

جامعه‌شناسی سیاق‌های زیست (فرهنگ تولید - مصرف)

ایوب یوسف‌پورنظامی^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 مهارت‌باختگی انسان متمدن در زندگی روزمره و تدبیر منزل، از خودبیگانگی و نیز اسارت وی در قفس آهنین و به عبارت دیگر "جنگل جهانی" بحث شده است.

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

مفاهیم کلیدی: فرهنگ، شیوه‌های زیست (سنتی، مدرن، پست‌مدرن)، مصرف‌تظاهری، جنون تولید - مصرف، مهارت‌باختگی انسان متمدن در زندگی روزمره و تدبیر منزل.

مقدمه

اگرچه در میانه 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 لهجه‌ای کلاغان و سایر حیوانات گزارش‌هایی دارند؛ ولی آنچه شایع است این

^۱ . عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مراغه

ayyubussefpournezami@yahoo.com / a-y.nizami@iau-maragheh.ac.ir

که، 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 دیگران، 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 غالبه یافتن و تسلط بر دیگران که به وسیله آن کشورداری و پادشاهی پدید می‌آید تنها در پرتو عصبیت و خصوصیات آن است چون شدت سرسختی و دلاوری و عادت به شکار، و عصبیت 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 تقنن در ناز و نعمت و استوار کردن و نیکو ساختن صنایع متداول است به شیوه‌ها و انواع گوناگون آن، از قبیل امور آشپزخانه‌ها و ساختمان‌ها و گسترده‌ها و ظرف‌ها و دیگر عادات‌ها و رسوم امور خانه‌داری. و برای بهتر کردن و زیبا ساختن هریک از آنها صنایع مخصوصی است که هریک به دنبال دیگری می‌آید و به نسبت اختلاف تمایلات انسان در شهوات و لذت‌ها و تنعمات و عادات تجمل خواهی و نعمت پروری و شیوه و رسوم گوناگونی که به دنبال هریک پدید می‌آید آن صنایع نیز فرونی می‌یابد» (بن‌خلدون، ۱۳۷۵: ۸ - 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 ایجاد کرده اند؟؛ به عنوان نمونه همبستگی‌های روح زندگی اقتصادی جدید با اخلاق عقلانی پروتستانیسم ریاضت‌کشانه را انتخاب کرده «(ویر، 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 معنی داری 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).

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

و بر 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 در عین 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 [ویر] "روح" سرمایه‌داری نامیده است» (همان: ۱۸۲).

به نظر می‌رسد ماکس ویر 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، «دوچهره از یک پدیده اند. 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» (آلن 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 خوبی‌گانگی، مهارت‌باختگی انسان در امر زندگی روزمره، اسارت انسان

در قفس آهنین دیوان سالاری، 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 اندیشه اند که کاربرد این کالا آنان را به رده ای بالاتر ارتقاء داده و موجبات افزایش اعتبارشان در برابر بینندگان را فراهم سازد» (همان: ۶۷). «آثار 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 خودباخته‌تر و گرسنه‌تر می‌گردد. این امر ریشه در نیازشناسی مصنوعی و ناسالم انسان پای در تمدن دارد.

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

هریک از مفاهیم و نظریات جامعه‌شناختی، تصویر و تبیینی ویژه و محدود از سازوکار 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 کاربست 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 معرفت شناختی خود، سیاق‌ها و شیوه‌های زیست متفاوتی را به بار آورده است. ادامه بحث پرداختن تطبیقی بر ویژگی‌ها و تحولات سبک‌های زیست ادوار یادشده 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 نابهنجار 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 توسط ایستا و پویای مرتبط با هم دارد .

درسبک‌شناسی استاتیک (ایستا) Stylistic Static : « سبک هر طبقه - ای جدا از تغییرات دایمی خود و مداخلات سبک‌های طبقات دیگر، مطمح نظر می - افتد و درسبک‌شناسی دینامیک (پویا) جریان سبک‌ها و نیز طبقات اجتماعی از لحاظ تحولات داخلی خود و مناسبات متقابلی که با یکدیگر و نیز با سایر شوون زندگی عملی و نظری جامعه دارند، بررسی می‌شود. سبک‌شناسی 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. چنان‌که هیچ تحقیق استاتیکی از تحقیق دینامیک بی‌نیاز نیست» (شایان مهر، ۱۳۷۷: ۳۲۳).

