

تقديم

لقد ولدت حادثة جديدة: إنها تتزامن مع «حضارة الرغبة» التي نشأت خلال النصف الثاني من القرن العشرين.

لا يمكن فصل هذه الثورة عن التوجهات الجديدة للرأسمالية الملتزمة بمسار التحفيز الدائم للطلب وللتسليع وللمضاعفة غير المحدودة للحاجات: لقد حلت رأسمالية الاستهلاك مكان اقتصادات الإنتاج. خلال بضعة عقود، قلب «مجتمع الأغنياء»⁽¹⁾ أنواع الحياة والأعراف، كما أدى إلى ظهور هرمية جديدة للأهداف وإلى علاقة جديدة بالأشياء وبالزمن وبالذات وبالآخر. لقد حلت الحياة في الوقت الحاضر محل توقعات المستقبل التاريخي ومحل المتعة⁽²⁾ والنضالات السياسية؛ كما استبدلت حمى الرفاهية بالمشاعر القومية، والترفيه بالثورة. مدعومًا بالدين الجديد المتمثل في التحسين المستمر لظروف الحياة، أصبح العيش بشكل أفضل شغفًا جماعيًا، وهدفًا أسمى للمجتمعات الديمقراطية، ومثالًا يُمَجَّدُ في كل مكان. نادرة هي الظواهر التي نجحت في تغيير طرق عيش وأذواق، وتطلعات وسلوكات أكبر عدد من الناس بهذا

(1) مصطلح مجتمع الأغنياء (بالإنجليزية affluent society) مأخوذ من كتاب يحمل نفس العنوان صدر عام 1958م لعالم الاقتصاد بجامعة هارفارد جون كينيث جالبريث. سعى الكتاب إلى تحديد الطريقة التي أصبحت بها الولايات المتحدة في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية غنية في القطاع الخاص، لكنها ظلت فقيرة في القطاع العام، وتفتقر إلى البنية التحتية الاجتماعية والمادية، وتديم الفوارق في الدخل. (الترجمة)

(2) المتعة (بالإنجليزية hédonisme) أو «مذهب المتعة، أو مذهب اللذة أو الهيدونية أو اللذية» هي مدرسة فكرية تعتقد بأن المتعة هي القيمة الجوهرية. وتسعى لتحقيق أقصى قدر من المتعة للساعي وراءها. (الترجمة)

العمق وفي مثل هذه الفترة الوجيزة من الزمن. لن نتمكن أبداً من إدراك حجم ما يدين به إنسان المجتمعات الليبرالية الجديد لاختراع مجتمع الاستهلاك الجماعي.

في الظاهر، لا شيء تغير أو بالكاد: ما زلنا نتطور في مجتمع السوبرماركت والإعلانات، وفي مجتمع السيارات والتلفاز. لكن بدءاً من العقدين الماضيين، ظهر «زلزال» جديد وضع نهاية لمجتمع الاستهلاك القديم مغيّراً على حد سواء كلاً من تنظيم العرض والممارسات اليومية والعالم العقلي للاستهلاكية الحديثة: لقد حدثت ثورة داخل ثورة الاستهلاك نفسها. مرحلة جديدة من مراحل رأسمالية الاستهلاك بدأت: إنها مرحلة مجتمع الاستهلاك المفرط لا غير. طريقة عملها وتأثيرها على الوجود هو موضوع هذا الكتاب الذي بين أيدينا.

لقد أفسح النظام الفوردي⁽¹⁾ الذي يوزع المنتجات الموحدة المجال لاقتصاد التنوع والاستجابة، حيث لم تعد الجودة وحدها معياراً لقدرة الشركات على التنافس ولكن أيضاً الوقت، والابتكار، وتجديد المنتجات. بالموازاة مع ذلك، خلق التوزيع والتسويق والدعاية أدوات جديدة تهدف لاكتساح الأسواق. في الوقت الذي تتطور فيه مقاربة أكثر نوعية للسوق آخذة بعين الاعتبار حاجات الزبون وإرضاءه، فإننا نتقل من اقتصاد قائم على العرض إلى اقتصاد قائم على الطلب. سياسة الماركات، «إكساب السلع قيمة لدى الزبون»، أنظمة جعل الزبون وفياً للماركة، انتشار التجزئة والدعاية: إنها ثورة كوبرنيكية⁽²⁾ تعمل على استبدال المؤسسة الموجهة نحو المستهلك والسوق بالمؤسسة الموجهة نحو المنتج.

