت و خصوصیات آن است چون شدت سرسختی و دلاوری و عادت به شکار، و عصیبت اغلب حاصل نمی‌شود مگر در حالت بادیه‌نشینی. پس دولت در آغاز تشکیل آن به شکل بادیه‌نشینی است. سپس هرگاه کشورداری و سلطنت حاصل شود، به دنبال آن آسایش و فراخی معیشت و گشایش احوال همراه خواهد بود و شهرنشینی تنها عبارت از تفنن درناز و نعمت و استوار کردن و نیکو ساختن صنایع متداول است به شیوه‌ها و انواع گوناگون آن، از قبیل امور آشپزخانه‌ها و ساختمان‌ها و گسترده‌های وظرف‌ها و دیگر عادت‌ها و رسوم امور خانه‌داری. و برای بهتر کردن و زیبا ساختن هر یک از آن‌ها صنایع مخصوصی است که هر یک به دنبال دیگری می‌آید و به نسبت اختلاف تمایلات انسان در شهوات و لذت‌ها و تنعمات و عادات تجمل‌خواهی و نعمت‌پروری و شیوه و رسوم گوناگونی که به دنبال هر یک پدید می‌آید آن صنایع نیز فزونی می‌یابد» (ابن‌خلدون، ۱۳۷۵: ۳۲۸-۳۲۷).

ماکس وبر نیز با تأکید بر سیاق زندگی مبتنی بر معرفت مذهبی، مکانیسم صنعتی شدن را تبیین نموده است. وی با این پرسش که «چگونه برخی باورهای مذهبی، پیدایش یک "ذهنیت اقتصادی" یا به عبارت دیگر "خلق و خوی" یک شکل اقتصادی را ایجاب کرده‌اند؟ به عنوان نمونه همبستگی‌های روح زندگی اقتصادی جدید با اخلاق عقلانی پروتستانیسم ریاضت‌کشانه را انتخاب کرده» (وبر، ۱۳۷۳: ۳۴) و در اثرش اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری نشان می‌دهد که بین نوع معرفت دینی، و "سلوک اخلاقی حاصل از آموزه‌های اخلاقی یک مذهب" و تلاش اقتصادی، همبستگی معنی‌داری وجود دارد. به نظر وی «پروتستانیسم از مهم‌ترین عوامل رشد صنعتی و سرمایه‌داری فرانسه بوده و اهمیت خود را در همان مقیاس کوچکی که از سرکوب در امان مانده است حفظ کرده است» (همان: ۴۶).

وبر اذعان می‌دارد که در پژوهش خود، "مدعی تز احمقانه و جزمی" رابطه علی منحصر به فرد "روح سرمایه‌داری" و پروتستانیسم نبوده؛ بلکه می‌خواهد فقط نشان دهد که «نیروهای مذهبی تا چه حد کیفیتاً در شکل‌گیری این "روحیه" و کمیلاً در گسترش آن در جهان سهم داشته‌اند و کدام وجوه مشخص تمدن سرمایه‌داری از آن ناشی گردیده‌اند» (همان: ۹۰).

وبر نشان می‌دهد، «عقلانی شدن سلوک زندگی در این دنیا به منظور رستگاری اخروی، معلول مفهوم شغل [شغل به مثابه تکلیف دینی Beruf] در پروتستانیسم ریاضت‌کشانه بود» (همان: ۱۶۵). «ارزش مذهبی کارشغلی نشانه خستگی‌ناپذیر، مستمر، منظم، و دنیوی به عنوان عالی‌ترین وسیله ریاضت، و درعین حال مطمئن‌ترین و آشکارترین دلیل تولد دوباره انسان و ایمان حقیقی او، باید نیرومندترین اهرم قابل تصور برای گسترش همان رویکردی به زندگی بوده باشد که [وبر] "روح" سرمایه‌داری نامیده است» (همان: ۱۸۲).

به نظر می‌رسد ماکس وبر در نقد کارل مارکس، بدین رویکرد رسیده است. مارکس معیشت و شیوه تولید را به عنوان زیربنای حیات اجتماعی و سیاق زیست انسان پنداشته و، امور فرهنگی را به مثابه روبنا در معرفی می‌نماید.

تولید و مصرف از جمله قابل توجه‌ترین پدیده‌ها و کنش‌های اجتماعی، «دو چهره از یک پدیده‌اند. اگر مصرفی به هر شکل وجود نداشت، تولیدی نیز صورت نمی‌گرفت. عمل مصرف، در مقایسه با عمل تولید، بسیار فردی‌تر است و با جلوه‌ای نه چندان یکسان برای همگان، رخ می‌نماید. از همین روست که در تحلیل نظری تصمیمات خرد، مطالعه تصمیم‌گیری‌های مربوط به مصرف، کمتر صورت می‌گیرد و غامض‌تر از مطالعه تصمیم‌گیری‌ها در زمینه تولید است. علاوه بر این، تصمیمات مربوط به تولید، از طریق تبلیغات، بر نحوه تصمیم‌گیری به هنگام

مصرف، اثر می‌گذارد» (بیرو، ۱۳۷۰: ۶۶)؛ که این امر (تبلیغات و تأثیرگذاری آن) منشاء پدیداری آسیب‌هایی در عرصه تولید و مصرف است.

مصرف تظاهری، تولید ایدئولوژیکی، جنون تولید- مصرف، از خود بیگانگی، مهارت باختگی انسان در امر زندگی روزمره، اسارت انسان در قفس آهنین دیوان‌سالاری، واقعیت‌زدائی و توهم، و نیز جعل و تولیدات غیراستاندارد از زمره مسائل قابل ذکر در عرصه تولید و مصرف مدرن و پست مدرن است.

مصرف تظاهری یکی از صور ناسالم مصرف است که به شدت جنبه تقلیدی و تلقینی دارد. «در هر جامعه و مخصوصاً در جوامع متنعم، طبقات بالا و بعد از آنان دیگر طبقات، در صورت احراز توان مالی، به مصرف بعضی از کالاها نه به جهت سود جستن از آنان در راه رفع مشکلات خویش بلکه برای خودنمایی در برابر دیگران، گرایش دارند و در این اندیشه‌اند که کاربرد این کالا آنان را به رده‌ای بالاتر ارتقاء داده و موجبات افزایش اعتبارشان در برابر بینندگان را فراهم سازد» (همان: ۶۷). «اثر مصرف تظاهری مخصوصاً در جوامع در حال توسعه معمولاً منفی است. چه، چنین مخارجی، مصرف غیرمفید را به حد افراط می‌رساند و مانع انجام سرمایه‌گذاری در راه تولید می‌شود» (همان). علاوه بر این شواهد حاکی از آن است که در فرآیند مدنیت و شهرنشینی، انسان خود باخته‌تر و گرسنه‌تر می‌گردد. این امر ریشه در نیازشناسی مصنوعی و ناسالم انسان پای در تمدن دارد.

مصرف در جامعه مدرن، فراتر از جنبه تظاهری یاد شده، بعدی جنون‌آمیز نیز پیدا کرده و هم‌چون ویژگی مشترکی در وضعیت پست مدرن هم تجلی دارد. این جنون در خدمت تولید جنون‌آمیز سرمایه‌داری بوده و مشکل مازاد تولید کاپیتالیسم را حل می‌نماید.

هریک از مفاهیم و نظریات جامعه‌شناختی، تصویر و تبیینی ویژه و محدود از ساز و کار حیات اجتماعی و تحولات شیوه زیست به دست می‌دهد. بنابراین در مطالعات علمی تلفیقی از مفاهیم و نظریات نسبتاً به کارآتر خواهد بود.

