



مجلة العلوم الإنسانية

علمية محكمة - نصف سنوية

تصدرها كلية الآداب / الخمس

جامعة المرقب . ليبيا

15

العدد

الخامس عشر

سبتمبر 2017م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ
الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

صدق الله العظيم

(سورة الروم - آية 41)

هيئة التحرير

- د. علي سالم جمعة رئيساً
 - د. أنور عمر أبوشينة عضواً
 - د. أحمد مريحيل حريش عضواً

المجلة علمية ثقافية محكمة نصف سنوية تصدر عن جامعة المرقب/
 كلية الآداب الخمس، وتنتشر بها البحوث والدراسات الأكاديمية المعنية
 بالمشكلات والقضايا المجتمعية المعاصرة في مختلف تخصصات العلوم
 الانسانية.

- كافة الآراء والأفكار والكتابات التي وردت في هذا العدد تعبر عن آراء أصحابها
 فقط، ولا تعكس بالضرورة رأي هيئة تحرير المجلة ولا تتحمل المجلة أية مسؤولية
 اتجاهها.

تُوجّه جميع المراسلات إلى العنوان الآتي:

هيئة تحرير مجلة العلوم الإنسانية

مكتب المجلة بكلية الآداب الخمس جامعة المرقب

الخمس /ليبيا ص.ب (40770)

هاتف (00218924120663 د. علي)

(00218926724967 د. أحمد) - أو (00218926308360 د. أنور)

قواعد ومعايير النشر

- تهتم المجلة بنشر الدراسات والبحوث الأصيلة التي تتسم بوضوح المنهج ودقة التوثيق في حقول الدراسات المتخصصة في اللغة العربية والانجليزية والدراسات الإسلامية والشعر والأدب والتاريخ والجغرافيا والفلسفة وعلم الاجتماع والتربية وعلم النفس وما يتصل بها من حقول المعرفة.

- ترحب المجلة بنشر التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية المقامة داخل الجامعة على أن لا يزيد عدد الصفحات عن خمس صفحات مطبوعة.

- نشر البحوث والنصوص المحققة والمترجمة ومراجعات الكتب المتعلقة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية ونشر البحوث والدراسات العلمية النقدية الهادفة إلى تقدم المعرفة العلمية والإنسانية.

- ترحب المجلة بعروض الكتب على ألا يتجاوز تاريخ إصدارها ثلاثة أعوام ولا يزيد حجم العرض عن صفحتين مطبوعتين وأن يذكر الباحث في عرضه المعلومات التالية (اسم المؤلف كاملاً- عنوان الكتاب- مكان وتاريخ النشر- عدد صفحات الكتاب- اسم الناشر- نبذة مختصرة عن مضمونه- تكتب البيانات السالفة الذكر بلغة الكتاب).

ضوابط عامة للمجلة

- يجب أن يتسم البحث بالأسلوب العلمي النزيه الهادف ويحتوى على مقومات ومعايير المنهجية العلمية في اعداد البحوث.

- يُشترط في البحوث المقدمة للمجلة أن تكون أصيلة ولم يسبق أن نشرت أو قدمت للنشر في مجلة أخرى أو أية جهة ناشرة اخرة. وأن يتعهد الباحث بذلك خطيا عند تقديم البحث، وتقديم إقراراً بأنه سيلتزم بكافة الشروط والضوابط المقررة في المجلة، كما أنه لا يجوز يكون البحث فصلاً أو جزءاً من رسالة (ماجستير - دكتوراه) منشورة، أو كتاب منشور.

- لغة المجلة هي العربية ويمكن أن تقبل بحوثاً بالإنجليزية أو بأية لغة أخرى، بعد موافقة هيئة التحرير..

- تحتفظ هيئة التحرير بحقها في عدم نشر أي بحث وتُعدُّ قراراتها نهائية، وتبلغ الباحث باعتذارها فقط اذا لم يتقرر نشر البحث، ويصبح البحث بعد قبوله حقاً محفوظاً للمجلة ولا يجوز النقل منه إلا بإشارة إلى المجلة.

- لا يحق للباحث إعادة نشر بحثه في أية مجلة علمية أخرى بعد نشره في مجلة الكلية ، كما لا يحق له طلب استرجاعه سواء قُبِلَ للنشر أم لم يقبل.

-تخضع جميع الدراسات والبحوث والمقالات الواردة إلى المجلة للفحص العلمي، بعرضها على مُحكِّمين مختصين (محكم واحد لكل بحث) تختارهم هيئة التحرير على نحو سري لتقدير مدى صلاحية البحث للنشر، ويمكن ان يرسل الى محكم اخر وذلك حسب تقدير هيئة التحرير.

- يبدي المقيم رأيه في مدى صلاحية البحث للنشر في تقرير مستقل مدعماً بالمبررات على أن لا تتأخر نتائج التقييم عن شهر من تاريخ إرسال البحث إليه، ويرسل قرار المحكمين النهائي للباحث ويكون القرار إما:

* قبول البحث دون تعديلات.

* قبول البحث بعد تعديلات وإعادة عرضه على المحكم.

* رفض البحث.

-تقوم هيئة تحرير المجلة بإخطار الباحثين بأراء المحكمين ومقترحاتهم إذ كان المقال أو البحث في حال يسمح بالتعديل والتصحيح، وفي حالة وجود تعديلات طلبها المقيم وبعد موافقة الهيئة على قبول البحث للنشر قبولاً مشروطاً بإجراء التعديلات يطلب من الباحث الأخذ بالتعديلات في فترة لا تتجاوز أسبوعين من تاريخ استلامه للبحث، ويقدم تقريراً يبين فيه رده على المحكم، وكيفية الأخذ بالملاحظات والتعديلات المطلوبة.

-ترسل البحوث المقبولة للنشر إلى المدقق اللغوي، ومن حق المدقق اللغوي أن يرفض البحث الذي تتجاوز أخطاؤه اللغوية الحد المقبول.

- تنشر البحوث وفق أسبقية وصولها إلى المجلة من المحكم، على أن تكون مستوفية الشروط السالفة الذكر.

-الباحث مسئول بالكامل عن صحة النقل من المراجع المستخدمة كما أن هيئة تحرير المجلة غير مسئولة عن أية سرقة علمية تتم في هذه البحوث.

- ترفق مع البحث السيرة العلمية (CV) مختصرة قدر الإمكان تتضمن الاسم

الثلاثي للباحث ودرجته العلمية ونخصه الدقيق، وجامعته وكليته وقسمه، وأهم مؤلفاته، والبريد الإلكتروني والهاتف ليسهل الاتصال به.

- يخضع ترتيب البحوث في المجلة لمعايير فنية تراها هيئة التحرير.

-تقدم البحوث الى مكتب المجلة الكائن بمقر الكلية، أو ترسل إلى بريد المجلة الإلكتروني.

-إذا تم إرسال البحث عن طريق البريد الإلكتروني او صندوق البريد يتم إبلاغ الباحث بوصول بحثه واستلامه.

- يترتب على الباحث، في حالة سحبه لبحثه او إبداء رغبته في عدم متابعة إجراءات التحكيم والنشر، دفع الرسوم التي خصصت للمقيمين.

شروط تفصيلية للنشر في المجلة

-عنوان البحث: يكتب العنوان باللغتين العربية والإنجليزية. ويجب أن يكون العنوان مختصراً قدر الإمكان ويعبر عن هدف البحث بوضوح ويتبع المنهجية العلمية من حيث الإحاطة والاستقصاء وأسلوب البحث العلمي.

- يذكر الباحث على الصفحة الأولى من البحث اسمه ودرجته العلمية والجامعة او المؤسسة الأكاديمية التي يعمل بها.

-أن يكون البحث مصوغاً بإحدى الطريقتين الآتيتين: _

1:البحوث الميدانية: يورد الباحث مقدمة يبين فيها طبيعة البحث ومبرراته ومدى الحاجة إليه، ثم يحدد مشكلة البحث، ويجب أن يتضمن البحث الكلمات المفتاحية (مصطلحات البحث)، ثم يعرض طريقة البحث وأدواته،

وكيفية تحليل بياناته، ثم يعرض نتائج البحث ومناقشتها والتوصيات المنبثقة عنها، وأخيراً قائمة المراجع.

2: البحوث النظرية التحليلية: يورد الباحث مقدمة يمهد فيها لمشكلة البحث مبيناً فيها أهميته وقيمه في الإضافة إلى العلوم والمعارف وإغنائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهد لما يليها، ثم يختم الموضوع بخلاصة شاملة له، وأخيراً يثبت قائمة المراجع.

-يقدم الباحث ثلاث نسخ ورقية من البحث، وعلى وجه واحد من الورقة (A4) واحدة منها يكتب عليها اسم الباحث ودرجته العلمية، والنسخ الأخرى تقدم ويكتب عليها عنوان البحث فقط، ونسخة الكترونية على (Cd) باستخدام البرنامج الحاسوبي (MS Word).

