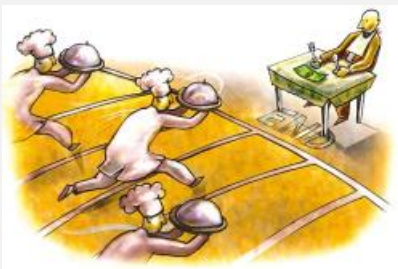


مصرف می‌کنم، پس هستم

بیراه نیست اگر دوره‌ای را که در آن قرار داریم، دوره اسراف بدانیم. تبلیغات، در و دیوار خیابان‌ها و اتوبان‌ها ما را به مصرف دعوت می‌کنند.

بیراه نیست اگر دوره‌ای را که در آن قرار داریم، دوره اسراف بدانیم. تبلیغات، در و دیوار خیابان‌ها و اتوبان‌ها ما را به مصرف دعوت می‌کنند. از آنجا که نیازهای اصلی ما خیلی زود برطرف می‌شود، این تبلیغات بیشتر در جهت ایجاد نیازهای ثانویه یا مصرف فارغ از نیاز است. یعنی این که با ظاهر خوش و آب و رنگشان ما را وسوسه می‌کنند و این گونه در ما نیازی برای به دست آوردن آنها ایجاد می‌کنند.

با سیطره تبلیغات، بنرها، پوسترها، مغازه‌ها و پاساژهای متعدد دیگر کار به جایی رسیده است که شهرها چیزی جز تبلیغ کالا و تحریک و وسوسه شهروندان برای مصرف آنها نیستند. همین مسأله هم انسان معاصر را بیش از همه چیز مشغول و وابسته مصرف کرده و اسراف را به شکل غالب زندگی او بدل کرده است.

مشکل اساسی دیگر این است که این سیطره مصرف باعث شده ما آدم‌ها خود را با خریدمان تعریف کنیم. دکارت، فیلسوف فرانسوی می‌گفت من می‌اندیشم پس هستم. حال باید از لسان انسان معاصر دکارت گفت که من مصرف می‌کنم پس هستم؛ یعنی من با آنچه مصرف می‌کنم هویت پیدا می‌کنم، در جامعه شناخته می‌شوم و مورد قضاوت قرار می‌گیرم.

مسأله مهم بچه پولدارها!

چندی پیش به وجود آمدن صفحه‌ای در شبکه‌های اجتماعی به نام بچه پولدارهای تهران بسیار سر و صدا کرد. عده زیادی منتقد این صفحه و افرادی بودند که آن را راه انداخته‌اند. آنها عکس‌هایی از زندگی تجملی خود می‌گذاشتند و به عقیده مخالفان فخر ثروتشان را به دیگران می‌فروختند، اما کمتر کسی به این توجه کرد که نمایش ثروت توسط این بچه پولدارها با چیزهایی صورت گرفت که مصرف می‌کنند. به همین دلیل آنها نتیجه مصرف‌گرایی و هویتی بودند که تعریفش به اندازه کالا کوچک شده بود. این صفحه و آدم‌هایی که در آن خود را به نمایش می‌گذاشتند، معلول شرایطی هستند که در آن انسانیت به کالا تبدیل شد. انسان کسی بود که مصرف می‌کرد، نه موجودی که با مجموعه‌ای از عواطف، خواسته‌های درونی و باورها، شیوه‌ای از زندگی و ارتباطات و اخلاقیات را انتخاب می‌کند.

بچه پولدارها مقصر به وجود آمدن این فخرفروشی نیستند، بلکه آنها تنها قهرمانان نوعی از زندگی هستند که خوب و بد بودنش، موفق و ناموفق بودن در آن با میزان مصرفی که صورت می‌گیرد، روشن می‌شود.

چرخه‌ای که به زباله ختم می‌شود

فجایع چنین وضعی البته فقط در این ابعاد انسانی خلاصه نمی‌شود. مصرف‌گرایی ما انسان‌ها و جنون ما در بیشتر خریدن، سبب شده است ما عالم را به یک زباله‌دان تبدیل کنیم؛ به جهانی آشفته که مدام در آن چیزهایی به مصرف می‌رسد، تاریخ مصرف دارد و در نهایت دور ریخته می‌شود و این چرخه، زندگی بشر را به زباله ختم می‌کند، به تلی از دور ریختنی‌ها که حالا به یک فاجعه زیست‌محیطی تبدیل شده است. مصرف‌گرایی بشر حالا از ابعادی مختلف، از حلقه‌های هویتی و زیست‌درونی انسانی فراتر رفته و سم وجود خود را به جان جهان ریخته است.

طبیعت و آینده جهان حالا نگران‌کننده شده است. این نشان می‌دهد که تنزل هویتی بشر و کالا محور شدن زندگی او موجب سقوط جهان هم شده است و سبک و شیوه زندگی ما ارتباطی مستقیم با آینده جهان و طبیعت دارد. راه حل این بحران اما در نظر ساده و در عمل دشوار است. در نظر ساده است، زیرا راه حلی جز دوری از مصرف‌گرایی و تعریف هویتی تازه ندارد و در عمل دشوار است؛ زیرا نیازمند یک آگاهی سراسری و تغییر همگانی است و خود این آگاهی و تغییر درونی و بیرونی امری است که همواره سخت رخ داده است.

علیرضا نراقی**دین و زندگی**