إن الهيمنة الجديدة لأسواق الاستهلاك لا يتم التعبير عنها فقط من خلال استراتيجيات الشركات، ولكن أيضاً من خلال الطريقة العامة للعمل التي تتبعها

(1) الفوردية: هي مبدأ عمل أو تنظيم للإنتاج ظهر عام 1908 على يد هنري فورد (1863-1947) مؤسس شركة فورد عندما بدأ تصنيع سيارته فورد ت. وهي فلسفة اقتصادية تشير الي أنه يمكن تحقيق الرفاهية من خلال خفض تكلفة الإنتاج والتوسع في التسويق وجني مزيد من الأرباح للعمال. (المترجمة)

(2) ثورة كوبرنيكوس، أو الثورة الكوبرنيكية هي ثورة علمية في عالم الفلك، فكوبرنيكوس هو أول من قال إن الأرض ليست مركز الكون ولكنها كوكب يدور حول الشمس. ويرمز بهذه الثورة في أي تغير في النظريات السائدة. وهنا يقصد الكاتب أن الاقتصاد تغير من الاهتمام بالمستهلك باعتباره مركز الاقتصاد إلى الاهتمام بالمنتج. (المترجمة)

اقتصاداتنا. لم يعد المنتجون هم من يفنون وراء الزيادة الأخيرة في أسعار البترول وإنما قوة الطلب الفائقة، خاصة الأمريكية والصينية. في الوقت الذي تتفاقم فيه تهديدات الكوارث البيئية، يجد موضوع «الاستهلاك الدائم» صدى واسعاً، بحيث يظهر المستهلك المفرط كفاعل تنبغي توعيته بشكل عاجل ما دامت ممارساته المفرطة تُفقد المحيط الحيوي توازنه. بالإضافة إلى ذلك، نحن نعلم أن نفقات استهلاك الأسر قد أصبحت هي المحرك الرئيس للنمو؛ وبالتالي فمن الضروري خلق مناخ عام من الثقة لدى المشتريين الذين إذا وفروا أقل واقترضوا أكثر، فإنهم سيتمكنون من المساهمة في خلق توسع اقتصادي قوي يُعتبر بالغ الأهمية. أما بالنسبة لنمو الاقتصاد العالمي، فإنه يعتمد بشكل كبير على الاستهلاك الأمريكي الذي يمثل أقل بقليل من 70% من الناتج المحلي الإجمالي للولايات المتحدة الأمريكية وما يعادل 20% من النشاط العالمي. يتزامن مجتمع الاستهلاك المفرط مع حالة اقتصاد تتسم بمركزية المستهلك.

هكذا، وعلى نطاق أوسع، بُني عصر الرأسمالية الجديد هيكلًا حول فاعلين رئيسيين: مالك الأسهم من جهة، والمستهلك من جهة أخرى. ملك البورصة والذبون الملك: يعتبر هذا التشكل الجديد للسلطات أصلاً لتحول الاقتصاد المعولم. بالنسبة للقطب الأول، فإن الوقت الراهن يتطلب البحث بشكل حثيث عن خلق قيمة عالية جداً لأرباب رأس المال. أما فيما يتعلق بالقطب الثاني، فإن الضرورة تحتم تسليح كل التجارب في كل مكان، في كل ساعة وفي كل الأعمار، مع تنويع العرض من خلال التكيف مع توقعات المشتريين، وتقليل دورة حياة المنتجات بواسطة تسريع الابتكارات وتقسيم الأسواق، بالإضافة إلى تعزيز الائتمان الاستهلاكي وجعل الذبون وقيًا من خلال ممارسات تجارية متفاوتة. في الوقت الذي تنتصر فيه الرأسمالية المعولمة، فإن الأجير والنقابات والدولة، قد أصبحوا في الخلفية، لقد تمت إزاحتهم من طرف قوة الأسواق المالية وأسواق الاستهلاك. لا يُعرّف اقتصاد العالم الجديد فقط بسيادة المنطق المالي: إنه أيضاً لا ينفصل عن ازدهار «اقتصاد المشتري».