این مطالعه به شیوه‌ایی ایستا و پویا سبک‌های زیست (تولید و مصرف) را در بستر تحولات تمدن و براساس دوره بندی یادشده (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 نسبیت 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 درمی‌آیند، عملکردهایی که در نوع پوشش، خوراک، طرزکار، 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. هر یک 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 در باره چگونه عمل کردن بلکه در باره چگونه بودن خویش به مرحله اجرا می‌گذاریم. هر چه وضع و حال و محیطی که فرد در آن به سر می‌برد بیشتر به نیای مابعد سنتی تعلق داشته باشد، شیوه زندگی او نیز بیشتر با هسته واقعی

هویت شخصی‌اش، و ساخت و همچنین با تجدید ساخت آن، سروکار خواهد داشت» (گیدنز، ۱۳۸۵: ۱۲۰).

حیات اجتماعی انسان مجموعه‌ایی 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 تولیدسنتی 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» (بن‌خلدون، ۱۳۷۵: ۷۵۹). وی معاش را روزی جستن و کوشش در به دست آوردن آن دانسته و می‌افزاید «کلمه مزبور از لحاظ لغوی بر وزن "مفعّل" از ریشه "عیش" است و مناسبت آن با معنی 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 برده اند» (همان: ۸ - ۷۵۷).

حضرت رسول اکرم (ص) در تعریف مفهوم و مصداق روزی و رزق انسان می‌فرماید: «"آنچه از ثروت تو به تو اختصاص دارد مقداری است که بخوری و آن را تمام کنی، یا بپوشی و آن را کهنه سازی، یا صدقه بدهی و به جریان مصرف اندازی"؛ [پس] در صورتی که [انسان] از ثروت خود به هیچ‌رو 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 و روزی و معاش-طلبی مبتنی بر کارخانگی 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 دیرباز عبارت از آن بوده که سقفی وجود داشته که فراتر رفتن از آن برای تولید سرانه قابل حصول چنین جامعه‌ای همواره غیرممکن 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، ج اول، ۱۳۷۳: ۶).

– ۲۰۵). نتیجه آن که جامعه سنتی بر عکس جوامع پسا‌سنت، بیشتر با محدودیت‌ها و نتوانستن‌هایش ساخت یافته است.

بر اساس جبرگرایی حاکم بر معرفت سنتی «حدود امکانات قابل دسترسی برای نوه و نتیجه‌ها درست همانی خواهد بود که برای جد و پدرجد آنها وجود داشته است. مع‌هذا این مقدرات‌گرایی دامن‌دار 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 همین‌تکثر، 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 چهره‌به‌چهره، اخلاقیات حرفه‌ای گم‌ایشافتی، و ... برخلاف وضعیت پست مدرن معمولاً برکنار از جعل بوده و به‌طور 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 ولا تسرفوا انه لایحب من المترفین" (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 خودباختگی 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 م트راکم و تصفیه شده، مهارت‌باختگی در امر زندگی روزمره و تدبیر منزل از جمله دلایل این امر است.

انسان متمدن، برخلاف حیوانات و انسان ابتدائی، «غریزه غذایی خویش را چنان از دست داده که دیگر قادر نیست خودبه‌خود 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 بدنی‌اش رهبری و هدایت نمی‌شود. اشتهای او بیشتر جنبه روانی دارد و هدفش بیش از آنکه ارضای نیازمندی بدن باشد تمتع از لذت خوردن « (دوکاسترو، ۱۳۵۶ : ۷ - 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؛ به‌طوری 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 مترقی تشدید می‌کند رواج مصرف خوراکی‌های متراکم و تصفیه شده و پالایش یافته است. [...] اما اگر این مواد از لحاظ نیرو غنی هستند، به‌طور کلی از نظر مواد معدنی و مایه‌های ویتامینه از گیاهان مشابه که کشت نشده و پرورش نیافته هستند خیلی فقیرند.

در قاره آفریقا، در خاور دور و در نواحی دیگر [...] با اینکه مقدار خوراک‌شان از لحاظ کمیت نارسا است اما به‌طور 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 اینکه سبک تغذیه‌شان بهتر شود تقریباً همیشه خوراک‌شان از لحاظ ارزش تنزل [می‌نمود]. "بیگووو" و "ترولی" (۱۹۲۷) این واقعیت گویا را گوشزد کرده اند : 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 : ۶ - 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 پساستت امری فرهنگی است؛ که در فرآیند صنعتی شدن و تقسیم کار و تکه - تکه‌گشتگی حیات انسان روی در تزیید داشته و دارد. همین ضعف‌ها در ساخت‌یابی شیوه زیست انسان متمدن در دوره پساستت بی‌تأثیر نبوده است.