- يجب ألا تقل صفحات البحث عن 20 صفحة ولا تزيد عن 30 صفحة بما في ذلك صفحات الرسوم والأشكال والجداول وقائمة المراجع .
-يرفق مع البحث ملخصان (باللغة العربية والانجليزية) في حدود (150) كلمة لكل منهما، وعلى ورقتين منفصلتين بحيث يكتب في أعلى الصفحة عنوان البحث ولا يتجاوز الصفحة الواحدة لكل ملخص.

-يُترك هامش مقداره 3 سم من جهة التجليد بينما تكون الهوامش الأخرى 2.5 سم، المسافة بين الأسطر مسافة ونصف، يكون نوع الخط المستخدم في المتن Times New Roman 12 للغة الانجليزية و مسافة و نصف

بخط 14 Simplified Arabic للأبحاث باللغة العربية.

-في حالة وجود جداول وأشكال وصور في البحث يكتب رقم وعنوان الجدول أو الشكل والصورة في الأعلى بحيث يكون موجزاً للمحتوى وتكتب الحواشي في الأسفل بشكل مختصر كما يشترط لتنظيم الجداول اتباع نظام الجداول المعترف به في جهاز الحاسوب ويكون الخط بحجم 12.

-يجب أن ترقيم الصفحات ترقيماً متسلسلاً بما في ذلك الجداول والأشكال والصور واللوحات وقائمة المراجع .

طريقة التوثيق:

-يُشار إلى المصادر والمراجع في متن البحث بأرقام متسلسلة توضع بين قوسين إلى الأعلى هكذا: (1)، (2)، (3)، ويكون ثبوتها في أسفل صفحات البحث، وتكون أرقام التوثيق متسلسلة موضوعة بين قوسين في أسفل كل صفحة، فإذا كانت أرقام التوثيق في الصفحة الأولى مثلاً قد انتهت عند الرقم (6) فإن الصفحة التالية ستبدأ بالرقم (1).

-ويكون توثيق المصادر والمراجع على النحو الآتي:

اولاً: الكتب المطبوعة: اسم المؤلف ثم لقبه، واسم الكتاب مكتوباً بالبنط الغامق، واسم المحقق أو المترجم، والطبعة، والناشر، ومكان النشر، وسنته، ورقم المجلد - إن تعددت المجلدات- والصفحة. مثال: أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ، الحيوان. تحقيق وشرح: عبد السلام محمد هارون، ط2، مصطفى البابي الحلبي، القاهرة، 1965م، ج3، ص40. ويشار إلى المصدر عند وروده مرة ثانية على النحو الآتي: الجاحظ، الحيوان، ج، ص.

ثانيا: الكتب المخطوطة: اسم المؤلف ولقبه، واسم الكتاب مكتوبا بالبنط الغامق، واسم المخطوط مكتوبا بالبنط الغامق، ومكان المخطوط، ورقمه، ورقم اللوحة أو الصفحة. مثال: شافع بن علي الكناني، الفضل المأثور من سيرة السلطان الملك المنصور. مخطوط مكتبة البودليان باكسفورد، مجموعة مارش رقم (424)، ورقة 50.

ثالثا: الدوريات: اسم كاتب المقالة، عنوان المقالة موضوعاً بين علامتي تنصيص " "، واسم الدورية مكتوباً بالبنط الغامق، رقم المجلد والعدد والسنة، ورقم الصفحة، مثال: جرار، صلاح: "عناية السيوطي بالتراث الأندلسي- مدخل"، مجلة جامعة القاهرة للبحوث والدراسات، المجلد العاشر، العدد الثاني، سنة 1415هـ/ 1995م، ص179.

رابعا: الآيات القرآنية والاحاديث النبوية:- تكتب الآيات القرآنية بين قوسين مزهرين بالخط العثماني ﴿ ﴾ مع الإشارة إلى السورة ورقم الآية. وتثبت الأحاديث النبوية بين قوسين مزدوجين « » بعد تخريجها من مظانها.

ملاحظة: لا توافق هيئة التحرير على تكرار نفس الاسم (اسم الباحث) في عددين متتالين وذلك لفتح المجال أمام جميع أعضاء هيئة التدريس للنشر.

صلحا ، بالقانون رقم 74 لسنة 1975م المعدل بالقانون رقم 4 لسنة 1979م¹ ، الذى يتضمن التوفيق والتحكيم بين المتنازعين ، أمام لجان المحلات بالمناطق ، حتى أصبح عرض الصلح شرط أساسى ، فى قبول الدعاوى المدنية ، والتجارية ، والأحوال الشخصية ، ولكنه حاليا لم يفعل ، وهذا يعتبر تقصير

¹ - الطعن المدني رقم ، 35/47ق، مجلة المحكمة العليا ، السنة السادسة والعشرون ، العددان الثالث والرابع

فهرس المحتويات

عنوان البحث	الصفحة
1- قصيدة (هل ما مضى راجع) لابن الفارض دراسة فنية.	
د. فرج ميلاد عاشور.....	12.....
2- أهمية القوى العاملة ودورها في نمو الإنتاج وتطويره في المجتمع الليبي.	
د. محمد سعيد الثعبان.....	39.....
3- ملامح ثقافة الفقر في المجتمع الليبي : دراسة امبيريقية.	
د.عثمان علي أميمن/ د. ليلي محمد اكتيبي.....	58.....
4- الوجود الطبيعي في فلسفة أبي البركات ابن ملكا.	
د. أحمد مريحيل حريش.....	90.....
5- العلم في الفكر الإسلامي.	
د.آمنة عبدالسلام الزائدي.....	104.....
6- مستوى الروح المعنوية والعوامل المؤثرة فيها لدي عينة من طلبة كلية الاقتصاد والتجارة بجامعة المرقب (دراسة ميدانية في مجال العلوم السلوكية).	
أ. سميرة حسين اوصيلة. أ. سمية معمر مسلم.....	124.....
7- من وجوه دلالة الفعل الماضي (التعبير القرآني أنموذجًا).	
أ. حنان علي بالنور.....	169.....
8- الحياة الاقتصادية و الاجتماعية في مملكة تدمر القرن الأول ق . م -273م.	
د. عبد الكريم علي محمد نامو.....	200.....
9- (صفة من تقبل روايته وطرق ثبوت الجرح والتعديل) دراسة نظرية تطبيقية.	
د. محمد عبد السلام العالم.....	224.....
10- دور الاختصاصي النفسي في رياض الأطفال.	
أ. آمنة سالم قدورة.....	252.....

- 11- هرمية جانبيه ودورها في علاج صعوبات التعلّم.
د. فاطمة الهدار بن طالب.....265
- 12- فاعلية برنامج معرفي سلوكي في تنمية القدرة على تأكيد الذات دراسة شبه تجريبية على عينة من طلبة السنة الثانية بقسم علم النفس.
د. أحمد محمد معوال/ د. ربيعة عمر الحضيبي.....279
- 13- "محاسبة النفس عند الصوفية...المحاسبي " أنموذجاً".
د. آمنة العربي العرقوبي.....295
- 14- استخدام التقنيات الحديثة في مراقبة الغابات كأساس للتنمية المستدامة منطقة شرق تاجوراء (نموذجاً).
د. عمر رمضان طريش.....313
- 15- قلق الموت وعلاقته بضعف الوازع الديني.
أ. زهرة عثمان البرق.....337
- 16- الرؤية السوسولوجية لثقافة الاستهلاك.
د.ونيس محمد الكراتي.....360
- 17- إدارة الأزمات (دراسة في الأسباب واستراتيجيات المواجهة)).
د.علي محمد مصطفى /د خالد إبراهيم ابورقيقة382
- 18-The Challenges Faced in Student-Centered Learning Implementation by Teachers at English Department at Al-Mergib University
Asma Aburawi413
- 19 - An Error Analysis in Passive Voice Sentences Made by EFL Fourth Year Students at Almergib University
. Rabea Mansur Milad/Abobaker Ali Brakhw.....431

الرؤية السوسيولوجية لثقافة الاستهلاك

د. ونيس محمد الكراتي(*)

المقدمة

يعد موضوع الاستهلاك من الموضوعات الحديثة في علم الاجتماع، كموضوع مستقلٍ للدراسة، حيث لم يبدأ الاهتمام السوسيولوجي بدراسات الاستهلاك إلا من ثمانينيات القرن العشرين، حيث عقد أول مؤتمر متخصص حول سوسيولوجيا الاستهلاك في جامعة أوصلو في يناير عام 1988م، ولم يبدأ هذا الاهتمام من فراغ، وإنما تأسس على ما سبقه من إسهام للعلوم الاجتماعية الأخرى، خاصة علم النفس، وعلم الاقتصاد، منطلقاً منه إلى آفاقٍ جديدةٍ، هذا على الرغم من أن اهتمام علم الاجتماع بظاهرة الاستهلاك يعتبر اهتماماً قديماً، ولكن لم يكن الاستهلاك السوسيولوجي في الماضي موضوعاً مستقلاً بذاته، بل كان الاهتمام به اهتماماً ثانوياً كأحد المؤشرات الدالة على الطبقة الاجتماعية مثلاً، أو كأحد المتغيرات الاقتصادية القابلة لأن تتأثر بالمتغيرات الاجتماعية⁽¹⁾.

