مركز براثا للدراسات والبحوث
Baratha Center for Studies and Research

مقالات

فلسفة الاستهلاك في المجتمعات العربيّة

علي مهدي رعد

2024

www.barathacenter.com

فلسفة الاستهلاك في المجتمعات العربيّة

عليّ مهدي رعد

◆ تاريخ الطبعة:
2024 م- 1446هـ

◆ مكان الطبعة:
بيروت - بغداد

© جميع الحقوق محفوظة للمركز

فلسفة الاستهلاك في المجتمعات العربيّة

◄ عليّ مهدي رعد[1]

ملخّص

لم يصل الاستهلاك مرحلة الذروة في المجتمعات العربيّة، إلّا مع الرأسماليّة المعولمة التي نعيشها، وخصوصًا مع الطفرة التقنيّة في تكنولوجيا الاتّصال والتواصل والمعلومات. فعلى الرغم من الآثار الإيجابيّة للثورة العلميّة الحاليّة في التكنولوجيا، إلّا أنّها شرّعَت الأبواب أمام الشعوب العربيّة، وغدَت هذه الشعوب أكثر عرضةً لتغيّرات قيميّة؛ فالتكنولوجيا الحاليّة هي في أيدي قلّة من المحتكرين في الغرب، وليس لديهم سوى نموذج واحد للتصدير، وهو نموذجٌ مبنيٌّ على تغيير المجتمعات العربيّة، ثقافيًّا وخُلُقيًّا واقتصاديًّا، بما يتماشى مع فلسفتهم؛ وذلك لتحقيق أقصى منفعة ممكنة، حتّى لو شُيِّد ذلك على أنقاض الطبيعة والإنسان. كان من نتائج الرأسماليّة المعولمة، تنميطُ الحياة بنسَب متفاوتة في المجتمعات العربيّة، إذ بدأَت الأخيرة تفقد أصالتها وهويّتها وثقافتها، وتجلّى ذلك بمحاكاة الغرب في قيمهم وثقافتهم، بل وفلسفتهم للحياة على وجه هذه البسيطة. ومذ ذاك، أضحى العالم العربيّ -بأغلبيّته- سوقًا تصريفيًّا للسلع والخدمات والقيم الغربيّة، لا بل غرق في وحول الاستهلاك الشامل، بدلًا من الإنتاج الشامل.

الكلمات المفتاحية:

الرأسماليّة، الفردانيّة، النزعة الاستهلاكيّة، ثقافة الاستهلاك، التبعيّة، الاستهلاك، الاستهلاك المظهريّ، الاستهلاك الإدمانيّ، الاستهلاك القهريّ.

1 - طالب دكتوراه في العلاقات الدوليّة.

مقدّمة

يمكـن تعريـف ثقافـة المسـتهلك بأنّها الوضـع الاجتماعـيّ والقيم والأنشـطة التي تدور حول استهلاك السلع والخدمات، إذ تُعَدّ شكلاً من أشـكال الثقافة المادّيّة التي يسهّلها السـوق، وتُعَدّ وسيلة رئيسة لتعريف الذات[1] . ومن ثمّ، يمكن وصف جميع الأنشـطة الرامية إلى تلبية أيٍّ من هذه الاحتياجات، بأنّها اسـتهلاك. ويُعرَّف مفهوم الاسـتهلاك أيضًا، بأنّه أيديولوجيّة عالَم اليوم، ويتعرّض للنقد، سـلبًا وإيجابًا، على حدّ سـواء، شأنه شـأن الأيديولوجيّات كلّها. وتقوم هذه الأيديولوجيا على حياة أكثر ثراءً كنتيجة لزيادة الإنتاج وزيادة الاسـتهلاك، وتُعَدّ عاملاً مقيّدًا للحرّيّة، بحيث يجري التأثير على المجتمع بالوسائل الدعائيّة كلّها؛ لكي يصبحوا -في نهايـة المطاف- مدمنين على التسـوّق (Shopaholic)، وهكذا يفقد

1 - Rethinking consumer behavior for the well-being of all Reflections on individual consumer responsibility, p.16.

المجتمع حرّيّته في اختيار نمط حياته[1].

وللسلع الاستهلاكيّة أهمّيّة تتجاوز طابعها النفعيّ وقيمتها التجاريّة. تكمن هذه الأهمّيّة، إلى حدّ كبير، في قدرتها على حمل المعنى الثقافيّ وإيصاله[2]. لذا، لا يمكن اختزالها فقط بالمعنى المادّيّ، وهنا جوهر الموضوع. لذلك، ناقش الكثير من الباحثين الموضوع من زاوية مدى قدرة ثقافة الاستهلاك على تشكيل أيدولوجيّات وهويّات جديدة تتماشى مع النظام الرأسماليّ-النّيُوليبراليّ الذي غزا المجتمعات العربيّة، إلى حدّ أن وصل إلى مرحلة متقدّمة في بناء الشخصيّة الاستهلاكيّة، التي لا تستهلك السلع المادّيّة فحسب، بل القيم الغربيّة بمفرداتها ومضامينها كلّها، حتّى أصبح النمط الغربيّ اللبيرالي متأصّلاً في المنطقة العربيّة، ومن ثمّ غدَت المجتمعات العربيّة ضحيّة من ضحايا النظام الرأسماليّ «المتوحّش».

