

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



ترجمه متون برگزیده علوم انسانی

## Morals and metaphors: the meaning of consumption

Author: Richard Wilk

Source: Wilk, Richard. "Morals and metaphors: the meaning of consumption." *Elusive consumption* (2004): 11-26.

### اخلاقیات و استعاره‌ها: معنای مصرف

نویسنده: ریچارد ویلک

مترجم: عاطفه منتظری مقدم

مجموعه ترجمان، تلاشی برای ترجمه متون برگزیده علوم انسانی است. ترجمه صداهایی که کمتر شنیده شده‌اند و اندیشه‌هایی که مهجور، اما بدیع و راهگشایند. هدف ما، غنا بخشیدن به تفکر انتقادی و گفتگویی است، برای همراهی با ما، متن‌های مناسبی را که می‌شناسید، پیشنهاد دهید، یا در ترجمه آن‌ها با ترجمان همراه شوید. پست الکترونیکی ترجمان: [info@tarjomaan.com](mailto:info@tarjomaan.com)

حق انتشار جزء یا تمام متن، برای مؤسسه ترجمان محفوظ است

ISSN: 2345-282x



## چکیده

اکثر مطالعاتی که درباره مصرف انجام پذیرفته در دو خصیصه مشترک‌اند؛ آنها تعریفی، ولو مجمل، از مصرف ارائه نمی‌دهند و نیز، دانسته یا نادانسته، ارزش‌های اخلاقی را با مقوله مصرف در هم می‌آمیزند. آیا این دو پدیده با یکدیگر مرتبط‌اند؟ علی‌رغم تمامی تلاش‌هایی که برای تعریف و تعیین مدلول «مصرف» صورت گرفته است، معنای دقیق و مفاد این اصطلاح همچنان در سایه‌ای از ابهام باقی مانده است. تحقیقاتی که اخیراً در حیطه زبان‌شناسی شناختی انجام پذیرفته است ابزاری به دست ما می‌دهد تا بفهمیم چرا مقوله مصرف تا بدین اندازه مبهم است و چرا مصرف و مسائل اخلاقی ربط وثیقی با یکدیگر دارند. ما از طریق پژوهش درباره ساختار مفهوم مصرف و استعاره‌های محوری‌ای که معانی آن را با یکدیگر مرتبط می‌سازند می‌توانیم فهمی بهتر از این موضوع مبهم به چنگ آوریم؛ مهم‌تر اینکه بدین ترتیب می‌توانیم جلوی برخی از مشکلاتی را که اغلب در علوم اجتماعی رخ می‌دهند بگیریم. این مشکلات زمانی پدیدار می‌شوند که ما مفاهیم عامیانه را چنان به کار می‌گیریم که گویی مفاهیمی تجربی و کلی هستند.<sup>۱</sup>

## مقدمه

عنوان هیجان‌برانگیز «مصرف فریبنده»<sup>۲</sup> منبع الهامی برای من شد تا ماهیت مبهم، تعریف نشده و ناملموس مصرف<sup>۳</sup> را، که بیشتر دانشمندان علوم اجتماعی در کارهای خود به آن اشاره می‌کنند، دقیق‌تر بررسی کنم. به نظر می‌رسد مصرف یکی از مفاهیم متعلق به عرف عام است که «جای هیچ چون و چرایی در آنها نیست»؛ یعنی ما به ندرت در این باره بحث می‌کنیم که آیا چیزی ذیل مقوله مصرف قرار

<sup>۱</sup> تذکر این نکته ضروری است که نویسنده در متن بارها و بارها از تعابیر و اصطلاحات مختص به زبان انگلیسی استفاده کرده است که در مواردی برگردان و انعکاس دقیق آنها

میسر نبود. [مترجم]

<sup>۲</sup>Elusive consumption

<sup>۳</sup>consumption



می‌گیرد یا نه. در عمل، هرچه تلاش جدی‌تری به خرج می‌دهیم تا مصرف را تعریف کنیم درمی‌یابیم که معنا و محدوده این عبارت پیچیده‌تر می‌شود و این مطلب نشان می‌دهد که در ورای توافق ساده‌انگارانه ما در مورد معنی مصرف مسئله مهمی پنهان شده است. من در حین تلاش برای یافتن معنای فریبنده مصرف به برخی موضوعات و مسائل متداول برخورددم. کارشناسانی که در زمینه مسائل و مشکلات مربوط به مصرف تحقیق می‌کنند از مدت‌ها پیش بر ارتباط نزدیک مصرف و اخلاقیات صحه نهاده‌اند. تقریباً تمامی جنبه‌های مصرف گرانبار از معانی ارزشی و اخلاقی هستند؛ در نتیجه ارزش‌های اخلاقی، و اغلب مذهبی، نگرشی را به مصرف شکل داده‌اند که به خودی خود چندان ربطی به فعل مصرف ندارد (پژوهش مدرن در این زمینه را داگلاس<sup>۱</sup> ۱۹۶۶ آغاز کرد، همچنین رجوع کنید به هارویتس<sup>۲</sup> ۱۹۸۸). رویکرد من برای معنا کردن مصرف تبیین می‌کند که چرا مسائل اخلاقی یکی از جنبه‌های اجتناب‌ناپذیر مصرف است؛ مسائل اخلاقی در سطحی بنیادی در معنای مصرف رسوخ کرده است.

بعضی تلاش کرده‌اند تا مصرف را به‌عنوان فعالیتی تعریف کنند که ویژه گروه‌های خاصی از مردم، بخش‌هایی از جامعه یا قسمت‌هایی از اقتصاد است. برخی دیگر رویکردی انتزاعی‌تر داشته‌اند و مصرف را فرایندی دانسته‌اند که در سطح جهان گسترده شده است؛ به اعتقاد اینان مصرف عبارت است از کاستن یا از بین بردن ماده، انرژی یا نظم، آن‌هم به طریقی که ارزش آنها برای انسان کاسته شود (استرن<sup>۳</sup> ۱۹۹۷). هر دو دیدگاه توجه کمی به شیوه استفاده مردم از این عبارت در گفتگوهای روزمره دارند و تصور می‌کنند که کاربرد تخصصی مفهوم مصرف می‌تواند به کلی جدا از معنای مورد نظر عامه مردم باشد، تصویری که هم بعید و هم بی‌فایده می‌نماید. من برای

---

<sup>۱</sup>Douglas

<sup>۲</sup>Horowitz

<sup>۳</sup>Stern



در یافتن معنای مصرف توصیف «بلک»<sup>۱</sup>، «گر»<sup>۲</sup> و «آسکگارد»<sup>۳</sup> را - در مقاله‌ای مهم با عنوان «استعاره‌های مربوط به تمایل مصرف کننده»<sup>۴</sup> (۱۹۹۶) - به کار گرفته و از ابزارهای زبان‌شناسی شناختی<sup>۵</sup> نیز بهره می‌گیرم. این امر مرا از زمینه تخصص خودم در اقتصاد و انسان‌شناسی تاریخی دور خواهد کرد؛ در واقع، من به هیچ وجه از زبان‌شناسی یا علوم شناختی سررشته‌ای ندارم و تنها با یاری و راهنمایی «جرج لیکاف»<sup>۶</sup> که از پایه‌گذاران فکری این رشته است، توانسته‌ام به رشته نوین زبان‌شناسی شناختی ورود پیدا کنم.

نکته دیگر آنکه اساس تحلیل من کاملاً مبتنی بر زبان انگلیسی آمریکایی است. گمان می‌کنم که بسیاری از عبارات و اصطلاحاتی [که در این مقاله به کار برده‌ام] در زبان‌های اروپایی دیگر نیز معادل داشته باشند اما اینکه تحلیل‌های من تا چه اندازه به سایر زبان‌ها مرتبط است جای بررسی دارد.

### زبان‌شناسی شناختی چیست؟

زبان‌شناسی شناختی رشته نسبتاً جدیدی است که از تلاقی رشته‌های متداول زبان‌شناسی، علوم شناختی، ریاضیات و فلسفه پدید آمده است. انگاره‌های این رشته در سلسله آثار لیکاف و همکارانش به شرح درآمده است (لیکاف و جانسن<sup>۷</sup>، ۱۹۸۰، لیکاف<sup>۸</sup>، ۱۹۸۷، لیکاف

---

<sup>۱</sup>Belk

<sup>۲</sup>Ger

<sup>۳</sup>Askegaard

<sup>۴</sup>Metaphors of consumer desire

<sup>۵</sup>Cognitive linguistics

<sup>۶</sup>George Lakoff

<sup>۷</sup>Johnson

و جانسن (۱۹۹۹). اما مقاله حاضر بر اساس کار روان‌شناسان شناختی، مانند «روش»<sup>۱</sup> زبان‌شناسان انسان‌شناس، مانند «برلین»<sup>۲</sup> و «کی»<sup>۳</sup> و سرانجام فلسفه «ویتگشتاین»<sup>۴</sup> شکل گرفته است. زبان‌شناسی شناختی مبنای تحلیل من از مقوله مصرف، به عنوان حوزه‌ای شناختی، است؛ به همین دلیل توضیح بسیار فشرده و مختصری از این رشته ارائه می‌کنم.