ويشير البعض إلى أن الدراسة السوسيولوجية للاستهلاك أحد فروع علم الاجتماع الذي ما يزال غير محدد النطاق وعلى درجة عالية من التنوع، وإن كان قد شهد خلال ثمانينيات القرن العشرين تطوراً كبيراً متلاحقاً، ومحور الاهتمام في الدراسة الاجتماعية للاستهلاك هو الثقافة المادية خاصة الثقافة العامة في المجتمعات الرأسمالية المتقدمة، ويذهب المشتغلون بالدراسة الاجتماعية للاستهلاك إلى أن هذا الفرع من المعرفة يمكن أن يمدنا بمدخل جديد لدراسة وتحليل اللامساواة الاجتماعية والانتماءات السياسية،

(*) د. ونيس محمد حسين الكراتي، أستاذ مساعد، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم مسلاته، جامعة المرقب.

(1) أحمد زايد وآخرون: الاستهلاك في المجتمع القطري، أنماطه وثقافته، الدوحة، مركز الوثائق للدراسات الإنسانية بجامعة قطر، 1991، ص 58.

فلاستهلاك يسهم في تشكيل العلاقات الاجتماعية والمعاني الاجتماعية على نحو لا يقل أصالة عن الإنتاج.

إن التغيرات البنائية التي شهدتها المجتمع أدت إلى إفراس أنماط سلوكية استهلاكية أظهرت ثقافة استهلاكية وسلوك استهلاكي في المجتمع، ونحاول في هذه الدراسة تحديد ملامح تلك الثقافة ومحدداتها وأنماط السلوك الاستهلاكي من خلال اتباع تحليل سوسيولوجي يعالج هذه الجوانب بطريقة شمولية.

وتتكون معالجتنا لهذا الموضوع من خلال مناقشة الموضوعات التالية:

أولاً: عرض موضوع الدراسة وأهم أهدافها.

ثانياً: إلقاء الضوء على مفهوم الاستهلاك وعلاقته ببعض المفاهيم والأبعاد .

ثالثاً: مناقشة البحوث والدراسات السابقة.

رابعاً: توضيح ملامح الرؤية النظرية من خلال عرض بعض الاتجاهات النظرية في دراسة الاستهلاك

خامساً: بيان محددات الاستهلاك : الأنماط والثقافة .

سادساً: تحليل ثقافة الاستهلاك بين العالمية والمحلية.

سابعاً: الاستخلاصات الأساسية للدراسة.

أولاً: موضوع الدراسة:

يشهد العالم اليوم متغيرات سريعة ومتلاحقة من ثورة التكنولوجيا ، وثورة المعلومات إلى العولمة ، ومما لا شك فيه أن صدى هذه المتغيرات يؤثر على المجتمع، هذا بالإضافة إلى المتغيرات والأحداث السريعة والمتلاحقة الخاصة بالمجتمع الليبي ذاته مثل الأحداث السياسية المتلاحقة ، والانفتاح الاقتصادي أدت هذه التغيرات الخارجية والداخلية بالطبع إلى ظهور العديد من الظواهر الاجتماعية الجديدة التي برزت بجلاء ومن بين هذه الظواهر زيادة النزعة الاستهلاكية لدى أفراد المجتمع.

وبنظرة فاحصة وسريعة على ممارسات أفراد المجتمع في الحياة اليومية ، نجد

سيطرة النزعة الاستهلاكية وحدتها على جميع فئات المجتمع ، ويمكننا ان نلمس ذلك بسهولة ويسر بأمثلة عديدة ومتنوعة كالاستخدام الاستعراضي للمحمول والتباهي بالمراكات العالمية...الخ، ويطلق مصطفى حجازي على هذا الوضع بان أفراد المجتمع وقعوا أسرى الاستعراض أو الإذلال وهو مصطلح يعبر عن الإفراط في اقتناء وسائل الاستهلاك المادي، وتبذير ثروة المجتمع على المظاهر الخارجية ، وذلك على حساب التوظيف من أجل التنمية الفعلية بعيدة المدى، وقد نجد أثر الاستعراض نشاطاً على مستوى الحكومات التي تنطلق في مشاريع تنموية ذات وجهة وطنية ولكنها لا تنعكس على بنية المجتمع الكلي كي تطورها بل تظل كواحة تقدم في محيط مختلف (1).

- أهمية الموضوع :ترجع إلى ارتباطه الوثيق بعملية التنمية، فلا شك أن شراة الاستهلاك وحدته أدت للتغير الاجتماعي ومعوق للتنمية ، فيشير علي ليلة إلى أن المجتمعات المتخلفة تشتغل مرتين ، مرة من قبل المجتمعات الأكثر تقدماً والأخرى من استغلال المراكز العالمية عن طريق السماسرة المحليين (2) ، وإن كانت قوى النظام العالمي هي مراكز تصدير التكنولوجيا والمهارات والمساعدات فإن هذه المراكز - خاصة الرأسمالية - تعزف عن تصدير تكنولوجيا الإنتاج، وبدلاً لذلك تسعى جاهدة لنشر تكنولوجيا الاستهلاك، ويساعدها على نجاح ذلك بالمصادفة قيام أنظمة وزعامات سياسية في العالم الثالث عاجزة عن صياغة تصور لتنمية ، تنقل سلع الاستهلاك من المراكز المتقدمة إلى الجماهير المتخلفة نظير المشاركة في قدر بسيط من العائد، أما عن الجماهير فهي لا حول لها ولا قوة ، فهي في موقف حيادي لديها حاجاتها التي تتطلب إشباعها وبالتالي تتم استئارة غرائز الشراة والاستهلاك لدى الجماهير لحساب القضاء

(1) مصطفى حجازي: التخلف الاجتماعي ، مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور، ط2، معهد الإنماء العربي، بيروت، 1998، ص 208 .

(2) علي ليلة : التوجه الاستهلاكي في القرية المصرية ، تأملات في حقبة السبعينيات ، المؤتمر الدولي الحادي عشر للإحصاءات والحاسبات العملية والبحوث الاجتماعية والسكانية ، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، 29 مارس إلى 3 أبريل 1986م، ص 15 .

على روح التحدي والميل إلى الإنتاج لدى هذه الجماهير وتشجيع حولها مناخاً من الاسترخاء⁽¹⁾.

• أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على ملامح وطبيعة الاستهلاك والعوامل التي أدت إليها.
- 2- التعرف على طبيعة الثقافة الاستهلاكية وقيمتها المحورية من أجل تطوير سياسات مناسبة تتوافق مع اقتصاد المجتمع.
- 3- التعرف على انتشار ثقافة الاستهلاك بين الفئات الاجتماعية المختلفة.
- 4- التعرف على دور الإعلام في تدعيم الثقافة الاستهلاكية.
- 5- التعرف على مدى تباين ثقافة الاستهلاك.

ثانياً: إلقاء الضوء على مفهوم الاستهلاك وعلاقته ببعض المفاهيم والأبعاد :

اشكالية الدراسة: إن محاولة تحديد مفهوم الاستهلاك في إشكاليات متعددة قد ترجع إلى حادثة الاهتمام السوسيولوجي بالموضوع، وقد ترجع إلى أن المفهوم يشتمل على مفهومات أخرى فرعية لا تفهم إلا من خلالها مثل مستويات الاستهلاك وأنماط الاستهلاك ، الاستهلاكي الجمعي.

يعرف أحمد زايد الاستهلاك بأنه استخدام السلع والخدمات وهو استخدام نفترض أنه يختلف من فترة إلى أخرى ومن فرد إلى آخر أو من فئة اجتماعية إلى أخرى، ويفسر هذا الاختلاف في الاستهلاك من خلال مفهوم آخر هو مفهوم مستويات الاستهلاك وهو ما يشير إلى الأهداف التي تسعى الأفراد إلى تحقيقها فيما يتصل بالاستهلاك، وهي الأهداف التي تحدد الطريقة التي تنفق بها الأسرة أموالها وينقلها هذا مباشرة إلى أنماط الاستهلاك الذي يشير إلى الطرق أو الأساليب التي تنفق بها الأموال أي أنماط استهلاك عادية، أنماط استهلاك غير عادية⁽²⁾.

(1) علي لبلبة : التوجه الاستهلاكي في القرية المصرية، مرجع سابق ص 16- 18 .

(2) أحمد زايد وآخرون ، مرجع سابق، ص 26، 27 .