این نوشتار با کاربرست ابزار تحلیلی فرهنگ در ادوار یا پارادایم‌های "سنت، مدرن و پست مدرن" سبک‌های زندگی و تحولات آن را به اختصار بررسی نموده است. هر یک از این ادوار با جوهره معیشتی و معرفت‌شناختی خود، سیاق‌ها و شیوه‌های زیست متفاوتی را به بار آورده است. ادامه بحث پرداختی تطبیقی بر ویژگی‌ها و تحولات سبک‌های زیست ادوار یاد شده در بعد تولید و مصرف است.

پرسش‌های مطالعاتی: شیوه‌های زیست سنتی، مدرن و پست مدرن چه ویژگی‌های معیشتی- معرفتی دارد؟ کنش‌های تولید- مصرف سنتی، مدرن و پست مدرن چه ویژگی‌های

نابهنجاری دارد؟، در فرآیند تمدن، تولید- مصرف (سنتی، مدرن و پست مدرن) چه تأثیراتی بر هویت و چگونگی انسان داشته است؟

روش

این نوشتار با روش کتابخانه‌ایی و با رویکردی تطبیقی و تنقیدی، بنیادی نظری- تحلیلی دارد. هر مطالعه سبک‌شناختی دو سطح ایستا و پویای مرتبط با هم دارد. در سبک‌شناسی استاتیک (ایستا)، (Stylistic Static): «سبک هر طبقه‌ای جدا از تغییرات دایمی خود و مداخلات سبک‌های طبقات دیگر، مطمح نظر می‌افتد و در سبک‌شناسی دینامیک (پویا) جریان سبک‌ها و نیز طبقات اجتماعی از لحاظ تحولات داخلی خود و مناسبات متقابل که با یکدیگر و نیز با سایر شوؤن زندگی عملی و نظری جامعه دارند، بررسی می‌شود. سبک- شناسی استاتیک، مانند هر تحقیق استاتیک دیگر، اصول و عناصر و عوامل اصلی موضوع بررسی را به ما می‌شناساند، ولی قادر به تبیین تحولات و تداخلات و تأثیرات متقابل سبک‌ها نیست. از این رو سبک‌شناسی استاتیک بدون سبک‌شناسی دینامیک ناقص و نارساست. چنان که هیچ تحقیق استاتیکی از تحقیق دینامیک بی‌نیاز نیست» (شایان مهر، ۱۳۷۷: ۳۳۳).

این مطالعه به شیوه‌ایی ایستا و پویا سبک‌های زیست (تولید و مصرف) را در بستر تحولات تمدن و براساس دوره‌بندی یاد شده (سنتی، مدرن و پست مدرن) به اختصار بررسی می‌نماید.

سبک(های) زندگی

فرهنگ، الگوهای رفتاری و اندیشوی اکتسابی است که به اقتضای زمان، مکان، فرد یا افراد و گروه‌ها تنوع پذیرفته و در نتیجه امری نسبی و متکثر است. سبک و سیاق زندگی نیز از همین ویژگی نسبی و تکثر برخوردار است. به نظر آنتونی گیدنز «شیوه زندگی اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربردی ندارد، چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان‌های موجود است، و در عمل نه فقط از نسل گذشته "تحویل گرفته نمی‌شود" بلکه "پذیرفته" می‌شود. شیوه‌های زندگی به صورت عملکردهای روزمره در می‌آیند، عملکردهایی که در نوع پوشش، خوراک، طرز کار، و محیط‌های مطلوب برای ملاقات با دیگران تجسم می‌یابند. ولی این امور روزمره، در پرتو ماهیت متحرک هویت شخصی، به طرز بازتابی در برابر تغییرات احتمالی باز و پذیرا هستند. هریک از تصمیم‌گیری‌های کوچک شخصی در زندگی روزانه، چه بپوشم، چه بخورم، در محیط کار چگونه رفتار کنم، پس از پایان کار با چه کسی ملاقات کنم؛ همه و همه در تعیین و تنظیم امور روزمره مشارکت دارند. همه این گونه انتخاب‌ها (و هم‌چنین انتخاب‌های مهم‌تر و سرنوشت‌سازتر) تصمیم‌گیری‌هایی هستند که ما نه

فقط درباره چگونه عمل کردن بلکه درباره چگونه بودن خویش به مرحله اجرا می‌گذاریم. هرچه وضع و حال و محیطی که فرد در آن به سر می‌برد بیشتر به دنیای مابعد سنتی تعلق داشته باشد، شیوه زندگی او نیز بیشتر با هسته واقعی هویت شخصی‌اش، و ساخت و هم‌چنین با تجدید ساخت آن، سر و کار خواهد داشت» (گیدنز، ۱۳۸۵: ۱۲۰).

حیات اجتماعی انسان مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و کنش‌های انسانی است. تولید و مصرف از زمره مهم‌ترین عناصر مجموعه کنش‌های انسانی است. به اقتضای فرهنگ، سبک زیست و یا به تعبیر گیدنز "هویت"؛ تولید و مصرف نیز صورت‌بندی‌های گونه‌گونی پیدا می‌نماید. با توجه به تفاوت "پذیرش" و "گزینش" هویت یا الگوهای زیست یاد شده در فوق، سبک زیست را بر اساس دوره‌بندی سه‌گانه (سنت، مدرن و پست مدرن) بررسی می‌نماییم.

سبک زیست سنتی

ابن‌خلدون بنیاد تولید سنتی را کشاورزی دانسته که «بذاته بر همه انواع معاش مقدم است زیرا امری بسیط و ساده و طبیعی و فطریست و در آن نیازی به اندیشه و دانشی نیست» (ابن‌خلدون، ۱۳۷۵: ۷۵۹). وی معاش را روزی جستن و کوشش در به دست آوردن آن دانسته و می‌افزاید: «کلمه مزبور از لحاظ لغوی بر وزن "مفعل" از ریشه "عیش" است و مناسبت آن بامعنی اصطلاحی از آن سبب است که عیش یا زندگانی انسان جز در پرتو آن به دست نمی‌آید و از این رو کلمه معاش را از طریق مبالغه در مفهوم جستن روزی به کار برده‌اند» (همان: ۷۵۸-۷۵۷).

حضرت رسول اکرم (ص) در تعریف مفهوم و مصداق روزی و رزق انسان می‌فرماید: «آن چه از ثروت تو به تو اختصاص دارد مقداری است که بخوری و آن را تمام کنی، یا بیوشی و آن را کهنه سازی، یا صدقه بدهی و به جریان مصرف اندازی»؛ [پس] در صورتی که [انسان] از ثروت خود به هیچ رو سود نبرد و آن را در مصالح و نیازمندی‌های خود به کار نیندازد چنین ثروتی را نسبت به دارنده آن رزق و روزی نمی‌نامند» (همان: ۷۵۴).

جامعه پیشاصنعت و اقتصاد محدود آن را می‌توان مبتنی بر رزق ورزی و معاش طلبی مبتنی بر کار خانگی خلاصه نمود. «جامعه سنتی جامعه‌ای است که ساختار آن در چارچوب اعمال تولیدی محدودی نشو و نما یافته، و اساس این چارچوب، بر علم و تکنولوژی "ماقبل نیوتونی"، و بر طرز سلوک و نگرش‌های [ایضاً] ماقبل نیوتونی در قبال جهان طبیعی استوار شده است.

مفهوم جامعه سنتی با این حال به هیچ وجه لایتغیر نیست و حصول افزایش‌هایی در امر تولید را نفی نمی‌کند [...] واقعیت کانونی در مورد جامعه سنتی از دیر باز عبارت از آن بوده که سقفی وجود داشته که فراتر رفتن از آن برای تولید سرانه قابل حصول چنین جامعه‌ای همواره

غیر ممکن بوده است. وجود چنین سقفی از آن‌جا ناشی می‌شده که ظرفیت‌ها و امکاناتی که از علم و تکنولوژی جدید سرچشمه می‌گیرد، یا در دسترس جامعه مفروض قرار نداشته، و یا به طرز قاعده‌مندانه به کار گرفته نشده است» (پتروسلی، ۱۳۷۳: ۲۰۶-۲۰۵). نتیجه آن که جامعه سنتی برعکس جوامع پسا‌سنت، بیشتر با محدودیت‌ها و توانستن‌هایش ساخت یافته است.

