

بهای سنگین مادی گرایی

تیم کاسر

فروردین ۱۳۸۵ میلادی سبزه آرا
مصطفی محمدی



Kasser, Tim

سرشناسه: کاسر، تیم
عنوان و نام پدیدآور: بهای سنگین مادی‌گرایی تیم کاسر: ترجمه میلاد سبزه‌آرا، مصطفی محمدی.

مشخصات نشر: تهران: ققنوس، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری: ۲۲۴ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۸-۲۱۷-۵

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: The high price of materialism. c.2002.

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: زیاده‌طلبی

موضوع: راه و رسم زندگی

موضوع: ماتریالیسم - جنبه‌های روان‌شناسی

موضوع: خوشبختی

موضوع: حرص و آز

شناسه افزوده: سبزه‌آرا، میلاد، ۱۳۶۶ -، مترجم

شناسه افزوده: محمدی، مصطفی، ۱۳۵۹ -، مترجم

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۴ ک ۲ ۹ / ۳۵ / ۶۹۸ BF

رده‌بندی دیویی: ۳۰۲/۱۷

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۴۰۵۲۲۱۱

این کتاب ترجمه‌ای است از:

The High Price of Materialism

Tim Kasser

The MIT Press, 2002

© 2002 Tim Kasser



انتشارات ققنوس

تهران، خیابان انقلاب، پانجاهان شهیدای ژاندارمری،

شماره ۱۱۱ - تلفن ۶۶۴۰۸۶

ویرایش، آماده‌سازی و امور فنی:

تحریریه انتشارات ققنوس

* * *

تیم کاسر

بهای سنگین مادی‌گرایی

ترجمه میلاد سبزه‌آرا و مصطفی محمدی

چاپ اول

۱۱۰۰ نسخه

۱۳۹۵

چاپ شمشاد

حق چاپ محفوظ است

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۲۷۸ - ۲۱۷ - ۵

ISBN: 978 - 600 - 278 - 217 - 5

www.qoqnoos.ir

Printed in Iran

۱۴۰۰۰ تومان

فهرست

پیشگفتار	۹
۱. پیام‌های مفردرس	۱۷
۲. بهزیستی شخصی	۲۵
تحقیقات آزمایشگاه ما	۲۶
نخستین مطالعه ما	۲۶
مطالعات جدیدتر آزمایشگاه ما	۳۱
روش دیگر مطالعه مادی‌گرایی	۳۷
خلاصه	۳۹
بررسی‌های دیگر، یافته‌های یکسان	۳۹
پژوهش زوج کوهن	۴۰
تحقیقات درباره رفتار مصرف‌کننده	۴۴
فرهنگ‌های دیگر، یافته‌های یکسان	۴۸
خلاصه	۵۰
۳. نیازهای روان‌شناختی	۵۵
نیازهای روان‌شناختی	۵۶

- ۵۹ ابراز و ارضای نیاز
- ۶۲ تفاوت‌های فردی در درونی‌سازی
- ۶۳ خلاصه
۴. ناامنی ۶۷
- ۶۹ مادی‌گرایی و خانواده
- ۶۹ شیوه‌های رفتاری والدین و مادی‌گرایی
- ۷۲ طلاق
- ۷۲ وضعیت اجتماعی-اقتصادی خانواده
- ۷۴ مس. گرایی و شور
- ۷۴ مطالعه سن و هنگامی و نالد اینگلهارت
- ۷۷ زنان از مردان چه می‌سواهند؟
- ۸۰ مادی‌گرایی و فرایدهای آگاه
- ۸۰ رویاها
- ۸۳ مرگ
- ۸۶ خلاصه
۵. عزت نفس شکننده ۸۹
- ۹۷ مشکلات عزت‌نفس
- ۱۰۰ ناهمخوانی‌های بی‌پایان
- ۱۰۰ ایدئال بیش از حد
- ۱۱۲ افزایش سطح انتظارات حداقلی
- ۱۱۴ خلاصه
۶. روابط ضعیف ۱۱۷
- ۱۲۲ ارزش قائل شدن برای ارتباط
- ۱۲۶ فرد در مقام شیء