هذا من جانب، وعلى الجانب الآخر نجد أن التفرقة بين الاستهلاك الجمعي والاستهلاك الفردي مثارٌ للجدل ، فيشير البعض إلى أننا لكي نعيد إنتاج قوة عمل ذات كفاءة لم يعد توفر وسائل الاستهلاك الفردي من السلع مثل الطعام والملابس أمراً كافياً، فقد أصبحت هناك حاجة إلى خدمات مثل التعليم وتوفير وسائل النقل الجماعي، فهذه السلع على خلاف نمطها استهلاك السلع الشخصية ، تستهلك استهلاكاً جماعياً.

ومن أبرز سمات الاستهلاك الجمعي وجود دور بارز للدولة في توفيرها ، والفرص التي يبدو أنها توفرها للتعبئة السياسية للمستهلكين وهي تؤكد أهمية المفهوم بالنسبة للنظريات الاجتماعية في التحضر⁽¹⁾.

الاستهلاك المظهري:

هو مصطلح ذكره ثورستين فييلن في نظريته عن الطبقة المترفة 1899م، ويشير هذا المصطلح إلى الاستهلاك المفرط للسلع الترفية التي تعد دليلاً على عضوية المستهلك للطبقة المترفة في المجتمع الرأسمالي ، واستخدم هذا المصطلح في المجتمعات الرأسمالية للإشارة إلى التباهي باستهلاك السلع بهدف اكتساب الهيبة⁽²⁾.

أنماط الاستهلاك :

يشير مفهوم أنماط الاستهلاك إلى الطرق والأساليب التي تنفق بها الأموال، كما أن أنماط الاستهلاك تعرف بأنها " الأساليب التي ينفق بها الأفراد أموالهم لمواجهة حاجات بيولوجية واجتماعية وثقافية⁽³⁾.

ويتضح من هذا التعريف أن الاستهلاك لا يقتصر على إشباع الحاجات البيولوجية باستهلاك الطعام والشراب، بل يشمل الحاجات الاجتماعية والثقافية لتقديم الهدايا والاحتفالات الدينية والاجتماعية أو الاستهلاك الموجه لتحقيق أسلوب حياة متميز .

(1) جوردن مارشال : موسوعة علم الاجتماع، ترجمة محمد الجوهري، وآخرون، ج1، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ، 2002، ص 164 – 166 .

(2) شارلوت سيمور سميث : موسوعة علم الإنسان ، ترجمة محمد الجوهري، وآخرون المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ، 2002، ص 65 .

(3) أحمد زايد وآخرون ، مرجع سابق، ص 26

ثقافة الاستهلاك :

تشير ثقافة الاستهلاك إلى الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية ، أي مجموعة المعاني والرموز ولصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية والتي تضيف عليها المعنى والدلالة في الحياة اليومية ، وبهذا لا تفهم الجوانب المادية للاستهلاك إلا في ضوء الجوانب المعنوية المتصلة بها، وتظهر المعاني والرموز المصاحبة للعملية الاستهلاكية في مستويات ثلاثة هي: ما قبل العملية الاستهلاكية، وأثناء الاستهلاك الفعلي، وما بعد الاستهلاك ، ويرتبط مفهوم الثقافة الاستهلاكية بهذا المعنى بمجموعة أخرى من المفاهيم منها مفهوم النزعة الاستهلاكية والتي تعني تحول معاني الرموز الاستهلاك إلى هدف في حد ذاته ومن هذه المفاهيم أيضاً الذي يشير إلى أنماط محددة وواعية من التفضيلات تميز السلوك الاستهلاكي وتضيف عليه طابعاً أسلوبياً متميزاً ، ومن هذه المفاهيم رموز الاستهلاك الذي يشير إلى تحول الاستهلاك إلى لفة أشبه بلفة الحياة اليومية يخاطب بها الأفراد بعضهم بعضاً ويكونون من خلالها رصيذاً رمزياً يحدد مكانة الأفراد ونطاق تفاعلهم ، ومن هذه المفاهيم مفهوم استهلاك الصور، حيث يرتبط استهلاك السلعة معينة بصورة في ذهنية معينة تلتصق بهذه السلعة من خلال أسلوب العرض أو الإعلان عن هذه السلعة .

ويتشابه مفهوم ثقافة السلعة مع مفهوم استهلاك الكماليات الذي يشير إلى الإسراف في استهلاك الثروة أو السلع أو الخدمات الباهظة من أجل التظاهر ، أي أن الهدف من هذا النوع من الاستهلاك الكشف عن الثراء وإبراز المكانة الاجتماعية أي أنه سلوك رمزي⁽¹⁾.

الثقافة الاستهلاكية :

يرى جرانت ماك كراكن أن الثقافة هي المثاليات والأنشطة التي ننشئها حول عالمنا ، أما الاستهلاك فهو العمليات المرتبطة بالسلع المستهلك والخدمات، سواء كانت للإنتاج، أم الشراء، أم الاستخدام.

(1) عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1989م، ص 86 .

ويعرف مارتين لي الثقافة الاستهلاكية بأنها ترابط الأنشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية تلك الممارسات التي يمكن تحديدها تماماً بواسطة دوران رأس المال أو سيكولوجية الأفراد⁽¹⁾.

وتعرف الثقافة الاستهلاكية إجرائياً، بأنها جزءٌ من الثقافة العامة ، تخضع لمعطياتها، لذا فهي تتشكل من المعاني والرموز، والممارسات المصاحبة للاستهلاك، ولكونها ثقافة فهي تتأثر بالتغيرات التي تطرأ على السياق البنائي العام، خاصة الثقافة الوافدة ، ونظراً لانسجامها بالمرونة فهي تظهر ردود أفعال متباينة تجاه تلك التغيرات من أجل الاستمرار .

ثالثاً: مناقشة البحوث والدراسات السابقة:

يعتبر عرض الدراسات السابقة في أية دراسة من الخطوات المنهجية الهامة، حيث تناولت الدراسة عرضاً للتراث البحثي الذي اهتمت بموضوعاته بصفة رئيسية بموضوع الاستهلاك فقد لزم على الباحث أن يستعرض التراث البحثي في موضوع دراسته، وهو تراثٌ حافل بكثيرٍ من الدراسات ، وقد أفاضت الدراسات التي تناولت قضايا الاستهلاك اليوم في الحديث عن التغيرات الحاصلة في الاستهلاك نتيجة للتأثيرات الخارجية المختلفة التي يتمثل أهمها في الإعلام بمختلف وسائله ، الإنترنت والاتصالات والعولمة .

ويتناول الباحث الدراسات والبحوث المرتبطة بموضوع الدراسة من خلال العرض

التالي:

• دراسة أماني طولان، فائزة عبد المنعم (1996)⁽²⁾، [التكيف الهيكلي والنزعة الاستهلاكية] حيث تتطرق الدراسة من فرضية عامة مؤداها أن اتساع النزعة الاستهلاكية وانتشارها وتصدرها للسلم القيمي نتيجة لسياسات التكيف الهيكلي جعل من الاستهلاك

(1) Raye , Michael & others , A. Dictionary of Cultural and critical Theory , Blackwell Reference, USA , 1996, p 116.

(2) أماني طولان ، فائزة عبد المنعم ، التكيف الهيكلي والنزعة الاستهلاكية ، دراسة حالة لقرية مصرية ، ندوة سياسات التكيف الهيكلي في مصر، الأبعاد الاجتماعية، تحرير أحمد زايد وسامية الخشاب، الندوة السنوية الثانية لقسم الاجتماع، كلية الآداب جامعة القاهرة ، 1996م، ص 403 – 445 .

رمزاً لتحقيق المكانة الاجتماعية ، صاحب استنزاف فائض الإنتاج ، وفي كثير من الأحيان استنزاف أجزاء من الأصول الرأسمالية.

• دراسة أحمد زايد (1991)⁽¹⁾ [الاستهلاك في المجتمع القطري "أنماطه وثقافته"] حيث أجريت الدراسة على المجتمع القطري ، وتعد بالفعل دراسة رائدة ونموذجاً لدراسات الاستهلاك حيث طرحت التراث النظري في دراسة الاستهلاك والملاح العامة للاستهلاك ، حيث تناولت الاستهلاك كموضوع قائم بذاته ، كما تعرضت إلى الاستهلاك العادي، والاستهلاك غير العادي، ورمزية الاستهلاك، والاستهلاك كأسلوب للحياة، وأهم العوامل المؤثرة في العملية الاستهلاكية وضبط وترشيد الاستهلاك، وترى الدراسة أن انتشار الثقافة الاستهلاكية بين الأفراد الذين لا يستطيعون تحقيق متطلباتهم تخلق لديهم إحساساً بعدم الوجود في العالم الذي يدفعهم إلى الاستهلاك بشكل مغل إذا توافرت لديهم الإمكانية فالمزيد من الاستهلاك الترفي في هذه الحالة يخلق لديهم الألفة بالعالم، ويزيح عن أنفسهم الإحساس بأنهم لا شيء ويشعرهم بأن لهم وجوداً مثل الآخرين..

