

نوع جدید مصرف‌گرایی که در غرب رواج یافته، مصرف‌گرایی ایدئولوژیک خوانده می‌شود. در این نوع مصرف‌گرایی کالا و ماده غایب است و افراد با صنعت تبلیغاتی که خود یک صنعت مجازی بیش نیست به بازار های بورس فراخوانده می‌شوند.

این حالت را می‌توانید با وضعیت کسانی مقایسه کنید که در داخل کشورمان طی چند ماهه اخیر دائماً در صف ارز و طلا غوطه‌ور بوده‌اند. حتی خطر نوسانات قیمت را به جان خریده و در صف طولی ارز و طلا متحمل شکنجه روحی و عصبی شده‌اند. در این تغییر فرآیند مصرف دو شاخه شده است. از یک سو ما هنوز برای رفع نیازهای روزمره و نیازهایی که از بیرون به کمک موج تبلیغات به ما تحمیل می‌شوند، ناگزیریم کالا مصرف کنیم. و از سوی دیگر ابعدای از مصرف نیز پدید آمده که نه تنها به تولید انبوه کالای صنعتی در کارخانه گره نخورده، بلکه اساساً کالا در آن غایب است. چیزی که می‌توان آن را مصرف‌گرایی ایدئولوژیک نامید. گویی دیگر کالا و وجه مادی مصرف‌گرایی که روزگاری شرط بقای سرمایه‌داری صنعتی بود، در شکل جدید سرمایه‌داری – سرمایه‌داری مالی – مبتنی بر بورس و مبادله صوری از بین رفته است. در شرایطی که صنعت ضمیمه تبلیغات می‌شود، این وجه غیرمادی کالا یا همان غیاب کالااست که در چرخه انباشت سرمایه حرف اول را می‌زند.

متأسفانه در کشور ما نیز که مردم یاد نگرفته‌اند سرمایه خود را چگونه در مسیر رونق تولید داخلی سرمایه‌گذاری کنند و یا اساساً کانال‌هایی پیش‌رویشان به عنوان گزینه‌های انتخاب قرار نگرفته است، از روی غفلت سرمایه خود را در رونق جریان‌های اقتصادی کاذب نظیر خرید ارز و طلا سرمایه‌گذاری می‌کنند و یا گاه به احتکار یک سری از اقلام رو می‌آورند. در کشور ما حتی بورس و خرید اوراق بهادار و مشارکت نیز از رونق آنچنانی برخوردار نیست. شاید زمان آن رسیده که از تبلیغات به نحو صحیحی برای جذب سرمایه‌های سرگردان در مسیر رونق چرخ تولید بهره بگیریم.

آموزش مصرف بهینه در مدارس

همین‌طور که هر روز بر جمعیت جهان و

کشورها افزوده می‌شود، مدیریت مصرف منابع

مبتنی بر آینده‌نگری، به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر

تبدیل می‌شود.

محدودیت منابع در دسترس بشر از یک سو و عدم توزیع متوازن منابع محدود موجود از سوی دیگر- که بخشی از آن بنا بر عوامل طبیعی، جغرافیایی و تقسیمات کشورها در سطوح مختلف زمین بوده و بخشی دیگر منبعث از عدم توازن قدرت کشورها در تسلط

هر چه سرمایه از کشورهای در حال توسعه در پی مصرف بی‌رویه گرفته شود، آنها نمی‌توانند در وادی رونق تولید داخلی سرمایه‌گذاری کنند و زنجیرهای وابستگی‌شان محکم تر خواهد شد.

و بهره‌برداری از این منابع است- بر مشکل فوق

می‌افزاید. البته باید درنظر داشت که این امر به

هیچ وجه به معنای ناکافی بودن منابع موجود در

کره‌زمین برای ساکنان آن نبوده و نیست. آنچه

یک اتاق اسباب‌بازی دارند، اما باز هم ماهی یک بار به این جا سرس می‌زنم و برای دختر و پسرم اسباب‌بازی جدید خریداری می‌کنم. آخه دست این بچه و آن بچه فامیل می‌بینند و دلشان



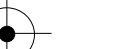
بشر را ازنظر تأمین منابع یا چالش روبه‌رو کرده، اسراف‌کاری، هدر رفتن بسیاری از منابع جهان توسط برخی از ساکنان زمین است.

