

פרק ח'

ערכים, יצור וצריכה: עיצוב מחדש של חיי החומר שלנו

- ליה אטינגר | קללת השפע וטביעת הרגל האקולוגית
- ג'רמי בנשטיין | ראוותנות ורעבתנות
- ויליאם מק'דוננו ומייקל בראונגרט | המהפכה התעשייתית הבאה
- ויליאם מק'דוננו ומייקל בראונגרט | מעריסה לעריסה
- מייקל רנר | לקראת כלכלה צרכנית פחות

מבוא

אמנם אנו לקראת סוף המקראה שלנו, וכמובן, כל הפרקים הקודמים היו חשובים – מרכיבים חיוניים בתמונה הגדולה של הקיימות – אך ניתן לטעון שעכשיו אנו מגיעים ללב העניין, צרכנות ותרבות הצריכה. למה לב העניין? נדמה כי הצרכנות הינה לב העניין של העיסוק בקיימות בשל שלוש סיבות. ראשית, רמת הצריכה המצרפית בחברה, ועלייתה המתמדת, היא היא המנוע של הצמיחה. ואם נסכים אף לחלק מהביקורות הנוקבות מהפרק הקודם על הצמיחה כמדד מוביל וכמעט בלעדי לעושר ואושר וחוסן כלכלי וחברתי, הטוענות שהוא מטעה וכוזב, אזי הרגלי הצריכה שלנו (וכן הפרסום והשיווק שמניעים אותם) חייבים לשאת בנטל האשמה. נכון שגם הגידול באוכלוסייה הוא גורם מרכזי לנזקים – כמות הפיות האוכלים – אך במערב, תרבות צריכה רעבתנית ובזבזנית היא היותר הרסנית מבחינה סביבתית. בסין והודו זו המכפלה של השניים שמבשרת רעות לקיימות: היכולת של העולם לשאת את כל הדורים עליו בכבוד לאורך זמן.

הסיבה השנייה לחשיבותה של הצרכנות היא המורכבות שלה כתופעה בחיינו, הנוכחות הנרחבת שלה, והרבדים הרבים שבהם היא עובדת. אין שילוב יותר טוב של המשבר "הקשה" והמשבר "הרך" שהוזכרו בפרק הראשון כמרכיבים את החוסר-קיימות בחברה. כלומר, לצד ההשלכות הרבות בסביבה הפיזית (פסולות וזיהומים, דלדול משאבים) קיימות השלכות לא פחות בעייתיות במישור החברתי, הפוליטי, ואף הנפשי. תרבות הצריכה מספקת לנו היצע מנקר עיניים ומחירים נמוכים, אך לא מספקת לנו את המידע או את הכלים להיות בני אדם אחראים שדואגים לסביבה בריאה וחברה מתוקנת דרך ההתנהגות הצרכנית שלנו. במשפט, הצרכנות משביעה את הצרכן שבנו, ומרעיבה את האזרח. יתירה מזאת, בניגוד למסרים העיקריים של החינוך, התרפיה הפסיכולוגית והדת, שכולם חותרים לאיזושהו שוויון נפשי, שלוה, קבלה עצמית, תיקון נפשי (כל אחת בצורתה היא), הצרכנות, עם הפרסום והשיווק האגרסיביים, מטפחת מאוויים ותאבונות שאינם יודעים שובע, ומדגישה את המסר שאנחנו "לא מספיק" (תחושה של חוסר שלמות ולכן גם חוסר שביעות רצון), ואין לנו מספיק, מבלי צמיחה מתמדת במישור החומרי – קרי קניות בלתי פוסקות.

הסיבה השלישית שבגללה הצרכנות נמצאת בלב העיסוק בקיימות היא שהיא נמצאת גם בליבם של חיינו: אנו עושים עשרות צרכניות מדי יום. זהו חלק מרכזי בחיינו, ולכן גם מאד נתון להשפעתנו. חשיבה יותר ביקורתית על צריכה, יותר חינוך סביב הנושא, ואולי אף מדיניות שתתמרץ הרגלים חיוביים – עשויים לתרום המון לשיפור המצב. בסופו

של דבר, הרגלים שנחשבים למאד "ירוקים" – דוגמת מיחזור – הם מאד מאד חלקיים (במקרה הטוב) מאחר והם לא תורמים לשינוי הרגלי הצריכה.