براساس جبرگرایی حاکم بر معرفت سنتی «حدود امکانات قابل دسترسی برای نوه و نتیجه-ها درست همانی خواهد بود که برای جد و پدر جد آن‌ها وجود داشته است. مع‌هذا این مقدرات گزائی دامنه‌دار و درازمدت به هیچ وجه نافی اختیار و انتخاب کوتاه مدت اعضای جامعه نبوده بلکه برای هر فرد، ممکن و مضافاً مشروع بوده تا در دوران عمر خود برای بهبود سرنوشتش تلاش کند و حتی عرصه قابل ملاحظه‌ای هم برای این جد و جهدها در اختیار داشته باشد» (همان: ۲۰۶).

ماکس وبر در کنار پاره‌ایی از ویژگی‌های معرفتی- اخلاقی پروتستان‌تیسیم؛ همین تقدیرگرایی را با تبیینی متفاوت در پدیداری سرمایه‌داری صنعتی جوامع پروتستان‌نشین نیز مؤثر دانسته است.

این کارکرد متفاوت تقدیرگرایی به عنوان عنصری معرفتی؛ امری طبیعی و قابل انتظار است که ریشه در تفسیرگرایی انسان دارد. کنش‌های انسان به اقتضای تفسیر موقعیت، رویداد و مفاهیم تحقق می‌یابد. تفسیر انسان‌ها نیز از یک موقعیت، رویداد و مفهوم یکسان نبوده و همین تکثر، رمز گونه‌گونی کارکرد تقدیرگرایی یاد شده در فوق است.

تولید سنتی بیشتر شخصی بوده و به عبارتی تولید برای مصرف شخصی بود و به دلایلی از جمله مواد اولیه طبیعی، بازار عرضه محدود و غالباً چهره به چهره، اخلاقیات حرفه‌ای گم‌انگاشتی، و ... برخلاف وضعیت پست مدرن معمولاً برکنار از جعل بوده و به طور طبیعی رعایت حدود استاندارد تولید و توزیع معمول‌تر بوده است. این سبک از حیات به دلایلی از جمله ساخت مادی و غیرمادی برکنار از تولید مازاد و جنون تولید بود. در عرصه مصرف نیز اگرچه با درصدهای متغیر می‌توان مصرف تقلیدی و تظاهری را در ادوار مختلف و سبک‌های گونه‌گون زیست پیدا نمود؛ اما مصرف مرضی و بی‌مورد دنیای سنت قابل قیاس با جنبه جنون‌آمیز مصرف مدرن و پست مدرن نبوده است.

یکی از وجوه تولید و مصرف سنتی، بعد اخلاقی آن‌هاست. دعوت به مصرف اخلاقی و پرهیز از اسراف همواره مورد توجه ادیان بوده است. آیه شریفه "کلوا و اشربوا و لا تسرفوا انه لایحب من المسرین" (اعراف/۳۰)، بیان صریح و روشنی در این خصوص است. در اساطیر نیز چنین آموزه‌هایی را می‌توان یافت. در اسطوره‌ایی از "بی‌نی- نیجریه"، کفران نعمت، سبب

دوری آسمان از زمین بیان شده است. طبق این اسطوره: «در آغاز، آسمان و زمین به هم نزدیک بودند، انسان، احتیاجی نداشت کار کند. گرسنه که می‌شد، یک تکه از آسمان را می‌کند و می‌خورد... اما بعضی بیشتر از احتیاج و گرسنگی خود، از پیکرش کنده، باقی‌مانده را در آشغال‌دان می‌انداختند! آسمان خوش نداشت وجودش را در میان آشغال‌ها ببیند. پس خشمگین شد، غرید و هشدار داد که، اگر بیش از نیاز از پیکرش بکنند، چنان از زمین دور خواهد شد که دست هیچ انسانی دیگر به او نرسد!

مدتی اطاعت کردند. ولی روزی، زن آزمندی قطعه بزرگی از آسمان را کند و تا آن‌جا که می‌توانست خورد؛ ولی نتوانست تمام کند. از شوهرش کمک خواست؛ او هم نتوانست... اهالی دهکده را به یاری طلبیدند؛ آن‌ها هم نتوانستند، پس مجبور شدند باقی‌مانده را به آشغال‌دان بیاندازند! در همین موقع آسمان از خشم تیره شد و غرش کنان خود را آن قدر بالا کشید که دیگر دست هیچ انسانی نمی‌توانست به او برسد. از آن پس به کیفر ناسپاسی، حق‌ناشناسی، عصیان و کفران نعمت، انسان مجبور شد کار کند و رنج بکشد تا خوراکی تهیه نموده و زندگی نماید» (بایر، ۱۳۵۴).

اساطیر با توصیف و تبیینی از جهان و انسان پیشاتمدن؛ بخشی از شیوه زیست و تحولات آن را در خود نهفته دارد. از این روی اسطوره فوق نیز علاوه بر این‌که تأکیدی بر حریص‌تر و غاصب‌تر گشتگی انسان است؛ بیانی از خاموشی و گم‌گشتگی فهم و حس طبیعی یا غریزی نیازشناسی انسان نیز می‌باشد.

در فرآیند مدنیت و شهرنشینی، اگرچه انسان از منظری قدرت‌مندتر گردیده؛ اما از ابعادی دیگر ناتوان‌تر گشته است. انسان متمدن علاوه بر از خود باختگی و مهارت‌باختگی در امر زندگی روزمره و تدبیر منزل؛ گرسنه‌تر نیز شده است. این گرسنگی مورد نظر، گرسنگی مخفی است که مرتبط با فقر و ثروت نبوده و امری مرتبط با تمدن است؛ که در فرآیند آن انسان مهارت مدیریت بدن و سلامت و نیازهایش را از دست داده و به عبارتی از بدن خویش بیگانه گردیده است. این امر موجب ناهنجاری‌هایی از جمله ناهنجاری‌های مصرفی- تولیدی انسان مدنی گشته است.

انسان متمدن برخلاف انسان ابتدائی پیشاتمدن به دلایلی چند دچار گرسنگی مخفی است: خاموشی حس گرسنگی طبیعی (غریزه تشخیص نیازها) و احساس اشتهای مصنوعی، عادت غذایی محدود و یکنواختی آن، مصرف خوراکی‌های متراکم و تصفیه شده، مهارت‌باختگی در امر زندگی روزمره و تدبیر منزل از جمله دلایل این امر است.

انسان متمدن، بر خلاف حیوانات و انسان ابتدائی، «غریزه غذایی خویش را چنان از دست داده که دیگر قادر نیست خودبه خود تشخیص دهد بدنش برای ادامه زندگی طبیعی به چه موادی نیازمند است. انسان متمدن تنها احساس اشتها می‌کند اما آن هم تازه نوعی اشتهای مصنوعی؛ زیرا به وسیله نیازمندی‌های بدنش رهبری و هدایت نمی‌شود. اشتهای او بیشتر جنبه روانی دارد و هدفش بیش از آن که ارضای نیازمندی بدن باشد تمتع از لذت خوردن» (دوکاسترو، ۱۳۵۶: ۷۷-۷۶)، تظاهر به مصرف و برخورداری از سبک زندگی تبلیغی کاپیتالیسم است.