زروئه نوکاسترو، در این‌باره می‌نویسد: «تیکم می‌دانیم که نعمت‌های موجود در کره‌زمین برای ساکنان آن کافی است. با این‌حال می‌بینم گرسنگی پدیده‌ای جهانی به شمار می‌رود و بیشتر ساکنان روی کره‌زمین از گرسنگی رنج می‌کشند. گرسنگی را طبیعت به ما تحمیل نکرده است، بلکه خاستگاه این فاجعه، شرایط فرهنگی جامعه‌های انسانی است.»

پشت وپترین اسباب‌بازی فروشی متوقف می‌شوم و به تنوع اسباب‌بازی‌ها خیره می‌مانم. اسباب‌بازی‌های دخترانه در مدل و تنوع غوغا می‌کنند. بسه اندازه یک چهار واقعی نمونه‌های ماکت شده‌اش در بین دنیای اسباب‌بازی‌های دخترانه دیده می‌شود. از پخچال و جاروبرقی گرفته تا گاز و ماشین لباسشویی.

در سال‌های اخیر شرکت‌های تولیدکننده اسباب‌بازی برای پرس بچه‌ها نیز تنوعی غیرقابل باور ایجاد کرده‌اند.

زینب‌السادات ملکی، مادر دو کودک درحالی که یک ست ابزار و سلاح‌های «ینجا» را برای پسرش واکاو می‌کند، می‌گوید: «بچه‌های من



گزارش روز

می‌شوند. آموزش ساده‌زیستی و تبلیغ مصرف بهینه با تکیه بر آموزه‌های دینی باید سرلوحه کار تربیتی در مدارس قرار گیرد.»
مهربانی اصرار بر این دارد که پوشش مدارس و نیز ابزاری که دانش‌آموزان با خود به سر کلاس می‌برند، باید از سادگی برخوردار بوده، ضمن این که کاربردی باشد. کنترل و نظارت بروی این مسائل در مدارس باید بیش از پیش باشد.

عوامل روانی مصرف بی‌رویه

مسائل روانی بروز و گسترش مصرف‌گرایی

در جامعه نیز عوامل شناخته شده‌ای هستند

که روانشناسان و جامعه‌شناسان به واکاو آنها

پرداخته‌اند.

اصغر محبی‌پور، یک مشاور تربیتی و خانواده



* مهربانی، یک فرهنگی: آموزش ساده زیستی و تبلیغ مصرف بهینه با تأکید بر آموزه‌های دینی باید سرلوحه کار تربیتی در مدارس قرار گیرد.

به عملی دست بزند که او را در اجتماع مطرح کند. یکی از این اعمال اسراف‌کاری و زیاده‌روی در مصرف است.»

وی ادامه می‌دهد: «این وضعیت زمانی

تشدید می‌شود که با این واقعیت تلخ جهان

امروز مواجه می‌شویم که مصرف کالا از جنبه

پرا مصرف‌گرایی برای برفی افتخار شده است؟ بفش پایانی

انتخاب مشتری در اسارت تبلیغات

گالیا توانگر

* محبی‌پور مشاور تربیتی : مصرف کالا از جنبه صرفا رفع نیاز خارج شده و انسان جامعه سرمایه‌داری می‌کوشد با مصرف بی‌رویه کالا برای خود منزلت، تشخیص و هویت اجتماعی ایجاد کند. در واقع مصرف‌کننده بانمایش کالاهای لوکس تحت تملکش می‌کوشد هویتی به دست آورد!