۱۳۵	خلاصه
۱۳۹	۷. زنجیرهای مادی گرایی
۱۴۲	ارزش قائل شدن برای آزادی
۱۴۴	مادی گرایی، انگیزش ذاتی، غرقگی
۱۴۶	چگونه پاداش ها انگیزش ذاتی را تحلیل می برند
۱۵۰	نخودآگاهی عمومی
۱۵۲	مادی گرایی و فعالیت های با غرقگی اندک
۱۵۳	فصل آخر
۱۶۰	خلاصه
۱۶۳	۸. خانواده اجماع و زمین
۱۶۴	ازدواج
۱۶۵	فرزندپروری
۱۶۷	اجتماع
۱۷۱	زمین
۱۷۵	خلاصه
۱۷۷	۹. تغییر دادن
۱۷۸	ارزش های سالم، جامعه سالم
۱۸۰	تغییر دادن
۱۸۰	تغییر شخصی
۱۸۸	تغییر خانواده
۱۹۵	تغییر اجتماعی
۲۰۶	خلاصه
۲۰۹	سخن آخر
۲۱۱	کتابنامه

پیشگفتار

در این مرحله تاریخ پیش از منابع مادی کافی برای تغذیه، پوشاک، سرپناه و آموزش هر فرد زنده روی کره زمین در اختیار داریم. فقط این نیست. ما، در عین حال، برای افزایش مرادفات های بهداشتی، مبارزه با بیماری های مهم و پاکسازی نسبتاً زیاد مرادفات در جهان ظرفیت کافی داریم. وجود چنین منابعی صرفاً خیالپردازی آرمانی نیست، واقعیتی است که در خصوص آن تردید چندانی وجود ندارد.

با این حال، نگاهی گذرا بر هر بخشی از این جهان در حال گرم شدن به ما می گوید که تا چه حد از دستیابی به هر یک از این اهداف فاصله داریم. اگر به چشم بصیرت بنگریم، می توانیم ببینیم که جامعه بشری به دو جهان مجزا تقسیم می شود: جهان «اول» آکنده از تجملات و مصرف گرایی است و جهان «سوم» آکنده از محرومیت، فقر و مبارزه برای زنده ماندن. در حالی که در گذشته جهان های اول و سوم از طریق مرزهای ملی قابل تمایز بودند، امروزه در اغلب کشورها به طور فزاینده ای می توان مرزهای بی دردی را یافت که در محاصره مستمندان اند. اکثر جمعیت دنیا اکنون در

اقتصادهای «برنده همه چیز را برمی دارد»^۱ زندگی می‌کنند، جایی که هدف اصلی افراد به دست آوردن هر چیزی است که می‌توانند برای خودشان کسب کنند، برای هرکس به اندازه حرص و طمعش. در این چشم‌انداز اقتصادی، خودخواهی و مادی‌گرایی^۲ دیگر نه به صورت مشکلات اخلاقی، بلکه به عنوان اهداف اصلی زندگی نگریسته می‌شوند.

هر حال، این واقعیت جهانی تنها به این دلیل وجود دارد که مردم یا به عرتی هر یک از ما می‌توانیم طرز فکر خود را به راحتی تغییر دهیم و آیین مبتنی بر مادی‌گرایی و مادی‌گرایی را بپذیریم. در حقیقت به نظر می‌رسد چنین تغییر آیین گسترده‌ای از قبل رخ داده است. بسیاری از ما فریفته این باور شده‌ایم که داشتن ثروت و دارایی‌های مادی بیشتر برای زندگی خوب حیاتی است. این ایده را به ما حقنه کرده‌اند که برای خوب بودن ابتدا باید ثروتمند بود. و بسیاری از ما به طور خواسته یا ناخواسته یاد گرفته‌ایم که بهزیستی^۳ و کمال زندگی را نه با نگرستن معنوی به صداقت و راستی و درستی مان، بلکه با نگرش مادی به این که چه داریم و چه می‌توانیم بخریم، ارزیابی کنیم. جهان پس از ما پذیرفته‌ایم که ارزش و موفقیت دیگران نه به سبب خرد، مهربانی و همکاری اجتماعی آشکارشان، بلکه از این نظر که آیا لباس مناسب، مسکن مناسب و فراتر از این، «چیزهای»^۴ مناسب دارند یا نه، ارزیابی می‌شود.