بر اساس نظریه‌های سنتی در باب زبان و دستور زبان، جهان از پدیده‌های مجزایی مثل «صندلی‌ها» و «توپ‌ها» ساخته شده است که هر کدامشان در مجموعه‌ای از ویژگی‌ها مشترک‌اند. هر مقوله بر اساس حداقل ویژگی‌هایی تعریف می‌شود که بین اعضا مشترک است، مثلاً داشتن چهار پایه و یک تکیه‌گاه برای صندلی. زبان‌شناسان شناختی معتقد نیستند که مفاهیم و مقوله‌ها نوعاً پیچیده، اغلب مبهم و بدون مرزهای مفهومی مشخص یا خصیصه‌های مشترک هستند، بلکه معتقدند مفاهیم به شیوه‌های مشخصی سر و شکل پیدا می‌کنند:

- در مرکزیت مقوله‌ها یک شیء یا عمل به عنوان پیش‌نمونه<sup>۵</sup> وجود دارد، مثلاً ایده آل یک صندلی متعارف با چهار پایه و یک تکیه‌گاه.
- سایر اعضای مجموعه می‌توانند کمتر یا بیشتر به مرکز نزدیک باشند، یعنی کم‌وبیش شبیه صندلی باشند. بنابراین عضویت در مجموعه بیشتر مدرج است تا طبقه‌بندی شده.

---

<sup>۱</sup>Rosch

<sup>۲</sup>Berlin

<sup>۳</sup>Kay

<sup>۴</sup>Wittgenstein

<sup>۵</sup>Prototype



- مقوله‌ها اغلب ساختاری شعاعی<sup>۱</sup> دارند: پیش‌نمونه در مرکز است و اعضای دیگر می‌توانند هر کدام به طریقی با آن در ارتباط باشند. تمامی اعضای مجموعه به واسطه ارتباطشان با پیش‌نمونه به هم وابستگی دارند و نه از طریق ارتباطشان با یکدیگر. بعضی از مصادیق مقوله ممکن است ارتباطی استعاری با پیش‌نمونه داشته باشند.

به‌زعم زبان‌شناسان شناختی، مقوله‌های گفتار و اندیشه به طرق گوناگون با هم پیوستگی درونی دارند. واضح‌ترین و بررسی‌شده‌ترین روابط سلسله‌مراتب‌ها<sup>۲</sup> و دیگر نوع‌شناسی‌ها<sup>۳</sup> هستند. بنابراین، مثلاً، چهارپایه نوعی صندلی است و نشیمن‌گاه بخشی از صندلی. البته لیکاف این موارد را نسبتاً پیش پا افتاده می‌داند. مهم‌ترین نکته برای فهمیدن روابط بین مفهوم‌ها در شیوه‌های بنیادین کارکرد مغز انسان نهفته است؛ مغز انسان اغلب به‌مدد استعاره‌ها میان مقولات مختلف رابطه برقرار می‌کند. ما به‌طور معمول مفاهیم و مقوله‌های انتزاعی را به‌وسیله استعاره در مقوله‌هایی جای می‌دهیم که عینی‌ترند و به‌نحو فیزیکی درک می‌شوند. یک مفهوم انتزاعی از طریق پیوند استعاری با گروهی از اشیاء، که از آنها تجربه مستقیم فیزیکی داریم، ملموس و قابل درک می‌شود.

به‌عنوان مثال آمریکایی‌های مدرن مفهوم انتزاعی زمان را با پیوندی استعاری به ذخایر و دارایی‌ها، به‌خصوص پول، ارتباط می‌دهند (لیکاف و جانسون ۱۹۸۰ ص ۷۰؛ لیکاف ۱۹۸۷ صص ۲۰۹-۱۰). ذخایر در کل، و پول به‌طور خاص، نه‌تنها در گفتگوی روزمره استفاده می‌شوند بلکه در شیوه تفکر ما، به‌عنوان یک منبع استعاری متعارف برای زمان، نیز به‌کار می‌روند: آن را صرف می‌کنیم،<sup>۴</sup> ذخیره

<sup>۱</sup> radial

<sup>۲</sup> hierarchy

<sup>۳</sup> typology

<sup>۴</sup> spend



می‌کنیم،<sup>۱</sup> هدر می‌دهیم<sup>۲</sup> و ... این امر چیزی بیش از یک شگرد زبانی است؛ در واقع ویژگی‌های پول بر نحوه رفتار ما با زمان اثر می‌گذارد. در این نحوه فهم با زمان به گونه‌ای برخورد می‌شود گویا تقسیم‌پذیر، دارای قیمت، قابل اندازه‌گیری و قابل مبادله است، انگار هر دقیقه مثل هر پنی دارای اندازه و ارزش یکسان است. بنابراین استعاره پا را بسیار فراتر از ساختار بندی مقوله‌های گفتار می‌گذارد. به گفته لیکاف مفاهیم اصلی و اولیه، معمولاً، در تجربیات بی‌واسطه فیزیکی مثل درد یا گرسنگی - که بین همه افراد بشر مشترک است - ریشه دارند. به علاوه صدها نمونه از این «استعاره‌های اولیه» ریشه در تجربیات ساده و روزمره ما دارند، استعاره‌هایی که هم مبنای عملکردمان هستند و هم برای تفکر از آنها استفاده می‌کنیم. برخی از این تجربیات میان مردمان گوناگون مشترک‌اند و گهگاه استعاره‌هایی را پدید می‌آورند که، بدون برنامه‌ریزی قبلی، میان بسیاری از فرهنگ‌ها در سرتاسر جهان مشترک است. استعاره‌هایی مانند: **خواستن گرسنگی است**،<sup>۳</sup> **عصبانیت آتش است**،<sup>۴</sup> و **رسیدن به هدف چیزی نیست مگر تحقق امر مطلوب**.<sup>۵</sup> (لیکاف ۱۹۸۷ صص ۳۸۰ تا ۴۱۵). همچنین استعاره‌های مفهومی‌ای وجود دارند که ویژه بعضی جوامع هستند.

استعاره‌های مفهومی بر اساس مفاهیم غیر استعاری متنوعی ساخته می‌شوند:

- چارچوب‌های تصویری حسی: که مبتنی هستند بر درک فیزیکی از جهت‌ها؛ چارچوب‌های حسی حرکتی اصلی مثل حجم‌ها؛ روابط جزء و کل؛ چیزهای روان و سطح‌ها. توالی مبدأ - مسیر - مقصد یکی از معمول‌ترین چارچوب‌های تصویری است.

<sup>۱</sup>save

<sup>۲</sup>Waste

این افعال در انگلیسی در رابطه با پول بکار می‌روند. [مترجم]

<sup>۳</sup>Desire is hunger.

<sup>۴</sup>Anger is Heat

<sup>۵</sup>Achieving a Purpose is Getting a Desired Object



• قالب‌ها، از جمله طرح وقایع؛ ساخت‌های مفهومی که ممکن است شکل یک داستان یا صحنه آشنا را به خود گرفته باشند، مثل «باران» که در خود یک طرح کلیشه‌ای کامل از ابر، رطوبت، بارندگی و مه رقیق دارد.

بسیاری از مفاهیم پیچیده می‌توانند از طریق دو یا چند استعاره مفهوم شوند. لیکاف نشان می‌دهد که آمریکایی‌ها عصبانیت را بر حسب استعاره آتش می‌فهمند: امری می‌سوزاند، می‌جوشد، از آن دود بلند می‌شود و منفجر می‌شود. اما عصبانیت حیوانی وحشی (غیر قابل کنترل)<sup>۱</sup> و نوعی جنون (دیوانه)<sup>۲</sup> نیز هست. آتش مهم‌ترین و اصلی‌ترین استعاره است، اما برای فهمیدن اینکه آمریکایی‌ها چطور عصبانیتشان را تصویرسازی می‌کنند و بروز می‌دهند سایر استعاره‌ها نیز باید مد نظر قرار بگیرند.

