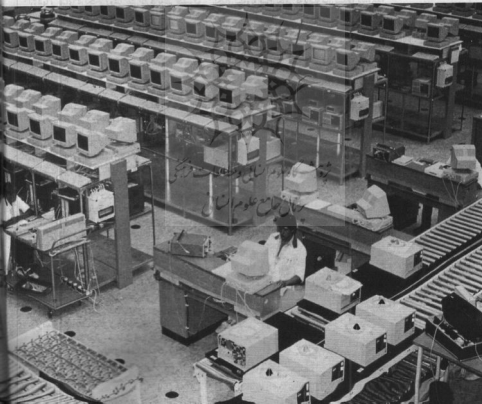


زندگی بهتر

نوشته ژینال فراهه آمونو

اروپا که از اضافه محصولات لیپانی به تنگ آمده است، باید کالاهای خود را با قیمت‌های بسیار ناچیز به فروش برساند. در ایالات متحد آمریکا و ژاپن، فولاد بیش از حد وجود دارد و خودروهایی زیادی تولید می‌شود. صنعت کامپیوتر پس از یک دوره شکوفایی، از پیشرفت بازمانده است. هزینه اجتماعی اضافه تولید، چشمگیر است: کاهش سود، ورشکستگی، بستن کارخانه‌ها، بیکاری، بخش‌های اقتصادی بحران‌زده، مناطق

اهداف سیاست‌های صنعتی و بازرگانی در دنیای مدرن ما عبارتند از ایجاد ثروت بیشتر و داشتن شهروندانی ثروتمندتر. اصلاح ابزار تولید، نوعی اضافه تولید و نیز رقابت حاد ملتها را در پی داشته است. ماشینی کردن کشاورزی، خط تولیدهای مونتاژ در کارخانه‌ها، رواج روبوتها و کامپیوتری کردن تولید، بی‌تردید سطح بهره‌وری را افزایش داده‌اند، اما در عین حال تولیدی اضافی را نیز آفریده‌اند که بازارها را اشباع می‌کند.





چپ، حضور همه جاگیر تبلیغات. آگهی دیواری در لاگوس (نجره). پایین، خط مونتاژ کامپیوتر در عمان.



شوشکا: ظهور انسانی در مطالعات فرهنگی

زندگی خود، جای شاهان، فاتحان و قهرمانان پیشین را گرفته‌اند، در پیش چشمهای مبهوت بینندگان مشتاق، جهانی از رؤیا و خیالپردازی را به جلوه در می‌آورند؛ جهانی که در آن هر هوس، برآوردنی است. این شیدایی با شیفتگی به مسائل فسوق‌العاده همراه می‌شود و پیامد آن، شهرت قهرمانان ورزشکار است که فتوحاتشان مایهٔ روشن تشریفات ویژه و کتابهای رکوردهای ورزشی است. و این قهرمانان نیز از راه تبلیغات پول به دست می‌آورند.

بنابراین جایی که اضافه تولید وجود دارد، مشتری بالقوه را باید به هر وسیله که شده، جلب کرد - حتی به وسایل غیر قانونی. رقابت نامشروع، گسلاهدراری صنعتی، تقلب، جاسوسی - همه چیز مجاز است. تبلیغات برای تحریک میل

فاجعه‌زده، جهان سوم نیز از پیامدهای اضافه تولید در اسباب نمائنده است: در همه جا کاهش فاجعه‌ناگه مواد خام تولید می‌کند.

ضرورت پیدا کردن مشتری برای این تیره کالاها ما را به یکی از پدیده‌های اصلی زندگی مدرن می‌رساند: نقش فزایندهٔ آگهی - که به تبلیغات بدل شده و از پیشینیان پیشرفتهای رسانه‌های ارتباطی بزرگ بهره‌مند گشته است - به مطبوعات، آگهیهای دیواری، تلویزیون، سینما، ویدئو و عکسهای خانگی افزوده شده‌اند. تمام این رسانه‌ها، گریز به فراسوی واقعیتی نلال‌آور را به مصرف‌کننده وعده می‌دهند و چشم‌اندازی دیگر را پیش چشم می‌کشایند که جریان‌کنندهٔ زندگی پرمال نوست. ستاره‌های هالیوود و نمایشهای تجاری که با شبکه



ژنیال فزازه آمونو

اهل کشور غنا و استاد مهندسانگاه زیبابوه است. وی متخصص تاتر فرانسه در قرن هفدهم و مسائل زبانی در آفریقا است و مقاله‌های متعدد و یک کتاب نوشته است؛ زمان و هنسداد آسوده‌هایی در سارو و وضعیتهای زبانی، با توجه ویژه به مورد غنا.