لا شكّ في أنّ أوّل ما يطرأ على الذهن، حين يكون بصدد فهم النزعة الاستهلاكيّة، أن نتساءل عن الطريقة التي تنشأ بها؛ أي عن العلّة المنتِجة لها، أهو النظام الرأسماليّ-النّيُوليبراليّ؟ أم إنّها طبيعة الفرد التي تميل إلى تلبية

1 - Işıl Arıkan Saltık; et Al.: Consumption, consumer culture and consumer society, p. 183.

2 - Grant McCracken: Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods, p. 71.

الاحتياجات الطبيعيّة؟ تُحلِّل هذه المقالة الأساس الفلسفيّ لنزعة الاستهلاك في المجتمعات العربيّة، ومدى خطورتها على المجتمع.

أوّلًا: المقاربة الفلسفيّة

يعرّف الفيلسوف الإسلاميّ (السيّد محمّد باقر الصدر)، في كتاب «فلسفتنا»، حبَّ الذات، على أنّه: «... حبّ الإنسان لذاته وتحقيق مشتهياتها الخاصّة. بل لو لم يكن حبّ الذات طبيعيًّا وذاتيًّا للإنسان، لَما اندفع الإنسان الأوّل -قبل كلّ تكوينة اجتماعيّة- إلى تحقيقِ حاجاته، ودفعِ الأخطار عن ذاته، والسعيِ وراء مشتهياته بالأساليب البدائيّة التي حفظ بها حياته وأبقى وجوده؛ وبالتالي خوض الحياة الاجتماعيّة، والاندماج في علاقات مع الآخرين، تحقيقًا لتلك الحاجات، ودفعًا لتلك الأخطار...»[1]. يحاول (السيّد الصدر) في التعريف أعلاه، أن يضع حدودًا لحبّ الذات، بحيث لا يقع الإنسان في فخّ الأنانيّة والأهواء والرغبات. صحيحٌ أنّ على الإنسان أن يسعى إلى تلبية حاجاته انطلاقًا من حبّ الذات الذي أوجدَه الله تعالى في فطرته، بَيْدَ أنّ هذه الحاجات لا ينبغي أن تتحوّل إلى نزعةٍ أو ميولٍ من أجل إرضاء النفس.

تعاني مجتمعات العالم في وقتنا المعاصر، وبخاصّة في المنطقة العربيّة،

1 - محمّد باقر الصدر: فلسفتنا، ص 84.

من الاستسلام للنزعة الاستهلاكيّة، التي بدأت منذ زمنٍ بتشويه المجتمع وتغييره تدريجيًّا. طبعًا، حينما نثير مسألة النزعة الاستهلاكيّة في العالم العربيّ، يصبح من المستحيل فصلها عن النظام الرأسماليّ-النّيُوليبراليّ الذي يتسيّد هذا العالَم بمسمّيات تصعب مقاومتها. يقول (السيّد الصدر) في هذا السياق: «... إنّ النظام الديمقراطيّ الرأسماليّ قام على الإيمان بالفرد إيمانًا لا حدّ له، فالمقياس الخُلُقيّ لهذا النظام هو المنفعة واللذة (Hedonism). فالنظام الرأسماليّ مادّيٌّ بكلّ ما للّفظ من معنى. وكان من جرّاء هذه المادّيّة التي زخر النظام بروحها، أن أُقصِيَت الأخلاق من الحساب، ولم يُلحَظ لها وجودٌ في ذلك النظام، أو بالأحرى، تبدّلَت مفاهيمُها ومقاييسُها، وأُعلِنَت المصلحة الشخصيّة كهدف أعلى، والحرّيّات جميعًا كوسيلة لتحقيق تلك المصلحة...»[1]. ويمكن القول إنّ الخطّ العريض لهذا النظام هو أنّ مصالح المجتمع بمصالح الأفراد، فالفرد هو القاعدة التي يجب أن يرتكز عليها النظام الاجتماعيّ، والدولة الصالحة -بزعم الرأسماليّة- هي ذاك الجهاز الذي يُسخَّر لخدمة الفرد وحسابه، والإدارة القويّة لحفظ مصالحه وحمايتها[2].

كانت الثورة العلميّة الكبرى في القرنَين السادس عشر والسابع عشر بمثابة توطئة لمرحلة التطوّر الصناعيّ في القرن الثامن عشر، والذي أدّى، في

1 - محمّد باقر الصدر: فلسفتنا، ص.ص. 58 - 59.
2 - محمّد باقر الصدر: فلسفتنا، ص 55.

نهاية المطاف، إلى الثورة الصناعيّ (Industrial Revolution) في إنجلترا، وسرعان ما انتشرَت الثورة الصناعيّة في الدول الأوروبيّة وسائر أجزاء العالم، بدرجـات متفاوتة. تميَّـزَت هذه المرحلة باسـتخدام الآلـة في الإنتاج على نطاق واسع، والاعتماد على السلع المصنوعة بوصفها موردا رئيسًا من موارد الإنتاج. على مدى أجيال، ركّز الباحثون على التصنيع في القرن الثامن عشر، لتعيين بداية الرأسـماليّة، وأطلقوا عليها اسم «الثورة الصناعيّة»، وهذا يمكن فهمه، نظرًا لأنّ الظهور المثير للمصانع الحافلة بالماكينات المتفاعلة والعمّال المنضبطين اختلف اختلافًا جذريًّا عن الأوضاع من قبل[1]. ومنذ ذلك الحين، تكرّسَت الرأسماليّة كنظامٍ اجتماعيّ واقتصاديّ وثقافيّ في تلك البلاد.