علاوه بر امتیاز فوق‌الذکر انسان ابتدائی هم‌چنین «انواع نامحدودی از گیاهان وحشی و حیوانات مختلف را برای تغذیه در اختیار داشت، حال آن که انسان متمدن منابع غذایی‌اش را هرچه بیشتر محدود کرده است» (همان: ۷۴). این محدودیت مصرف انسان متمدن ریشه در سبک تولید وی دارد؛ به طوری که انسان متمدن به مرور «تنوع خوراک را فدای کمیت کرده و به جای ذخیره کردن مواد مختلف و متعدد به خوراکی‌هایی می‌پردازد که ارزش غذایی آن‌ها بیشتر و تولید و محافظت‌شان آسان‌تر باشد. [...]»

عامل دیگری که نقصان‌های خاص را نزد افراد جوامع خیلی مرفعی تشدید می‌کند رواج مصرف خوراکی‌های متراکم و تصفیه شده و پالایش یافته است. [...] اما اگر این مواد از لحاظ نیرو غنی هستند، به طور کلی از نظر مواد معدنی و مایه‌های ویتامینه از گیاهان مشابه که کشت نشده و پرورش نیافته هستند خیلی فقیرند.

در قاره افریقا، درخاور دور و در نواحی دیگر [...] با این‌که مقدار خوراک‌شان از لحاظ کمیت نارسا است اما به طور کلی برنامه‌های غذایی‌شان محصولات طبیعی است که از لحاظ مواد معدنی و ویتامین‌ها بی‌اندازه غنی می‌باشد. هنگامی که این افراد بومی با سفیدها تماس پیدا می‌کردند] به جای این که سبک تغذیه‌شان بهتر شود تقریباً همیشه خوراک‌شان از لحاظ ارزش تنزل [می‌نمود]. "بیگووو" و "ترولی" (۱۹۲۷) این واقعیت گویا را گوشزد کرده‌اند: اگر سیاهان کنگوی بلژیک را که با رژیم‌های غذایی بومی براساس ارزن، ذرت هندی، سیب زمینی و سایر مواد تقریباً ناشناس تغذیه [می‌نمودند] در دهات خودشان مورد معاینه قرار [می‌دادند] نشانه کسر مواد غذایی در آن‌ها دیده [نمی‌شد]. اما همین سیاهان هنگامی که برای کار به کارخانه‌ها [می‌رفتند و تغذیه متأثر از رسوم اروپائیان را می‌پذیرفتند] نمونه‌های خاص کمبود غذایی در وجودشان آشکار [می‌گردید] بربری و پلاگر و غیره و همین عوارض بسیاری از آن‌ها را از پای در می‌آورد. سکنه بومی کنگو پس از استیلای اروپائیان در حدود پنجاه درصد کاهش [یافت] و دگرگونی‌هایی که به وسیله مستعمره‌نشین‌ها در روش غذایی آن‌ها ایجاد شد یکی از علل مؤثر این کاهش به شمار می‌آید» (همان: ۷۶-۷۵).

اگر خاموشی حس گرسنگی طبیعی (غریزه تشخیص نیازها) فقط بنیادی زیستی و غریزی داشته باشد؛ مهارت‌باختگی انسان در امر زندگی روزمره و تدبیر منزل، و خودباختگی انسان پساست امری فرهنگی است؛ که در فرآیند صنعتی شدن و تقسیم‌کار و تکه‌تکه‌گشتگی حیات انسان روی در تزايد داشته و دارد. همین ضعف‌ها در ساخت‌یابی شیوه زیست انسان متمدن در دوره پساست بی‌تأثیر نبوده است.

سیک‌های زیست مدرن

تولید مدرن ساختاری صنعتی دارد، از این روی کشاورزی نیز با فرآیندی مکانیزه، بخشی از نظام تولید صنعتی، جامعه پساستی است.

«اگرچه در تولید دستی اقتدار و مرجعیت [نسخه اصلی] تا حد زیادی حفظ می‌شود و نسخه‌های تکثیر شده از روی آن به عنوان تقلید یا جعل شناخته می‌شوند، در تولید صنعتی [نسخه اصلی اقتدار و مرجعیت خود را از دست می‌دهد. در واقع می‌توان استدلال کرد که نفس مفهوم "اصل بودن" همراه با توسعه فنون (باز) تولید، مسئله برانگیز می‌شود. با پیدایش شیوه‌های بازتولید صنعتی، فنون بزرگ‌نمایی و حرکت آهسته جنبه‌ها و تصاویری از نسخه‌ی اصلی عیان می‌شود که با بینایی "طبیعی" یا غیرمسلح دریافت نمی‌شود. به علاوه، این فرایندهای بازتولید و تکثیر صنعتی موجب دگرگونی بافت و زمینه‌های پذیرش، تحسین و "استفاده" از نسخه اصلی از طریق تهیه و عرضه "کپی‌هایی" می‌شود که می‌توانند وارد اماکن و وضعیت‌هایی شوند که دور از دسترس نسخه اصلی است (مثل بازتولید کنسرتی، مسابقه فوتبال یا سایر رویدادهای "زنده" در خانه). این تحولات "اصالت" هرچیزی را مخدوش کرده‌اند و "در عصر بازتولید مکانیکی ... هاله اثر هنری" رنگ می‌بازد» (اسمارت، ۱۳۸۹: ۱۵۰-۱۴۹). البته ویژگی‌های تولیدی فوق (جعل، عدم اقتدار نسخه اصلی، بازتولید) در وضعیت پست مدرن تشدید یافته و به همراه ویژگی‌های دیگری سیاق حیات را ساخت می‌بخشد.

یکی از ویژگی‌های فرهنگ پیشامدرن، تولید و مصرف ضروریات بود. این امر تحت تأثیر انرژی، مکانیزم و ساختار و توان تولید و مبادله سنتی بود. بازرگانی نیز مبادله ضروریات بود و «فرض بر این بود که این مبادله موجبات پاسخگوئی به نیازها را فراهم می‌سازد. لیکن، در یک اقتصاد مبتنی بر فراوانی کالاها و خدمات و در یک رژیم لیبرال، آن را باید هم‌چون فرایندی دانست مشتمل بر قرار دادن کالایی مطلوب در دسترس آن مشتری که قدرت خرید دارد. در واقع، در چنین اقتصادی، اشتغال فکری صاحبان مؤسسات تولیدی آن است که کالاهای فراوان و یکسان خود را به فروش رسانده، "آب کنند" و مبالغی (گاه افسانه‌ای) که برای تبلیغات صرف

می‌کنند نیز از این‌جا منشأ می‌گیرد. در این صورت تهیه‌کننده و بازرگان میلی را بر می‌انگیزند و به تدریج موجبات بروز احساس نیاز را بین مصرف‌کنندگان فراهم می‌سازند» (آلن بیرو، ۱۳۷۰: ۵۶-۵۷).

در جامعه سرمایه‌داری و به عبارتی دیگر در حالت تولید جنون‌آمیز، جامعه ناتوان از مصرف (Underconsumptionist) نرمال مازاد تولید جنون‌آلود بوده و همین امر ساخت جامعه جهانی و پدیدارهای اجتماعی را متأثر ساخته و ریشه بسیاری از ناپهنجاری‌هاست. جی اکونور (۱۹۷۳) تصریح می‌نماید که «دولت‌های سرمایه‌داری مدرن با صرف پول برای تسلیحات، می‌کوشند ظرفیت اضافه تولید اقتصادهای ممالک‌شان را بخشکانند، چه در غیر این صورت اقتصادهای-شان محصولاتی تولید خواهد کرد که از عهده مصرف آن‌ها بر نخواهد آمد» (آبرکرامبی و دیگران، ۱۳۶۷: ۳۹۷).