شاید مودیان‌ترین جنبه ارزیابی امروزین ارزش‌ها این است که به‌مقدر کفایت داشتن را ارزش نمی‌نهد، بلکه بیشتر از دیگران داشتن را ارزش

۱. winner-take-all economies. در چنین اقتصادهایی بهترین عاملان نسبت به باقی رقبا بیشترین میزان درآمد را کسب می‌کنند و چون بخش اعظم درآمد که قابل توزیع وسیع‌تر در میان کل جمعیت است در اختیار تعداد اندکی قرار می‌گیرد، اختلاف طبقاتی اقتصادی افزایش می‌یابد.

2. materialism 3. well-being 4. stuff

می‌نهد. به عبارت دیگر، احساس ارزشمندی شخصی بر این مبتنی است که اندوخته پول و دارایی‌های فرد در مقایسه با دیگران، هم آن‌هایی که در زندگی واقعی پیرامون فرد هستند و هم آن‌هایی که تنها در آگهی‌های تلویزیون و فیلم‌ها دیده می‌شوند، چگونه است. در این شرایط کسی نمی‌تواند همیشه به اندازه کافی داشته باشد، زیرا بجز بیل گیتس، همیشه دیگرانی هستند که بیشتر دارند. از این رو، در هر سطحی از ثروت می‌توان افراد را یافت که وسایل سرگرم‌کننده گران‌قیمت‌تر، نمادهای مقام و منزلت بیشتر و چیزهای بیشتری را که وجهه می‌آورند آرزو می‌کنند و نیز کسانی را که به لحاظ ذهن احساس می‌کنند به چیزی بیشتر از آنچه فعلاً دارند نیازمندند. هرگز ضرر آنکه مدیران و متخصصان تبلیغات از چندین دهه قبل تشخیص داده‌اند، نه‌آنکه آن‌ها که «امیال» صرف را به صورت «نیازها»ی ضروری حس کنیم و زمانه که «آلمان» از «ضروریات» زندگی بیش از همیشه مبهم و متورم شود، مصرف‌کنندگان خوبی می‌شویم. واضح است که اکثرمان با این ملاک مصرف‌کنندگان خوبی شده‌ایم.

اگر وعده‌های جامعه مصرفی واقعی را به واقعیت می‌یافت، اما این وعده‌ها واقعی نیستند. و این جایی است که تاب‌گرانه اما مهم تیم کاسر وارد صحنه می‌شود. کاسر بدنه محکمی از مقاومت‌های علمی را مرور می‌کند که حقیقتی کاملاً متضاد با شهود را برای اغدیان برجسته می‌سازد: افراد حتی وقتی پول و کالاهای مادی بیشتری به دست می‌آورند از زندگی‌شان رضایت بیشتری ندارند یا به لحاظ روان‌شناختی سالم‌تر نیستند. به‌خصوص، زمانی که افراد متعلق به سطوح بالای جامعه باشند افزایش ثروت چندان - یا اصلاً - موجب افزایش شادکامی یا بهزیستی نمی‌شود. هرچند تمرکز اصلی کتاب کاسر و چیزی که آن را تازه

و متفاوت می‌سازد این است که، صرفاً آرزوی داشتن ثروت بیشتر یا دارایی‌های مادی بیشتر می‌تواند با افزایش ناخشنودی شخصی همراه باشد. وی با شواهد و مدارک اثبات می‌کند که افرادی با ارزش‌ها و امیال مادی نیرومند، نسبت به آن‌هایی که کمتر مادی‌گرا هستند، نشانه‌های بیشتری از اضطراب را نشان می‌دهند، بیشتر در معرض بیماری افسردگی هستند و زراحتی‌های جسمی بیشتری به سراغشان می‌آید. این افراد بیشتر تلویزیون تماشا می‌کنند، بیشتر الکل و مواد مخدر مصرف می‌کنند و روابط شخصی ضعیف‌تری دارند. به نظر می‌رسد حتی در خواب، رؤیاهایشان به اضطراب و پریشانی دچار می‌شود. بدین‌سان، به همان میزانی که افراد «بیشتر مادی‌گرای» پر کردن جیبشان را پذیرفته باشند به نظر می‌رسد از خود درون (روح) تهی‌تر می‌شوند.