علاوه بر این لیکاف در کتابش با عنوان سیاست اخلاقی<sup>۳</sup> نشان می‌دهد که ممکن است در درون جامعه‌ای واحد نظام‌های استعاری مخالف و مغایر وجود داشته باشند. در مثال او دولت از نگاه آمریکایی‌های محافظه‌کار «پدری سخت‌گیر» است، حال آنکه لیبرال‌ها ممکن است نظام سیاسی را «والدینی پرورش‌گر» تعبیر کنند. نظام‌های استعاری مغایر با هم الگوهای جداگانه‌ای را برای اخلاق، نقش‌های جنسیتی، حکم اعدام و ... شکل می‌دهند. پس این استعاره‌ها قدرتی واقعی دارند؛ آنها به مردم کمک می‌کنند تا موقعیت‌های پیچیده را تصویرسازی، ساده‌سازی و ارزیابی کنند و اعمالی را برگزینند که با عقاید بنیادینشان درباره «پدر سخت‌گیر» یا «والدین پرورش‌گر» سازگار باشد. این مطلب تلویحاً بدین معنا است که مردم در مواجهه با مسائل و موضوعات جدید مایل‌اند که از استعاره‌های قدیمی و جاافتاده بهره بگیرند. تغییرات در رفتار باید بر پیوندهای استعاری جدید سوار شوند؛ به همین دلیل است که مباحثات و مناقشات عمومی / خصوصی به لحاظ طرح‌های پیش‌نمونه‌ای و تصویری بسیار غنی هستند.

<sup>۱</sup>Out of control

<sup>۲</sup>Crazy

این صفات در انگلیسی برای عصبانیت بکار می‌روند. [مترجم]

<sup>۳</sup>Moral politics





## استعاره‌های اقتصادی

زمانی که من به‌عنوان یک دیرینه‌شناس آموزش می‌دیدم، مصرف نه‌تنها جزو مقوله‌های تحلیل نبود بلکه اصلاً وجود نداشت. دیرینه‌شناسان به‌جای مردم از اشیاء شروع می‌کردند و الگویی از «چرخه حیات مصنوعات» تهیه می‌کردند. تصور بر این بود که مواد خام در طبیعت وجود دارند، تا زمانی که توسط انسان برداشت و تبدیل به یک دست‌ساخته شوند و مورد استفاده قرار گیرند تا از کار بیفتند و بعد از رده خارج شوند (مقایسه کنید با شیفر<sup>۱</sup> ۱۹۷۶). بنابراین چرخه اصلی اینطور به نظر می‌رسد:

تولید ← استفاده ← دور انداختن

این استعاره «چرخه حیات» بر اساس تجربه بشر از هستی‌شناسی شکل گرفته است، رشد و نمو یک موجود زنده از تولد تا مرگ.

تولد ← زندگی ← مرگ

در اینجا ساخت استعاری این است که **اشیاء انسان‌ها هستند** و از همین رو حیات دارند. صحبت‌های کارشناسان موزه، باستان‌شناسان و کلکسیون‌داران پر است از استعاره‌های مربوط به چرخه حیات که به اشیاء جان‌بخشی می‌کنند. در بازه‌های زمانی وسیعی که دیرینه‌شناسان مورد مطالعه قرار می‌دهند اجسام «متولد» می‌شوند و در نهایت «از بین می‌روند». یکی از تأثیرات نامحسوس این استعاره این است که انسان‌ها دیگر دیده نمی‌شوند، چون اشیاء جایگزینشان شده‌اند. مدل اصلی اقتصاد، که در اکثر کتاب‌های درسی وجود دارد، با یک ساخت استعاری مشابه به نتیجه‌گیری واحدی می‌رسد. اقتصاددانان اقتصاد را به بخش‌های تولید، بازار و خانوار تقسیم می‌کنند، با یک پیکان میانشان.

تولید ← مبادله ← مصرف

<sup>۱</sup> Schiffer



بر این اساس استعارهٔ چرخهٔ حیات می‌گوید که مصرف شبیه پیر شدن است، شبیه از دست دادن انرژی، کم شدن فایده و در نهایت مرگ و نیستی. برای اقتصاددانان تمام فعالیت و هیجان مربوط به دو مرحلهٔ اول است؛ مصرف قسمتی از اقتصاد است که در آن اشیاء پس از طی مراحل جالب در کارخانه و بازار به پایان کار خود می‌رسند. روشن‌ترین معنی ضمنی این ساخت استعاری این است که **مصرف مرگ است**. جریان زندگی یک شیء، درست مثل زندگی یک فرد، بی‌وقفه و برگشت‌ناپذیر است؛ پس این امکان وجود ندارد که، مثلاً، تقاضا از عرضه پیشی بگیرد. اقتصاددان تولید را نیرویی حیاتی می‌بینند که موتور اقتصاد را به حرکت درمی‌آورد.

استعارهٔ چرخهٔ حیات تمام فعالیت، ارزش و رشد اقتصادی را بر دوش تولید می‌گذارد، در حالی که مصرف یک فرایند منفعل یا حتی ضایعه است. رشد مانند حیات است، امری که باید امتداد یابد و در آخر با زوال به تعادل برسد؛ تولید باید با مصرف متعادل شود، در غیر این صورت تمام سیستم از تعادل خارج خواهد شد. «جادوی بازار»<sup>۱</sup> که به شدت مورد علاقهٔ اقتصاددانان نئوکلاسیک است، همین تعادل را ایجاد می‌کند (یا حداقل اینطور تصور می‌شود).

استعارهٔ رایج اقتصادی دیگری که باز بر مصرف تأکید دارد این است: **پول آب است**. این استعاره مثال خوبی است از آنچه لیکاف و جانسن به آن «استعاره‌های جوهری و مادی»<sup>۲</sup> می‌گویند. این استعاره‌ها در کل به رخدادها، فعالیت‌ها، احساسات و نظرات به‌عنوان پدیده‌های مادی نگاه می‌کنند، درحالی‌که هیچ‌یک مادی نیستند (۱۹۸۰، ص ۲۵) اقتصاددانان از مجموعه‌ای از استعاره‌های هیدرولیکی استفاده می‌کنند، استعاره‌هایی که ماهیت فعالیت اقتصادی، پول، سود یا ارزش را به‌عنوان نوعی مایع به تصویر می‌کشد؛ فعالیت‌های اقتصادی **جریان‌هایی** هستند که قبل از آنکه به سمت بازار **سرازیر** شوند، می‌توان **تحت فشار چکه‌چکه جاری‌شان کرد**. اهل اقتصاد از **جرز و مد، دارایی جاری، پمپ‌های اقتصادی، مثل آب پول خرج کردن، نشتی خطرناک، اوضاع را به جوش آوردن و حتی پول را در مستراح ریختن سخن** می‌گویند. بنابراین اقتصاد معمولاً مثل یک سیستم لوله‌کشی تصویرسازی می‌شود، اما

<sup>۱</sup>magic of the market

<sup>۲</sup>entity and substance metaphors



چاه‌ها، پمپ‌ها و لوله‌ها قسمت‌های جالب این سیستم هستند و مصرف آبی است که به فاضلاب سرازیر می‌شود. «آدام اسمیت»<sup>۱</sup> می‌گوید «مصرف تنها هدف تولید است» (۱۹۸۵، ص ۳۳۵). اما این استعاره‌های هیدرولیکی اقتصاددانان را [به اشتباه] به این فکر می‌اندازد که مصرف نیازی به تحلیل ندارد؛ هر چیزی که پمپاژ شده باشد طبیعتاً تخلیه هم می‌شود.

هیدرولیک اقتصادی استعاره‌ای تخصصی است که گروه کوچکی از افراد حرفه‌ای و همینطور سیاستمداران در فن بیان تأثیرگذارشان از آن استفاده می‌کنند. (رجوع کنید به مک کلاسکی ۱۹۸۵). من در اینجا بیشتر به دنبال مدل‌های عامیانه مصرف هستم که زندگی و رفتار روزمره را شکل می‌دهند، زیرا این مدل‌ها، شاید بیشتر از مباحث شکل گرفته حول محور اقتصاد، مبنای استعاره‌های مصرف در دیگر علوم اجتماعی هستند.