على الرغم من النقلة النوعيّة للثورة الصناعيّة، بَيْدَ أنّها أدّت إلى ولادة طبقة اقتصاديّة رأسماليّة لم تكتفِ بالأسواق المحلّيّة فحسب، بل انبرَت إلى أسواق جديدة لتصريف فوائـض الإنتاج؛ فالديناميّات التي تقوم عليها الرأسـماليّة مبنيّةٌ على التوسّع في أصقاع الأرض كلّها، بغرض مراكمة المزيد من الأرباح. وهذا -بدوره- أفضى إلى جلب الويلات على مجتمعات دول العالم الثالث، وخاصّة العربيّة منها. ومذ ذاك، بدأَت المجتمعات العربيّة تجنح، شيئًا فشيئًا، إلى تبنّي النزعة الاستهلاكيّة، بدلاً من الإنتاجيّة.

1 - جويس أبلبي: الرأسماليّة: ثورة لا تهدأ، ص 19.

ثانيًا: النزعة الاستهلاكيّة (Consumerism)

النزعة الاستهلاكيّة هي نظريّة اقتصاديّة، مفادها أنّ الإنفاق الاستهلاكيّ هو مفتاح رفاهية الفرد، وأهمّ عامل يقود النموّ الاقتصاديّ للبلد. تعتمد الاقتصادات الرأسماليّة على استهلاك السلع، وتشجّع سكّانها على الشراء بما يتجاوز احتياجاتهم الأساسيّة؛ للحفاظ على ازدهار الاقتصاد. وتعمل عبر خلق نظام اقتصاديّ يشجّع المستهلكين على شراء المزيد، عبر الضغط الاجتماعيّ والإعلانات والتلاعب، وجعلك تعتقد بأنّك ستكون أكثر سعادة إذا امتلكتَ سلعةً معيّنة[1]. توفّر النزعةُ الاستهلاكيّة بعضَ الشعور بالحرّيّة والتعبير الفرديّ، مَهما كانت النتيجة جوفاء، وتعطي شعورًا بالانتماء إلى كلّ ما هو أكبر، والقدرة على الوصول إلى كلّ ما هو حديث، وتعوّض الفرد عن القيام بأيّ سلوك تغييريّ يتعارض مع النزعة الاستهلاكيّة[2].

تُعرَّف النزعة الاستهلاكيّة أيضًا، على أنّها أيديولوجيا نشطة، يتجلّى فيها معنى الحياة في شراء الأشياء والتجارب المعبّأة مسبقًا، التي تنتشر عبر الرأسماليّة الحديثة. تعمل هذه الأيديولوجيا الاستهلاكيّة على إضفاء الشرعيّة

1 - Written by Masterclass, 082022/08/.
<https://www.masterclass.com/articles/consumerism-definition>

2 - Peter N. Stearns: Consumerism in world history: the global transformation of desire, p. 138.

على الرأسـماليّة في الحياة اليوميّة والممارسات اليوميّة لكثير من الناس في العالم، وتحفيز الناس على أن يصبحوا مستهلِكين في الخيال، كما في الواقع. ويرى الفيلسـوف اليونانيّ (أبيقـور) صاحب نظريّة اللذّة، أنّ أهمّ ما يسـعى إليه الإنسـان هو اللـذّة. ويدّعي أنّ البشر، على المسـتوى الخُلُقي، يركّزون عـلى تعظيم اللذّة وتقليـل الألم. وبناءً على ذلك، تكمن القيمة في السـعي وراء اللذّة[1]. وهكذا، يصبح الإنسـان مسـتهلِكًا بنحوٍ تدريجيّ، ليس لتلبية الحاجات الفيسولوجيّة فحسـب، بل من أجل الحصول على المتعة واللذّة، إلى أن تصل الأمور إلى حـدّ الوقوع في فخّ الإدمان. وثمّة أنماط متنوّعة من الاستهلاك، نذكر أهمَّها بإيجاز:

1 - الاستهلاك المظهريّ (Conspicuous consumption)

حُلِّـلَ مفهوم «الاسـتهلاك المظهريّ» لأوّل مرّة، مِن قِبَـل عالِم الاجتماع والاقتصاديّ الأميركيّ (ثورشـتاين فيبلن - Thorstein Veblen)، في دراسته «نظريّـة الطبقة المترفة» في نهاية القرن التاسـع عشر. ووفقًـا لِـ(فيبلن)، فإنّ الجيـل الأوّل الذي أصبح ثريًّا في عصر التصنيع، ظلّ يعيش حياة متواضعة، في حين بدأ الجيلان الثاني والثالث بالاسـتهلاك، بدلًا مـن الإنتاج. أهمّ ما في هذا المفهوم، أنّ الاسـتهلاك يُظهِـر القوّة الماليّة والمكانـة والطبقيّة في

1 - Consumption, consumer culture and consumer society, p.190.

المجتمع، في حين يثير غيرة الآخرين. ويَفترض (فيبلن) أيضًا، أنّ الدافع وراء السلوك البشريّ هو تقليد الآخرين، وأنّ الثروة تمنح الشرف والقوّة[1]. وفي السياق ذاته، يرى عالِم النفس التطوّريّ (جيفري ميلر - Jeffrey Miller) أنّ الرأسماليّة الاستهلاكيّة هي آلة إشارات عملاقة لأغراض الانتقاء الجنسيّ؛ إذ يُبذَل الكثير من الجهد في إرسال الإشارات عبر الاستهلاك، بدلاً من بذلِ جهدٍ كبير يجعلنا سعداء بحقّ[2].