انسان در فرآیند صنعتی شدن، ضمن مهارت‌باختگی‌اش در زندگی روزمره و تدبیر منزل؛ مهارت و هنرمندی در امر اشتغال را نیز از دست داده است. این امر متأثر از مکانیسم تخصص و تقسیم کار صنعتی است. تقسیم کار (Division of Labour) به عنوان اساس تولید مدرن با ساده‌تر کردن اجزاء کار از کل کار؛ کارفرمایان را قادر ساخت «نیروی انسانی ارزان‌تری (کم مهارت‌تری) را برای کارهای ساده‌تر خریداری کنند و از اجیر کردن کارگران گران‌مزد و ماهری که قبلاً تصدی کل فراگرد را بر عهده داشتند بی‌نیاز شوند» (همان: ۱۲۴).

«بسیاری از جامعه‌شناسان مارکسیست مؤکداً عقیده دارند که تقسیم خارق‌العاده کار، به صورتی که در بسیاری از مؤسسات متداول است، از نظر فنی برای کارآئی تولید ضرورت ندارد و مدیران از این روش تنها به خاطر افزایش قدرت‌شان در محل کار، از طریق تضعیف کنترل کارکنان ماهر برای تولید، استفاده می‌کنند. برخلاف مفهوم تخصصی شدن که به صاحبان بزرگ‌ترین استعدادها اجازه انجام انواع کارهای نیازمند تخصص را می‌دهد، تقسیم کار می‌کوشد هر گونه تخصص‌گرائی را کاهش دهد و کارها را به اجزاء ساده‌ائی که انجام‌شان از هر کس ساخته است تجزیه نماید» (همان).

تقسیم کار «موجد کشمکشش اجتماعی، از نخستین علل نابرابری طبقات جامعه، پدید آورنده مالکیت خصوصی، و با خود بیگانگی است. تقسیم کار است که در جامعه سرمایه‌داری، تمام جنبه‌های جالب و خلاق کار را نابود کرده، و فقط اعمال مرارت بار و تکراری آن را بر جا گذاشته است» (همان). نتیجه این امر غیر انسانی شدن محیط و ساعات اشتغال بوده و آسیب‌های فرهنگی و روانی آن حتی محیط و اوقات فراغت را نیز آلوده می‌نماید.

کاپیتالیسیم، بیش از آن که در خدمت نیازهای اساسی انسان باشد؛ در خدمت نیازهای کاذب بوده و با ترفندهای تبلیغاتی نیازشناسی عقلانی- اخلاقی سنتی را مختل نموده و به همراه

تولید مصنوعات سریالی وابسته به هم نیازهای تو درتویی ایجاد می‌نماید. درچنین وضعیتی رفع یک نیاز در خدمت بازتولید نیاز به مفهوم عام کلمه می‌باشد.

کاپیتالیسم مدرن به لحاظ رعایت فاکتورهای ساخت (کمی، کیفی) یعنی استحکام و اصالت مصنوعات و تولیدات اخلاقی‌تر از فونکسیون کاپیتالیسم در وضعیت پست مدرن بوده است.

سیک‌های زیست پست مدرن

جامعه پست مدرن، جامعه‌ای اطلاعاتی (انفورماتیک) است. در جامعه و یا به عبارت مناسب‌تر در وضعیت پست مدرن «کالاها و اطلاعات در مقیاسی وسیع مورد استفاده قرار می‌گیرند، و مردم علاقه وافر به استفاده از آن‌ها از خود نشان می‌دهند. [...] اختلاط مصرف یا به تعبیری دیگر زیاده‌روی در مصرف، نوگرایی، دستیابی به تجارب نو و استفاده بیش از حد از کالاها و خدمات به چشم می‌خورد» (شیخی، ۱۳۸۲: ۴۰).

در فرآیند گذر از سپهر سنت به مدرن و پست مدرن، امکان تقلید و نسخه‌برداری در تمامی عرصه‌های تولید فراهم‌تر و معمول‌تر گشته، و این امر راه را برای جعل بازتر ساخته است. جعل، یکی از ویژگی‌ها و مسائل وضعیت پست مدرن است. این ویژگی نابهنجار به ویژه در سیاست و فرهنگ تولیدی غیراستاندارد هیولای زرد یا چین کمونیست، تبلور هولناکی پیدا نموده است. این هیولا با ارائه مصنوعات و تولیداتی غیراستاندارد و جعلی به بازار و تخریب اعتماد توزیع‌کننده و مصرف‌کننده سرمایه اجتماعی اعتماد را در سطح جهانی به ویژه در ساحت عرضه و مصرف ایران دچار تزلزل روزافزونی ساخته است. چین امری، مصرف‌زدگی وضعیت پست مدرن در دنیای جنوب را با مشکل علاوه مصرف کالاها غیراستاندارد، برای نیازهای غیرطبیعی مواجه می‌سازد!

بودریا با نقد مارکس و با تحلیل نشانه‌شناختی جامعه سرمایه‌داری و مصرف‌تظاهری در وضعیت پست مدرن، نشان می‌دهد که «کالاها صرفاً نیازهای طبیعی را برآورده نمی‌سازند، بلکه جامعه نیازهای ما را خلق می‌کند. انسان‌ها در مجموع میل شدیدی دارند که بر اساس نظام‌های تمایز اجتماعی، خود را از سایر انسان‌ها متمایز سازند. برای اعضای فرهنگ‌های قبیله‌ای این تفاوت‌ها و تمایزات ممکن است در شکل استفاده از خالکوبی‌ها یا پرهای پرندگان خود را نشان دهند. ولی در جامعه ما، برای مثال وقتی یک مصرف‌کننده به جای فولکس واگن، مرسدس بنز می‌خرد، وی در واقع در چارچوب نظام کلی، نیازهایی را خرید می‌کند که سیستماتیک (نظام‌مند) و سلسله‌مراتبی است. خرید مرسدس بنز، خریدار را به لحاظ اجتماعی از افرادی که فولکس واگن دارند متمایز می‌سازد، و این خرید به روند ادغام شدن نظام‌مند و

عقلانی خریدار در جامعه یکپارچه و متجانسی کمک می‌کند که همه در آن صاحب مرسدس بنز هستند. از این رو به نظر بودریا، مارکس متوجه جنبه نمادین و نشانه‌شناختی شیء نشده بود، یعنی متوجه این واقعیت که وقتی شما یک اتومبیل مرسدس بنز خریداری می‌کنید، این امر خود به خود بیانگر خیلی چیزهاست. مرسدس بنز علاوه بردارای بودن ارزش استفاده، به عنوان نشانه‌ای از موقعیت، شأن، اعتبار، رتبه و پایگاه اجتماعی مصرف‌کننده نیز عمل می‌کند. لذا مصرف، مصرف عادلانه نیست، بلکه مصرف آشکار و مشهود است.

آن چه را می‌خریم، به گونه‌ای آشکار و مشهود به طوری که توی چشم دیگران بخورد به رخ دیگران می‌کشیم تا از این طریق خودمان را به لحاظ اجتماعی از سایرین متمایز سازیم.

البته با خرید یک شیء نمی‌توانید وارد سطح اجتماعی معینی بشوید، برای ورود به موقعیت اجتماعی ویژه، شما باید در درون کل یک نظام اشیاء (کالاها) خرید کنید. بنابراین وقتی مرسدس می‌خرید، هم‌چنین لازم است عضو یک باشگاه گران قیمت تنیس باشید؛ ملک، ویلا یا خانه‌ای در مناطق گران قیمت داشته باشید؛ مدرسه خصوصی خوبی برای فرزندتان دست و پا کنید، مناطق تفریحی خوبی برای گذران تعطیلات داشته باشید و چیزهای دیگری نظیر آن. بدین ترتیب یک نیاز، صرفاً نیاز به یک شیء خاص نیست، بلکه نیاز به ایجاد تمایز اجتماعی خود از دیگران است، نیاز به تفاوت اجتماعی و معنی (اجتماعی) است.