מיחזור הוא דוגמה מעניינת, כי דווקא מיחזור נחשב לפרקטיקה סביבתית מובילה, אבל כבר מזמן התנועה הסביבתית יודעת שתרומתה לקיימות אמיתית היא מזערית. סיבה אחת לכך היא בדיוק זה – המיחזור מאפשר לאנשים להרגיש טוב, שהם תורמים משהו חיובי לסביבה, בלי ששינוי דבר מהותי באורח חייהם ברמת הצריכה. זו הביקורת המוצדקת על החברה האמריקאית, שאימצה מיחזור באופן נרחב בעשור האחרון: שינוי שהיה להם יחסית קל, כי הוא לא מפריע להם להמשיך לצרוך בדיוק כמו שהם רגילים – אבל עכשיו הם ממחזרים, ולכן ירוקים. מיחזור עלול להביא אף לעלייה ברמת הצריכה, כפי שרואים מדיווח ששמענו מהורים בגן במרכז הארץ. הם סיפרו שבגן שלהם רצו להקנות לילדים הרגלים סביבתיים, ולכן הכניסו את המיחזור. על מנת לעודד את הזאטוטים למחזר בהתלהבות, הכריזו על תחרות: מי שמביא את הכמות הגדולה של בקבוקים וכו', יזכה בפרס כלשהו. אז מה הילדים הנמרצים והחכמים האלה עשו? האיצו בהוריהם לקנות יותר, לצרוך יותר, ולזרוק יותר – על מנת להביא יותר פסולת בת-מיחזור לגן...

אם אתם ממחזרים – אל תפסיקו. זה לא דבר רע, ועדיף למחזר מאשר לא לעשות כלום. אך אם אתם "כבר שם" ומחפשים את הדבר הבא, המדרגה הבאה, בהפנמת הקיימות לחייכם, חשוב לעמוד על מקומו של מיחזור בהקשר הרחב של שינוי הרגלים. לא סתם מופיע מיחזור אחרון ברשימת חמשת ה-Rים של חיי הצריכה (יש כמה גירסאות לרשימה הזאת, אבל להלן מבחר מייצג):

- Refuse – להגיד לא! להיות סרבן לאתוס הצרכני.
- Reduce – לצמצם, להקטין: לחשוב פעמיים, להחליט מה וכמה זה די, לקנות מה שצריך, לא מה שאפשר.
- Repair – לתקן: במקום השתמש וזרוק – לשמור, לתחזק, להאריך חיים, לתקן.
- Re-use – למצוא שימושים חדשים.
- Recycle – ולבסוף, אחרי כל זה – לנסות למחזר את החומר לעוד סיבוב במשק החומרי שלנו...

המיחזור הוא אחרון כי מבחינת הסביבה הפיסית, הוא מייצר חומרים ירודים מחומרים טובים (רוב המיחזור הוא לא re-cycling אלא down-cycling) ורק "דוחה את הקץ", כי הכל יגיע למטמנה במוקדם או במאוחר.

אך השינוי המתבקש איננו מסתכם רק בהכרעות הצרכניות שלנו, עד כמה שהללו בעצמן משמעותיות. מעבר לשינויים בהרגלי הצריכה שלנו כפרטים, כצרכנים, ישנם שינויים גדולים שמתבקשים מהיצרנים, ממעצבי מוצר וממעצבים תעשייתיים. לכן לא

קראנו לפרק הזה "צרכנות" או הביקורת עליה, אלא "עיצוב מחדש של חיי החומר שלנו" – וזה מביא אותנו למאמרים שבפנינו.