2 - الاستهلاك الإدمانيّ (Addictive Consumption)

يعني الإدمان على السلع أو الخدمات كاعتمادٍ نفسيٍّ أو فسيولوجيّ، مثل الكحول والمخدّرات والنيكوتين، إلخ. على الرغم من أنّ الإدمان يرتبط -بشكل عامّ- بالمخدّرات، إلّا أنّه -في الواقع- يشمل أيّ نوع من المنتجات أو الخدمات التي تُستَهلَك من أجل التغلّب على العوائق، أو إشباع حاجة ذات قيمة قصوى. تبرز أيضًا مسألة الإدمان الرقميّ، نظرًا لأنّ بعض الأشخاص المدمنين على الإنترنت يعطون أهمّيّة لحياتهم الافتراضيّة أكثر من حياتهم الحقيقيّة، فإنّ هذا النوع من الإدمان يصبح ضارًّا بنحوٍ متزايد[3].

1 - Consumption, consumer culture and consumer society, p.185.

2 - Oliver Burkeman: "This column will change your life: Conspicuous consumption", 222009/08/. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2009/aug/22/change-your-life-conspicuous-consumption>

3 - Consumption, consumer culture and consumer society, p.187.

3 - الاستهلاك القهريّ (Compulsive Consumption)

الاستهلاك القهريّ هو عمليّة تسوُّق من النوع المتكرّر والمفرط، للتغلُّب على مشـاعر القلق والملل والاكتئاب والتوتُّر أو الدونيّة. ويُعَدّ هذا النوع من التسـوُّق الإدمانيّ أو الاعتياديّ غير طبيعيّ. ويتجلّى إنفاق الفرد في رغبةٍ لا يمكن السـيطرة عليها في التسـوُّق، أو شراء المنتجات المادّيّة، أو الإنفاق. ويضع المسـتهلكون المادّيّون مؤشّرات نجاحهم في الحياة مع التركيز على تحقيق الأهداف المادّيّة، وهذا قد يحوّل سلوكاتهم -تدريجيًّا- نحو القهريّة[1]. ووفقًا لتقارير المعالجين، يزيد عدد النساء المصابات باضطراب الاستهلاك القسريّ بأربعة أضعـاف عن عدد الرجال. وفي حين يتّجه الرجال نحو شراء المعدّات أو السـيّارات أو الأسـلحة من أجل الحصول على الشعور بالقوّة، تفضّـل النسـاء شراء مسـتحضرات التجميـل والملابس من أجل تحسـين العلاقات الشخصيّة[2]. وإلى جانب هذه الأنماط من الاستهلاك، يوجد أيضًا الاسـتهلاك الرمزيّ (Symbolic Consumption)، والاسـتهلاك المقدّس (Sacred Consumption).

1 - Ibrahim Tantawi: Materialism, life satisfaction and Compulsive Buying Behavior: An empirical investigation on Egyptian consumers amid Covid-19 pandemic, p. 7.

2 - Consumption, consumer culture and consumer society, p.187.

ثالثًا: العولمة والنزعة الاستهلاكيّة في المجتمعات العربيّة

ثمّة عوامل مركّبة وتراكميّة أسهمَت في تشكيلِ المجتمعات العربيّة الاستهلاكيّة، ووضعِها في مصافّ «المجتمعات المتخلّفة». فقد أسهم الاقتصاد النِّيُوليبراليّ-الرأسماليّ المعولم في تشكيل مجتمعات ذات نزعة استهلاكيّة (Consumerism)، خاصّةً في المنطقة العربيّة. وفي هذا السياق، يقول المفكّر المصريّ (عبد الوهّاب المسيري) عن المجتمعات الاستهلاكيّة: إنّه يجري «إغواء الإنسان بأنّ حقَّه الأساسيّ هو الاستهلاك، وأنّ إشباع اللذّة هو أقصى تعبير عن الحرّيّة الفرديّة، إذ أصبح من الممكن إغواء الإنسان وإيهامه بأنّ ما يرغب فيه هو قرار حرٌّ نابع من داخله، ولكنّه في الحقيقة، شاهَدَ مئات الإعلانات التي ولّدَت الرغبة الذاتيّة، وأوجدَت عنده الرغبة التلقائيّة».

تخلق ظاهرة العولمة اليوم ثقافةً عالميّةً تتكوّن من «الثقافات الفرعيّة». فالمستهلكون في أنحاء العالم أجمع، على دراية بالكثير من الأسماء التجاريّة العالميّة في الوقت الحاضر، في مختلف القطاعات، مثل: «ماكدونالدز» و«هوجو بوس» و«نايكي» و«إيكيا» وغيرها. ومع ذلك، فإنّ كلَّ مستهلكٍ يتصرّف بنحوٍ مختلف عن الآخر؛ بسبب اختلاف مستويات التثاقف (Acculturation) لدى الأفراد المنتمين إلى كلِّ ثقافة فرعيّة[1]. ويشير مفهوم «التثاقف» إلى العمليّة التي يستوعب الأفراد، عبرها، المعاييرَ الثقافيّة للجماعات أو المجتمع الذي

1 - Consumption, consumer culture and consumer society, p.193.

