

## За безумието на коледната консуматорска култура

Написано от Джордж Монбио  
Вторник, 24 Декември 2019 16:11

---



Сайтът **desebg.com** препечатва статията на британския журналист Джордж Монбио, публикувана в *magnifisonz.com*.

Няма нещо, от което да имат нужда, което вече да не притежават, нито дори да искат. Затова им купете фигурка на британската кралица със соларно хранване; чесачка за корем; посребрена чашка за сладолед; „забавна“ надуваема проходилка за възрастни; пластмасова електрическа играчка на име „Псуващата костенурка Тери“; или – и намирам това за някак показателно – карта на света за изчегъртване с монета.

На първия ден след Коледа те изглеждат забавни, на втория – скучни, срамни на третия и т.н. На двадесетия вече са на боклука. За тридесет секунди съмнително забавление или хедонистичен стимул, който трае не повече от вдишване на никотин, потребяваме материали, които ще окажат влияние върху идните поколения.

В своя филм „История на нещата“, Ани Леонард разкрива, че от материалите, извиращи от консуматорската икономика, само 1% остават в употреба шест месеца след закупуването им. Дори вещите, които сме очаквали да издържат, скоро биват обречени на унищожение – заради планирано застаряване (бързо повреждане) или общоприето застаряване (ставайки немодерни).

Но много от продуктите, които купуваме, особено по Коледа, не могат да излязат от употреба. Този термин предвижда загуба на полезност, докато те не са от полза още от самото начало. Тениска с вградена дръм машина; говореща касичка с лика на Дарт

## За безумието на коледната консуматорска култура

Написано от Джордж Монбио  
Вторник, 24 Декември 2019 16:11

---

Вейдър от Междузвездни войни; калъфка за Айфон във формата на ухо; охладител за един кен бира; електронен обезвъздушител за вино; отверка с вградено дистанционно управление за телевизор; паста за зъби с вкус на бекон; танцуващо куче: не се очаква никой да ги използва, камо ли да ги погледне след Коледа. Те са проектирани да предизвикват благодарности, може би кикот, а после да бъдат изхвърлени.

Безсмислието на даден продукт се измерва с дълбочината на неговите въздействия. Редките материали, сложните електроники и енергията, нужни за изработката и транспортирането, са преплетени, втъкани и комбинирани в смес от чиста безсмисленост. Когато вземем предвид изкопаемите горива, които извличаме от други страни, производството и консумацията са отговорни за повече от половината от въглеродния диоксид, който произвеждаме. Унищожаваме планетата, за да правим термометри за баня със соларно хранване и настолни „луди голфаджии“.

Жителите на Източно Конго произвеждат, под кървава принуда, подобрения за смартфони, чиято полезност е все по-незначителна. Гори биват изсичани, с цел производство на „персонализирани комплекти за рязане на сирена във формата на сърце“. Реки биват отравяни за създаването на говорещи риби. Това е патологичен консумеризъм: поглъщаща света епидемия от колективна лудост, превърнала се в нещо толкова нормално, благодарение на рекламите и медиите, че вече дори не забелязваме в какво сме се превърнали.

През 2007 г. журналистът Адам Уелц отчете, че 13 носорога са били убити от браконieri в Южна Африка. Тази година, до момента са били застреляни 585. Никой не е напълно сигурен защо. Но един възможен отговор се крие в модата сред богатите във Виетнам, които посипват храната си със смлян рог от носорог или дори го шмъркат, за да демонстрират своето богатство. Гротескно е, но не се различава особено от това, което почти всички в индустриализираните страни правят: унищожават живия свят чрез безсмислен консумеризъм.

Този бум не е просто случайност. Нашите животи биват заграждани и оформяни, за да го подхранват. Правилата на международната търговия принуждават държавите да участват в този фестивал на боклуците. Правителствата намаляват данъци, либерализират бизнеса, манипулират лихвени проценти, за да стимулират харчове. Но рядко инженерите на тези политики спират и се питат „харчове за какво?“. Когато всяко желание и нужда са задоволени (измежду хората, които имат излишни пари), растежът зависи от продаването на напълно безполезното. Всички сили на държавата са впрегнати в изпълнение на задачата „Псуващата костенурка Тери“ да бъде доставена

## За безумието на коледната консуматорска култура

Написано от Джордж Монбио  
Вторник, 24 Декември 2019 16:11

---

по домовете ни.

Зрели мъже и жени посвещават животите си на произвеждането и промотирането на тези боклуци, присмивайки се на идеята за живот без тях. „Аз винаги плета своите подаръци“, казва възрастна жена в една телевизионна реклама на верига за електроуреди. „Да, но не трябва“, отговаря ѝ разказвачът. Една реклама за последния таблет на Гугъл показва баща и син, лагеруващи в гора. Тяхното приятно прекарване зависи от специалните опции на новия Нексус 7. Най-хубавите неща в живота са безплатни, но ние намерихме начин да ви ги продадем.

Растежът на неравенството, който съпровожда бума на консуматорската култура, прави така, че растящата икономика да не облагодетелства всички. В САЩ през 2010 г. забележителните 93% от растежа на приходите се вляха в най-горния 1% от населението. Старото извинение, че трябва да изтърбушим планетата, за да помогнем на бедните, вече не минава. След няколко десетилетия на свръхобогатяване на тези, които вече притежаваха повече пари, отколкото могат да похарчат, перспективите пред всички останали, които живеят на тази планета, изглеждат все по-мрачни.

Правителствата, медиите и рекламодателите успяха толкова успешно да асоциират консумацията с просперитет и щастие, че да се откажеш от нея днес означава, да изложиш себе си на охулване и подигравки. Да вземем за пример предаването Морален лабиринт, в което миналата седмица поканените гости порицаваха идеята за по-малко потребление, и дори я асоциираха, по някакъв начин, с авторитаризъм. Когато светът полудява, тези които се съпротивляват биват набеждавани за лунатици.

Изпечете им торта, напишете им стихотворение, целунете ги, разкажете им виц, но спрете да унищожавате планетата, само за да кажете на някой, че ви е грижа за него. Всичко което показвате е, че не ви е.