



## چرا مصرف‌گرا شده‌ایم؟

خودش هم می‌داند به این همه اسباب و اثاثیه نیازی ندارد، اما فکر می‌کند اگر همین امروز آنها را نخرد، اشتباهی مرتکب شده، اشتباهی که به قول خودش غیرقابل جبران است و همین موضوع بر دغدغه‌هایش می‌افزاید؛ پس تا می‌تواند، می‌خرد.

اشتیاق و گرایش به مصرف بیش از حد، ناشی از فرهنگ تبلیغاتی است چرا مصرف‌گرا شده‌ایم؟

جام جم آنلاین: خودش هم می‌داند به این همه اسباب و اثاثیه نیازی ندارد، اما فکر می‌کند اگر همین امروز آنها را نخرد، اشتباهی مرتکب شده، اشتباهی که به قول خودش غیرقابل جبران است و همین موضوع بر دغدغه‌هایش می‌افزاید؛ پس تا می‌تواند، می‌خرد.

مریم. ش سی‌ویک ساله است و سه سالی می‌شود که ازدواج کرده، او پیش از ازدواج همین دیدگاه را داشت و حالا طرز فکرش تشدید هم شده است. مریم براین باور است که همیشه باید خرید، تا جایی که پول و توانش را داریم باید لوازم زندگی و مایحتاج خود را بخریم تا خیالمان از روزها و حتی سال‌های بعد راحت باشد. او می‌گوید: اگر یک روز بخواهم برای خرید میوه و سبزی از خانه بیرون بروم، اصلاً مهم نیست چه میوه‌هایی را در خانه دارم، هر میوه خوب و تازه‌ای که ببینم، می‌خرم؛ البته شاید مجبور شوم بعضی از قدیمی‌ها را دور بریزم.

او با این‌که دوست ندارد اسراف کند، اما چنان به این شیوه عادت کرده که فکر می‌کند نمی‌تواند روشش را تغییر دهد.

به نظر می‌رسد این روزها چنین مشکلی بیش از پیش به چشم می‌خورد و افراد زیادی همین رویه را در پیش گرفته‌اند؛ البته اغلب افراد این گروه به هیچ وجه فکر نمی‌کنند کارشان اشتباه است و حتی از تاثیر منفی چنین برخوردی آگاه نیستند یا حداقل ترجیح می‌دهند در موردش فکر نکنند. در این شرایط طبیعی است که کودکان هم این رفتار را مانند هر عمل دیگری از بزرگ‌ترها یاد بگیرند و مانند آنها مصرف کنند؛ کودکانی که اصلاً نمی‌دانند کاغذهایی که بی‌دلیل سیاه می‌کنند و براحتی در سطل زباله می‌اندازند، حاصل قطع چند درخت است؛ محیط‌زیستی که نیاز آینده آنها و هم‌میهنانشان است و نباید به این راحتی صدمه ببیند و از بین برود.

محمد. س که از صبح تا شب، مشغول نوشتن است و همیشه با کاغذ سر و کار دارد، می‌گوید: درخت‌ها باید باشند تا ما انسان‌ها زندگی راحت‌تری داشته باشیم؛ دوره‌ای از اکسیژن و سرسبزی آنها استفاده می‌شده و امروز نوبت کاغذ است. برای همین به نظر من چندان لازم نیست هنگام استفاده از کاغذها، نگران قطع درختان باشیم، چراکه یکی از موارد استفاده از درختان هم همین تهیه کاغذ یا چوب برای مبلمان است!

شاید از نظر من و شما این حرف‌ها عجیب و خودخواهانه باشد، اما متأسفانه گروهی هم این‌طور فکر می‌کنند؛ آنها می‌گویند مصرف در هر حد و اندازه‌ای نه‌تنها ضرری ندارد، بلکه لازمه زندگی امروزه و پیشرفت است.

دکتر علی انتظاری، مدیر گروه جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی در گفت‌وگو با [#171جام‌جم&raquo](#)؛ در این‌باره توضیح می‌دهد: یکی از مهم‌ترین مواردی که معمولاً در مطالعات جامعه‌شناسی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد، بحث مربوط به محیط‌زیست است. بنابراین می‌توان گفت از این منظر مصرف صحیح به مصرفی اطلاق می‌شود که طی آن و با مصرف منابع، موجب تخریب محیط‌زیست نشویم. وی با اشاره به بحث توسعه پایدار در جوامع به عنوان معیار دیگری که در این زمینه مطرح است، چنین می‌گوید: توسعه پایدار یکی دیگر از معیارها در چگونگی مصرف است که البته به مساله محیط‌زیست هم معطوف می‌شود، ولی به طور کلی می‌توان گفت یکی از جنبه‌های توسعه پایدار این است که طوری مصرف کنیم تا امکان توسعه برای جامعه همچنان فراهم باشد. به عبارت دیگر، زمانی که ما توانایی تولید برخی از کالاها را نداریم، بهتر است مصرف آنها فقط در حد لزوم باشد.