في هذا النظام الاقتصادي حيث يفرض المستهلك نفسه سيداً للقرار، تحدث ثورة عميقة في سلوك وخيال المستهلك. يلد الإنسان المستهلك Homo Consumericus من

النوع الثالث، نوعًا من المستهلك التوربو «turbo-consommateur»⁽¹⁾ غير المؤلف، إنه متحرك ومرن، بالإضافة إلى كونه متحررًا بشكل كبير من ثقافات الطبقات القديمة بحيث لا يمكن التنبؤ بأذواقه ومشترياته. من مستهلك خاضع للضغوطات الاجتماعية لمتسوى المعيشة، انتقلنا إلى مستهلك مفرط يتوق لتجارب عاطفية ولعيش أفضل، لجودة الحياة وللصحة، للماركات وللأصالة، للفورية وللتواصل. لقد خلف الاستهلاك ذو النزعة الحميمية الاستهلاك الفخري في نظام تزداد فيه دراية المشتري ويقل وفاؤه وينزع أكثر نحو التأملية و«الجمالية». شيئًا فشيئًا، تتلاشى الحدود القديمة للزمان والمكان اللذين كانا يؤطران عالم الاستهلاك: ها نحن ذا في فضاء استهلاكي مستمر، غير متزامن ومفرط الفردانية حيث لم تعد أي فئة عمرية تُفَلِّت من استراتيجيات تقسيم التسويق ولكن أيضًا حيث يمكن للجميع اختيار جدول الزمني، وإعادة تشكيل مظهره، وصياغة طرق العيش التي تناسبه. إنه عصر الاستهلاك العالمي حيث لم تُقْصَى الثقافات المضادة فحسب، ولكن حيث تميل الروح الاستهلاكية لإعادة تنظيم جميع السلوكات، بما فيها تلك الواقعة خارج نطاق التبادل التجاري. لقد نجحت روح الاستهلاك في التسلسل شيئًا فشيئًا لتمسّ حتى العلاقة بالعائلة وبالدين، بالسياسة وبالعمل النقابي، بالثقافة وبالوقت المتاح. لقد أصبح كل شيء، من الآن وصاعدًا يحدث كما لو كان الاستهلاك يعمل كإمبراطورية مترامية الأطراف لا تتعطل. من هنا جاءت الوضعية شديدة التناقض التي يتواجد فيها المستهلك المفرط. فمن ناحية هو يثبت نفسه كـ«مستهلك» «حر» وعلى دراية، فهو يرى الخيارات المتاحة أمامه تتسع، بحيث يمكنه اللجوء إلى البوابات والتطبيقات التي تقارن الأثمنة بالإضافة إلى استغلال الصفقات ذات التكلفة المنخفضة والعمل ساعيًا لتحسين نسبة الجودة والسعر. ومن ناحية أخرى، فإن أنماط العيش والملذات والأذواق، تظهر أكثر فأكثر خضوعًا للنظام التجاري. كلما تمكّن المستهلك المفرط من بلوغ سلطة لم يكن يعرفها من قبل، كلما وسّع السوق قوته الطاغية أكثر؛ كلما كان المشتري في حالة إدارة ذاتية أكبر، كلما كان هناك تأثير خارجي أكبر مرتبط بالنظام التجاري.

(1) التوربو Turbo هو مصطلح يقصد به بشكل عام السرعة في السيارات، ويقصد المؤلف هنا الإفراط المتسارع للاستهلاك لدى المستهلك. (المترجمة)

لم يعد المستهلك المفرط تَوَاقًا للرفاهية المادية فحسب، إنه يظهر أيضًا كمن يبحث بوتيرة متزايدة عن الراحة النفسية والتناغم الداخلي والتنمية الذاتية، وهذا ما يشهد له تطور التقنيات المستمدة من تطوير الذات ونجاح الحكمة الشرقية، بالإضافة إلى نجاح الروحانيات الجديدة وكتب الدليل إلى السعادة والحكمة. لقد تمّ تجاوز مادية مجتمع الاستهلاك الأول: إننا نشهد تحول وتوسع سوق كل ما يتعلق بالروح، كما نشهد تضخم البحث عن التوازن وتقدير الذات في الوقت نفسه الذي تتكاثر فيه صيدليات السعادة. في زمن حيث المعاناة فارغة من كل معنى، وحيث نفذت المرجعيات التقليدية والتاريخية، تبرز مسألة السعادة الداخلية من جديد لتصبح قطاعًا تجاريًا ومادة تسويقية يريد المستهلك المفرط الحصول عليها جاهزة، بدون مجهود، فورًا وبكل الوسائل. إن الاعتقاد الحديث بأن الرخاء شرط ضروري وكاف لسعادة الإنسان لم يعد بدهيًا: بقي علينا أن نعرف إذا كانت إعادة تأهيل الحكمة لا تعيد دورها تكوين وهم من نوع آخر. من خلال إعادة استثماره لُبعد «الكينونة» أو الروحانية، هل يكون المستهلك الجديد بذلك أكثر نزوعًا إلى خوض مضمار الابتهاج من أسلافه؟