המאמר הראשון, מאת ליה אטינגר, "קללת השפע וטביעת הרגל האקולוגית" מציג מעין מבט-על על כל השיח של הקיימות. הוא מיטיב לתאר את הבעייה, או ליתר דיוק את שלל הבעיות שמתמזגות לכדי המשבר הסביבתי-חברתי, ומצביע על מספר כלי ניתוח ומנגנונים לתיקון. חשיבה אקולוגית (הנושא של פרק ב') תעזור לנו להבין כיצד חיינו קשורים קשר הדוק לעולם הטבעי, מגולמים ומשוקעים במערכות אקולוגיות רבות, ולכן לרוב גם נתונים לשיקולים, לחוקים ולאילווצים שלהן. תובנה זו, יחד עם ההתמודדות הרצינית עם הרעיון של נחלת הכלל וטיפוחו (פרק ג'), מהווה בסיס של חזון לקיימות. כלי שיעזור לנו להגיע לשם הוא מדד שנקרא "טביעת רגל אקולוגית". זהו המקום העיקרי במקראה בו מושג מרכזי זה מוצג. על אף קוצר ההתייחסות, זהו רעיון בעל חשיבות ממדרגה ראשונה, ואפשר להתעמק בו בקישורים לאתרים ברשת המופיעים במאמר. עוד מושג חשוב שעולה במאמר של אטינגר הוא "האופטימיזם הטכנולוגי" והביקורת עליו. הרעיון מייצג גישה שאומרת שהמצאות וחדושים במישור הטכנולוגי בלבד הם הנחוצים על מנת להביא אותנו למנוחה ולנחלה, ולהשיג את הקיימות ללא הפרעות מעצבנות לאורחות חיינו, שינוי ערכי משמעותי וכן הלאה. אופטימיזם טכנולוגי הינו אשלייה מסוכנת, במיוחד בכל הקשור לצרכנות, כי הוא מונע מהחברה מלהתמודד בצורה אמיתית עם המשבר הסביבתי. טכנולוגיה נקייה יותר, יעילה יותר, תעזור – אך היא רחוקה מלהיות כל הפתרון.

נקודה זו מודגשת גם במאמר הבא, "ראוותנות ורעבתנות: תרבות הצריכה הישראלית והשלכותיה", מאת עורך המקראה, ג'רמי בנשטיין. המאמר לא עוסק רבות במשבר "הקשה" (של הנתונים הקשים על מה שקורה לסביבה הפיסית), אלא באותו משבר "רך" שהוזכר קודם. תמצאו כאן ביקורת על ההשפעות ההרסניות של תרבות הפרסומות, וכן בחינה של מושג החמדנות בתרבות שלנו, והחמדנות כמרכיב בתיאוריה כלכלית. כמו בסוגיות דומות, קשה לנסח תשובות חד-משמעיות שיתקבלו על כולם, אך חלק חשוב מהעבודה הוא לשאול את השאלות הנכונות ולהצית דיון ציבורי שיוביל את כולנו לניסוח מחדש של קשת רחבה של תשובות חדשות אפשריות. שאלה כזאת היא זו של החוקר אלן דורנינג, שהעיר שרוב הנזק הסביבתי בעולם נגרם על ידי אנשים שיש להם או יותר מדי או פחות מדי, ולכן השאלה הקריטית לדורנו חייבת להיות: "מה זה 'די'?' מתי יש מספיק?" (How much is enough?). וזאת שאלה שאף אחד – בחינוך, בכלכלה, בפוליטיקה – איננו שואל בצורה ביקורתית. שאלה זו תוביל אותנו בין היתר לשאלות פוליטיות נוקבות, גם לגבי ניהול השוק, כולל – מי מחליט כמה זה די ומתי יש מספיק; כלומר, אפילו אם נניח שהמבנה של המערכת הפוליטית שלנו הוא דמוקרטי – זכות הצבעה, ייצוג הולם, זכויות של מיעוטים וכו' – בזירה הכלכלית המצב הוא לגמרי הפוך. בעוד בפוליטיקה "אדם אחד

שווה קול אחד" והרעיון של "בעל המאה הוא בעל הדעה" נחשב לכשל או עיוות, בשוק רעיונות מעין אלו טבועים באופיו: הרי לא אדם אחד אלא דולר אחד שווה קול אחד, והחופש העיקרי בשוק החופשי הוא להון, ולא לאנשים.

אנו חוזרים לטכנולוגיה ותפקידיה במאמרים הבאים של האדריכל האמריקאי וויליאם מקדוננו ושותפו הכימאי הגרמני מיכאל בראונגרט, "המהפכה התעשייתית הבאה" ו"מעריסה לעריסה". המאמר הראשון היווה פריצת דרך בחשיבה סביבתית-עיצובית אודות תעשייה ומוצרי צריכה, והוביל לחשיבה שנקראת "מעריסה לעריסה". המחברים מציגים ניתוח טכנולוגי של שיטות ייצור, וטוענים שהמערכת הנוכחית שלנו מהווה "בעייה בעיצוב" כי היא:

- מייצרת כמויות עצומות של פסולת, לרבות מיליוני טונות של חומרים רעילים לאויר, למים ולקרקע.
- טומנת חומרים יקרי ערך בחורים על פני כל הפלנטה, כך שלעולם לא ניתן יהיה להשיבם.
- מודדת גשוגו על פי הפעילות הכלכלית ולא על פי תוצאותיה.
- דורשת יישום של אלפי תקנות מסובכות, שמטרתן להקטין את קצב ההרעלה של בני האדם ושל המערכות הטבעיות.