جامعه تولیدی یا مصرفی؟

خیلی‌ها فقط می‌توانند بخرند و بخرند و بخرند؛ مهم نیست چه چیزی خریداری می‌شود، گویا فقط باید کالاها روی هم انباشته شود. یک روز نوبت مایحتاج آشپزخانه است، روز بعد لوازم خانه و فردا هم شاید ماشین دیگری کنار ماشین قبلی توی پارکینگ جا بگیرد.

رضا. ل یکی از همین آدم‌هاست. او می‌گوید: اگر روزی بخواهم کالایی بخرم، اصلاً نمی‌توانم مقدار کمی از آن را سفارش دهم. همیشه همین‌طور بودم و هستم و فکر نمی‌کنم دلم بخواهد این رفتار را تغییر دهم.

دکتر انتظاري با تاکيد بر اين که مصرف بيش از اندازه، شيوه‌اي صحيح و ایده‌آل نيست، خاطرنشان مي‌کند: نکته مهم اين است که حتي اگر جامعه‌اي توان توليد داشته باشد نيز افراد نبايد بيش از اندازه مصرف کنند. در واقع اين اشتياق و گرايش به مصرف بيش از حد که در جوامع غربي مانند آمريکا به چشم مي‌خورد، ناشي از فرهنگي تبليغاتي است که در آن جوامع و نظام سرمايه‌داري شکل گرفته است تا افراد مصرف کنند و چرخ نظام سرمايه‌داري را بچرخانند.

نکته: يکي از وظائف دولت‌ها ايجاد امنيت اقتصادي است، بنا بر اين اگر چنين امنيتي وجود داشته باشد و مردم بدانند در صورت نياز به هر کلايي مي‌توانند آن را با قيمت معقول بخرند، قطعا ديگر به فکر انبار کردن کالاها نمي‌افتند و ي مي‌افزايد: جامعه آمريکايي هم توليدکننده است و هم مصرف‌کننده و با اين که ميزان مصرف جامعه ما به آن حد نيست، ولي از نظر توليد با آنها فاصله زيادي داريم. بنا بر اين مي‌توان گفت ما بيشتر جامعه‌اي مصرفي هستيم تا توليدي. همچنين فرهنگ توليد نيز در جامعه ما چندان به چشم نمي‌خورد، ولي در مقابل فرهنگ مصرفي جدي داريم. متأسفانه جامعه ما براي توليد و توليدکننده آنچنان که بايد ارزش قائل نمي‌شود و در مقابل مصرف مورد توجه قرار مي‌گيرد و در برخي موارد حتي تشويق مي‌شود. اين موضوع نشان مي‌دهد ما نه تنها فرهنگ توليدي نداريم، بلکه فرهنگي ضد توليدي و بشدت مصرفي بر ما حاکم است.

ابزاري به نام مصرف

دکتر انتظاري درباره عللي که موجب گسترش مصرف‌گرايي ميان افراد جامعه مي‌شود، مي‌گويد: در اين زمينه برخي از عوامل تاريخي وجود دارد که يکي از مهم‌ترين آنها گرايش به تجدد غربي است؛ چرا که در گذشته مصرف‌گرايي ميان افراد جامعه چندان رواج نداشت و فقط مختص طبقه اشراف بود. بنا بر اين مي‌توان گفت در جامعه سنتي ايران، عامه افراد چندان تمايلي به مصرف نداشته و بيشتر به فکر توليد بودند، اما همزمان با شروع تجددگرايي و آشنايي با تمدن جديد و کالاهاي غربي، شرايطي ايجاد شد که بتدريج گرايش به مصرف هم در جامعه بيشتر شده و رواج پيدا کرد. در اين موقعيت کاملا طبيعي بود افراد براي تطبيق فرهنگ و نوع رفتار خود با قشر غرب‌گرايي که در جامعه حضور داشتند، از کالاهايي استفاده کنند که آنها مصرف مي‌کردند تا به آنها شباهت بيشتري داشته باشند. در نتيجه اين طرز تفکر، در عمل گرايش به مصرف هم در جامعه گسترش يافت.

وي مي‌افزايد: قبل از انقلاب، هر يك از افراد جامعه به طبقه‌اي خاص اختصاص داشتند؛ اما پس از انقلاب اسلامي و با كمرنگ شدن مرز ميان طبقات، شرايطي پيش آمد که مردم اين طبقات را به رسميت نشناسند و به همين دليل افراي از قشر پايين جامعه، خودشان را به سمت بالا کشانند. البته از منظر جامعه‌شناسي اين موضوعي منفي نيست و موجب ايجاد وحدت و يکپارچگي هم مي‌شود، ولي عوارض خاص خودش را نيز دارد. چنين تحرك طبقاتي و سفر افراد از يك طبقه به طبقه ديگر، باعث شد مرزهاي طبقات كمرنگ تر و در نتيجه هويت‌هاي طبقاتي کمتر شود. در چنين شرايطي افراي از سطوح خيلي پايين جامعه هم مي‌خواستند خودشان را به طبقات بالا برسانند و اين موضوع سبب شد بعضي از افراد هميشه ناراضي و به دنبال ارتقاء باشند تا بتوانند از امکانات اجتماعي بالاتري برخوردار شوند؛ اين گروه فقط مي‌خواستند از طريق مصرف، ارتقاي طبقاتي پيدا کنند و در نتيجه مصرف ميان آنها افزايش يافت.