می‌گوید: «یکی از دلایل مصرف‌گرایی عقده‌های

روانی هستند. این عقده در افرادی ایجاد می‌شود

که در طول زندگی خود با محرومیت‌های شدید

مواجه بوده‌اند. در این صورت شخص سرخورده

برای حفظ شخصیت خود به ابزارهای متوسل

می‌شود که در روان‌شناسی از آن به مکانیسم

روانی یا واکنش دفاعی یاد می‌شود. از جمله

آنها تصعید و جبران است. در این واکنش روانی

فرد دچار اختلال سعی می‌کند برای سرپوش

گذاردن بر ناکامی‌ها و عقده‌های متراکم خود

صرفاً

رفع‌

نیاز

خارج

شده و انسان

جامعه

سرمایه‌داری

می‌کوشد با مصرف

بی‌رویه کالا

برای خود منزلت،

تشخیص و هویت

اجتماعی

ایجاد کند. در این

حالت مصرف‌کننده می‌کوشد

با نمایش کالاهای لوکس تحت تملکش هویتی

جدید و مورد پسند

جامعه پیرامونش برای خود

بیافریند.»

این مشاور، تبلیغات تجاری را محرک

مصرف بی‌رویه معرفی کرده و معتقد است

تبلیغات تجاری به ویژه از شبکه‌های ماهواره‌ای

صفحه ۵شنبه ۵ دی ۱۳۹۱سه صفر ۱۴۲۴ - شماره ۲۰۳۹۰

گذاشته و بعضاً به همراه تبلیغ یک کالای غیرضروری از نمادهای مذهبی نیز استفاده می‌کنند تا به این وسیله بتوانند قیج مصرف بی‌رویه را بشکنند.»

افسردگی پیامد بیماری مصرف‌گرایی

غرب در پس صنعت مجازی تبلیغ در تلاش

برای انقلاب ارزش‌ها به ویژه در کشورهای

درحال توسعه است تا بازارهای جدیدی برای

فروش کالاهای مصرفی خود بیابد.

از سوی دیگر هر چه سرمایه از کشورهای

درحال توسعه در پی مصرف بی‌رویه به‌رفته

شود آنها نمی‌توانند در وادی رونق تولید داخلی

سرمایه‌گذاری کنند و زنجیرهای وابستگی‌شان

محکم و محکم‌تر خواهد شد.

سهیلا پورفتاح، یک شهروند تهرانی

می‌گوید: «خانواده یکی از دوستانم پایان هر

سال نیمی از وسایل منزلشان را با کامیون روانه

سمساری می‌کنند و یک کامیون از وسایل جدید

وارد منزلشان می‌شود. یکی از دلایل تکراری هم

که برای این کارشان دائماً عنوان می‌کنند، این

است که سال به سال مدل‌ها در حال تغییرند

و باید با تغییرات ، روحیه‌شان را تازه کنند!»

اتفاقاً براساس تئوری‌های پذیرفته شده

اقتصادی، هزینه کردن بیشتر موجب افزایش

رضایت و خوشحالی فرد می‌شود. این درحالی

است که بشر در پنجاه سال گذشته، با وجود آنکه

بیش از کل تاریخ بشر مصرف کرده، اما هنوز به

رضایت کافی دست نیافته و روزبه‌روز افسرده‌تر

شده و بر شمار افسردگان عالم افزوده شده است.

انسان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.

همچنان که سیری‌ناپذیری و حرص دست‌یابی

به امور تجملی او را گرفتار اندوه و افسردگی

می‌کند.

آری، فرهنگ مصرف‌گرایی این است!

اریک آشادوریان، پژوهشگر ارشد در

موسسه دیده‌بان جهان و مدیر پروژه کتاب

وضعیت جهان در سال ۲۰۱۰ در مورد تاثیر

نهان فرهنگ مصرف‌گرایی بر زندگی آمریکایی

می‌نویسد: «این واقعیت که ما در حالت عادی

می‌توانیم صدها مدل و برند را شناسایی کنیم،

استان تجمل‌گرا و مصرفی در جریان تغییر

مد و تکاپو برای تغییر دادن وسایل زندگی،

همواره در تنش و اضطراب روحی به سر می‌برد.