مصرف بدواً برای لذت نیست، زیرا مستلزم منابع و توان عظیمی است. شخص باید پول لازم و وقت کافی در اختیار داشته باشد تا بتواند اتومبیل مرسدس خریداری کند و آن را در معرض نمایش بگذارد. تلاش و اقدامات لازم برای انجام این کار غالباً مستلزم نفی لذت است. بنابراین مصرف یک جریان طبیعی نیست، چیزی که به طور خود به خودی از طبیعت به ارث برده باشیم، بلکه جریانی فرهنگی است. مصرف، عرضه و استفاده از اشیاء بر مبنای رمزا و نشانه‌های فرهنگی‌ئی صورت می‌گیرند که مستلزم آن است که ما بلا وقفه خود را با خرید کردن در جدیدترین سرگرمی‌ها و جریانات وفق دهیم. این رمزا و نشانه‌ها دقیقاً همانند قواعد دستور زبان هستند که شاخصه اصلی هر زبان به شمار می‌روند که برقراری ارتباط را ممکن می‌سازند. رمزا و نشانه‌ها کالاها را در قالب نظام‌های سلسله مراتبی معنی بر اساس قیمت و اعتبار (پرستیژ) سازماندهی می‌کنند. این خشم و شوریدگی خسته کننده ناشی از مصرف، این جستجو برای بودن (هستی)، و تلاش برای کسب معنی و اعتبار از طریق مصرف، موجب خستگی و بیگانگی در قهرمانان مصرف می‌گردد. بدین ترتیب روح عصیان و شورش که همواره در دل مصرف، پنهان آرمیده است، در کمین است تا زمانی سر بر آورد. مصرف‌کنندگان به نقطه انکار ونفی می‌رسند، به تدریج از همه چیز خسته و بیزار می‌شوند و دست از سوزاندن لباس‌های

زیر خود بر می‌دارند و یا در قالب اشکال رادیکال‌تر تحول اجتماعی سر بر می‌آورند» (پاول، ۱۳۷۹: ۵۳-۵۲).

با تصور ویژگی‌های دیگری از وضعیت پست مدرن، یعنی واقعیت‌زدائی از زندگی و توهم افکنی فضای تولید- مصرف انسان در وضعیت پست مدرن، مسائل دیگری در خصوص شیوه- های حیات پست مدرن و آسیب‌شناسی آن قابل طرح است که در مجالی مفصل‌تر از این باید بدان پرداخته شود.

جمع‌بندی

این نوشتار ضمن اشارت بر وضعیت مصرفی انسان پیشا تمدن؛ شیوه زیست انسان متمدن و فرهنگ و معیشت آن را با دوره‌بندی سنت، مدرن و پست مدرن به اختصار بررسی نمود. طرح و ارزیابی بخشی از کلیات سیاق و سبک‌های زندگی در عرصه تولید و مصرف مدخلی بر سلسله مباحث و پژوهش‌های بایسته دیگر بود.

"فرآیند تمدن" عنصر و مفهوم کلیدی مشترک در بررسی ادوار سنت، مدرن و پست مدرن بود. با کاربست مفاهیم "رشد" و "توسعه" مفهوم "فرآیند تمدن" یک درجه عملیاتی‌تر و ملموس‌تر می‌شود. عنصر "رشد" در فرآیند تمدن امری ملموس است؛ اما وجه "توسعه" که امری کیفی و ارزشی است، بنیادی مناقشه‌انگیز دارد. بر این اساس اغلب صاحب‌نظران این فرآیند را ناهنجار و منفی روایت نموده‌اند؛ ماکس وبر در این خصوص از مفهوم "ففس آهنین" استفاده نموده است، "اسوالدودر ریورو" دیپلمات و سفیر سابق پرو در سازمان ملل متحد؛ مفاهیم "جنگل جهانی" و "قمارخانه جهانی" و ... را طرح نموده است. وی توسعه را "افسانه" دانسته و با ابداع مفاهیمی چون "جنگل جهانی" و "قمارخانه جهانی" تصویری متفاوت از "فرآیند تمدن" و رهاورد کنونی آن، یعنی جامعه جهانی ارائه داده است. این جنگل یا دهکده جهانی دارویی نه تنها «برای اقلیتی از جمعیت جهان، با ایجاد مشاغل کمتر، تولید بیشتر می‌کند، بلکه قمارخانه بزرگ جهانی نیز به وجود آورده است. همه روزه در این قمارخانه جهانی، شماری از بازی‌های بدیع در بورس‌های مالی انجام می‌گیرد، که بازیکنان آن سرمایه‌گذاران، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بازارهای بورس، بازارهای پولی، اوراق قرضه، و اوراق بهادار هستند. [...] تفاوت عمده این قمارخانه جهانی و یک قمارخانه معمولی در این است که قمارخانه جهانی حتی بر کسانی که شرط‌بندی نمی‌کنند اثر می‌گذارد. [...]

این جنگل نه تنها یک قمارخانه مالی است بلکه الگوهای مصرف نا سازگار با موازنه اکولوژیکی کره زمین را رواج می‌دهد. تمام الگوهای امروزی مصرف بر یک مدل اقتصادی

مبتنی است که در آن طبیعت صرفاً به منزله یکی از مواد خام قابل مصرف تلقی می‌شود. شهرنشینی بر مزرعه‌داری غلبه کرده و در نتیجه، تولید مواد غذایی کاهش یافته و زیاده‌روی در صید ماهی نسل ماهی‌ها را کم کرده است. انتشار گازهای گلخانه‌ای، هوا را آلوده می‌کند و به تغییرات اقلیمی، قحطی‌ها و سرازیر شدن سیل‌ها می‌انجامد، و صنایع شیمیایی و هسته‌ای به دفن مواد سمی خود ادامه می‌دهند. کالاهای با کیلومترها کاغذ و مقوا که حاصل جنگل‌زدایی است بسته‌بندی و به سراسر دنیا حمل می‌شوند.

همراه با جهانی‌شدن الگوی مصرف، زباله نیز جهانی شده است. کوهی از ضایعات هسته‌ای، شیمیایی و سمی همراه با سرنگ، نوار زخم، تنزیب‌های بیمارستانی، رنگ، پلاستیک، یخچال، لاستیک کهنه، لباس، اشیای فلزی، سرامیک و تمام چیزهایی که کشورهای صنعتی بیرون می‌ریزند، مرتباً به زباله‌دانی‌های جهانی در دنیای توسعه نیافته و در اروپای شرقی حمل می‌شود. اگر کشورهای توسعه نیافته به همان نوع رفاه مبتنی بر مصرف نایل شوند چه روی خواهد داد؟ اگر جهانی شدن موفق شود، آیا بازیافت زباله اضافی که ۴ میلیارد مصرف‌کننده جدید تولید می‌کنند امکان‌پذیر خواهد بود؟ یا باید الگوهای مصرف خود را تغییر دهیم؟

یک نوزاد متولد ایالات متحده ۲ برابر نوزاد سوئدی، ۳ برابر نوزاد ایتالیایی، ۱۳ برابر نوزاد برزیلی، ۳۵ برابر نوزاد هندی، ۱۴۰ برابر نوزاد بنگلادشی، و ۲۸۰ برابر نوزادی که در چاد، رواندا، هائیتی یا نپال متولد می‌شود، سر بار محیط زیست است. آیا هزینه زیست محیطی نوزاد امریکایی را، که در الگوهای جدید مصرف مستتر است، می‌توان به ۸۰ میلیون نوزاد که سالانه در سراسر دنیا متولد می‌شوند تعمیم داد؟

اگر الگوهای مصرف جوامع صنعتی جهانی بشوند، زیست کره نخواهد توانست آن‌ها را تحمل کند. این مسئله که آسیب گسترده به محیط زیست با انقلاب صنعتی شروع شد و شتاب وارد آمدن این آسیب با پیدایش جوامعی با مصرف انبوه تصاعدی رشد کرده واقعیتی تثبیت شده است. با وجود این، هدف جنگل جهانی چیزی نیست جز تعمیم دادن الگوهای مصرف ناپایدار، که در حال حاضر یک میلیارد نفر آن را دنبال می‌کنند، [به میلیاردها سکنه] دنیای "در حال توسعه". شیوه زندگی جوامع به شدت مصرفی در سراسر دنیا تبلیغ می‌شود. اما طنز قضیه در این واقعیت نهفته است که بیکاری، فقر و به حاشیه رانده شدن مانع از گسترش آن شیوه زندگی می‌شود، در غیر این صورت پنج میلیارد دارنده کارت‌های اعتباری بین‌المللی، زیست کره زمین را به سرعت نابود خواهند کرد» (ریورو، ۱۳۸۴: ۹۲-۸۶).