به گفته اين جامعه‌شناس وجود چنين خصيصه‌اي موجب مي‌شود افراد حداقل در مورد برخي از کالاها، مصرفي شبیه طبقات بالاتر از خود نشان دهند که اين نوعي مصرف تظاهري است که به کمک آن فرد مي‌خواهد موضوع خاصي را نشان و نمايش بدهد؛ در اين مورد نيز افراد مي‌خواستند با چنين رفتاري نشان دهند حالا ديگر به طبقه‌اي بالاتر تعلق دارند.

به فرهنگ نياز داريم

جامعه‌اي که توليدکننده نباشد، ناچار است مصرف کند. بنا بر اين يکي از بهترين شيوه‌ها براي مقابله با مصرف‌گرايي، فرهنگ‌سازي در زمينه توليد است. آن طور که دکتر انتظاري مي‌گويد، زماني که بستر براي توليد فراهم نباشد، جامعه هر چه بيشتر به سمت مصرف‌گرايي سوق داده مي‌شود؛ ولي در شرايطي که بستر توليد به صورت مناسب فراهم شود، افراد پولشان را - کم يا زياد - در کارهاي توليدي سرمايه‌گذاري مي‌کنند. اما در صورتي که چنين شرايطي فراهم نباشد، افراد ناچار هستند دائم به خريد اقلام خاصي روي بياورند (يا به عبارتي آنها را مصرف کنند) و اين شيوه يعني مصرف بيش از حد هم موجب مصرفي‌تر شدن جامعه مي‌شود.

نوسانات اقتصادي و مصرف‌گرايي

يکي از وظائف دولت‌ها ايجاد امنيت و آرامش اقتصادي در جامعه است. اگر چنين امنيتي وجود داشته باشد و افراد بدانند هر وقت به کلايي نياز پيدا کنند، مي‌توانند آن را براحتي و با قيمتي معقول بخرند، مسلما چندان به فکر خريد و انبار کردن کالاها نمي‌افتند. اما آن طور که دکتر انتظاري مي‌گويد در شرايط نبود ثبات، مردم ممکن است آنچه تصور مي‌کنند امروز نسبت به گذشته يا آينده ارزان‌تر است، تهيه کنند. پس زماني که نوسان اقتصادي و تفاوت معناداري در قيمت کالاها وجود داشته باشد، افراد به خريد و مصرف بيشتر

روي مي آورند و هر وقت امكانش را داشته باشند، بيشتر خريد مي كنند.

وي تاكيد مي كند: با اين حال، اگر افراد جامعه اي خيلي فردگرا نباشند و وحدت اجتماعي بالايي در ميان آنها ديده شود، كمتر شاهد اين اتفاق خواهيم بود. اما زماني كه گرايش به فرديت افزايش مي يابد و افراد به جنبه هاي ملي تصميمات خود توجه كم تري دارند، اين اتفاق بيشتر رخ مي نمايد. در جامعه ما نيز متاسفانه عوامل مختلفی موجب شده است تمايلات و اولويت ها بيشتر به فرد و خانواده محدود شود و در نتيجه شاهد مصرف گرایی بیش از حد هستیم.

نهادها بايد دست به كار شوند

مسئله ما نيازمند شكل گيري نهادهايي در اين زمينه هستيم تا نيازهاي مصرف كنندگان را تامين كند؛ البته سازماني با نام حمايت از مصرف كننده داريم ولي آن طور كه دكتر انتظاري مي گويد واقعا فعاليت محسوسي كه مردم دركش كنند از اين سازمان نمي بينيم.

به گفته وي يكي ديگر از مشكلات ما نبود امكان ارزيابي کالا از سوي مصرف كننده است. در بسياري از كشورها نشريات منتشر مي شود كه به مردم امكان ارزيابي و مقايسه كالاهاي مشابه را مي دهد و افراد با بينش صحيح تري خريد مي كنند؛ در حالي كه در كشور ما چنين مواردی وجود نداشته یا بسیار ضعیف است. نکته مهم ديگر نيز نقش رسانه ها در ارائه الگوهاي صحيح و واقعي مصرف است؛ الگوهايي كه مردم بايد آنها را بپذيرند و در جامعه امكان پياده سازي اش را داشته باشند.

اما نکته آخر، توجه جدي به توليد ملي است؛ اين كار هم بدون ايجاد فرهنگ مناسب و حمايت جدي از توليد كننده امكان پذير نخواهد بود.

همه اين موارد عزمي ملي مي طلبد تا در پرتو آن و با گام هايي مشخص، طي زماني مناسب به جايگاه واقعي در تجارت جهاني، توليد مطمئن و فرهنگ مصرف صحيح دست يابيم.

نيلوفر اسعدي بيگي / جام جم