در زبان انگلیسی آمریکایی «مصرف» همان چیزی است که لیکاف آن را یک مقولهٔ شعاعی با یک پیش‌نمونه در مرکز می‌نامد و سایر اعضا بیشتر بر اساس ارتباطشان با پیش‌نمونه در این مقوله جای می‌گیرند تا ارتباط منطقی‌شان با یکدیگر. پس، برای مثال، نقاشی کشیدن روی دیوار، دراز کشیدن در ساحل زیر آفتاب، کشیدن سیفون دستشویی همگی مثال‌های قابل قبولی از مصرف هستند، اما غیر ممکن است بفهمیم که این امور جدا از ارتباطشان با پیش‌نمونه چطور به هم شباهت دارند (و بسیاری از کارشناسان تمام تلاششان را کرده‌اند تا تعریفی از مصرف ارائه دهند که ویژگی‌های مشترک این مثال‌ها را در خود داشته باشد). این مثال‌ها فقط به دلیل ارتباط استعاره‌شان با پیش‌نمونه‌ای که در مرکز قرار دارد به هم مربوط‌اند.

مصرف مقوله‌ای مدرج نیز هست. بعضی چیزها به نظرمان مثال‌های بهتری از مصرف می‌رسند تا بعضی دیگر. «برگمن»<sup>۲</sup> می‌گوید «گیاهان کربن مصرف می‌کنند، حیوانات گیاهان را مصرف می‌کنند...» (۲۰۰۰، ص ۴۱۸)، اما علف خوردن گاوها بیشتر شبیه به مصرف به نظر می‌رسد تا تبدیل کربن طی فرایند فتوسنتز؛ سوزاندن یک کپه برگ را مقایسه کنید با ریختن همان برگ‌ها روی کپهٔ کود گیاهی؛

<sup>۱</sup>Adam Smith

<sup>۲</sup>Borgmann



سوزاندن برگ‌ها بیشتر شبیه مصرف است تا تبدیل کردنشان به کود؛ همانطور که رفتن به خرید، بالا و پایین رفتن راهروها و گشتن برای لباس مناسب بیشتر مصرف گونه است تا نشستن در ماشین و گوش کردن به رادیو. بعضی کارها به دلیل نزدیکی و شباهتشان به پیش‌نمونه بیشتر از بقیه شبیه مصرف هستند.

## مصرف آتش است

چیزی که این فعالیت‌های ناهمگون را در مقوله مصرف طبقه‌بندی می‌کند ارتباط استعاری آنها با پیش‌نمونه عمل **خوردن** است. خوردن و مصرف کردن نیز از طریق رابطه استعاری مشترکشان با آتش و عمل سوزاندن به هم مربوط‌اند. در تاریخ زبان انگلیسی اولین بار از فعل مصرف برای سوزاندن استفاده شده است؛ در یکی از بندهای انجیل ویکلیف<sup>۱</sup> (۱۳۸۲ میلادی) آمده است که «در آتش فنا خواهد شد.»<sup>۲</sup> از جمله دیگر استفاده‌های قدیمی می‌توان به مورد زیر نیز اشاره کرد: «آنها انسانی را به خاکستر بدل خواهند کرد.»<sup>۳</sup> (أی‌دی<sup>۴</sup>، ۱۴۳۰، لیدگیت<sup>۵</sup> ۱۵۵۵ ص ۱۹) بعضی آثار دیگر آتش - تخریب، از بین بردن و نابود کردن - نیز به مصرف نسبت داده می‌شد. آتش هنوز هم استعاره‌ای قوی برای مصرف است؛ امری که به کلی از بین می‌برد و هیچ‌چیز به‌دردبخوری به‌جا نمی‌گذارد.

- مردم پول دارند تا آن را بسوزانند [از بین ببرند].
- فرصت‌ها در ابری از دود محو می‌شوند.
- زیاده‌روی در مصرف مواد مخدر به آتش کشیدن همه چیز است.

<sup>۱</sup>Wyclif Bible

<sup>۲</sup>With fiershalbbeconsumyd. (Lev. 6:23)

<sup>۳</sup>Unto ashes they will a man consume.



البته آتش طبیعت دوگانه‌ای دارد: هم آسیب‌زا و هم مفید. آتش گرم می‌کند؛ آرامش می‌بخشد؛ ضدِ عفونی می‌کند؛ در مرکز قلب می‌نشیند و قربانی را تطهیر می‌کند. عجیب نیست که مصرف هم، مثل آتش استعاری، معانیِ ضمنی مثبت و منفی دارد. (رجوع کنید به نرم‌ن<sup>۱</sup>). مصرف می‌تواند از کنترل خارج شود و ولعی توجیه‌ناپذیر شود، تجملی افراطی که منجر به فساد و نابودی می‌شود؛ مصرف، در عین حال، سوخت روزانه‌ای است که موتور بشر را به حرکت درمی‌آورد: رأس زندگی اجتماعی و خانوادگی.

تعجبی نیست که دو معجزه از مهم‌ترین معجزات خدای عهد عتیق با آتش انجام پذیرفته است: او چون بوته‌ای که آتش گرفته بود بر موسی ظاهر شد، بوته‌ای که می‌سوخت و تمام نمی‌شد، و در محاصرهٔ اورشلیم نیز چراغ معبد را تا هفت روز روشن نگاه داشت، در حالیکه تنها به اندازهٔ یک روز سوخت داشت. بعدها مسیحیان آتش پروردگار را به خودی خود مقدس داشتند؛ سوختن در آتش معبود عملی بود از روی ترک میل، تسلیم شدن و فنا شدن در آتشی بزرگ‌تر.

استعاره‌های مربوط به آتش، به عنوان یک نیروی طبیعی (و حتی ماوراءالطبیعی)، انسان را شخصیت اصلی فرایند مصرف معرفی نمی‌کند. آتش آنچه را درون آن بریزید می‌سوزاند؛ اگر تغذیه نشود خاموش می‌شود و اگر آن را آزاد بگذارید همه‌چیز را در مسیر خود می‌سوزاند؛ آتش از خود اراده و نیرو دارد و ما معمولاً در مقابل آن ناتوانیم. استعارهٔ **مصرف آتش است** گویای این است که مردم آنچه را بهشان داده شود مصرف می‌کنند؛ ثروتمندان بیشتر از فقیران مصرف می‌کنند چون سوخت بیشتری دارند. البته در طول قرن بیستم، آمریکایی‌ها به این باور رسیدند که مصرف مسئله‌ای شخصی و ارادی است و آن‌چنان هم نیرویی طبیعی همچون آتش نیست؛ مصرف امری است تحت کنترل خودآگاه که شخصیت و ماهیت درونی فرد را نشان می‌دهد. **خوردن** به عنوان یک استعاره انسان را در رأس قرار می‌دهد، با نیروهای غیر شخصی اقتصاد و طبیعت که سوخت را فراهم می‌کنند و ضایعات را دفع.



## مصرف خوردن است

خوردن پیش‌نمونه پیچیده‌ای است که در تجربه فیزیکی انسانی ریشه دارد. مصرف عملی واحد نیست بلکه از آن جهت که بخشی است از طرحی پیش‌نمونه‌ای، معمولاً، به مراحل تقسیم می‌شود (هرچند جوامع ممکن است این کار را به شیوه‌های متفاوت انجام دهند).

گرسنگی ← یافتن و آماده‌سازی ← جویدن و بلعیدن ← هضم ← دفع

در این طرح ماده‌ای وارد بدن شخص می‌شود و این ورود فعالیت‌هایی را به هم پیوند می‌دهد و فرایند مفهومی واحدی را می‌سازد، فرایندی که شروع، میان و پایانی دارد. مهم است به خاطر داشته باشیم که این سلسله مراحل از جنس مقوله‌های طبیعی نیستند؛ در واقع بسیاری از این عناصر اختصاص به فرهنگی خاص دارند و امری تصادفی‌اند.

خوردن به‌عنوان یک پیش‌نمونه را در نظر بگیرید: هر چه عملی به خوردن شبیه‌تر باشد به مصرف واقعی نزدیک‌تر است؛ به همین دلیل است که گوش کردن به موسیقی کمتر از سوزاندن بنزین حین رانندگی به مصرف شباهت دارد. استعاره مصرف می‌گوید که وقتی چیزی را مصرف می‌کنیم - همزمان با اتمام کارمان - آن چیز هم باید تمام شده و تبدیل به زباله شده باشد. موسیقی بعد از مصرف ناپدید نمی‌شود و بسیاری دیگر می‌توانند به همان موسیقی در همان زمان گوش کنند - درحالی‌که در استعاره خوردن دو نفر نمی‌توانند یک تکه از غذا را مصرف کنند؛ نمی‌توانید همزمان هم غذا را داشته باشید و هم آن را بخورید (نمی‌توانید کیک‌تان را هم نگه دارید و هم بخورید). بسیاری از لغات مزبور به مصرف مستقیماً از خوردن گرفته می‌شوند.

