

الثقافة الاستهلاكية في الجزائر بين الأساسيات والكماليات

Consumer culture in Algeria: between basics and luxuries

تاريخ النشر: 2025/04/25

تاريخ القبول: 2025/04/08

تاريخ الإرسال: 2025/01/11

حوامد وليد¹، رشيد زرواتي²¹ جامعة برج بوعريش، الجزائر، EMAIL : walid.houamed@univ-bba.dz² جامعة برج بوعريش، الجزائر، EMAIL : iswalid.houamed@univ-bba.dz

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى محاولة معرفة دور العولمة الثقافية في بلورة وتشكل ثقافة استهلاكية في المجتمع الجزائري ، وهو ما يعتبر من الآثار والانعكاسات المترتبة عن الانفتاح الثقافي ، ان التحدي اليوم في بلادنا هو في كيفية تحقيق توازن سوسيواقتصادي وهي المقاربة المنتهجة في الجزائر من خلال وضع استراتيجيات اجتماعية واقتصادية تهدف بالأساس الى العقلانية في الاستهلاك وتشكيل وبلورة وعي اجتماعي للوقاية والحد من الانتشار المتسارع للنزعة الاستهلاكية لدى العديد من الاسر الجزائرية

الكلمات المفتاحية: العولمة الثقافية ؛ الثقافة الاستهلاكية ؛ النزعة الاستهلاكية

المؤلف المرسل: حوامد وليد ، الإيميل: walid.houamed@univ-bba.dz

Abstract:

This study aims to try to find out the role of cultural globalization in the development and formation of a consumer culture in Algerian society , which is considered one of the effects and repercussions of cultural change, the challenge today in our country is in how to achieve a socio-economic balance, which is the approach adopted in Algeria through the development of social and economic strategies aimed mainly at rationality in consumption and the formation and crystallization of social awareness to prevent and reduce the accelerated spread of consumerism among many Algerian families

Keywords: cultural globalization; consumer culture ;consomérisme.

1. مقدمة:

يشهد المجتمع الجزائري تحولات عدة مست جوانب متعددة على غرار الجانب الثقافي، اذ ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على بناء جسور اتصالية معرفية سمحت بالتعرف والاطلاع على مختلف ثقافات الدول والشعوب، وهو الامر الذي أدى الى احداث تغيرات في الادوار والوظائف المجتمعية للعديد من الاسر الجزائرية على غرار الجانب الاستهلاكي، ان العولمة الثقافية بأبعادها المختلفة اثرت بشكل مباشر على العملية الاستهلاكية للعديد من الافراد وظهور ما يسمى "بالنزعة الاستهلاكية التي جعلت حاجات الاسر تتغير كل حسب قدرتها الشرائية (الاسرة)، فظهرت ما يسمى بالتفضيلات والاذواق، تميز الاسرة عن بعضها البعض الى درجة ان البعض من المفكرين وصفوها بحى الاستهلاك (مسعودان، 2024)، حيث يمكن وصف هذه العملية بالتسابق الاستهلاكي من خلال "اغراء الجماهير بتوفير المنتجات والسلع وانتشارها وحتى سرعة الحصول عليها ، مما نتج عن ذلك زيادة الطلب عليها في مقابل ذلك زيادة الطلب تأثر المستهلكين مما يعرض عليهم ولو على حساب قدراتهم الشرائية او حتى قيمهم وثقافتهم (مسعودان، 2024)