«با معیارهای مدرن عصر حاضر به طوری که باستان‌شناسان به ما می‌گویند کل تولید انرژی در اروپای عصر توحش در هیچ زمانی احتمالاً هرگز بیشتر از مقدار سوختی که فقط یک فروند بمب افکن چهار موتور به مصرف می‌رساند نبوده است» (پتروسلی، ۱۳۷۳: ۱۹۳).

شوماخر باور به حل‌گشتگی "مسئله تولید" را یکی از مصیبت‌بارترین خطاهای عصر حاضر می‌داند. به نظر وی «این خیال عمدتاً از ناتوانی ما از درک این موضوع بر می‌خیزد که نظام صنعتی جدید، با همه پیچیدگی‌ها و ظرافت‌های معنویش، درست آن بنیادی را مصرف می‌کند که بر آن استوار گردیده است. به زبانی اقتصادی، نظام صنعتی جدید بر سرمایه‌ای جانشین-ناپذیر (سوخت‌های فسیلی، حدود تحمل طبیعت و جوهر آدمی) حیات خود را استوار ساخته است که خرسندانه آن را درآمد می‌انگارد» (شوماخر، ۱۳۷۲: ۱۵). وی این امر را "بن‌بستی" می‌داند که رهایی از آن وظیفه همه افراد بشر (پیر و جوان، توانمند و بی‌توان، غنی و فقیر، متنفذ و بی‌نفوذ) است. شوماخر تأکید می‌ورزد که «ما باید مسئله را همه‌جانبه درک کنیم و امکان زایش و پرورش یک اسلوب زندگی نوین را با روش‌های جدید تولید و الگوهای جدید مصرف مورد توجه قرار دهیم: یک اسلوب زندگی که برای پایداری طرح شده باشد» (همان).

شوماخر، فراگیری همزیستی توأم با "صلح و آرامش" با "همنوعان، طبیعت و قدرت‌های برتری که طبیعت و انسان را ساخته‌اند" امر بایسته‌ای دانسته و پیشنهاد می‌نماید که «در کشاورزی و پرورش نبات و دام، می‌توانیم ذهن خود را به تکامل روش‌های تولید معطوف داریم که از لحاظ زیست‌شناسی مناسب باشد، قدرت حاصلخیزی خاک را بالا برد، و سلامتی، زیبایی و پایداری را ایجاد کند. در آن صورت، باروری دیگر مسئله‌ای نخواهد بود. در صنعت می‌توانیم توجه خود را به تکامل در تکنولوژی مقیاس کوچک، تکنولوژی نسبتاً رام و دست‌آموز "تکنولوژی با چهره‌ای انسانی" معطوف کنیم تا آد미ان فرصت آن را داشته باشند که در حالی که کار می‌کنند از وجود خویش لذت ببرند، نه آن که فقط برای جیب‌شان کار کنند و عموماً با دلمردگی و تنهایی، فقط امید لذت را در ساعات فراغت داشته باشند. نیز در صنعت که بی‌شک تعیین‌کننده حرکت زندگی نوین است، می‌توانیم توجه خود را به گونه‌های جدید شراکت بین مدیریت و افراد و حتی گونه‌های مالکیت عمومی معطوف داریم» (همان).

بنیاد تئوریک نکته فوق را کارل مارکس با مفهوم "از خود بیگانگی در فرآیند کار" طرح نموده و اریک فروم با تأکید بر "انسانی شدن فضای زمانی-مکانی کار" آلترناتیوی بهبود بخش ارائه نموده است. شرکت‌های ژاپنی از جمله "سونی" و "هوندا" این آموزه‌ها را عملیاتی نموده و الگویی نظری-عملی برای کار مفرح در "فضای تولید برای مبادله" گشته‌اند؛ که پرداخت بدان مجال دیگر می‌طلبد.

تولید دو گونه متفاوت دارد؛ تولید برای (مبادله / مصرف شخصی). هریک از این گونه‌ها با "اصول اخلاقی و نظام ارزشی و تعاریف خاصی از موفقیت، تأثیرات روانی خاصی بر جامعه دارد". الوین تافلر سبک تولید در موج سوم را، شخصی‌تر می‌داند؛ زیرا موج سوم «بیشتر با

افزایش چشمگیر خودیاری و انجام امور شخصی همراه است. این تولید برای مصرف علاوه بر سرگرمی محض، از اهمیت اقتصادی زیادی نیز برخوردار است. و هرچه وقت و انرژی بیشتری بدان تخصیص داده شود، بر شیوه زندگی و منش اجتماعی بیشتر اثر خواهد گذاشت.

برخلاف اصول اخلاقی بازار که افراد را برحسب ثروت‌شان درجه‌بندی می‌کند، اصول اخلاقی تولید برای مصرف به کار افراد ارزش می‌دهد. در آینده پول فراوان داشتن هنوز هم اعتبار خود را حفظ خواهد کرد اما خصوصیات دیگری هم هست که به حساب خواهد آمد. از جمله باید از اتکاء به نفس، توانائی سازگاری و بقاء در شرایط سخت، و توانائی انجام کارهای خود، ساختن یک نرده یا طبخ یک غذا یا دوختن لباس‌های شخصی یا تعمیر یک شطرنج عتیقه نام دارد.

علاوه بر آن، درحالی که اصول اخلاقی تولید برای بازار بینش یک بعدی را تقویت می‌کند، اصول اخلاقی تولید برای مصرف بر تمامیت و چند بعدی بودن تأکید می‌ورزد. بدین طریق همه فن حریف بودن جای خود را باز می‌کند. موج سوم باعث می‌شود تا میان تولید برای مبادله و تولید برای مصرف در اقتصاد توازن بیشتری برقرار شود و در نتیجه نیاز جامعه به داشتن زندگی "متعادل" تر بیشتر حس خواهد شد.

هم‌چنین این انتقال فعالیت از بخش تولید برای مبادله به بخش تولید برای مصرف، موجب می‌شود تا تعادل دیگری در زندگی افراد پدید آید. عده روزافزونی از کارگران و کارمندان که به کار تولید برای بازار مشغول‌اند، وقت خود را صرف امور انتزاعی از قبیل کلمات و اعداد و مدل‌ها می‌کنند و نسبت به افراد شناختی بسیار محدود دارند.

برای اکثریت افراد این "کار فکری" می‌تواند بسیار جالب و رضایت‌بخش باشد. اما غالباً با نوعی احساس گسستگی - یعنی بریدن از واقعیت‌های ملموس، از دیدنی‌ها، از سر و صداها، از تار و پودها و عواطف زندگی روزمره همراه است. در واقع بیشتر ستایشی که از صنایع دستی و گلکاری و شیوه زندگی روستائی یا کارگری می‌شود و آن چه به طور کلی "زیبائی زندگی عمله‌وار" می‌نامند ممکن است خود مکانیزمی جبرانی باشد در مقابل تجرید و انتزاعی که بخش تولید را فرا گرفته است.