- او شیرۀ هر تجربه‌ای را مکیده است.
- من هوس لباس پشمی کرده‌ام.
- مشتری‌ها کراوات‌های جدید را بلعیدند.
- خرید همه پس‌اندازمان را خورد.
- من همیشه تشنه تجربیات جدید هستم.



- خریداران ماشین‌های صفر را لالف خوردند.<sup>۱</sup>
- آن لباس دهان آدم را آب می‌اندازد.

ما تجربه فیزیکی خوردن را با سایر تجربیاتمان در زمینه مصرف همراه می‌کنیم، علی‌الخصوص تجربیاتی که با مقوله خرید مرتبطاند؛ این امر به خوبی نشان‌دهنده قدرت این استعاره است که: مصرف خوردن است. اگر نتوانید به مقدار کافی غذا داشته باشید همیشه گرسنه خواهید ماند و احساس نیاز شما را کلافه خواهد کرد. ما مصرف را به همین شکل تصویرسازی می‌کنیم: امری که یکی از امیال، مثلاً گرسنگی، آن را ایجاد کرده است و فقط با مصرف کردن آرام می‌گیرد، البته با این امید که تا حد بیمار کردنمان پیش نرود (رجوع کنید به بلک، گر و آسکگارد ۱۹۹۶). **میل گرسنگی است**، بنابراین **ارضای میل همان خوردن است** و مصرف کردن نوع خاصی از ارضای میل است؛ نتیجه اینکه **مصرف خوردن است**.

به همین شکل، تجربه فیزیکی سیر شدن، تا خرخره خوردن، آرامش و خواب‌آلودگی نیز به دیگر اعمال مرتبط با حیطه مصرف سرایت کرده است؛ بنابراین، اگر مردم به مقدار کافی خرید کنند یا وسایل مورد نیازشان را جمع‌آوری کنند، نیازشان تا مدتی رفع می‌شود، آرام و راضی می‌شوند و دیگر نیازی برای خرید، خرج و مصرف بیش‌تر پیدا نمی‌کنند. «گالبرایت»<sup>۲</sup> در کتاب *جامعه مرفه* می‌گوید اگر یک خانواده آمریکایی بتواند خانه‌ای کوچک، یک اتومبیل و وسایل خانگی اساسی‌اش (مثل ماشین لباس‌شویی و...) را تأمین کند، توانسته نیازهایش را یک بار و برای همیشه رفع کند. در چنین شرایطی مردم دیگر کالایی نخواهند خواست و در عوض رضایت را در فراغت، تفریحات آموزنده، پیشرفت و گذراندن وقت بیشتر با دوستان و خانواده جستجو خواهند کرد. (۱۹۵۸) گالبرایت به این مطلب توجه نمی‌کند که حتی بعد از مفصل‌ترین و باشکوه‌ترین غذاها نیز مردم باز گرسنه می‌شوند. با این حال، این برداشت که مصرف تنها یک

<sup>۱</sup> لالف خوردن: با تمام دهان خوردن (فرهنگ معین). [مترجم]

<sup>۲</sup> Galbraith



نیاز را برطرف می‌کند و باید اشتها را رفع کند در بیشتر استعاره‌های مصرف وجود دارد، برداشتی که، اغلب، مردم را اگر بعد از مدتی مصرف احساس رضایت نداشته باشند به خاطر گناه پر خوری سرزنش می‌کند.

- بس است دیگر!
- کمدت همین الان هم پر است چطور می‌توانی باز هم بخواهی؟
- فقط یک کت دیگر لازم دارم.
- من همیشه در بهار برای کفش و لخرجی می‌کنم.
- این بار لقمه بزرگ‌تر از دهانش برداشته.
- همین الان هم بیش از اندازه جیب برای لباس خرج کرده‌ای.

مصرف منظم و طبق برنامه مانند خوردن یک وعده غذایی است؛ نیازی داریم، چیزهایی را که با نیازمان همخوانی دارند پیدا می‌کنیم، مصرفشان می‌کنیم و در آخر وقتی ارزششان را از دست می‌دهند به‌عنوان ضایعات دفع می‌شوند (دور انداخته می‌شوند). وقتی نیازی داریم نگران و معذب هستیم، اما از یافتن و پرداختن هزینه آنچه می‌خواهیم لذت می‌بریم؛ ما از فرایند مصرف (هضم) راضی و تقریباً بی‌خبریم و ترجیح می‌دهیم درباره دفع ضایعات صحبت نکنیم. پیش‌نمونه زنجیره مصرف در دوران مدرن بر اساس استعاره‌ای از یافتن غذا و خوردن آن شکل گرفته است: خواستن ← خرید ← پرداخت ← استفاده ← دورانداختن. این زنجیره مشابهت آشکاری دارد با زنجیره گشتن به دنبال غذا و خوردن؛ همین امر مجموعه‌ای از معادل‌سازی‌ها را به دنبال می‌آورد.

- خواستن گرسنگی است.
- خریدن شکار کردن است.
- خریدن به دست آوردن است.
- استفاده کردن خوردن و هضم کردن است.





- دور انداختن دفع کردن است.

بسیاری از عبارت‌هایی که برای فعالیت‌های گوناگون دخیل در مصرف استفاده می‌شوند از مراحل این استعاره گرفته شده است که مصرف خوردن است.

- برای پیدا کردن یک لباس خوب همه‌جا را زیر و رو کردم.
- در حراجی سه تا سوئی شرت شکار کردم.
- آن انگشترها آنقدر زیبا بودند که می‌خواستم بخورمشان.
- آن شلوارک کهنه مزخرف را دور انداختم.
- من عاشق شکار فرصت‌ها هستم.
- شلوار خوبی بود، حیف که خراب شد.

به‌طور ضمنی، خرید کردن مثل یافتن غذا هیجان‌برانگیز، چالش‌برانگیز و حتی کمی خطرناک است. خواستن هر چیزی بیچارگی و شکنجه محض است و در مقابل خرید خوب آرامش‌بخش است. استفاده کردن از یک شیء معمولاً ملال‌آور، گاهی اوقات مایه لذت و بعضی وقت‌های دیگر نیازی ساده یا یک سرخوردگی بزرگ است. دفع ضایعات خطرناک و خصوصی است و اغلب به تجهیزات و کادر متخصص واگذار می‌شود.

## آسیب‌شناسی

بی‌قاعدگی‌ها و مشکلات اخلاقی مصرف معادل‌هایی استعاری در آسیب‌شناسی خوردن دارد. بعضی از ما پرخوری می‌کنیم و از میل خارج از کنترل به خوردن رنج می‌بریم، هر چند می‌دانیم که برایمان خوب نیست. معادل استعاری پرخوری و ثروت را می‌توان در مثال‌های سنتی مربوط به ثروتمندان حریص و عیاش یافت. شایان توجه‌تر کسانی هستند که غذای زیادی دارند اما آن را پنهان و احتکار می‌کنند و آن را از خود و خانواده و دوستان دریغ می‌کنند. این افراد یادآور تصویرهای سنتی انجیل درباره ثروتمندان نحیفی هستند



که از لاغری پوستشان به استخوانشان چسبیده است، افرادی که از زندگی بیشترین بهره را می‌برند، منابع را تمام می‌کنند، خون می‌مکند، در حالیکه آنچه از تلاش دیگران نصیبشان می‌شود گنجینه‌هایشان را پر می‌کند. آسیب‌های اخلاقی حرص و طمع و خست مانند شکم‌بارگی و به خود گرسنگی دادن است و ما آن‌ها را از یک جنس می‌دانیم.

پیچیدگی‌های اخلاقی مربوط به اشکال مصرف همان معضلاتی هستند که ما در مسئله خوردن نیز با آنها مواجهیم. ما می‌خوریم، چون نیاز داریم اما غذا هم بر ما تسلط هم دارد. می‌تواند وسوسه و حتی معتادمان کند تا جایی که دیگر نمی‌توانیم دست از خوردن بکشیم. در قحطی‌هایی که در زمانه [تدوین] اناجیل رخ می‌دادند زیاده‌روی در غذا خوردن گناه اخلاقی محسوب می‌شد. اما امروزه، و در زمانه‌ای که اقشار بالای طبقه متوسط در آمریکا غرق در ثروت هستند، چاق بودن دیگر به معنای محروم ماندن دیگران نیست. بر اساس برخی تخمین‌ها حدود سی درصد از آمریکایی‌ها به لحاظ بالینی چاق هستند و هفتاد درصد اضافه‌وزن دارند. پرخوری، به‌عنوان نوعی ضعف، کاملاً قابل درک است، فقط کافی است اشتهای طبیعی انسان جای خود را به وسوسه گناه‌آلود برای خوردن بدهد.