ينتمون إليـه. وعبر هذه العمليّة، يبدأ الناس بتغيـير أفعالهم ووجهات نظرهم، بنـاءً على معايير المجموعة والمجتمع والعالم. ويمكن أن تتأثّر فعالية التثاقف وانتشاره بعوامل عدّة، بما في ذلك رغبة الفرد في التكيّف مع الأعراف الثقافيّة. ومع انفتاح العالم على مصراعَيه، ظهرَت تحدّيات ثقافيّة تسـتهدف سـلوكات الإنسان على مستوى العالم، وخاصّةً في العالم العربيّ.

وفي ظـلّ هذا العالم المعولم، وبسـبب التقانة العاليـة في الاتّصالات والتواصـل، أضحـى العالم العـربيّ عرضةً، أكـثر فأكثر، لتغـيّرات قيميّة على مسـتوى الفرد والمجتمـع، والتي تمثَّلَـت بصياغة نزعة اسـتهلاكيّة في العقل العربيّ لا سـابق لهـا في التاريخ العربيّ الحديـث، إذ أدّت في نهايـة المطاف، إلى تبعيّـة اقتصاديّة عميـاء. ويُقصَد بالتبعيّـة الاقتصاديّة (Economic Dependence) تلـك العلاقـة غـير المتكافئـة بـين الدول المتقدّمة والدول النامية، القائمة على الاسـتغلال والتبادل غير المتكافئ، وأسلوب الاستثمارات والمعونات التي تشكّل عودةً للاستعمار الجديد[1]. (لسنا بوارد التطرّق إلى التبعيّة بـأبعادها وأسبابها، فهذا يحتاج إلى مباحث أخـرى). لكن ما نودّ قوله هنا، هو أنّه على الرغم من حصول الدول العربيّة على «الاستقلال السياسيّ»، فقد سَـعَت الدول الرأسماليّة المتقدّمة، التي

1 - محمّد السمّاك: قياس التبعيّة الاقتصاديّة للوطن العربيّ وتأثيراتها الجيوبولتيكيّة المحتملة، ص 11.

راكمَت رأسَمال كبيراً من مستعمراتها السابقة، إلى تطوير آليّات جديدة من التبعيّة، لتجعل من الاستقلال السياسيّ العربيّ استقلالاً صوريًّا فارغًا من أيّ مضمون، حتّى يتسنّى لها ممارسة نوع من الاستعمار، وهو الاستعمار الاقتصاديّ[1].

في مقابلة أجراها موقع «ثمار» مع الدكتور والباحث الاقتصاديّ (عليّ القادري)، «حول الإمبرياليّة، ونظريّة القيمة، والرأسماليّة، ودور الهدر في مراكمة الرأسمال»، يعتقد القادري، أنّ مسألة الحفاظ على الأمن الغذائيّ والسيطرة عليه ليست عمليّة ماليّة فحسب للدول الأوروبّيّة، بل تأتي في إطار تعزيز «الريع الإمبرياليّ». تدعم الدول الأوروبيّة الزراعة والمزارعين في دولهم الأوروبية، على الرغم من الكلفة الكبيرة التي تتكبّدها هذه الدول، ولا تستورد غذاءها من الجنوب، وذلك للحفاظ على الأمن الغذائيّ وديمومته. فعلى سبيل المثال، إنّ الاتّحاد الأوروبيّ ينفق حوالي 200 مليار دولار على المعونات الزراعيّة؛ كي لا يتّكل -ولو جزئيًّا- على العالم الثالث، فأيّ اتّكاليّة كهذه من الممكن أن تهدر قوّته. ومن ثمّ، فإنّ النفقات الغربيّة على المعونات في بلدانهم تُقَدَّر بتريليون دولار في بعض المصادر، في حين كلفة سدّ العجز الغذائيّ العالمي للقضاء على المجاعة لا تتعدّى

1 - نادر فرجاني: هدر الإمكانيّة، ص 79.

السـتّين مليار دولار[1]. لـذا، يُعَدّ الاكتفاء الذاتيّ الغـذائيّ عاملاً مهماً في الحفاظ على اسـتقرار الدول واسـتقلاليّتها، فالغذاء حاجة فيسـيولوجيّة مرتبطة بالحفاظ على كيان الإنسـان، إذ يُعَدّ من أهمّ نقاط القوّة التي يمكن أن تمتلكها الدول، والحجر الأساس والأوّل لبناء اقتصادٍ منتجٍ لا يدور في الفلك الغربيّ.

دائمًا ما يروّج مؤيِّدو الرأسماليّة المعولمة فكرةً مفادُها أنّ النظام الرأسماليّ يعطـي الفرصة للجميـع للنهوض اقتصاديًّـا، ويفتح الأبواب للمنافسـة في الأسـواق. بَيْـدَ أنّ المفاهيم التي يقترحهـا الاقتصاد الليـبراليّ -مثل مفهوم «الأسـواق غير المضبوطة»- لا وجود لها في الحقيقة. فما يُسَـمّى بأسـواق «غير مضبوطة» هي أسـواق تضبطها سلطة الاحتكارات الواقعة خارج نطاق السـوق»[2]. ولذلك، نرى أنّه في ظلّ النظام الرأسماليّ، هناك قلّة تتحكّم في الأسـواق العالميّة، بما فيها السـوق العربيّة؛ والنتيجة في هذا النظام، هو أنّ الفقير يزداد فقرًا، والغنيّ يزداد غنى.

1 - حوار أجراه موقع «ثمار» (ملتقى البحث العلميّ) مع الباحث الاقتصاديّ (عليّ القادري) بتاريخ 2019/07/15.