مصرف کننده به هر کاری حتی دروغ‌گویی متوسل می‌شود: هر محصولی به عنوان بهترین، مناسبترین و کارآترین، همراه با حفضها قابلی از نوع - فوق‌العاده‌ترین، عالیترین، برترین - عرضه می‌شود. از کاربرد هیچ شکرگدی، حتی از نمایش جداییهای زنانه، خودداری نمی‌شود. اگر خریدار پول کافی نداشته باشد، فروش فسطی - و دست کم در آغاز کار - مهلت پرداختهای طولانی به او پیشنهاد می‌شود. مگر تا بدانجا پیش نرفته‌اند که خودروهایی برای فروش عرضه می‌شود که می‌توان پیش از پرداخت حتی یک سکه آنها را با خود برد و پول بتزین را هم پاداش گرفت؟

جست و جوی رفاه در آفریقا

آیا این پدیده به کشورهای درحال توسعه نیز سرایت می‌کند؟ به نظر من، آری. به عنوان مثال، شیفتگی جوانان آفریقایی به کالاهای وارداتی، به دیروز برنمی‌گردد. در هر حال رابطه بازرگانی با تخمین صادر کنندگان اروپایی بر پایه تسامیل آفریقاییان به کالاهای لوکس خارجی بنا شده بود. اما نکته مهم از جنگ جهانی دوم به این سو، سرایت این اشتیاق به بخشهای گسترده‌ای از اهالی آفریقا است. چندین عامل در این کار نقش داشته‌اند. به عنوان مثال در غنا، در بی رواج سفرهای هوایی در سالهای ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰، مسافرت به انگلستان و بویزه به لندن، یا تحصیل در اروپا، در چشم اکثریت عظیم موهبتهایی که هرگز کشور را ترک نکرده بودند، جایگاهی ویژه به انسان می‌داد: جایگاه، سادج دیده‌ها، کسانی که «در خارج بوده‌اند». و این امتیاز اجتماعی، به رقابت، بویزه در میان جوانان، دامن می‌زد.

جوان موتورسوار در یکی از روستاهای لیجریه.



بهارزه برای راهای سیاسی نیز تا حدی تابع تسامیل به ارتقای اجتماعی و رفاه مادی بود. آنچه پیشتر جز در پرتو آموزش طولانی و دشواریاب، به‌مدت نسبی آمد اکنون از رهگذر کانیایی سیاسی، مستقل از سطح آموزش، تأمین می‌شد. نشری جدید از سیاستمداران که با کودتاهای پشیای به قدرت می‌رسیدند، جایگزین طبقه ممتاز سابق می‌شدند.

و سرانجام موسسه پول سریع و سبک زندگی که با ثروت میسر می‌شود، بسیاری از جوانان آفریقایی را به خرده‌فروشی کالاهای لوکس که به‌طور منظم وارد و توزیع می‌شوند، کشانده است. بدین ترتیب، رفت و آمدی گسترده میان آفریقای غربی از یک سو و اروپا و ایالات متحد از سوی دیگر در جریان است، رفت و آمدی که کار فروشندگان خرده‌فروشی است که هیچ دستاورد ارزشمندی برای اقتصاد کشور خود ندارند.

افزون طلبی

در میان این مسافران، قاجاقچیان کوچک و متعددی پسر می‌خورند. مواد مخدر در صحنه بازار قاجاق در آفریقا ظاهر شده است. مخاطره‌های این کار، زیاده، اما در آمدش نیز بسیار فریبنده است. مصرف کنندگان هم مسلماً به دنبال لذتهایی عمیقتر از لذت محرکهای ملایم‌ترند. بدین ترتیب معاندان نیز از زمره کسانی هستند که لذت بیشتر می‌طلبند. زیاده‌روی در مصرف مواد مخدر، ضرورتاً پدیده‌ای مدرن نیست اما گسترش آن تازگی دارد. حوادثی که در بعضی از دانشگاهها و حتی در بعضی از دبیرستانها و در میان صفوف نظامیان کودتاجی روی داده نشان آن است که استعمال مواد مخدر در بین جوانان آفریقایی رواج می‌یابد.

بدین ترتیب، شماری فراینده از آفریقاییان، بازرگانان، قاجاقچیان، ماجراجویان - یعنی آفریقاییهایی که به‌نحوی «بین‌المللی شده‌اند» - از راههای مختلف در برابر جامعه مصرفی، رفتاری در پیش می‌گیرند که چندان تفاوتی با رفتار آمویکیایی یا اروپاییها ندارد. تسامیل به کالاهای لوکس، کالاهای مصرفی، و در یک کلام، به زندگی بهتر که در کشورهای شمال دیده می‌شود، رقابیی در کشورهای جنوب ایجاد کرده است. با این تفاوت که پیامدهای آن، یا توجه به فقر گسترده اکثریت مردم این کشورها، بسیار فاجعه‌بارتر است. و گسترش و گاهی حتی همگانی شدن این «افزون‌طلبی، از شاخصهای برجسته دوران مدرن است.