بر عکس در تولید برای مصرف، معمولاً انسان با واقعیت‌های ملموس تماس برقرار می‌کند یا به عبارت دیگر مستقیماً با مردم و اشیاء سر و کار دارد. افراد بیشتری می‌توانند با تقسیم وقت خود بین کار نیمه وقت در بیرون و تولید نیمه وقت برای مصرف شخصی هم از کار ملموس و هم از کار انتزاعی لذت ببرند، و از ثمرات کار فکری و کار بدنی که مکمل هم هستند برخوردار شوند. اصول اخلاقی تولید برای مصرف بار دیگر بعد از سیصد سال که کار بدنی خوار شمرده

می‌شد مجدداً برای آن ارزش قائل می‌شود. و این توازن تازه صفات شخصیتی افراد جامعه را دگرگون می‌کند» (تافلر، ۱۳۷۱: ۵۳۶-۵۳۵).

تافلر کارخانگی را موجب تکوین و تقویت "بینش ذهنی" و کار بیرون از خانه را واجد عینیت و "بینش عینی" دانسته و بر اساس آن تقابل فرهنگ مؤنث و مذکر را تبیین نموده و می‌افزاید که «در آینده افراد جامعه موج سوم وقت خود را بین کار نیمه وقت در سازمان‌های ماتریسی یا شرکت‌های بزرگ و کار نیمه وقت برای خود و خانواده، در واحدهای مستقل کوچک تولید برای مصرف تقسیم می‌کنند، و با این عمل ممکن است نسبت ذهنیت و عینیت در زن و مرد باز هم از توازن بیشتری برخوردار شود» (همان: ۵۳۶).

تافلر رواج شیوه تولید برای مصرف را موجب تسریع تحول ساختار روانی و منش اجتماعی دانسته و تصریح می‌نماید که «نظام آینده به جای تقویت نگرش "مردانه" یا نگرش "زنانه" که هیچ کدام به تنهایی مناسب نیست، افراد را تشویق می‌کند تا از روی سلامت کامل قادر باشند از هر دو دیدگاه به جهان نگاه کنند. یعنی آغازی است برای پیدایش ذهنیت‌گرایان عینی و عینیت‌گرایان ذهنی» (همان: ۵۳۷-۵۳۶).

این مطالعه با پرسش‌های مطالعاتی (شیوه‌های زیست سنتی، مدرن و پست مدرن چه ویژگی‌های معیشتی معرفتی دارد؟ کنش‌های تولید- مصرف سنتی، مدرن و پست مدرن چه ویژگی‌های ناپهنجار دارد؟ در فرآیند تمدن، تولید- مصرف: سنتی، مدرن و پست مدرن، چه تأثیراتی بر هویت و چگونگی انسان داشته است؟) ویژگی‌های شیوه‌های زیست، ناهنجاری‌های تولید مصرف و هویت و چگونگی انسان در جوامع سنتی، مدرن و در وضعیت پست مدرن را به اختصار بررسی نمود.

سیاق زیست انسان در گذر از پیشا تمدن به، تمدن متأثر از "خاموشی غریزه تشخیص نیازهایش" بوده و سبب بروز "گرسنگی مخفی انسان متمدن" گشته است. در فرآیند گذر از سیاق زیست سنتی به مدرن انسان، دچار مهارت‌باختگی در امر زندگی روزمره و تدبیر منزل است. انسان پسا سمنت، با از خود باختگی در فرآیند کار و زندگی در سیطره رسانه‌ها مفتون تبلیغات و نیازهای کاذب گردیده است. مصرف تظاهری، جنون تولید- مصرف، واقعیت‌زدائی و توهم، و نیز جعل و تولیدات غیراستاندارد از زمره مسائل قابل ذکر در عرصه تولید و مصرف مدرن و پست مدرن است.

اگر چه به تعبیر گیدنز یکی از تفاوت‌های انسان سنتی با انسان پسا سمنت (مدرن و پست مدرن) در امر فرهنگ و سیاق زیست "پذیرش" سبک القائی زیست اجداد در فضای سنتی است؛ و عکس آن، یعنی گزینش شیوه‌ای از میانه شیوه‌های متعدد در حالت پسا سمنت است؛ اما

به نظر می‌رسد انسان پساسنت در سیاق تولید و مصرف چنان زنجیری و بسته قفس آهنین کاپیتالیسم و رسانه‌هایش است که، همانند انسان پیشامدرن، نه انتخاب که القائات را می‌پذیرد و گویا چاره‌ای جز این ندارد. زیرا این انسان پساسنت روز به روز در ساده‌ترین امر اجتماعی که تداوم حیات و مصرف بایسته آن است، روز به روز جاهل‌تر و ناتوان‌تر و وابسته‌تر می‌گردد. در نتیجه به نظر می‌رسد با ساز و کاری از جمله تلاش در امر تولید نیمه وقت شخصی برای بخشی از مصرف شخصی، ضمن آشتی با واقعیت زندگی و جوهره مادی تولید- مصرف، مهارت از دست رفته انسان پساسنت در امر تدبیر منزل به مرور احیاء گشته و همین مقدمه‌ای برای نیازشناسی غیر رسانه‌ای و شخصی‌سازی تولید و مصرف گردد.

منابع

- آبرکرامبی، ن؛ و دیگران. (۱۳۶۷). **فرهنگ جامعه‌شناسی**. ح، پویان. تهران: چاپخس. چاپ اول.
- ابن‌خلدون، ع. (۱۳۷۵). **مقدمه ابن‌خلدون**. (جلدهای اول و دوم). م، پروین‌گنابادی. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی. چاپ هشتم.
- اسمارت، ب. (۱۳۸۹). **شرایط مدرن، مناقشه‌های پست مدرن**. ح، چاوشیان. تهران: کتاب آمه. چاپ دوم.
- بایر، ی. (۱۳۵۴). **افریقا، افسانه‌های آفرینش**. ترجمه: ژ، آ، صدیقی. تهران: عطائی. ؟.
- بیرو، آ. (۱۳۷۰). **فرهنگ علوم اجتماعی**. ب، ساروخانی. تهران: کیهان. چاپ دوم.
- پتروسلی. (۱۳۷۳). **جامعه‌شناسی مدرن**. (جلد اول). ح، پویان. تهران: چاپخس. چاپ اول.
- تافلر، ا. (۱۳۷۱). **موج سوم**. مترجم: ش، خوارزمی. تهران: چاپ هفتم.
- جیمز، ا. پ. (۱۳۷۹). **پست مدرنیسم**. ح، نوذری. تهران: چاپ و نشر نظر. چاپ اول.
- دوکاسترو، ژ. (۲۵۳۶). **انسان گرسنه (ژئوپلیتیک گرسنگی)**. م، جزنی. تهران: امیرکبیر. چاپ ششم.
- ریورو، ا. (۱۳۸۴). **افسانه توسعه (اقتصادهای نا کارآمد قرن بیست و یکم)**. م، عبدالله‌زاده. تهران: اختران. چاپ دوم.
- شایان‌مهر، ع. ر. (۱۳۷۷). **دائرةالمعارف تطبیقی علوم اجتماعی**. کتاب اول. تهران: کیهان. چاپ اول.
- شوماخر، ا. ا. (۱۳۷۲). **کوچک زیباست**. ع، رامین. تهران: سروش. چاپ سوم.
- شیخی، م، ت. (۱۳۸۲). **جامعه‌شناسی صنعتی**. تهران: حریر. چاپ اول.
- قرآن مجید**.
- کوزر، ل؛ و دیگری. (۱۳۷۸). **نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی**. تهران: نی. چاپ اول.
- گیدنز، آ. (۱۳۸۵). **تجدد و تشخیص**. مترجم: ن، موفقیان. تهران: نی. چاپ چهارم.
- وبر، م. (۱۳۷۳). **اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری**. ع، ک، رشیدیان؛ و دیگری. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی. چاپ اول.