<https://athimar.org/ar/articles/details/3li-alqadri-hol-alimbrialia-nthria-alqima-alrasmalia-odor-alhdr-fi-m>

2 - سمير أمين: ما بعد الرأسماليّة المتهالكة، ص 27.

رابعًا: سمات المجتمع الاستهلاكيّ في العالم العربيّ

يجري تطوير نمطِ حياةٍ جديد في المجتمعات العربيّة على أساس الفردانيّة (Individualism). وبنـاءً على هذا المفهوم، يُعطَـى الفرد أقصى درجة من الحرّيّـة والخصوصيّة والاسـتقلاليّة، على حسـاب المصلحـة المجتمعيّة. واليوم، يمكن القول إنّ الفردانيّة انتشرَت بقوّة في مجتمعاتنا، حيث يجري بناء أيدولوجيّة الفرد وهويّته الثقافيّة عبر شبكة معلومات عنكبوتيّة ضخمة، فضلاً عن وسائل التواصل الاجتماعيّ، التي تلعب دورًا كبيرًا في توجيه السلوكات لمصلحة قلّة في نظامٍ رأسـماليّ-غربيّ متسلّط. وطبعًا، يجب أن لا يفوتنا أن نشـير إلى أنّ هذه المقدّرات الرقميّة الهائلة هي في قبضةِ مَن يقود هذا النظام الرأسـماليّ المعولم، والذي لا يتحرّك إلّا على أسـاس توجيه عالمنا العربيّ نحو الاستهلاك المفرط، بهدف تحقيق أكبر منفعة ممكنة.

أصبح الاسـتهلاك سِـمة أصيلة من سـمات المجتمع العربيّ، حيث بدأ الأخير يشـهد تحوُّلًا بُنيَويًّـا في القيم والمفاهيم، والتي من شـأنها أن تمهّد الطريق لوضـع المجتمعات العربيّة على طريق الانحطـاط والتفاهة، تحت عناويـن جذّابة، مثـل: الحرّيّة الفرديّـة، والخصوصيّة، والسـعادة المطلقة، والاسـتقلال الذاتيّ، وما إلى ذلك من مفاهيم برّاقة يُـراد بها باطل. وهكذا، فإنّ النزعة الاسـتهلاكيّة تواجِه الناس بصور الأحلام التي تخاطب الرغبات، وتضفـي طابعًا جماليًّا على الواقع، وتنزع عنه صفة الواقعيّة. ومن السـمات

المميّزة الأخرى للمجتمع الاستهلاكيّ العربيّ، أنّ الاستهلاك أصبح الهدف النهائيّ، بدلاً من كونه وسيلة لإشباع الحاجات.

في الآونة الأخيرة، ومع طفرة وسائل التواصل الاجتماعيّ، لم يعد الاستهلاك يقتصر على شراء السلع والخدمات فحسب، إنّما امتدّ الأمر إلى ميادين أخرى مرتبطة بالثقافة والقيم والعادات والتقاليد. بدأنا نرى أنّ المجتمعات العربيّة، وبدرجات متفاوتة، تقلّد الغرب في أسلوب العيش، لناحية الملبس والمأكل والتزيين والصحّة واللياقة البدنيّة، حتّى وُضِعَت معايير «أورو-أميركيّة» للحكم على الناجحين من الفاشلين، علمًا أنّ هذا الأمر يتّصف بالنسبويّة، ولا يمكن أن يُقاس بمعايير محدَّدة. لذلك، مَن يحاول أن يسعى إلى الالتحاق بالركب الغربيّ، سيصل إلى نتيجةٍ مفادها الإحباط واليأس وعدم الرضا (Unsatisfaction). وهكذا، بدأَت تدور معايير الحياة الجيّدة في مجتمعاتنا حول الرغبة في توسيع الذات، والسعي وراء الأذواق والأحاسيس الجديدة. ومن نتائج الرأسماليّة المعولمة، تنميط المدن، إذ فقدَت المدن تراثها وهويّتها، وتجلّى ذلك -على سبيل المثال- ببناء ناطحات سحاب في الدول العربيّة الغنيّة، تحاكي تلك الموجودة في الغرب.

دأبَت الشركات الرأسماليّة الكبرى -على مختلف صنوفها- على إعطاء أهمّيّة للعملة الاجتماعيّة (Social Currency)، والتي تشير إلى مستوى التأثير الذي يتمتّع به الفرد أو الشركة في إقناع العملاء بتعريف أنفسهم بعلامة تجاريّة معيّنة.

وُيعَدّ تفاعُل المستهلكين وترويجهم للعلامة التجاريّة وسيلةً لتعزيز وضعهم الاجتماعيّ وتميزّهم الطبقيّ. لذلك، تُعَدّ العملة الاجتماعيّة للعلامة التجاريّة مقياسًا جيّدًا لإمكانيّة نجاحها. وفي عالمنا العربيّ، أضحى بناءُ هذه العملة الاجتماعيّة قائمٌ على أنقاض التراث والدين والأخلاق والقيم والهويّة، إذ بدأنا نلاحظ أنّ الناس قد بدؤوا يعرّفون ذواتهم عبر العلامات التجاريّة العالميّة.