הם טוענים ש- Eco-Efficiency (אקו-יעילות), האופנה האחרונה של התעשייה, לא תציל אותנו או את הסביבה, ומציעים מושג מנחה חלופי - אקו-אפקטיביות. אפקטיביות בוחנת את הצלחת המערכת על פי תוצאותיה ולא על פי פעילותה. כמו כן, הם מציגים עיקרון עיצובי פשוט להבנה, והיינו אומרים שהוא גם חדש, רק שהוא עתיק יומין - כמו הטבע. כשם שאין שום פסולת בטבע, וכל דבר (צואה, עלים שנושרים מעץ, פגרים של חיות, הבל פה שייצורים נושפים חזרה לאטמוספירה) הוא פשוט מזון לתהליכים אחרים, כך גם מתהליכי ייצור תעשייתיים אסור שתהיה פסולת כלשהי, וכל תוצר לוואי, כל תפוקה, צריכים להיות תשומה לתהליכים אחרים.

למושג המנחה החלופי הזה ישנם כמה היבטים. האחד הוא בפירושו צד טכני, של עיצוב הייצור. לדוגמה: על מנת להשיג את אותו היעד הרחוק של אפס פסולת, נהיה אנו חייבים להפריד בין מעגלים ביולוגיים לבין מעגלים טכניים. נוטריאנטים ביולוגיים יוחזרו לטבע ומרכיבים טכניים, אותם הטבע לא יודע לפרק ולהטמיע מחדש, יישארו נבדלים במעגלים תעשייתיים. היבט נוסף הוא הצד החברתי-כלכלי, מאחר ומדובר כאן בתכנון של חיי המוצר, והדבר מחייב שינויים בשיווק. לדוגמה, שיטה שיושמה בחברת שטיחים מפורסמת אימצה את הגישה: במקום לייצר ולמכור שטיחים (ואז לדאוג מה הבעלים החדשים יעשו איתם בתום שימושם), הם משכירים "שירותי מרבד" ואחראים על המוצר מתחילתו ועד סופו.

גישה זו מדגימה את העיקרון של "מעריסה לעריסה". במקום מעריסה לקבר (או ביותר מצלול - מעריסה להריסה), כל חומר מעוצב במחשבה תחילה מייצורו הראשון ("עריסה"), ועד להשמתו לתהליכי ייצור של המוצר הבא. אף על פי שתהליך כוללני זה עוד נותר רחוק מיישום גורף, הוא אחד הדברים המבטיחים עתיד מקיים באמת, ולא רק מיזעור נזקים. המאמר האחרון של הפרק, ארוך יחסית ומאד מפורט, הוא "לקראת כלכלה צרכנית פחות" של מייקל רנר ממכון Worldwatch. מלווה בסטטיסטיקות ונתונים אחרים, רנר נותן לנו סקירה שימושית של פנים שונות של המשבר הקשה בנושא צרכנות. הוא מדבר על תולדות הצריכה במערב, על מקומה של הממשלה במדיניות שמעודדת או מפחיתה צריכה, ועל חוקים שמפתחים את אחריות היצרן. מעבר לדיון המעמיק בהיבטים אלה של צריכה, הוא לא מזניח את "האח התאום" של הצרכנות - הצורך לעבוד ולייצר כל כך הרבה (ולהרוויח את הכסף כדי לקנות אותו). כבר לפני חצי מאה כתב ג'ון קנת' גלבריית' (Galbraith) בספרו הקלאסי, חברת השפע (The Affluent Society), שהפריון האדיר של המערכת התעשייתית יכול וצריך לשחרר אנשים מהעול הכבד של שעות עבודה ארוכות, וככלל, אנשים יזכו לעבוד פחות ולבלות יותר. אך תחזית זו לא התממשה - אנשים עובדים יותר, ולא פחות, משעבדו לפני דור. לכן, כשמדברים על המציאות המורכבת של תרבות הצריכה, חייבים להתייחס למלכודת זו, לדברי רנר, של צריכה וייצור, והוא סוקר גישות חדשות לנושא של שעות עבודה באירופה ובעולם.