استعاره **مصرف خوردن است** می‌گوید که **ثروت چاقی است**. آمریکایی‌ها همان موضع دوگانه‌ای را که در قبال غذا و پرخوری دارند به پول، ثروت و ثروتمند نیز تسری می‌دهند. ثروتمندان انسان‌های بدی محسوب نمی‌شوند بلکه بیشتر به‌عنوان قربانیانی در نظر گرفته می‌شوند که اسیر وساوس کالاها و زرق و برق‌های آنها شده‌اند، به‌سان فردی که در لاس‌وگاس در برابر میز قمار نشسته است.

از طرف دیگر، فقر معادل گرسنگی است، تا جایی که «فقر و گرسنگی» بدل به نوعی کلیشه شده است. مردم گرسنه همیشه گرسنه هستند، مردمانی که فکر غذا چنان آنها را به خود مشغول داشته که اگر یک وعده غذای کامل به آنها داده شود ممکن است آنقدر بخورند که بیمار شوند. از آنجا که فقر، یعنی عدم مصرف، معادل گرسنگی است توقع این است که افراد فقیر با حس محرومیت زندگی کنند. ثروت و اجناسی که دور از دسترس مردم فقیر است همچون خاری در ضمیر آنها می‌خلد و اگر به آنها پولی داده شود، احتمالاً، کنترلشان را از دست می‌دهند و بدون در نظر گرفتن پیامدها دست به ولخرجی می‌زنند. به همین دلیل است که به فقیرانی که برای کمک به آن‌ها بن خرید داده می‌شود توضیحات خیلی دقیق در مورد خرید داده می‌شود و با انواع قوانین در مورد آنچه می‌توانند با بن‌ها خریداری کنند محدود می‌شوند (علی‌رغم شواهد بسیاری که نشان می‌دهد گرسنگی و فقر بسیار با هم متفاوت‌اند). به همین شکل



استعاره **مصرف خوردن است** ما را به توضیحی ساده برای فقر - توانایی کم در یافتن - رهنمون می‌شود. (رجوع کنید به چین<sup>۱</sup> (۲۰۰۱).

استعاره **فقر گرسنه ماندن است** بستری برای اتخاذ نگرش اخلاقی در قبال مصرف می‌سازد، علی‌الخصوص در قبال اقلیت‌های قومی و کشورهایایی که «توسعه‌نیافته» و «فقیر» معرفی شده‌اند. زمانی که فقرا می‌خواهند تلویزیون یا دوچرخه بخرند متهم می‌شوند که پولشان را برای خرید چیزهایی هدر داده‌اند که نیازی بدانها نداشته‌اند؛ این اتهام از این پیش‌فرض آب می‌خورد که فقرا باید گرسنه باشند. طرفداران محیط زیست در این وحشت به سر می‌برند که با افزایش ثروت در چین و هند چه بر سر محیط زیست خواهد رفت؛ این مثال به‌خوبی نشان‌دهنده [قدرت] استعاره پیش‌گفته است. ما توقع داریم که فقرا مثل انسان‌های گرسنه رفتار کنند، یعنی به‌محض اینکه پولی به دستشان برسد به‌جای اینکه آن را صرف مزرعه‌ها یا کسب‌وکارشان بکنند یا فرزندانشان را به مدرسه بفرستند با ولع به سراغ اجناس گران‌قیمت بروند.

همین استعاره مشکلی اساسی برای افرادی ایجاد کرده است که داوطلبانه ساده‌زیستن را برگزیده‌اند. در گذشته به افرادی که در بحبوحه وفور نعمت به خودشان گرسنگی می‌دادند خسیس می‌گفتند، اما، امروزه این افراد را در زمره بیماران محسوب می‌کنند که مبتلا به بی‌اشتهایی‌اند، افرادی که از نظر ذهنی بیمارند و باید درمان شوند. هر کس داوطلبانه فقر را انتخاب کند کسی است که می‌گذارد فرزندانش گرسنه بمانند درحالی‌که غذای خوب در اختیارشان است. چنین افرادی اگر مجرم نباشند دست کم دیوانه‌اند. تا زمانی که استعاره **مصرف خوردن است** بر اذهان حاکم است، به‌سختی می‌توان جنبشی توده‌ای را تصور کرد که در برابر بی‌اشتهایی استعاری بایستد.



## نگرانی چرا؟

فهمیدن اینکه چرا منتقدان اقتصاد جهانی در بحث‌هایشان درباره مصرف استعاره‌های **آتش** و **خوردن** را پیش کشیده‌اند دشوار نیست. گفته‌هایی مانند اینکه «انسان‌ها در حال بلعیدن منابع‌اند» یا «مصرف گرایی آتشی سرکش یا هیولایی گرسنه است» به هشدارهایی که درباره وضعیت زمین و منابع آن داده می‌شود نیرویی عینی و بی‌دلیل می‌بخشد. اما این استعاره‌ها بسیاری از مسائل کلیدی درباره فرهنگ مصرفی را نیز پنهان و مغشوش می‌کند. درست است که بعضی جنبه‌های مصرف حقیقتاً شبیه خوردن و سوختن هستند، اما، در بسیاری چیزها نیز با هم متفاوت‌اند.

پیش از این هم به چند مثال روشن اشاره کرده‌ام. در مورد غذا، شما نمی‌توانید کیکتان را هم بخورید و هم نگه دارید؛ وقتی مصرف می‌کنید صورت اصلی را از بین می‌برید و آن را بی‌ارزش می‌کنید. بسیاری از کالاهای مصرفی همین‌طور هستند؛ بسیاری از بازاریان در طول قرن حاضر تلاش مجددانه‌ای کرده‌اند که تا حد امکان کالاها را یک‌بار مصرف کنند، اما هنوز کالاهای مقاومی هستند که هیچ‌وقت از کار افتاده نمی‌شوند: کالاهایی که می‌توانند تعمیر شوند، تکمیل شوند، سفارشی شوند و حتی از نسلی به نسل دیگر منتقل شوند: طلا و جواهرات، چوب گلف، چوب‌دستی‌های مرغوب بامبو، مبلمان چوب بلوط، کلکسیون‌های جالب کتاب و ظرف‌های چینی. ما می‌توانیم با همدیگر در اطراف شهر به پیاده‌روی برویم، بعد از ظهرمان را بگذرانیم و برای دهمین بار به یک آهنگ گوش کنیم یا یک فیلم را تماشا کنیم. در هر کدام این موارد لذت‌مان به جای اینکه کم شود بیشتر می‌شود و هیچ چیز خراب، دفع یا سوزانده نمی‌شود.

استعاره‌های خوردن و سوزاندن بیانگر این هستند که نتیجه اجتناب‌ناپذیر مصرف خاکستر و ضایعات است، اموری کم‌ارزش یا بی‌ارزش، متعفن و زشت. در واقعیت بعضی انواع مصرف ارزش چیزها را بیشتر می‌کند؛ بحث «گرت مک کرکن»<sup>۱</sup> در این مورد که زنگار به عتیقه قیمت می‌دهد مؤید همین مطلب است (۱۹۸۸). شما یک خانه را خریداری می‌کنید و از آن استفاده<sup>۲</sup> می‌کنید، درست همان‌طور

<sup>۱</sup>Grant McCracken

<sup>۲</sup>consume



که از یک ماشین یا تلویزیون استفاده می‌کنید، اما یک خانه معمولاً بعد از ده سال ارزشی بیش از زمان خریداری دارد. سی‌دی‌ای که شما به آن گوش می‌دهید و بعد درون بسته‌بندی‌اش قرار می‌دهید از یک سی‌دی آکبند قابل تشخیص نیست؛ گوش کردن شما هیچ آسیب فیزیکی‌ای ایجاد نکرده و هیچ ضایعات یا پس‌ماندی به وجود نیامده است. گوش کردن به موسیقی برای بارها و بارها نیز مانند پرخوری نیست، چون مغز پر و چاق نمی‌شود.

