



بسم الله الرحمن الرحيم

اگر اخبار فناوری را دنبال می‌کنید، احتمالاً ماجرای صف طولانی عرضه آیفون ۶ در شهر نیویورک که عده‌ای را از ۱۲ ساعت قبل به آنجا کشیده بود را یادتان می‌آید.

هرچند دلایلی همچون حضور مافیای قاچاق موبایل را در توجیه طولانی‌تر شدن صف مطرح کرده‌اند و شاید هم شما کیفیت محصولات این شرکت را دلیل اصلی این شور و اشتیاق بدانید. اما من می‌خواهم عامل دیگری را به شما یادآور شوم که در کشور خودمان هم بسیار رایج است.

این شور و اشتیاق یک واکنش روانی است که عده‌ای نسبت به محصولات اپل و یا هر برند دیگری دارند. اینکه عده‌ای فکر می‌کنند با خریدن یکی از محصولات اپل، به دسته متفاوت‌ها، گیگ‌ها، متمدن‌ها و باشعور‌ها می‌پیوندند. در صورتی که داشتن یک گوشی ۴ اینچی، نشانه هیچ‌کدام از این موارد نیست. (۱)

درواقع برند‌ها، ملاکی شده‌اند برای ارزش‌گذاری روی انسان‌ها. انسان‌ها را بر اساس کالایی که مصرف می‌کنند طبقه‌بندی می‌کنند نه بر اساس فکر یا محصولی که تولید می‌کنند.

و طبیعی است که انسان مطلوب برای نظام سرمایه‌داری غرب، یک مشتری مصرف‌کننده است نه یک متفکر تولیدکننده و بدیهی است که این مدل انسان را با رسانه‌های خود ترویج و تربیت کند.

و رقابت باید در مصرف باشد نه در تولید و اگر امروز به ما می‌گویند عقب افتاده، منظور این است که کالای کهنه‌تری مصرف می‌کنیم نه اینکه سعی داشته باشند ما را با تلنگری به سمت تولید بیشتر تشویق کنند.

مشابه این صف‌های طولانی اخیراً در کشور ما هم با ترفندهایی همچون قرعه‌کشی و جایزه دادن، توسط برند‌های خارجی دیگر اتفاق افتاده است. در صورتی که با تدابیری نه‌چندان پیچیده می‌توان از طولانی شدن صف‌ها و معطل شدن افراد پیشگیری کرد. در واقع صف‌های طولانی دارد تبدیل می‌شود به ملاکی برای چشم و هم‌چشمی شرکت‌ها و برند‌ها. طوری که هرچه انسان‌های بیشتری در صف کالای من معطل باشند ارزش برند من بیشتر است. و این طرز نگاه به انسان، شباهت سرمایه‌داران و برده‌داران است.

تعصب بیش‌ازحد بر روی یک برند خاص بخصوص اگر خارجی باشد، نه‌تنها به مصلحت ما نیست بلکه اصلاً کاری معقول و منطقی به نظر نمی‌رسد. نباید انسانی برای مصرف یک کالای غیرضروری، این چنین فریفته و خودباخته شود. شیفتگی افراد به برند‌ها بیش از آنکه نتیجه کیفیت آن محصولات باشد نتیجه تبلیغات و تلقینات رسانه‌ها است. پس اگر بخواهیم معقولانه و دلسوزانه تصمیم بگیریم، باید این تمایلات را به سمت کالای داخلی و تولید جهت‌دهی کنیم.

پ-----

(۱) من از رویدن خار سر دیوار دانستم

که ناکس کس نمی‌گردد بدین بالانشینی‌ها

به قلم : محمد بصیر زاده