تتميز الحضارة الاستهلاكية بالمكانة المركزية التي تشغلها أهداف الرفاهية وبحث الإنسان عن حياة أفضل لنفسه ولذويه. هناك الكثير من المؤشرات التي تدل على أن مجتمع الاستهلاك المفرط يمتلك عدة أوراق رابحة في هذا المجال. في استمرارية لحركة عمرها قرون، يستمر متوسط العمر في الازدياد: إنه اليوم يقدر بـ76.7 سنة بالنسبة للفرنسيين و83.8 سنة بالنسبة للفرنسيات؛ الفتاة الصغيرة المولودة سنة 2001 لديها 50% من الفرص لتعيش حتى تبلغ مائة سنة على الأقل. إننا نعيش اليوم عمرًا أطول، وفي صحة أفضل ونتمتع بظروف مادية أحسن. كل شخص هو سيّد في تسيير أمور حياته؛ الولادات يتم اختيارها؛ السلوكات الجنسية متروكة للميولات الحرة لكل من الرجال والنساء. يتراوح الزمن الذي لا يعمل فيه الإنسان في الدول الأكثر تقدمًا بين 82% و89% من المدة الإجمالية التي يقضيها الفرد مستيقظًا. الوقت والمال المخصصان للترفيه في ازدياد مستمر. الحفلات، الألعاب، الترفيه، والإغراءات للحصول على المتعة تغزو فضاء الحياة اليومية. لقد ولّى الزمن الذي كان يكتب فيه فرويد أن «السعادة ليست

قيمة ثقافية»: إنها تنتصر اليوم في مملكة المثل العليا. هل تعرف زيادة الأجور عجزاً؟ هل القدرة الشرائية مهددة؟ لم يمنع ذلك تسعة فرنسيين من أصل عشرة أن يصرحوا بأنهم سعداء. هذا ما يكذب كلما يقوله المتنبئون بالتعاسة. على الأقل، عند رؤيتها من الأعلى، كل المدن الغنية تبدو سعيدة.

هل العروس جميلة كما تبدو في هذه الصورة المكبرة؟ الأغلبية الساحقة تدعي أنها سعيدة، ومع ذلك فإن الحزن والضغط، الاكتئاب والقلق يشكلون نهراً يمتلئ بشكل مقلق. غالباً ما يصرح الإنسان بأنه سعيد وهو يظن أن الآخرين ليسوا كذلك. لم يسبق للوالدين أن كانا حريصين على إرضاء رغبات أطفالهم بهذه الطريقة، ولم يسبق لـ«اضطراب السلوك» (بين 5% و9% من الأطفال في سن 15) والأمراض العقلية لهؤلاء أن كانت بهذا الانتشار. حسب المعهد الوطني للصحة والأبحاث الطبيّة، فإن واحداً من أصل ثمانية أطفال يعاني من خلل عقلي. إذا كان الناتج الإجمالي المحلي قد تضاعف منذ سنة 1975، فإن عدد العاطلين عن العمل قد صار أربعة أضعاف. مجتمعاتنا تزداد غنى: ومع ذلك فإن عدداً متزايداً من الأشخاص يعيشون في فقر ويتوجب عليهم التوفير في كل جوانب صرف ميزانياتهم، بحيث صار النقص في المال يُشكّل همّاً متزايداً. إننا نحصل على رعاية طبية أفضل فأفضل، لكنّ هذا لا يمنع الأفراد من أن يصابوا بنوع من الوسواس المزمن تجاه المرض. الأجساد متحررة لكنّ البؤس الجنسي مستمر. إغراءات المتعة في كل مكان لكنّ المخاوف، وخيبات الأمل، والشعور بعدم الأمان الاجتماعي والشخصي آخذة في الازدياد. كل هذه المظاهر تجعل من مجتمع الاستهلاك المفرط حضارةً للسعادة المتناقضة.