سبک‌های زیست مدرن

تولید مدرن ساختاری صنعتی دارد، از این روی کشاورزی نیز با فرآیندی مکانیزه، بخشی از نظام تولید صنعتی، جامعه پساستتی 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 نسخه‌ی اصلی از طریق تهیه و عرضه‌ی " کپی‌هایی " می‌شود که می‌توانند وارد اماکن و وضعیت‌هایی شوند که دور از دسترس نسخه‌ی اصلی است (مثل بازتولید کنسرتی، مسابقه‌ی فوتبال یا سایر رویدادهای " زنده " در خانه). این تحولات " اصالت " هر چیزی را مخدوش کرده اند و " در عصر بازتولید مکانیکی ... هاله‌ی اثر هنری " رنگ می‌بازد» (اسمارت، ۱۳۸۹: ۵۰ - 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 فرآیندی 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 کالاها را 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 تهیه کنند و بازرگان میلی را برمی‌انگیزند و به تدریج موجبات بروز احساس نیاز را بین مصرف کنندگان فراهم می‌سازند». (آل‌بیرو، ۱۳۷۰: ۷ - ۵۶)

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 نابهنجاری‌هاست. جی. اکونور (۱۹۷۳) تصریح می‌نماید که «دولت‌های سرمایه‌داری مدرن با صرف پول برای تسلیحات، می‌کوشند ظرفیت اضافه تولید اقتصادهای ممالک‌شان را بخشکانند، چه در غیراین صورت اقتصادهای‌شان محصولاتی تولید خواهد کرد که از عهده مصرف آنها برنخواهد 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 اجیرکردن کارگران گران‌مزد و ماهری که قبلاً تصدی کل فراگرد را برعهده 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 هرگونه تخصص‌گرایی را کاهش دهد و کارها را به اجزاء ساده‌ائی که انجامشان از هرکس ساخته است تجزیه نماید». (همان).

تقسیم کار «موجد کشمکش اجتماعی، از نخستین علل نابرابری طبقات جامعه، پدیدآورنده مالکیت خصوصی، و با خودبیگانگی است. تقسیم کار است که در جامعه سرمایه‌داری، تمام جنبه‌های جالب و خلاق کار را نابود کرده، و فقط اعمال مرارت‌بار و تکراری آن را برجا 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.

کاپیتالیسم، بیش از آنکه 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 تودرتویی ایجاد می‌نماید. در چنین 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 اخلاقی تراز فونکسیون کاپیتالیسم در وضعیت پست مدرن بوده است.

سبک‌های زیست پست مدرن

جامعه پست مدرن، جامعه ایی اطلاعاتی (انفورماتیک) است. در جامعه ویا به عبارت مناسب‌تر در وضعیت پست مدرن «کالاها و اطلاعات درمقیاسی 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 نسخه برداری 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. چنین امری، مصرف‌زدگی و وضعیت پست مدرن در دنیای جنوب را با مشکل علاوه مصرف کالا‌های غیراستاندارد، برای نیازهای غیرطبیعی مواجه می‌سازد!

بودریا با نقد مارکس و با تحلیل نشانه‌شناختی جامعه سرمایه‌داری و مصرف تظاهری 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 پره‌های پرنندگان 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 خرید می‌کند سیستماتیک (نظام‌مند) و سلسله مراتبی 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 این‌رو 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 بر دارا 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.

آنچه را می‌خریم، به‌گونه‌ای 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 گران‌قیمت تنیس باشید؛ ملک، ویلا یا خانه‌ای در مناطق گران‌قیمت داشته باشید؛ مدرسه خصوصی خوبی برای فرزندان‌تان 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 رمزها و نشانه‌های فرهنگی صورت می‌گیرند که مستلزم آن است که ما بلاوقفه خود را با خرید کردن در جدیدترین سرگرمی‌ها و جریانات وفق دهیم. این رمزها و نشانه‌ها دقیقاً همانند قواعد دستور زبان هستند که شاخصه اصلی هر زبان به شمار می‌روند - که برقراری ارتباط را ممکن می‌سازند. رمزها و نشانه‌ها کالاها را در قالب نظام‌های سلسله مراتبی معنی بر اساس قیمت و اعتبار (پرستیژ) سازمان‌دهی می‌کنند. این خشم و شوریدگی خسته‌کننده ناشی از مصرف، این جستجو برای بودن (هستی)، 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 آر미ده است، در کمین است تا زمانی سر برآورد. مصرف‌کنندگان به نقطه انکار نفی می‌رسند - به تدریج از همه چیز خسته و بیزار می‌شوند و دست از سوزاندن لباس‌های زیر خود برمی‌دارند و یا در قالب اشکال رادیکال‌تر تحول اجتماعی سربرمی‌آورند» (پاول، ۱۳۷۹: ۳ - ۵۲).