استعاره **ضایعات تعفن است**<sup>۱</sup> نیز ممکن است مشکلاتی ایجاد کند که کمترینشان این نگرش کلی بیشتر جوامع غربی است که محصول نهایی مصرف‌شده باید با ابزارهای نامرئی از نظر دور شود و توسط متخصصان دور ریخته شود. در نتیجه آن بخش از اقتصاد که با مواد - پس از آن که توسط افراد بی‌مصرف و مطرود شده‌اند سر و کار دارد - به کل از بخش‌های مربوط به اجناس دست‌نخورده جدا است. فعالیت‌های «مدیریت پس‌ماند» عمدتاً دور از چشم جامعه اتفاق می‌افتد، مگر اینکه خطر نشتی یا سرریز وجود داشته باشد. به لحاظ استعاری کاملاً منطقی به نظر می‌رسد که دولت ایالات متحده سیاست درازمدت دفع خطرناک‌ترین ضایعات رادیواکتیوی را در گودال‌های عمیق درون زمین دنبال می‌کند، با اینکه هم ضرورت و هم منطق این فرایند از سوی علمی‌ترین مراجع زیر سؤال رفته است. از میان تمام قسمت‌های داستان **مصرف خوردن است**، استعاره **خواستن گرسنگی است** به‌طور خاصی گمراه‌کننده است. در هر یک از گزارش‌های «کرتس»<sup>۲</sup> از فتح مکزیک که خواننده‌ام این مطلب آمده است که کرتس با نیروی عطش سیری‌ناپذیری برای طلا جلو رفته است. اما این واقعاً چه چیزی را روشن می‌کند؟ خواستن در بسیاری زمینه‌ها مثل گرسنگی نیست. این استعاره باعث می‌شود اینطور به نظر برسد که حرص یک تمایل طبیعی است که به بیراهه رفته، در حالیکه هیچ زمینه ژنتیکی یا زیستی برای آن وجود ندارد. طمع بسیار پیچیده‌تر و به لحاظ تاریخی ریشه‌دارتر از آن است که استعاره نشان بدهد؛ طمع کرتس برای طلا از یک میل شدید برای منزلت اجتماعی و امتیاز نجیب‌زادگی و تأکید بر خون اصیل ناشی شده بود و این امر را باید در بافت تاریخی آن زمان، که اسپانیا

<sup>۱</sup>Waste is shit

<sup>۲</sup>Hernán Cortés



به تازگی بر مغرب عربی غلبه مجدد پیدا کرده بود، فهم کرد. تفاوت بسیار زیادی در نوع انگیزه‌ای که انسان‌های تأثیرگذار مدرن مانند «بیل گیتس»<sup>۱</sup> را به پیش می‌راند وجود دارد. روی هم گذاشتن تمام انگیزه‌های متفاوت برای جمع کردن اجناس و منابع به‌عنوان نیروی طبیعی طمع راه حلی آسان اما غیرقابل توضیح برای مسئله تنوع و فراوانی خواسته‌های بشر است. همچنین این انگیزه‌ها حاکی از این است که شکل‌های مختلف اندوختن<sup>۲</sup> نتیجه طمع است، که به‌سختی می‌تواند چرایی انگیزه‌های گوناگون برای اندوختن‌های خصوصی و عمومی را توضیح دهد (بلک ۱۹۹۵).

مجموعه‌ای دیگر از بحث‌های اخلاقی و عملی درباره مصرف صحیح وجود دارد که از استعاره خوردن ناشی می‌شود: اعتدال چیز خوبی است؛ خیلی تند غذا نخورید؛ ادویه‌های تند می‌تواند ایجاد سوءهاضمه کنند؛ غذا را پیش از آنکه قورت بدهید خوب بجوید؛ غذای غریبه‌ها را نخورید؛ بعد از غذا به خود فرصت هضم بدهید و ... تمام این مثال‌ها معادل‌هایی در زمینه مصرف دارند: تمامی پول خود را یک جا خرج نکنید؛ به جای خریدن چیزهای تازه از آنچه دارید لذت ببرید؛ به جای خریدن اجناس زرق و برق‌دار چیزهای بخرید که مقاوم بوده و عمری طولانی داشته باشند؛ و اموری مانند اینها. اما تحمیل کردن اعتدال و هماهنگی به استانداردهای جامعه، لزوماً بهترین صورت مصرف نیست، چه در سطح فرد چه در سطح جامعه در کل. مصرف همیشه نوعی توازن اخلاقی میان امر بسیار کم و امر بسیار زیاد نیست. کارشناسان محیط زیست و بوم‌شناسان در بسیاری موارد اشاره کرده‌اند که اگر محصولات را بازیافت کنیم که مصرف بیش‌تر آنها مفید فایده است یا ننگه‌داشتنشان مضر است، به محیط زیست لطمه بیشتری زده‌ایم (لینفلد و رتجی<sup>۳</sup> ۱۹۹۸).

استعاره‌ها قدرت عجیبی در سرکوب کردن تلقی‌های مشترکی دارند که با ساختار بنیادی استعاره در تضادند. برای مثال این ایده را در نظر بگیرید که مصرف نوعی سرگرمی فرح‌بخش، مثل غذا خوردن، است؛ برای همین است که بالا بردن مصرف نوعی پیشرفت است؛ همه به خوبی غذا می‌خورند و خوشحال هستند! این نگاه که مصرف زیاد شادی‌آفرین است در عمق نظرات منتقدین پیوریتان جوامع

<sup>۱</sup>Bill Gates

<sup>۲</sup>accumulation



مصرفی ریشه دوانده است، چراکه لذت زیاد تباه‌کننده است و باعث فساد اخلاقی می‌شود. اما آیا واقعاً مصرف لذت‌آفرین و رضایت‌بخش است؟ بسیاری از مردم مصرف هر روزه را نوعی روزمرگی و اجبار می‌دانند، کاری لازم اما به‌ندرت لذت‌بخش. در حقیقت بخش زیادی از مصرف کار است نه تفریح. واقعیت بیست سال گذشته در دنیای توسعه‌یافته حاکی از این است که خرید یک کالای اساسیِ بادوام نیازمند بررسی دقیق و مقایسه میان تنوعی سرگردان‌کننده از گزینه‌ها و مدل‌ها است. به این موارد، امور زیر را هم اضافه کنید: برخوردهای ناخوشایند فروشنده‌ها، ساعت‌ها سرهم کردن و نصب، خواندن دستورالعمل و معمولاً ماه‌ها عدم موفقیت در یادگرفتن به‌کارگیری صحیح آنچه خریده‌ایم. آکادمیسین‌ها مجبور بودند تا با توسل به تعبیری مثل «مصرف تولیدی» و «تولید مصرفی» این وضعیت را تبیین کنند، اما به‌دلیل قدرت استعاره مصرف خوردن است مشکل در هر صورت وجود دارد. در دنیای واقعی هیچ مرز قاطعی بین مصرف و تولید یا کار و سرگرمی وجود ندارد.

در آخر، استعاره **مصرف خوردن است** پیچیدگی عجیبی برای مسئله‌عاملیت انسان در مصرف به‌وجود می‌آورد. خوردن یک عمل طبیعی زیستی است که خواه ناخواه بر اثر گرسنگی انجام می‌شود. اما خوردن عملی اختیاری نیز هست؛ ما می‌توانیم در مقام یک هنر مزه‌ها را خلق کنیم و پپوریم، و خوردن برای بسیاری از مردم عملی لذت‌بخش است. همه ما در خوردن با مرز میان طبیعت و فرهنگ مواجه می‌شویم و درمی‌یابیم که در یک عمل هم نیاز اصلی و هم لذت هنری وجود دارد. فشار نیاز طبیعی عاملیت ما را زیر سؤال می‌رود و خود این امر به‌نوبه خود ما را وامی‌دارد تا پیوسته در جست‌وجوی خط فاصل میان ضرورت - آنچه نیاز داریم - با تجمل - آنچه می‌خواهیم - باشیم. از دوران ابتدایی‌ترین تمدن‌ها، خوردن مسائل فلسفی عمیقی در مورد توانایی انسان‌ها در شناسایی و کنترل هیجان‌اتشان به‌وجود آورده است. (دیویدسون<sup>۱</sup> ۱۹۹۷).