قال الشاعر لويس اراغون: «من يتكلم عن السعادة تكون عيونه في الغالب حزينة». هل علينا أن نشهد بصحة رأي الشاعر وأن نقرّ اليوم بصحة القراءات المجنونة بالشك المتعلقة بالاستهلاك والتي تكشف عن مدى التلف الذي يخفيه الحفل المشرق للوفرة والتواصل؟ لقد جاهدت نفسي لأتفادى نزعة الشيطنة تلك. بالتأكيد، فإن الحصيولة الإنسانية والاجتماعية للمجتمع التجاري المفرط ليست إيجابية حقاً، لكن هل هي سلبية على كل الأصعدة؟ إن لم يكن هذا المجتمع جنة فإنه لا يشبه أيضاً جحيم العزلة

والإحباط الذي يصفه لنا محترقوه المعتادون. هل تقدمنا في طريق السعادة؟ تأكيد ذلك سيكون خلطاً بلا مبرر بين الرفاهية المادية والحياة السعيدة. يبقى الإشارة إلى أن المستهلك المفرط يستطيع الوصول إلى ملذات أكثر وبشكل متكرر، يستطيع تذوق متع لا حصر لها من الترفيه، ومن الهروب من الواقع والتغيير. وإن كانت هذه الاستهلاكات ليست مرادفاً للنعيم، إلا أنها -في كثير من الأحيان- تكون مصدرًا لرضا حقيقي. يتسم موقف جزء كبير من انتقادات الاستهلاك بالنفاق، لهذا لا بد في مواجهته من الاعتراف بعناصر الإيجابية التي تنطوي عليها السطحية الاستهلاكية. ما الذي يجعل من الممكن التفكير في الاستهلاك باعتباره مجالاً غير قادر على منح رضا حقيقي؟ من الخطأ أن ننظر إلى الميل نحو السهولة والخفة والانطلاق واللعب على أنها حاجات «أدنى»: بل إنها أشياء ملازمة لرغبة الإنسان وعليها -بالإضافة إلى أمور أخرى- تقوم دوامة الاستهلاك المفرط. إن التجاوزات الضارة للنزعة الاستهلاكية غير كافية لتجعلنا نتقص من قدر ظاهرة تتصل في مجملها اتصالاً وطيداً بالبحث عن المتعة والترفيه. باستخدامه للحس السليم، كان أرسطو قد أشار إلى ذلك: الإنسان السعيد يحتاج إلى الاستمتاع بالأشياء الخارجية المختلفة بدون صعوبة.

بالإضافة إلى ذلك، فإن مظاهر «الحياة السيئة» إذا تضاعفت فإن هذا أيضًا يمنح الأفراد فرصاً أكبر لיתمكنوا بشكل أسرع «من الوقوف على أقدامهم مجددًا». يعمل مجتمع الاستهلاك المفرط كمجتمع للفوضى النفسية بحيث يقترن بعدد من عمليات «إعادة الإحياء» أو التنشيط الذاتي. إن وتيرة الحياة بين الصعود والتدني تتسارع أكثر من أي وقت مضى: فحركات المدّ والجزر في المجتمع تسمح بخلق موجة من التشاؤم تمامًا كما تسمح بقدر من التفاؤل. لا شك أن هناك أملاً أكبر ينبغي تعليقه على هذا التسارع للمعطيات الوجودية مقارنة بذاك المعلق على وعود أساتذة الحكمة الجدد.

لا شيء يؤكد وجهات نظر الناس الأكثر تشاؤماً الذين يحللون مجتمع الرضا التام والفوري على أنه طريق يُعد لظهور «الفاشية الطوعية». الحقيقة أن مجتمع الاستهلاك المفرط هو مجتمع لا يعمل على تعزيز ظهور نتائج استبدادية غير سارة بقدر ما يحاول أن يحمينا منها. ومهما تكن التهديدات التي يتعرض لها التعليم والثقافة، فإن القدرات الرفيعة

والقدرات الفكرية والنقدية للأفراد لم تُمسّ بأي حال من الأحوال. إن الأسباب التي تدعو للأمل ما تزال قائمة: رغم تضخم الحاجات التجارية، يستمر الفرد في العيش من أجل شيء آخر غير الأمور المادية العابرة. لم تفلس المثل العليا للحب، والحقيقة، العدالة والإيثار: لا العدمية الكاملة، ولا «الرجل الأخير»⁽¹⁾ يلوح في أفق الأزمنة المفرطة الحداثيّة.