شاید حتی مهم‌تر از آن کاسر یکم از کامل‌ترین تبیین‌های در دسترس را مبنی بر این‌که چگونه وعده‌های پهن مصرف‌گرایی می‌تواند عمیقاً در روان ما لنگر اندازد فراهم می‌کند. تبیین او نیز بر نقش نیروهای اقتصاد کلان که بازار مصرف‌گرایی را هدایت می‌کند، باخبر مشاهده‌ای دقیق‌تر از عوامل روان‌شناختی‌ای تمرکز می‌کند که افراد را سوق می‌دهد تا برای اثبات کالا‌های مادی و نمادهای مقام و منزلت شدیداً تلاش کنند، ولو این‌که حمایت‌کننده و تقویت‌کننده نباشند.

کاسر دو دلیل را برای ارتباط مادی‌گرایی با ناخشنودی^۱ بر بسته می‌سازد. دلیل اول متوجه بازه‌هایی است که مادی‌گرایی بر روح انسان تحمیل می‌کند. امیال برای داشتن کالا‌های مادی بیشتر و بیشتر ما را به درون زندگی‌ای با سرعت زیاد و دیوانه‌وار می‌کشاند. نه تنها باید سخت‌تر کار کنیم، بلکه زمانی که کالاها را به دست می‌آوریم، باید آن‌ها را حفظ کنیم.

ارتقا دهیم، جایگزین کنیم، بیمه کنیم و دائماً مدیریت کنیم. بدین سان در سفر زندگی، مادی‌گراها تا پایان همیشه باری سنگین‌تر را حمل می‌کنند. باری که انرژی لازم برای زندگی، عشق و یادگیری (جنبه‌های واقعاً رضایت‌بخش سفر زندگی) را تحلیل می‌برد. از این رو، اگرچه مادی‌گرایی وعده شادکامی می‌دهد، در واقع فشار و استرس تولید می‌کند.

با این حال، اگر مادی‌گرایی باعث ناخشنودی می‌شود ناخشنودی نیز «بات» مادی‌گرایی می‌شود. کاسر ثابت می‌کند که امیال یا «نیازهای» فرونی یافتن بر روی داشتن بیشتر یا مصرف بیشتر به طور عمیق و پویا با احساسات ناآرامی شخصی مرتبط‌اند. به نظر می‌رسد مادی‌گرایی به بهترین شکل در میان افراد رشد می‌کند که در خصوص مسائل مربوط به عشق، عزت‌نفس، شایستگی، کنترل احساسات نامطمئن هستند. در واقع، به نظر می‌رسد به بسیاری از مردم زبانی برای این ناامنی‌ها و نگرانی‌های رایج ارائه می‌دهد. فرهنگ مصرفی و آموزش می‌دهد که می‌توان با خرید مسیر متاهی به عزت‌نفس و لایق سسوق بودن ناامنی مبارزه کرد. پیام فراگیر منتقل شده در رسانه‌های عمومی، تبلیغات و مدل‌های مشهور این است که اگر با نمادهای ارزش (سرگرمی‌هایی که دیگران می‌بسنند، لباس‌ها و زیورآلاتی که جذابیت را می‌رسانند و محصور کردن تمهیدی‌ای که خودستایی و سرزندگی فرد را به اطلاع دیگران می‌رسانند) اطمینان شده باشیم، احساس بهتری از خودمان خواهیم داشت. در بیان کاربرد است این است که ناامنی‌های روان‌شناختی ما آن قدر آسان با وعده عزت‌نفس از طریق خرید کردن پیوند خورده‌اند که آتش مصرف‌گرایی به شدت شعله‌ور شده است.