با تصور ویژگی‌های دیگری از وضعیت پست مدرن، یعنی واقعیت-زدائی از زندگی و توهم‌افکنی فضای تولید - مصرف انسان در وضعیت پست

مدرن، مسائل دیگری در خصوص شیوه‌های 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 پیشاتمدن؛ 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 سبک-های 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. براین اساس اغلب صاحب‌نظران این فرآیند را ناهنجار و منفی روایت نموده‌اند؛ ماکس وبر در این خصوص از مفهوم "قفس آهنین" استفاده نموده است، "اسوالدودریورو" 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 بیشتری کند، بلکه قمارخانه‌ی بزرگ جهانی نیز به وجود آورده است. همه روزه در این قمارخانه‌ی 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 عمده‌ی این قمارخانه‌ی جهانی و یک قمارخانه‌ی معمولی این است که قمارخانه‌ی جهانی حتی بر کسانی که شرط‌بندی نمی‌کنند اثر می‌گذارد. [...]

این جنگل نه تنها یک قمارخانه‌ی مالی است بلکه الگوهای مصرف ناسازگار با موازنه‌ی اکولوژیکی کره‌ی زمین را رواج می‌دهد. تمام الگوهای امروزی مصرف بزرگ مدل اقتصادی مبتنی است که در آن طبیعت صرفاً به منزله‌ی 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 - تمام چیزهایی که کشورهای صنعتی بیرون می‌ریزند - مرتباً به زباله‌دانی‌های جهانی در دنیای توسعه‌نیافته و در اروپای شرقی حمل می‌شود. اگر کشورهای توسعه‌نیافته به همان نوع رفاه مبتنی بر مصرف نایل شوند چه روی خواهد داد؟ اگر جهانی شدن موفق شود، آیا بازیافت زباله‌ی اضافی که ۴ میلیارد مصرف‌کننده‌ی 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، سربار محیط زیست است. آیا هزینه‌ی زیست‌محیطی 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، زیست‌کره 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 واقعیتهای 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 سکنه‌ی] دنیای " در حال توسعه ". شیوه‌ی 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 شیوه‌ی زندگی می‌شود، در غیر این صورت پنج میلیارد دارنده‌ی کارتهای اعتباری بین‌المللی، زیست‌کره‌ی 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 چهارموتوره به مصرف می‌رساند نبوده است. " » (پتروسلی، ج اول، 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 برمی‌خیزد که نظام صنعتی جدید، با همه پیچیدگی‌ها و

ظرافت‌های معنویت، 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 آدمیان فرصت آن را داشته باشند که درحالی‌که کار می‌کنند از وجود خویش لذت ببرند، نه آنکه 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 آهنگ 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 خودبیگانگی 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 دوگونه 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

وانرژی 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، توانایی سازگاری و بقاء در شرایط سخت، و توانایی انجام کارهای خود - ساختن یک نرده یا طبخ یک غذا یا دوختن لباس‌های شخصی یا تعمیر یک شطرنج عتیقه - نام دارد.

علاوه بر آن، در حالی که اصول اخلاقی تولید برای بازار بینش یک بعدی را تقویت می‌کند، اصول اخلاقی تولید برای مصرف بر تمامیت و چندبعدی بودن تأکید می‌ورزد. بدین طریق همه‌فن‌حریف 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 مشغول اند، 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 سروصداها، از تاروپودها و عواطف زندگی روزمره - همراه است. در واقع بیشتر ستایشی که از صنایع دستی و گلکاری و شیوه زندگی روستائی یا کارگری می‌شود و آنچه به طور کلی "زیبائی زندگی عمل‌وار" می‌نامند ممکن است خود مکانیزمی جبرانی باشد در مقابل تجرید و انتزاعی که بخش تولید را فرا گرفته است.

برعکس در تولید برای مصرف، معمولاً انسان با واقعیت‌های ملموس تماس برقرار می‌کند - یا به عبارت دیگر مستقیماً با مردم و اشیاء سروکار دارد. افراد بیشتری می‌توانند با تقسیم وقت خود بین کار نیمه‌وقت 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 سی‌صدسال 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: ۶-۵۳۵).