إذا كان النظام التجاري الجديد لا ينبغي أن يُشهرّ به، فلا ينبغي أن يجعل كذلك. بالإضافة إلى كون هذا النظام معاصراً لمشتري واعٍ ومهني، فهو أيضاً ينتج «لانهاية سيئة»، وتصرفات جامحة ومتجاوزة، مع مجموعة من الاضطرابات الذاتية والفشل التربوي. من جهة، فإن مجتمع الاستهلاك المفرط يمجّد معايير الرفاهية، كما يمجّد التناسق والتوازن؛ ومن جهة أخرى، فإنه يقدم نفسه كنظام متضخم وغير خاضع للرقابة، نظام شره يؤدي إلى التطرف والفضى العارمة حيث يتعايش البذخ مع تزايد أوجه عدم المساواة ونقص الاستهلاك. بذلك تكون الإخفاقات ذات شقين: فهي تخصّ كلاً من النظام الذاتي للوجود ومثال العدالة الاجتماعية.

وهكذا فإن عصر السعادة المتناقضة يقترح حلولاً هي نفسها متناقضة. من الواضح أننا بحاجة إلى استهلاك أقل يُفهم على أنه خيال ينشر الرضا، وعلى أنه إهدار للطاقة وتطور غير منضبط للسلوك الفردي. إنه أوان التنظيم والاعتدال وتعزيز الدوافع الأقل اعتماداً على السلع التجارية. إن إجراء تغييرات بات خياراً يفرض نفسه، ليس لضمان تنمية اقتصادية مستدامة فحسب، ولكن أيضاً لضمان وجود أكثر استقراراً، وأقل انجذاباً للرضا الناتج عن الاستهلاك. لكننا أيضاً بحاجة إلى المزيد من الاستهلاك على بعض الأصعدة: ذلك من أجل الحد من الفقر، وأيضاً من أجل مساعدة كبار السن وتقديم رعاية أفضل للناس، بالإضافة إلى استخدام الوقت والخدمات بشكل أفضل والانفتاح على العالم وتذوق تجارب جديدة. لا خلاص بدون زيادة الاستهلاك، حتى لو تمت إعادة تعريفه بمعايير جديدة؛ لا أمل في حياة أفضل إذا لم نراجع خيال الرضا الكامل

(1) الرجل الأخير dernier homme، هو مصطلح اخترعه نيتشه في كتابه «هكذا تكلم زرادشت» للكلام عن حالة الكسل وغير الفعالة العدمية التي سيصل إليها الأفراد إذا استمروا في الانحدار حتى الهاوية والتي سيكونون فيها غير راغبين في أي شيء سوى الرفاهية. (المترجمة)

والفوري، لا أمل في حياة أفضل إذا تمسكنا فقط بتقديس نمو الحاجيات التجارية. لقد ولّى زمن الثورات السياسية، أما زمن إعادة توازن الثقافة الاستهلاكية وإعادة المستمرة لخلق الاستهلاك وأنماط الحياة فما يزال أمامنا.

ظهر مجتمع الاستهلاك المفرط أواخر السبعينيات ولم تمض مسيرته دون أن تتعرض لانتقادات لا حصر لها. من الواضح أن هذه الانتقادات ستغير شكله الحالي. هل ما بعد مجتمع الاستهلاك المفرط مدرج على جدول الأعمال؟ حسب رأيي فإن الأمر ليس كذلك، السيناريو الأكثر احتمالاً هو توسعه على مستوى العالم في زمن لا يتوفر على أي نظام بديل موثوق: قريباً، سيدخل مئات الملايين من الصينيين والهنود في دوامة وفرة السلع والخدمات مدفوعة الأجر ودائمة التجدد. حتى لا نسيء الفهم: لا الاحتجاجات الإيكولوجية ولا الطرق الجديدة للاستهلاك الأكثر اعتدالاً ستكفي لإبطال الهيمنة المتزايدة للمجال التجاري، ولا لإخراج القطار الاستهلاكي عن مساره، ولا للتصدي للانهايار الجليدي للمنتجات ذات دورة حياتية أقصر فأقصر. لسنا إلا في بداية مجتمع الاستهلاك المفرط، لا شيء حالياً قادر على إيقاف أو حتى فرملة اندفاع تسليع التجربة وأنماط الحياة.

لكن، عاجلاً أو آجلاً، سوف تأتي اللحظة التي سيتم تجاوزه فيها، والتي ستبتكر طرقاً جديدة للإنتاج، والتبادل وأيضاً لتقييم الاستهلاك والتأمل في السعادة. في المستقبل البعيد، سيرى تسلسل جديد للقيم وللبيع النور. سيكون مجتمع الاستهلاك المفرط قد عاش بشكل كافٍ، بحيث سيُفسح المجال لأولويات أخرى، لخيال جديد للحياة في المجتمع وللرفاهية. لتحقيق توازن أفضل؟ من أجل سعادة أكبر للإنسانية؟