خاتمة

وفي المحصّلة، استطاعَت الأنظمة الرأسماليّة-النّيُوليبراليّة أن تصوغ مفاهيم مثاليّة على أنّها تمثّل القيم الجوهريّة للأمم. يذكر (ديفيد هارفي) في كتابه «الوجيز في تاريخ النّيُوليبراليّة»، أنّه لكي يسُود أيُّ اتّجاه فكريّ، لا بدّ من تقديم جهاز من المفاهيم يكون مقبولاً ومتوافقًا مع أحاسيسنا وفطرتنا، ومنسجمًا مع قيمنا ورغباتنا، وأن يكون متوافقًا أيضًا مع الإمكانات الكامنة في العالم الاجتماعيّ الذي نعيش فيه. فإذا كان هذا الجهاز ناجحًا، يصبح متأصّلاً في فطرتنا السليمة، ويُسَلَّم به جدلاً، ولا يكون عرضةً للشكّ. ولهذا، اتّخذ مؤسِّسو الفكر النّيُوليبراليّ المُثُلَ السياسيّة لكرامة الإنسان وحرّيّة الفرد مُثُلاً أساسيّة وقيمًا محوريّة للحضارة[1]. لذلك، كان خيارهم خبيثًا وذكيًّا، لكون هذه المُثُل هي بحقّ مُثُل مقنعة وتُغري جميع الناس بتقبُّلها. وهكذا، بُثَّت هذه المفاهيم

1 - ديفيد هارفي: الوجيز في تاريخ النّيُوليبراليّة، ص 11.

المستورَدة في المجتمعات العربيّة، لتتحوّل، في ما بعد، إلى ممارسات اقتصاديّة وثقافيّة متماثلة مع الغرب الرأسماليّ، حيث شُرِّعَت الأبواب أمام المستكبِرين، وخصوصًا بعد وصول ثورة التكنولوجيا في التواصل والاتّصالات إلى مرحلة الذروة، وأضحى العالم العربيّ غارقًا في الاستهلاك الشامل، بكلِّ ما يحمله من أبعاد ثقافيّة واقتصاديّة واجتماعيّة، بدلاً من الإنتاج الشامل.

وممّا سبق، يتّضح أنّ الفلسفة الماديّة الغربيّة مَهَّدَت الطريق للنظام الرأسماليّ وأداته «النّيُولبيراليّة»، لغزو المجتمعات العربيّة، التي هي، في الأساس، مجتمعات هشّة اقتصاديًّا، وبدرجات متفاوتة، وتُعاني ما تُعانيه من استهلاكٍ مفرط وفقر وجوع وتمييز. وفي هذا السياق، يقول مرشد الثورة الإيرانيّة الإمام السيّد عليّ الخامنئيّ: «إنّ الثقافة الماديّة تُفرَض على البشر بالقوّة، وهذه معضلة. وإنّ مَن يعذّب البشر على مستوى العالم، هو التمييز، فهذه عقدة كبرى. واليوم، قد أوصلوا حالَ ذهنيّة الناس الخاطئة إلى حيث تضيع صرخات طلب العدالة مِن قِبَل شعب ثائر، وسط عربدة المتسلّطين والمهيمنين وسكرهم، وهذه عقدة أخرى أيضًا. واليوم، يعاني مستضعَفو أفريقيا وأميركا اللاتينيّة، وملايين الناس الجائعين في آسيا وآسيا القصوى، وملايين ذوي البشرة الملوّنة، من ظلمِ التمييز العنصريّ»[1].

1 - السيّد عليّ الخامنئيّ: إنسان بعمر 250 سنة، ص.ص. 385 - 386.

يجب أن لا نغفل أيضًا، عن أنّ الحرب التي تدور في منطقتنا هي في ذاتها عمليّة إنتاجيّة ضروريّة للدفع بالآلة الاقتصاديّة الغربيّة إلى الأمام، كما يعبّر الباحث والمفكّر الاقتصاديّ اللبنانيّ (عليّ القادري). والجدير بالذكر، أنّ العوائد الماليّة للحرب التي يشنّها الغرب بأدواته، هي أكبر بكثير من العوائد القادمة من المشاريع والاستثمارات الاقتصاديّة الضخمة. تكمن خطورة الرأسماليّة، في كونها تعيش على أنقاض الطبيعة والإنسان.

ولقد لاحظ كثيرٌ من المفكّرين ما بين التقدُّم الآليّ وبين الحروب من صلةٍ وثيقة، ووجدوا دليلاً على ذلك في أنّ أكثر الآلات تقدُّمًا، وأسبقها في الزمن، كانت هي الآلات الحربيّة، وأنّ التقدُّم الصناعيّ يسير في زمن الحرب بخطوات أسرع كثيراً من سيره في زمن السِّلْم، وليس لأحدٍ أن يشكّ أبدًا في أن اتّساع نطاق الحروب الحديثة كان مرتبطًا باتّساع نطاق الصناعة وفنونها؛ أي إنّ العلاقة بين التقدُّم الآليّ وبين الحروب ليست علاقةً عارضة، بل إنّها تمتدّ إلى أصول الظاهرتَين وجذورهما[1].

وهنا، لا يسعنا إلاّ أن نستذكر، مرّة أخرى، كتابات الشهيد والفيلسوف الإسلاميّ (السيّد محمّد باقر الصدر) عن آثام النظام الرأسماليّ: «كلّ المآسي المروّعة لم تنشأ من الملكيّة الخاصّة، وإنّما هي وليدة المصلحة الماديّة

1 - فؤاد زكريّا: الإنسان والحضارة، ص 127.

الشخصيّة، التي جُعِلَت مقياسًا للحياة في النظام الرأسماليّ، والمبرّر المطلق لجميع التصرّفات والمعاملات»[1].