تافلر کارخانگی را موجب تکوین و تقویت " بینش ذهنی " و کار بیرون از خانه را واجد عینیت و " بینش عینی " دانسته؛ و براساس آن تقابل فرهنگ مؤنث و مذکر را تبیین نموده و می‌افزاید که « در آینده افراد جامعه موج سوم وقت خود را بین کارنیمه وقت در سازمان‌های ماتریسی یا شرکت‌های بزرگ و کارنیمه 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 هیچ‌کدام 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: ۷- 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 ناهنجار 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 پیشاتمدن 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 مهارت-باختگی در امر زندگی روزمره و تدبیر منزل است. انسان پساسنت، با از خودباختگی در فرآیند کار و زندگی در سیطره رسانه‌ها مفتون تبلیغات و نیازهای کاذب گردیده است. مصرف تظاهری، جنون تولید - مصرف، واقعیت زدایی و توهم، و نیز جعل و تولیدات غیراستاندارد از زمره مسائل قابل ذکر در عرصه تولید و مصرف مدرن و پست مدرن است.

اگرچه به تعبیر گیدنز یکی از تفاوت‌های انسان سنتی با انسان پساسنت (مدرن و پست مدرن) در امر فرهنگ و سیاق زیست " پذیرش " سبک القائی زیست اجداد در فضای سنتی است؛ و عکس آن، یعنی گزینش شیوه‌ائی از میانه شیوه‌های متعدد در حالت پساسنت است؛ اما به نظر می‌رسد انسان پساسنت در سیاق تولید و مصرف چنان زنجیری و بسته قفس آهنین کاپیتالیزم و رسانه‌هایش است که، همانند انسان پیشامدرن، نه انتخاب، که القائات را می‌پذیرد و گویا چاره‌ائی جز این ندارد. زیرا این انسان پساسنت روز به روز در ساده‌ترین امر

جامعه‌شناسی سیاق‌های زیست (فرهنگ تولید – مصرف)

اجتماعی که تداوم حیات و مصرف بایسته آن است، روزبه‌روز جاهل‌تر و ناتوان‌تر و وابسته‌تر می‌گردد.

در نتیجه به نظر می‌رسد با سازوکاری 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 انسان‌پاسانت در امر تدبیر منزل به مرور احیاء گشته و همین مقدمه‌ائی برای نیازشناسی غیر رسانه‌ائی و شخصی سازی تولید و مصرف گردد.

منابع

قرآن مجید.

ابراکرامی، نیکلاس و دیگران. (۱۳۶۷). *فرهنگ جامعه‌شناسی*. حسن پویان. تهران: چاپخس. چاپ اول. اسمارت، بری. (۱۳۸۹). *شرایط مدرن، مناقشه‌های پست مدرن*. حسن چاوشیان. تهران: کتاب آمه. چاپ دوم.

بایر، یولی. (۱۳۵۴). *افریقا، افسانه‌های آفرینش*. ترجمه: ژ. آ. صدیقی. تهران: عطائی. ۴. بن خلدون، عبدالرحمن. (۱۳۷۵). *مقدمه ابن خلدون*. ج اول / دوم. محمدپروین گنابادی. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی. چاپ هشتم.

بیرو، آلن. (۱۳۷۰). *فرهنگ علوم اجتماعی*. باقرساروخانی. تهران: کیهان. چاپ دوم. پنروسلو. (۱۳۷۳). *جامعه‌شناسی مدرن*. ج اول. حسن پویان. تهران: چاپخس. چاپ اول. تافلر، الوین. (۱۳۷۱). *موج سوم*. شهیندخت خوارزمی. تهران: مترجم. چاپ هفتم. جیمز، ان. پاول. (۱۳۷۹). *پست مدرنیسم*. حسینعلی نودری. ۴: چاپ و نشر نظر. چاپ اول. دوکاسترو، ژوزوئه. (۲۵۳۶). *انسان گرسنه (ژئوپلیتیک گرسنگی)*. منیرجزنی. تهران: امیر کبیر. چاپ ششم.

ریورو، اسوالدو. (۱۳۸۴). *افسانه توسعه (اقتصادهای ناکارآمد قرن بیست و یکم)*. محمود عبدالله زاده. تهران: اختران. چاپ دوم. شایان مهر، علیرضا. (۱۳۷۷). *دائرةالمعارف تطبیقی علوم اجتماعی*. کتاب اول. تهران: کیهان. چاپ اول. شوماخر، اف. ای. (۱۳۷۲). *کوچک زیباست*. علی رامین. تهران: سروش. چاپ سوم.

شیخی، محمدتقی. (۱۳۸۲). *جامعه‌شناسی صنعتی*. تهران: حریر. چاپ اول. کوزر، لوئیس و دیگری. (۱۳۷۸). *نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی*. فرهنگ ارشاد. تهران: نی. چاپ اول.

گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). *تجدد و تشخیص*. ناصر موفقیان. تهران: نی. چاپ چهارم. وبر، ماکس. (۱۳۷۳). *اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری*. عبدالکریم رشیدیان و دیگری. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی. چاپ اول.