گفتنی است اقتصادهایی که بر مصرف تمرکز کرده‌اند نیز به شرایطی

که ناامنی‌های روان‌شناختی را تشدید می‌کنند پروبال می‌دهند و از این طریق شرایط رشد و بقای خود را فراهم می‌سازند. کودکان در خانه‌هایی رشد می‌کنند که والدینشان آرزوی داشتن ثروت و امکانات مختلف را در سر می‌پرورانند. امروزه نسبت به گذشته، بسیاری از والدین ساعات زیادی را خارج از خانه کار می‌کنند تا قدرت خرید برای کسب هرچه بیشتر محصولات را به دست آورند که آموخته‌اند خود و فرزندانشان به آن‌ها نیاز دارند. در این میان، توجه به کودکان، سپری کردن اوقات خوش با هر سرانجامی در دسترس بودن برای ارتباط با اعضای خانواده و سایر خشنودی‌هایی که نمی‌توان خرید به حاشیه رانده می‌شوند. بعد از این‌که کار کردن هزینه آوردن و مصرف کردن به اتمام می‌رسد، زمان زیادی برای زندگی بردن باقی نمی‌ماند. با این حال، در طول این زمان آزاد باقیمانده، کودکان و بزرگسالان خود را با رسانه‌های جمعی مملو از تبلیغات فریبنده، که از پیش وعده‌هایشان احساسات خوب به افراد می‌دهند، مشغول می‌سازند. بر این‌سان، در جو فرهنگی مصرفی موقعیت‌های فراوانی ایجاد می‌شود که در آن عشق، اعتماد به نفس و احترام به شکل جدی تجربه نشده‌اند و تمایل به همیشگی برای مقایسه خود با دیگران پروبال یافته است. در چنین جوی، تمایل مرکسی در قبال «اِفلوئنزا»، بیماری مسری اعتیاد به داشتن، آسیب‌پذیر است.

این داستان غم‌انگیز مدرنیته است. در چرخه معیوب افروخته‌ایم. با این حال، کاسر در بیان داستان، نه تنها کلیه اطلاعات موثق را برای تأیید چیزی که حکمت عامیانه همواره به ما گوشزد کرده است (پول خوشبختی نمی‌آورد) جمع‌آوری کرده، بلکه نشان داده است که چگونه بسیار آسان در دام باور متضاد این حکمت عامیانه گیر افتاده‌ایم. کاسر نوعی دید

روان‌شناختی کاملاً قانع‌کننده و در عین حال، موجز در خصوص مادی‌گرایی فراهم می‌کند؛ دیدی که علل درونی مادی‌گرایی را ناامنی‌های مرتبط با نیازهای بنیادین می‌داند. و پیامدهای شخصی آن را نوعی زندگی تنهی، بیگانه و گمراهانه.

همچنین سودمندی این اثر بدان دلیل است که این متن متعهدانه بسیار به رقع نگارش شده است. چراکه اگر بخواهیم مصرف‌گرایی را بشناسیم و زوایای آن را به دست گیریم، نقطه شروع چیزی نیست جز افزایش آگاهی در خصوص آنچه ارج می‌نهم و برای آن در این دنیا تلاش می‌کنیم. تحقیق در سرریش‌های جدی‌ای در خصوص مزایای موفقیت‌های مادی برای افراد و جامعه مطرح می‌کند و از آن برای تأکید بر هزینه‌های پنهان رؤیای آمریکایی به شکلی که هر خواننده‌ای بتواند برای زندگی‌اش به کار برد، استفاده می‌کند. اگرچه می‌توان خیل کثیری از کتاب‌های حاوی انتقادات تند بر آثار سوء مادی‌گرایی یافت، کاسر با تمرکز بر آنچه شواهد تجربی به درستی در خصوص مادی‌گرایی و شادکامی نشان می‌دهند و با تفسیر آن شواهد به شیوه‌ای که آن‌ها را به تجربه هرروزه مرتبط می‌کند، این بحث را در بستر قانع‌کننده‌تری قرار می‌دهد. کاسر از تحقیقات موجود برای آگاه کردن و برجسته کردن نکات مثبت‌هایی که در دسترس ما هستند و ترغیبمان به انتخاب عاقلانه است. در عصر گسترش بیماری مسری آفلوئانزا، مطالعه کاسر بهوشیاری را که ممکن است قدرتمندترین واکنس موجود باشد افزایش می‌دهد.

ریچارد م. رایان^۲
دانشگاه راجستر

۱. mindfulness، آگاهی و توجه پذیرا به تجربه و رویداد کنونی و رسیدن به درکی عمیق در خصوص آن. - م.