يمكن القول، إنّ آفة الاستهلاك المفرط تدلُّ على الجنوح نحو التطرّف في الاستهلاك، والابتعاد عن الاعتدال الذي أمرنا اللهُ سبحانه وتعالى به في قوله: ﴿وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأعراف: 31]، وقوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمْ يُسْرِفُواْ وَلَمْ يَقْتُرُواْ وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا﴾ [الفرقان: 67]. ولا ينسحب الاستهلاك على الأشياء المادّيّة والخدمات فحسب، بل يمتدّ إلى هضم مفاهيم غربيّة لا ينظّر لها فقط النخب الغربيّة، بل أصبح هناك ما يُعرَف بـ«النخب العربيّة» المنبهرة بالنظم الغربيّة، وهؤلاء يتقمّصون أدوار الخائنين في مجتمعاتهم.

ويبقى أن نشـير إلى أنّه ليس هناك إرادة سياسـيّة صادقة للتحرُّر من قبضة الغرب، إمّا لناحية تآمُر الطبقات الحاكمة ضدّ شعوبها، وتماشيها مع الغرب الرأسماليّ للحفاظ على بقائها في السـلطة، أو لعدم وجود رؤية إستراتيجيّة واضحة لمواجهة التبعيّة بأبعادها كلّها.

ولكن، لعلّ العـدوان الإسرائيليّ الحـاليّ على غزّة، يوقِـظ المجتمعات العربيّة من فخاخ التبعيّة، واسـتهلاك المنتجـات والخدمات والمفاهيم من

1 - محمّد باقر الصدر: فلسفتنا، ص 74.

الدول الغربيّة، والتـي -بغالبيّتها- تدعم العدوّ الإسرائيليّ. فالفرصة سـانحة أكثر من أيّ وقت مضى، لصياغة مفاهيم جديدة من شأنها أن تمهّد للاقتصاد المقاوِم.

لائحة المصادر والمراجع

1 - كتب وأوراق بحثيّة

■ Stearns, Peter N., Consumerism in world history: the global transformation of desire, Routledge, London, 2001.

■ Grant McCracken, Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods, Journal of Consumer Research, Vol. 13, No. 1 (Jun. 1986).

■ Işıl Arıkan Saltık, Aytekin Firat, Kemal Yüce Kutucuoğlu, Özgür Tunçel, Consumption, consumer culture and consumer society, pp. 183203-, January 2013.

■ Rethinking consumer behavior for the well-being of all Reflections on individual consumer responsibility, Council of Europe, December 2008.

■ Tantawi Ibrahim, Materialism, life satisfaction and Compulsive Buying Behavior: An empirical investigation on Egyptian consumers amid Covid-19 pandemic, 5 January 2023.

■ Theory of Human Motivation, https://us.humankinetics.com/blogs/excerpt/theory-of-human-motivation

2 - الكتب بالعربيّة

■ القرآن الكريم.

■ زكريّا، فؤاد، الإنسان والحضارة، مؤسّسة هنداوي، 1958.

■ الصدر، محمّد باقر، فلسفتنا، دار التعارف للمطبوعات، الطبعة الثالثة، بيروت، 2009.

■ أبلبي، جويس، الرأسماليّة: ثورة لا تهدأ، ترجمة رحاب صلاح الدين، الطبعة الأولى، مؤسّسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، 2014.

■ هارفي، ديفيد، الوجيز في تاريخ النيولبيراليّة، ترجمة وليد شحادة، منشورات الهيئة العامّة السوريّة للكتاب، دمشق، 2013.

■ أمين، سمير، ما بعد الرأسماليّة المتهالكة، ترجمة فهميّة شرف الدين وسناء أبو شقرا، دار الفارابي، بيروت، الطبعة الأولى، 2003م.

■ عمر بن فيحان المرزوقيّ، التبعيّة الاقتصاديّة في الدول العربيّة وعلاجها في الاقتصاد الإسلاميّ، مكتبة الرشد، ناشرون، الرياض، الطبعة الأولى، 2006.

■ السيّد عليّ الخامنئيّ، «إنسان بعمر 250 سنة»، مركز نون للتأليف

والترجمة، جمعيّة المعارف الإسلاميّة الثقافيّة، الطبعة الأولى، 2013.

■ السـمّاك، محمّد، قياس التبعيّـة الاقتصاديّة للوطن العـربيّ وتأثيراتها الجيوبولتيكيّة المحتملة، المسـتقبل العربيّ، يصدرها مركز دراسات الوحدة العربيّة، بيروت، عدد 51، السنة التاسعة، سبتمبر 1986.

■ فرجاني، نادر، هدر الإمكانيّة، مركز دراسـات الوحدة العربيّة، بيروت، ط 4، 1985.

3 - مواقع إلكترونيّة

■ https://tipyan.com/the-culture-of-consumption-as-a-means-of-spreading-secularism/

■ https://www.masterclass.com/articles/consumerism-definition, 082022/08/.

■ https://athimar.org/ar/articles/details/3li-alqadri-hol-alimbrialia-nthria-alqima-alrasmalia-odor-alhdr-fi-m, 152019/07/.

■ Burkeman Oliver, This column will change your life: Conspicuous consumption, 222009/08/. https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2009/aug/22/change-your-life-conspicuous-consumption

مركز براثا للدراسات والبحوث
بيروت - بغداد

Baratha Center for Studies and Research
www.barathacenter.com
barathacenter@gmail.com

المشرف العام: الشيخ جلال الدين علي الصغير
مدير المركز د. محمد مرتضى
009613821638