• دراسة جين بودريلارد [الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية عن تأثير ما بعد الحداثة (1996)] حيث كشفت الدراسة على أهمية التركيز على فهم العلاقات الاجتماعية للاستهلاك ويعكس هذا بدوره دخول متغيرات جديدة على أجندة النظريات وهي متغيرات ناجمة عن الثقافة الاستهلاكية ومنها ترابط الهوية الاجتماعية في مكان السوق وتنظيم التدفق ، وهنا أكد أن الثقافة الاستهلاكية محاولة لفهم ورسم خريطة اجتماعية جديدة يحددها الباحثون في مجال التسوق والإعلان ، فالناس عندما يتذوقون الطعام وينتقدونه فإن ذلك فهم منهم لما يستهلكونه، وأظهرت الدراسة أن الاستهلاك أصبح يتمركز حول صناعة الرموز، حيث تنتج سلعاً تتحول من دلالاتها المادية إلى دلالات رمزية معنوية

(1) أحمد زايد وآخرون ، الاستهلاك في المجتمع القطري ، أنماطه وثقافته ، ط1، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية ، الدوحة ، 1991م.

مما يؤدي إلى تغير في المعاني القديم فتولد معانٍ جديدة ذات دلالات رمزية يرتبط المستهلكون بها (1) .

• دراسة فاطمة عبد الستار شلبي (1988) [الأنماط الاستهلاكية والادخارية وعلاقتها بالتغيرات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع المصري] هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المتغيرات التي تؤثر على نمط الاستهلاك والادخار وأهم المتغير التي أدت إلى زيادة الاستهلاك وأثر المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية على شكل النسق القيمي ، كما هدفت إلى التعرف على أنماط الاستهلاك والادخار بين الفئات الاجتماعية المختلفة ، حيث بينت الدراسة ظهور أنماط من الاستهلاك الترفي كنتيجة للتغيرات الاجتماعية والاقتصادية ، وأظهرت الدراسة دور الإعلانات التجارية في وسائل الإعلام المختلفة وأثرها في زيادة الاستهلاك (2) .

• دراسة وفاق أحمد فوزي سيد (1991)(3) [السياسات الاقتصادية في تحليل أنماط الاستهلاك] هدفت الدراسة إلى إلقاء نظرة شاملة على سلبيات الأنماط الاستهلاكية السائدة وأثرها على زيادة الاستهلاك بصفة عامة والاستهلاك الأسري بصفة خاصة ، كما هدفت إلى بيان أثر السياسات المتبعة على النمط الاستهلاكي الأسري على تطور حجم الاستهلاك النهائي من السلع والخدمات حيث أظهرت الدراسة أن التنمية الاقتصادية والاجتماعية وما صاحبها من تحقيق معدلات مرتفعة من النمو نتج عنها تطلعات استهلاكية كبيرة نتيجة لاستحداث سلوكيات جديدة وكشفت الدراسة عن دور الإعلام في تأصيل هذه الأنماط الاستهلاكية حيث زاد الميل إلى الاستهلاك مقابل انخفاض معدل الادخار .

(1) Raye , Michael & others , A. Dictionary of Cultural and critical Theory , Blackwell Reference, USA , 1996, p 116.

(2) فاطمة عبد الستار قطب شلبي، الأنماط الاستهلاكية والادخارية وعلاقتها بالتغيرات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع المصري، في الفترة من 1952-1980م، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الدراسات الإنسانية ، جامعة الأزهر 1988 م.

(3) وفاق أحمد فوزي سيد ، تقييم السياسات الاقتصادية في تحليل أنماط الاستهلاك، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس 1991م.

• دراسة سعيدة عبيد سليمان (1997م)⁽¹⁾ [تأثير ثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة] حيث أظهرت الدراسة انتشار ثقافة مختلفة عن ثقافة الإمارات ، كما أوضحت انتشار ثقافة الاستهلاك حيث انغمس الناس في الترف والبهجة والاستهلاك الزائد والمغالاة فيه وضياع كثير من المدخرات التي كان يمكن أن توجه لتنمية المجتمع وتحديث

من العرض السابق يتضح لنا أن معظم الدراسات لم تتعرض لموضوع لاستهلاك كموضوع مستقل، إلا أن موضوع الاستهلاك ارتبط بموضوعات اجتماعية أخرى من الهجرة والانفتاح الاقتصادي وسياسات التكيف الهيكلي.

أما الدراسة الحالية بموضوعها الرئيسي والمحوري هو الاستهلاك وليس مجرد موضوع ثانوي أو أثر أو نتيجة لظواهر وموضوعات أخرى ، فهذه الدراسة تناولت الاستهلاك كموضوع قائم بذاته.

رابعاً: ملامح الرؤية النظرية في دراسة الاستهلاك :

الواقع أن هذه الرؤية السوسولوجية ترجع أصولها إلى العديد من الإسهامات التي قدمها بعض السوسولوجيين المتخصصين في دراسة الثقافة الاستهلاكية ، وتنعكس تلك الإسهامات في عديد من الاتجاهات النظرية المدعومة ببعض الدراسات ، ولذا نعرض البعض منها ، وتوضح إلى أي مدى يتم الاستعانة في معالجة موضوعنا هذا .

إن التحولات البنائية التي جرت في المجتمعات الغربية منذ منتصف القرن العشرين تقريباً كانت تدفع إلى الانتقال من مجتمع إنتاج السلع إلى مجتمع الخدمات والتحكم التكنولوجي العالي، وخصائص جديدة للاقتصاد الكوني وتزامن مع ذلك ملامح

(1) سعيدة عبيد سليمان عبيد، تأثير الثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة، دراسة على عينة من الأسر في دولة الإمارات ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 1997م.

وصيغ جديدة في الثقافة والحياة الاجتماعية أي تطور تاريخي جديد يطلق عليه الآن مجتمع ما بعد الحداثة⁽¹⁾.

وقد منح هذا التطور في مجتمع الخدمات اهتماماً غير مسبوق للتعبئة الجماعية فكان دمج الأغلبية يفرض إلى منحهم اهتمامات مادية واسعة وخاصة زيادة الاستهلاك ، وهو ما كان يحد من الانقسامات الأيديولوجية والخطط المثالية، مع بروز الخصائص التي تظهر ثقافة الاستهلاك في ظل الاقتصاد الرأسمالي ما بعد الحداثة الذي تصنع فيه الحاجات" ، لتصبح قابلة للتسويق من خلال الترويج والإعلان وفي هذا السياق تطور الجدل النظري الخاص بثقافة الاستهلاك وتظهر لدينا ثلاثة اتجاهات أساسية حول الثقافة الاستهلاكية.

الاتجاه الأول: يرى أن هذه الثقافة تفرض كنتيجة للتوسع في الإنتاج السلعي الرأسمالي الذي أدى إلى تراكم كم هائل من الثقافة المادية في صورة سلع استهلاكية وتزايد أماكن الشراء والاستهلاك وهو ما أفضى إلى بروز ظاهرة وقت الفراغ، وتنوع الأنشطة الاستهلاكية في المجتمعات الغربية المعاصرة⁽²⁾.

وقد بدأ البعض تشده هذا الاتجاه على اعتبار أنه يدعم نزوحاً أكبر إلى المساواة وحرية الفرد ، وهو ما يعبر عنه أنصار عمومية الثقافة خاصة في قضيتهم التي تشير إلى أن الثقافة الاستهلاكية قد أصبحت قاسم مشترك بين الطبقات جميعاً بل بين المجتمعات جميعاً، فأنماط الاستهلاك وفق رأيهم تدفع في اتجاه صهر العالم استهلاكياً وربما دمجها ثقافياً متجاوزاً بذلك كل الحضارات والمجتمعات والبيئات والجنسيات والطبقات⁽³⁾، بينما اعتبره البعض الآخر عاملاً على زيادة القدرة على التلاعب الأيديولوجي والاحتواء الإغوائي للجمهور بعيداً عن أنماط أفضل للعلاقات الاجتماعية،

(1) مارجريت رور: ما بعد الحداثة ، ترجمة : أحمد الشامي ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ، 1994م، ص 78 .

(2) مايك فيدرسون: الثقافة الاستهلاكية والاتجاهات الحديثة، ترجمة : محمد عبد الله المطوع، دار الفارابي ، بيروت 1991م، ص ص 39 - 42 .

(3) عبد الله عبد الخالق: العولمة "جنورها وفروعها وكيفية التعامل معها" عالم الفكر ، المجلد الثامن والعشرون، العدد أكتوبر - ديسمبر 1999م، ص 79 .