مسائل و تضادهایی که درباره‌عاملیت، نیاز و تمایل انسانی پیش‌روی ما وجود دارد، عیناً، در مسئله دیگر اشکال مصرف، که خود را از طریق استعاره نشان می‌دهند، نیز وجود دارد. مثلاً ممکن است بگوییم، حداقل یک تشریح تمیز برای سفر لازم است اما برداشتن ده تا

<sup>۱</sup> Davidson



تجمل است. اما این نوع نیازها همیشه نسبی‌اند و بیش از آنکه مربوط به نیروی بیولوژیک گرسنگی باشند از بر ساخته‌های فرهنگی و اجتماعی محسوب می‌شوند. با وجود این، استعاره خوردن وزن فیزیکی خود را به عبارات مربوط به نیاز می‌دهد؛ وقتی در مورد «بچه‌های نیازمند» صحبت می‌کنیم منظورمان این است که اصل زندگی‌شان در خطر است. مسئله تعریف «نیازهای» مربوط به مصرف در اموری از قبیل مسکن، پوشاک، تفریح و امثال این‌ها، همواره، در مسائل مربوط به مشارکت توسعه<sup>۱</sup>، ارزیابی فقر و تشخیص فرد فقیر مطرح نظر بوده است. حقیقت زشت این است که تمام این نیازها بی‌دلیل و دل‌بخواخانه هستند، چرا که این نیازها را نمی‌توان نیازهای زیستی، مثل گرسنگی برای غذا، دانست؛ می‌دانیم که حتی در حوزه غذا نیز درجات مختلفی از گرسنگی وجود دارد. خواستن، به‌طور ضمنی، عاملیت را در خود دارد اما نیاز امری غریزی و فیزیکی است. این دوشاخگی طبیعت و عاملیت را از هم جدا می‌کند، آن‌هم به‌نحوی که سیاست پیچیده ارزش را، که در ابعاد و زنجیره‌های گوناگون تأثیر دارد، پنهان می‌کند. در واقع هیچ مرزبندی مشخصی وجود ندارد.

### آیا امیدی وجود دارد؟

کسی نمی‌تواند استعاره را کنار بگذارد. ایده واقع‌بینی علمی مطلق در مورد مصرف تصویری باطل و بیهوده است، چرا که استعاره یکی از قسمت‌های اساسی فرایند شناختی ما را شکل می‌دهد. (لیکاف و جانسون ۱۹۹۹). دلایل مناسبی وجود دارد که چرا تصور ما از مصرف در چهارچوب تجربیات فیزیکی و عملی قالب‌بندی شده است. قرار نیست استعاره **میل گرسنگی است** و دنباله آن، یعنی استعاره **مصرف خوردن است**، را به یک سو نهمیم. سؤال این است که آیا می‌توانیم استعاره‌های دیگری بیابیم که واقعیات و امکانات جدیدی برای ذهنمان فراهم کند. استعاره‌های تازه امکانات تازه‌ای پیش‌روی تفکر ما می‌گشایند و راه را باز می‌کنند تا اقدامات تازه‌تری صورت پذیرد و روش‌های جدیدی برای آموزش مردم ایجاد شود.

<sup>۱</sup>Development assistance





فعالان جنبش‌های طرفدار محیط زیست و ضد تجارت جهانی<sup>۱</sup> پیش از این هم در تأکید بر معنای جدید برای مصرف خلاق بوده‌اند. برای مثال مجله «ادباسترز»<sup>۲</sup> (نشریه رسمی «مدیا فاندیشن»<sup>۳</sup>) اقدامات کمپین‌هایی را در کالیفرنیا در اواخر ۱۹۹۰ ثبت کرده‌است که تیزرهای تبلیغاتی را خراب می‌کردند؛ برخی از این کمپین‌ها هجوم کالاهای مصرفی مدرن را به تجاوز بیگانگان تشبیه می‌کردند. در تصاویر دیگر این مجله، مردمی نشان داده می‌شوند که در حال غرق شدن در دریایی از اجناس اند یا توسط مقامات مشترک‌المنافع و نمادهای تبلیغاتی مثل «جو کامل»<sup>۴</sup> و ادار به مصرف می‌شوند. «تیبور کالمن»<sup>۵</sup> با امیدواری بیشتر می‌گوید «مصرف یک بیماری قابل درمان است». در اینجا او، شاید از روی عمد، از کاربرد ویکتوریایی کلمه مصرف برای توصیف بیماری سل استفاده می‌کند. متأسفانه مبنای هیچ کدام از این استعاره‌ها به اندازه استعاره «گرسنگی میل است» گسترده نیست، چه رسد به اینکه جهان‌شمول باشد. شاید فعالان برای تأثیرگذاری پیامشان باید از ساختن استعاره‌های جدید دست بردارند و استعاره‌هایی را به کار گیرند که بسط یافته سیستم جافتاده هستند. همه این بحث‌ها جامعه‌شناس سردرگم را به کجا می‌رساند؟ آیا باید موضوع مصرف را به کلی کنار بگذاریم؟ مقوله مصرف در دنیای مدرن به عنوان مفهومی عامیانه کاملاً جای گیر شده است؛ به همین دلیل ما باید مصرف را دقیقاً در سیاق کاربرد متعارف بررسی کنیم: مقوله‌ای با تاریخی خاص و بافتاری فرهنگی. از سوی دیگر مصرف مقوله‌ای ابژکتیو نیست و نمی‌توان آن را ابژه یا فعالیتی دانست

<sup>۱</sup>Anti-world-trade

<sup>۲</sup>Adbusters

جنبشی است که در سال ۱۹۸۹ در کانادا شکل گرفت و از جمله دغدغه‌های آن مقابله با مصرف‌گرایی است. [مترجم]

<sup>۳</sup> Media Foundation

<sup>۴</sup>Joe Camel

یک شخصیت تبلیغاتی معروف. [مترجم]

<sup>۵</sup>Tibor Kalman



که به مثابه مجموعه‌ای قابل اندازه‌گیری و مجزا در «جهان خارج» وجود دارد؛ تلاش برای تعریف مصرف به منزله مقوله‌ای ابژکتیو از همان ابتدا محکوم به شکست است.

### قدردانی

مایه افتخار من بود که توانستم از کمک جرج لیکاف در این مقاله بهره‌مند شوم، که شروع آن با هم‌صحبتی‌های همدلانه‌ای بود که با موضوع مصرف میان ما شکل گرفت و به نمونه‌خوانی‌ها و غلط‌گیری‌های دقیق آخرین نسخه نگاشته شده انجامید. البته ایشان به هیچ وجه بابت استفاده‌های نادرست من از نظراتشان مقصر نیستند، اما بدون شک بیشترین مایه‌های فکری، از ابتدا تا انتهای این مقاله، را مرهون ایشان هستم!



## منابع

Adbusters, July/August 1999, No. 26. Back Cover.

Belk, Russell, Güliz Ger and Søren Askegaard 1996 Metaphors of Consumer Desire. *Advances in Consumer Research* 23:368-373.

Belk 1995 *Collecting in a Consumer Society*. London: Routledge.

Borgmann 2000 "The Moral Complexion of Consumption." *Journal of Consumer Research* 26 (2):418-422.

Chin, Elizabeth 2001 *Purchasing Power*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Davidson, James 1997 *Courtesans and Fishcakes: The Consuming Passions of Classical Athens*. London: HarperCollins.

Douglas, Mary 1966 *Purity and Danger*. London: Routledge and Kegan Paul.

Galbraith, John 1958 *The Affluent Society*. Boston: Houghton Mifflin.

Horowitz, Daniel 1988. *The Morality of Spending*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Lakoff, George 1996 *Moral Politics*. University of Chicago Press.

Lakoff, George and Mark Johnson 1980 *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.

Lakoff, George 1987 *Women, Fire, and Dangerous Things*. Chicago: University of Chicago Press.

Lilienfeld, Robert and William Rathje 1998 *Use Less Stuff : Environmental Solutions For Who We Really Are*. New York : Ballantine.

Lydgate, John 1555 *The auncient historie and onely trewe and syncere cronicle of the warres betwixte the Grecians and the Troyans*. London: In Fletestrete at the signe of the Princes armes, by Thomas Marshe.

McCloskey, Donald 1985 *The Rhetoric of Economics*. Madison: University of Wisconsin Press.

McCracken, Grant 1988 *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press.

Nordman, Bruce ND *Celebrating Consumption*. Lawrence Berkeley Laboratory, 90-4000, Berkeley CA. Online at <http://eetd.lbl.gov/ea/buildings/bnordman/c/cons3.html>

Schiffer, Michael 1976 *Behavioral Archaeology*. Academic Press, New York.



## اخلاقیات و استعاره‌ها: معنای مصرف

ترجمهٔ عاطفه منتظری مقدم

نوشتهٔ ریچارد ویلک

Stern, Paul 1997 “Toward a Working Definition of Consumption for Environmental Research and Policy,” in P. Stern, T. Dietz, V. Ruttan, R. Socolow, and J. Sweeney, eds., Environmentally Significant Consumption. Washington, DC.: National Academy Press.

Smith, Adam 1985 An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Ed. Richard Teichgraber III, New York: Modern Library.

Wyclif, John 1382 The New Testament. Leviticus, Chapter 6, Verse 23.