فقد خضعت الثقافة في ظل التطور الأخير، لنفس الظاهرة التي نشاهدها في مجال الاقتصاد حيث التمدد والانتشار ، فالتراكم اللانهائي لرأس المال يتطلب توجهها جماعياً نحو الاستهلاك كإحدى آلياته، لأن نظاماً كهذا لا بد أن يبشر بإمكانية التوسع بلا حدود⁽¹⁾، فالثقافة الغربية الحالية يجب أن تصبح ثقافة عالمية ، فهي تدرك قيمة الوصول إلى عقل ووجدان حتى أصغر القرى في المحيط العالمي، ولكن المشكلة في هذا الاتجاه أنه يلغي كلياً فاعلية الديناميات المحلية وآليات الاستقبال المتباين والخاص للوافد من الخارج.

أما الاتجاه الثاني : فمفاده أن الإشباع الذي يتولد عن المنتجات إنما يرتبط بمدخلها ذي التركيب الاجتماعي في إطار طريقة يعتمد فيها الإشباع والمكانة على عرض الفروق أو التمايزات والمحافظة عليها تحت ظروف التضخم.

وهنا يكون التركيز على الطرق المختلفة التي يستخدم بها الناس المنتجات من أجل خلف روابط اجتماعية أو تمايزات اجتماعية ، وهو ما يعبر عنه بورودود ودوجلاس وشرود، بان السلع تستخدم لوضع الخطوط بالنسبة للعلاقات الاجتماعية ، فليس فقط هو تمتعنا بالاستهلاك المادي للسلع ولكنها تستخدم رمزياً كقواصل اجتماعية.

ويرى بورودو أن أسلوب الحياة الأساسي يقوم على نمط حياة العائلة التي تمثل موقعها المناسب من طبقتها الاجتماعية ، وهو موقع يتشكل في جانب منه من خلال الاستهلاك ، وفي جانب آخر في ثقافة العائلة .

وقد استخدم بورودو المفاهيم المتفرعة عن مفهوم "رأس المال" التحليل، فرأس المال عنده يتشكل من ثلاثة أمور: الحجم والمستوى والمسار، ويرى بورودو أن رأس المال الثقافي له مصدران: الخلفية العائلية والمستوى التعليمي ، ويستطيع التعليم إلى حد ما أن يعوض عن الأصل العائلي بمساعدة الفرد على اكتساب الأذواق وأنماط السلوك التي نجدها عند أناس في مكانة معينة⁽²⁾

(1) مايك فيدرسون: الثقافة الاستهلاكية والاتجاهات الحديثة، مرجع سابق، ص 39 .

(2) John Hall & M.Neits culture : A sociological perspective . pren (1) tice – Hall inc USA 1993, pp 96-93.

أما الاتجاه الثالث : فيرتبط بالمتع الانفعالية الناجمة عن الاستهلاك والأحلام والرغبات التي تصبح موضع احتفاء في صور للثقافة الاستهلاكية ومواقع محددة للاستهلاك نولد إثارة جسدية مباشرة ولذات جمالية في كل الحالات.

وهنا نجد التركيز ينصب على التأثيرات الفورية والعمق أو الشدة وذوبان العلاقات والصور واختلاط الرموز ، حيث يتبادل الفن والواقع موقعيهما، فالدور المتعاضم للثقافة في المجتمعات المعاصرة يجعلها تتجاوز كونها مراكز للاستهلاك اليومي فحسب ولكن أيضاً كعرض لتشكيلة لا نهاية لها من السلع والتجارب الرمزية. يمكن أن نستخلص الآتي :

توضح معالجة الاتجاهات السابقة في خطها الأساس إلى أن التنظير حول ثقافة الاستهلاك ارتبط إلى حد كبير بالتحويلات التي جرت في مجتمع ما بعد الصناعة خاصة مع التبلور المتزايد لمجتمع الاستهلاك ، والواقع أن مفهوم ثقافة الاستهلاك وثيق الصلة بمفهوم المجتمع الاستهلاكي ، فالإتجاه الأول يرى أن الثقافة الغربية الحالية يجب أن تصبح ثقافة عالمية ، ولكن المشكلة مع هذا الإتجاه أن يلغي كلياً فاعلية الديناميات المحلية، وآليات الاستقبال المتباين والخاص للوافتد من الخارج.

أما الإتجاه الثاني وفي ضوء الطرح الذي قدمه لا تفهم الثقافة الاستهلاكية بوصفها ثقافة واحدة، ولكن ثمة أشكال متفاوتة تتصل بتمايز الجماعات ولعل الإثارة التي يقدمها هذه النظرية تتلخص في تنوع المعاني والدلالات والصور المتصلة بالاستهلاك وعرض الإتجاه الثالث آراءه في هذا المجال، أما الإتجاه الثالث فتبدو دلالة هذا المنظور أكثر ارتباطاً بأسلوب الحياة في المجتمعات الغربية الحديثة أو الشرائح من خارج هذه المجتمعات التي تتمكن من التواصل مع هذا الأسلوب أو أن تكون جزءاً من خيالات عالم المتعة .

خامساً: بيان محددات الاستهلاك: الأنماط والثقافة :

طرح علم الاجتماع الاقتصادي والإنترولوجيا الاقتصادية موضوع الاستهلاك كأحد المتغيرات الاقتصادية التي يمكن أن تتأثر بالمتغيرات الاجتماعية، وكذلك حال علم

الاجتماع الذي طرح هذا الموضوع كأحد المؤشرات الدالة على الطبقة الاجتماعية وخاصة الطبقة المترفة ، ولم يطرح الاستهلاك للدراسة السوسولوجية المتخصصة إلا في الثمانينيات ، حيث عقدت المؤتمرات ، وصدرت الدراسات السوسولوجية التي تتناول سوسولوجيا الاستهلاك⁽¹⁾.

وتتسم النظرة السوسولوجية للاستهلاك بالطابع الشمولي الذي يوسع من الاهتمام النفسي والاقتصادي به، إذ أنه ظاهرة عامة في كل المجتمعات كما أنه ليس مجرد إشباع الحاجات البيولوجية فقط، وإنما له عدد محدد من الوظائف في كل الثقافات التي بها فائض إنتاجي، فإعداد الطعام واستهلاكه يرتبط بقيمة جمالية تدفوقية وفنية" عند بعض الشعوب ، وهو دليل على المكانة خاصة في الثقافات ذات الفائض الإنتاجي سواء لدى شعوب البسيطة أم المعاصرة، وتعلو النظرة السوسولوجية والانتروبولوجية أيضاً من الجوانب المادية والمعنوية للاستهلاك ، ومن الجوانب المنظورة وغير المنظورة .

ومن ناحية أخرى ، فإن تأثير الاستهلاك يزداد وضوحاً على الأفراد فاقتصاد السوق وثقافة الاستهلاك ، قد تركا بصماتهما على خصوصية الأفراد وعلى العلاقات بينهم، فاقتصاد السوق القائم على الاستهلاك الجماهيري أفرز نوعاً جديداً من الذات تتسم بأنها موجبة بالآخرين وموجهة بالسوق لا تعتمد في تقدير نفسها على محددات داخلية بقدر ما تعتمد على أحكام الآخرين وقبولهم لها، وساعد على ذلك تقلص دور الأسرة وظهر مهن مساعدة تعتمد على أيديولوجية ليبرالية تؤكد على التوازن بين التكيف الاجتماعي للفرد وبين تعبير الفردي والحر عن ذاته وكانت نتيجة ذلك ظهور "الذات المعتمدة" التي تبحث عن الحقوق الفردية وتحقيق الذات الفردية والسعي نحو الخلاص الفردي والإفراط والأنانية وهكذا تحولت الذات تحت تأثير الاستهلاك المادي والاجتماعي - إلى ذات خاضعة لا تملك من أمرها شيئاً .

وفي هذا الصدد أكد الدكتور أحمد زايد على أن انتشار الثقافة الاستهلاكية بين الأفراد الذين لا يستطيعون تحقيق متطلباتها ، تخلق لديهم إحساساً بعدم الوجود في العالم

(1) أحمد زايد وآخرون ، الاستهلاك في المجتمع القطري، مرجع سابق، ص 64، 65 .

الذي يدفعهم إلى الاستهلاك بشكل مخل إذا توفرت لديهم الإمكانية ، فالمزيد من الاستهلاك الترفي في هذه الحالة يخلق لديهم الألفة بالعالم، ويزيح عن أنفسهم الإحساس بأنهم لا شيء ويشعرهم بأن لهم وجوداً مثل الآخرين⁽¹⁾، إن أنماط الاستهلاك تعتمد على النماذج التي يختارها الأفراد للتصرف في حياتهم اليومية في مجالات متعددة منها الغذاء والملبس والمسكن متأثرين بالبناء الاجتماعي الذي يعيشون فيه، وتنتقل هذه النماذج بين أفراد المجتمع بفعل عوامل الانتشار الثقافي لتصبح ظاهرة اجتماعية وتبرز أنماط الاستهلاك فيما يلي:

- 1- أن أنماط الاستهلاك عبارة عن نماذج تنتقل بين أفراد المجتمع .
 - 2- أن أنماط الاستهلاك تشمل الغذاء والملبس وما إلى ذلك .
 - 3- أن تصرف الأفراد حيال الاستهلاك في حياتهم اليومية يأخذ شكلاً من التكرار مما يجعلها تنتشر في المجتمع.
 - 4- أن أنماط الاستهلاك تنتشر في المجتمع .
 - 6- أن انتشار أنماط الاستهلاك يجعلها تتحول إلى ظاهرة اجتماعية.
- إن ثقافة الاستهلاك تتصف بالتحول السريع الذي يظهر على مستويات عديدة وخصائصها أن يصبح كل شيء قابلاً للتبادل مع أي شيء وتخضع المعاني للترتيب وخلق التناقضات بين ما هو كائن وما ينبغي أن يكون .
- أما عن أنماط الاستهلاك فيمكن عرض هذه الأنماط مجتمعة من خلال المعاجم السوسولوجية والانتروبولوجية ، فإذا كان تعريفها يعني الأساليب التي تنفق بها الأسرة أموالها لمواجهة حاجات بيولوجية واجتماعية وثقافية ، فإننا نشير إلى تلك الأنماط فيما يلي:

- 1- أنماط الاستهلاك العادية : وهي ما يتصل بالإنفاق على الحاجات الإنسانية التي تتخذ شكلاً مستمراً كالمسكن والملبس والتعليم والصحة... الخ .

(1) أحمد زايد وآخرون ، الاستهلاك في المجتمع القطري، مرجع سابق ، ص 67، 68 .

2- أنماط الاستهلاك غير العادية : وهي ترتبط بالإففاق في المناسبات الاجتماعية والدينية ، بالإضافة على أنماط الاستهلاك الجمعي الذي يمثل الخدمات وليس السلع⁽¹⁾.

3- أنماط الاستهلاك المظهري: وهو مصطلح يشير إلى الطبقة المترفة التي تتسم بالاستهلاك المظهري.

خامساً: ثقافة الاستهلاك بين العالمية والعولمة :

في عصر العولمة والتداول السلعي الحر، والتدفق الإعلامي والمعلوماتي لكافة الحواجز والحدود ، وفي ظل التحولات التجارية عابرة القوميات تحولت الثقافة كأسلوب حياة إلى سلعة قابلة للتداول والتسوق ووسيلة إعلانية فعالة تخترق العقول وتهتمش القيم الاجتماعية وتقضي على الهوية والخصوصية التاريخية لشعوب العالم .

لقد أصبحت ثقافة السلعة ورموزها المعن عنها أهم من جودة السلعة ذاتها وتحولت سلوكيات البشر من العقلانية والرشد إلى سلوكيات تميل نحو الوجدانية والعاطفة غير المدروسة، حيث ينزع المتلقي "المستهلك: نحو الرغبة في الاستهلاك والارتباط العاطفي بالسلعة دون وعي وإدراك وهو في الحقيقة قد لا يحتاج إلى هذه السلعة وبذلك تحولت قيم الإنتاج إلى قيم استهلاك.

1- النظام الرأسمالي وظاهرة الاستهلاك:

أكدت الدراسات الاجتماعية أن الاستهلاك لا يقتصر فقط على الجوانب المادية ، وإنما هناك جوانب معنوية واضحة ، فالأفراد يستهلكون بجانب السلع المادية ، الصور والرموز والمعاني التي ترتبط بها ، ولعل التسمية الرئيسية لثقافة الاستهلاكية هي أنها قد تستخدم أساليب متعددة لتحريك الرغبات والطموحات والأحلام ، فالنظام الرأسمالي منذ ولادته في المجتمعات الغربية وضع أسس لصناعة الاستهلاك ولذلك ساهم في خلق هذه الثقافة لإعداد جمهور مستعد لاستهلاك السلع الرأسمالية وفي الوقت نفسه نشر مضامين الثقافة الغربية.

(1) جوردن مارشال : موسوعة علم الاجتماع ، المجلد الثاني، ترجمة بعض أساتذة علم الاجتماع، مراجعة محمد الجوهري، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة، 2000م، ص 900 .

ويأتي في هذا الإطار تحريك رغبات الشعوب وخلق طموحات استهلاكية بغض النظر عن الحاجات إليها لدى المستهلكين، وفي سبيل ذلك أعدت الدول الرأسمالية الخطط والإستراتيجيات لخلق الأسواق والتوسع فيها والعمل من خلال وسائل سمعية وبصرية وآليات نشر ثقافة الاستهلاك .

إن العمل نحو اقتصاد السوق في بلدان العالم النامي ، وخاصة في ظل سياسات تحرير الاقتصاد والعولمة ساهم في خلق ثقافة الاستهلاك من اجل الترغيب وإلغاء العقل وإثارة العواطف وتحريكها لاقتنا السلع الرأسمالية المتداولة في الأسواق ، فكلما زاد الاستهلاك زادت القدرة الإنتاجية وتعاضم الفائض الاقتصادي لصالح الصفوة الاقتصادية وبالتالي دعم قدرتها السياسية⁽¹⁾.

ومن آليات النظام الرأسمالي في هذا الجانب العمل على دعم السياسات الكفيلة بتحريك رغبات المستهلكين ، فالسياسات الاقتصادية مثل الخصخصة وإعادة الهيكلية واتفاقيات التجارة الحرة وتطبيق اتفاقية الجات... الخ ، هي جزء من تدعيم ثقافة الاستهلاك وتميئتها، خاصة في العصر الراهن، فالدعم الاقتصادي من خلال الثقافة هو سمة العصر الحديث، عصر العولمة وتكنولوجيا المعلومات⁽²⁾.

2- التحولات البنائية والاستهلاك :

شهدت بلدان العالم الثالث تحولات كبرى في العصر الراهن ، وأدى الانفتاح الفكري والثقافي المتسارع إلى انتشار ظاهرة الاستهلاك وبروز مظاهر ثقافية مرتبطة بالسلع الاستهلاكية ، ولم تستطع بلدان العالم الثالث مجاراة المنافسة المفروضة في ظل الانفتاح والعولمة مما جعلها تستسلم لقوة وإبهار التيارات للثقافة الاستهلاكية الكونية المتدفقة وظهر ذلك بجلاء في انتشار الثقافة الاستهلاكية للأطعمة السريعة وشيوع

(1) هانس بيرمارتن وهارلوشومان: فح العولمة ، الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية ، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت ، 1998م، ص145 .

(2) أحمد مجدي حجازي، العولمة وتهميش الثقافة الوطنية ، رؤية نقدية من العالم الثالث ، عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، العدد الثاني، أكتوبر - ديسمبر 1999م، ص 134 .

الموسيقى الغربية وقد ساعد على تحقيق وتنامي وانتشار تلك الثقافة قيام الشركات العملاقة متعددة الجنسية بمقابلة الاستهلاك لكل قطاعات وشرائح المجتمع⁽¹⁾.

ورغم أن الثقافة الاستهلاكية ليست جديدة تماماً ، فقد جاءت وتنامت مع ولادة الرأسمالية في الغرب ، إلا أنها أصبحت أكثر رواجاً وانتشاراً في مرحلة التسعينيات حين دخل العالم مرحلة إلغاء الحواجز الاقتصادية بين الدول ، وبناء السوق العالمي الموحد وتشكلت ثقافة عالمية واحدة منتشرة في كل مكان وفي كل المجتمعات ، وأخذت السلع المادية دلالات اجتماعية ورمزية تتجاوز قيمتها المادية لتكسب قوة تدفع في اتجاه صهر العالم استهلاكياً ودمجه ثقافياً متجاوزة بذلك ثقافات الشعوب والطبقات والبيئات والجنسيات في انتشار ثقافة استهلاكية موحدة تعد نتيجة للتوسع في عملية الاستيراد على حساب الإنتاج، وظهور شرائح رأسمالية اعتمدت على استغلال مرحلة التحول نحو الانفتاح الاقتصادي على العالم، وقامت بأعمال غير إنتاجية، وأنشطة طفيلية كالمسرة، والمقاولات، وتجارة الأراضي والعقارات، والاستيراد وتجارة العملة ، ويتم ذلك بدعم من الشركات متعددة الجنسيات للكلاء المحليين في نشر الثقافة الاستهلاكية وترسيخها في عقول كافة الفئات والشرائح الاجتماعية من خلال الدعم الإعلامي والإعلاني لنشر الثقافة الاستهلاكية وتغلغلها داخل المؤسسات الاجتماعية المختلفة.

3- الإعلام وثقافة الاستهلاك

تؤكد البحوث والدراسات الإعلامية على أن عملية الترويج لثقافة الاستهلاك في عصر العولمة أصبحت صناعة غاية في الدقة وغاية في السهولة في نفس الوقت ، فهي تعتمد على وسائل تكنولوجية معقدة لتفتح المجال أمام التدفق الحر للمعرفة، وتحويل إنتاج المعلومات إلى صناعة تنتج سلعاً وتدعو إلى الانفتاح الحر، وطرح كل ما هو سهل وبسيط وسريع الانتشار .

لقد قامت فلسفة التأثير في المستهلك على سيادة مفهوم المنافسة كمحرك محوري للعولمة الاستهلاكية ، فالمنافسة في السوق العالمي تتطلب التكيف مع ثقافة هذا السوق،

(1) أحمد مجدي حجازي، العولمة وتهميش الثقافة الوطنية مرجع سابق ، ص 134.

ولذلك فهي تؤمن بحرية الإعلام وفتح المجالات الواسعة أمام الإعلان، وامتلاك وسائل الإعلام وأساليب الدعاية الإعلانية، وتجسيدا لهذه الفلسفة في الواقع العملي، تدفق الإعلام من خلال عدة أساليب منها تنوع الرسالة الإعلامية، وتجزئتها وخلق بيئة ثقافية تروج لبضائع وبيع الشركات المنتجة لتوسيع سوق الاستهلاك وتزيد من أعداد المستهلكين وتوحد من ثقافتهم⁽¹⁾.

ويتضح مما سبق أن عملية التأثير أصبحت خاضعة لمعايير معرفية يتحكم فيها من يمتلك وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال وتتم بصورة غير مباشرة عن طريق برامج مخططة، أما الصورة المباشرة للتأثير في المستهلك فتتم بصورة أساسية عن طريق الإعلان والهدف من ذلك إثارة غرائز الجمهور والترويج والحث على الشراء وخلق تطلعات ترفية عن طريق الصور التي تجعل السلع المعلن عنها مرغوباً فيها ومقنعة وميسرة ويمكن الحصول عليها بطرق ملائمة لمعظم قطاعات المجتمع حتى لو أدى ذلك إلى تدهور أحوالهم المعيشية.

سادساً: الاستخلاصات الأساسية للدراسة:

- يعد الاستهلاك ثقافة تتحرك عبر المجتمع وترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعلاقات بين الأفراد والجماعات وبالتفاعلات المستقرة في الجماعة فالثقافة في مجملها هي أساليب حياة الجماعة وطرائقها في العيش، أو هي نتاج النشاط الإنساني المعقد بجوانبه المادية وغير المادية أو بجوانبه المادية الرمزية.

- إن الاستهلاك ظاهرة أعمق من كونها ظاهرة مادية، فالاستهلاك له جوانب مادية ملموسة تنعكس في السلع والمقتنيات المختلفة، ولكنه في نفس الوقت ظاهرة معنوية ثقافية ويتجلى ذلك في عدة أبعاد، أولها: أن عملية الاستهلاك نفسها عملية نفسية اجتماعية، فالفرد يستهلك الصور كما يستهلك السلع المادية.

أما البعد الثاني فإن الاستهلاك يمتد بوظائفه إلى خارج نطاق الاستهلاك المادي، ذلك أن الاستهلاك لا يشبع الحاجة المادية فحسب بل يدعم علاقات اجتماعية قائمة بالفعل.

(1) أحمد مجدي حجازي، العولمة وتهميش الثقافة الوطنية، مرجع سابق ص 138.

والبعد الثالث يرتبط برمزية الاستهلاك حيث أن الاستهلاك السلع يخلق أشكالاً من التميز الاجتماعي.

- إن التغييرات في الدخل وتحسنه وانتشار مظاهر الثقافة الاستهلاكية قد أدخلت أبعاداً جديدة على أنماط الاستهلاك في المناسبات المختلفة وقد تجلى ذلك في مظاهر عديدة أهمها تزايد حجم الإنفاق على المناسبات المختلفة خاصة المناسبات الدينية ، كالأعياد، والمناسبات الاجتماعية كالزواج.

- إن الاستهلاك ظاهرة معقدة لها جوانبها المادية السيكولوجية والاجتماعية والثقافية ، كما أن الاستهلاك الحديث لا يلغي الثقافة التقليدية تماماً بل إن الثقافة التقليدية تستمر . ترتبط ثقافة الاستهلاك باستهلاك المعاني والخبرات والصور وأسلوب عرض السلعة والإعلان عنها ويسعى إلى تثبيتها في ذهن المستهلك ، كما أن دراسة الاستهلاك غير العادي يبين مظاهر وديناميات الالتقاء بين الثقافة الاستهلاكية والثقافة التقليدية.

تمثل الثقافة الاستهلاكية شكلاً أساسياً من أشكال الثقافة الإنسانية ، وترتبط الثقافة الاستهلاكية بعملية شراء السلع والخدمات المختلفة التي يرى الأفراد أنها صالحة لإشباع رغباتهم، وتحدد ثقافة الاستهلاك نتيجة للتفاعل بين خصائص الفرد ومكوناته السيكولوجية الأساسية والبيئة المحيطة به، بمعنى أن تصرفات الإنسان في مجال الشراء والاستهلاك تتحدد جزئياً على أساس هذه المكونات السيكولوجية .

- تتسم الثقافة الاستهلاكية بأنها رمزية تكثر من إنتاج الرموز والعلامات كما تتصف بالتحول السريع الذي يظهر على مستويات عديدة ، وخلصتها أن يصبح كل شيء قابلاً للتبادل مع أي شيء وتخضع المعاني للترفيف وخلق التناقضات بين ما هو كان وما ينبغي أن يكون .

قائمة المصادر والمراجع

- 1- أحمد زايد وآخرون: الاستهلاك في المجتمع القطري ، أنماطه وثقافته ، الدوحة ، مركز الوثائق للدراسات الإنسانية بجامعة قطر، 1991 م.
- 2- أحمد مجدي حجازي، العولمة وتهميش الثقافة الوطنية ، رؤية نقدية من العالم الثالث ، عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، العدد الثاني، أكتوبر - ديسمبر 1999م .
- 3- أماني طولان ، فائزة عبد المنعم ، التكيف الهيكلي والنزعة الاستهلاكية ، دراسة حالة لقرية مصرية ، ندوة سياسات التكيف الهيكلي في مصر، الأبعاد الاجتماعية، تحرير أحمد زايد وسامية الخشاب، الندوة السنوية الثانية لقسم الاجتماع، كلية الآداب جامعة القاهرة ، 1996م.
- 4- جوردن مارشال : موسوعة علم الاجتماع، ترجمة محمد الجوهري، وآخرون، ج1، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ، 2002 م.
- 5- جوردن مارشال : موسوعة علم الاجتماع ، المجلد الثاني، ترجمة بعض أساتذة علم الاجتماع، مراجعة محمد الجوهري، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة، 2000م.
- 6- سعيدة عبيد سليمان عبيد، تأثير الثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة، دراسة على عينة من الأسر في دولة الإمارات ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 1997م.
- 7- شارلوت سيمور سميث : موسوعة علم الإنسان ، ترجمة محمد الجوهري، وآخرون المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ، 2002 م.
- 8- عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1989م.
- 9- عبد الله عبد الخالق: العولمة "جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها" عالم الفكر ، المجلد الثامن والعشرون، العدد أكتوبر - ديسمبر 1999م.
- 10- علي ليلة : التوجه الاستهلاكي في القرية المصرية ، تأملات في حقبة السبعينيات ، المؤتمر الدولي الحادي عشر للإحصاءات والحاسبات العملية والبحوث الاجتماعية ،

والسكانية ، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، 29 مارس إلى 3 أبريل 1986م.

11- فاطمة عبد الستار قطب شلبي، الأنماط الاستهلاكية والادخارية وعلاقتها بالتغيرات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع المصري، في الفترة من 1952-1980م، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الدراسات الإنسانية ، جامعة الأزهر 1988 م.

12- مارجريت رور: ما بعد الحداثة ، ترجمة : أحمد الشامي ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ، 1994م.

13- مايك فيدرسون: الثقافة الاستهلاكية والاتجاهات الحديثة، ترجمة : محمد عبد الله المطوع، دار الفارابي ، بيروت 1991م.

14- مصطفى حجازي: التخلف الاجتماعي ، مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور، ط2، معهد الإنماء العربي، بيروت، 1998 م.

15- هانس بيرمارتن وهارلوشومان: فخ العولمة ، الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية ، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت ، 1998م.

16- وفيق أحمد فوزي سيد ، تقييم السياسات الاقتصادية في تحليل أنماط الاستهلاك، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس 1991م.

17- Raye , Michael & others , A. Dictionary of Cultural and critical Theory , Blackwell Reference, USA , 1996.

18- John Hall & M.Neits culture : A sociological prespective . prentice Hall inc USA 1993.