هيمنت وسائل الاتصال الحديثة على حياة الكثير من الافراد الى درجة يمكن القبول بتصنيفها كمحدد من محددات نشر الثقافة بأبعادها المختلفة وذلك أساسا من خلال الإعلانات التجارية، الترويج لمختلف السلع والخدمات، الكشف عن الجانب الإيجابي لهذه السلع، اتباع طرق تسويقية اغرائية تهدف بالأساس الى الجانب الربحي وهو ما دفع بشرائح مجتمعية عدة الى تبني نمط استهلاكي غير متوازن كما ونوعا وتخطى استهلاك الحاجات الأساسية الى أمور كمالية ثانوية يمكن الاستغناء عنها في سلوك ظاهر يعبر عن تنامي معدلات الاستهلاك، ففي زمن غير بعيد كان يمكن وصف العملية الاستهلاكية بالإيجابية تراعى فيها ترشيد النفقات، الادخار والاستهلاك المنظم والعقلاني، كما ان بعض المتطلبات الأساسية للأسر الجزائرية كانت تقتصر على المواد والحاجات الأساسية الضرورية سواء (مادية او معنوية) في صورة تعكس مدى الموازنة بين الحاجيات الأساسية للأسر والنمط المعيشي او الواقع الاجتماعي والذي بدوره عرف تغيرات اجتماعية مست كل من خصائص وتركيبه المجتمع الجزائري في بنيته وأنساقه الاجتماعية، وقد اتضحت معالم التغير من اللجنة الأولى للمؤسسات المجتمعية وهي الاسرة، فقد تغيرت الخصائص التقليدية، وبدأت معالم التغير تتضح من خلال بروز الاسرة النواة والتي عرفت تحولات عدة على مستوى النمط المعيشي مسايرة للظروف الحديثة التي افرزتها التحولات الاقتصادية والاجتماعية

وعليه نطرح التساؤل الآتي :

- ما هو دور العولمة الثقافية في تشكيل ثقافة استهلاكية (غير متوازنة) للمجتمع الجزائري ؟

تتمثل أهمية دراسة الثقافة الاستهلاكية باعتبارها محور تحول اجتماعي معاصر وهي من افرازات ونتائج عصر العولمة، كما ان العملية الاستهلاكية أصبحت محدد رئيسي للهوية الاجتماعية في ظل الديناميكية المتسارعة في العملية الاستهلاكية والتي لا بد من وضع استراتيجية فعالة لضبط العملية الاستهلاكية.

2. العولمة الثقافية:



- عرفها برهان غليون بأنها: العولمة هي الدخول بسبب تطور الثورة المعلوماتية والتقنية والاقتصادية معا مع التطور الحضاري ، يصبح فيه مصير الإنسانية فيه موحدا او نازعا للتوحيد فيرى انها لا تعني التجانس والتساوي بين جميع أجزاء العالم والمجتمع البشري، ولا تعني درجة عالية من التفاعل بين مناطق ومجتمعات بشرية مختلفة ومتباينة (غليون، ثقافة الولمة وعولمة الثقافة، 1999)

- اما فيدرستون فيقول: تتضمن العولمة الامتداد الخارجي للثقافة المحلية المعينة الى اقصى حدودها أي العالم اجمع ، تصبح الثقافات المختلفة منخرطة في الثقافة الغالبة التي سوف تغطي بعد حين جميع العالم (الجواد، 2007) ويرى بعض الباحثين ان العولمة الثقافية تعني ذلك النسيج من القيم والعادات والأخلاق والفنون الخاصة بشعب ما ومحاولة تعميم ذلك النمط على شعوب العالم في نمط ثقافي عبر نماذج التكنولوجيا والأسواق العالمية (التويجري، 2022)

- يعرف الباحث العولمة الثقافية بأنها امتداد وهيمنة ثقافية باستخدام وسائل الاتصال الحديثة الغرض منها مس كل من عادات وتقاليد وقيم مختلف المجتمعات عن طريق تبني نمط معيشي مغاير لخصوصية الثقافة المحلية.

1.2 خصوصيات العولمة الثقافية ومظاهرها:

أشار عبد الرحمن بن احمد الصائغ ان من خصوصيا العولمة الثقافية ومظاهرها :
- الاختلال الذي طرأ على المنظومة القيمية، كنتيجة للهيمنة الإعلامية التي فرضتها دول المركز، حيث قدمت النموذج الغربي بأنه النموذج الوحيد للحياة الثقافية والاجتماعية الراقية
- نسق اجتماعي جديد: يحكم العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة وشرائح المجتمع ومؤسساته، وبين المجتمع والدولة.

- الجانب الثقافي مرتبط بالاقتصاد ارتباطا وثيقا بحيث " كلما ضعفت المناعة الاقتصادية ضؤل تأثير المناعة الثقافية لدى الشعوب، مما يجعل الانهيار تحت تأثير العولمة الثقافية أكثر احتمالا في ظل هذه الأحوال (محمد ا.، 2004)

2.2 العولمة وتأثيراتها على أنظمة المجتمع:

ان النظام الثقافي لأي مجتمع يتم تناقله من جيل الى جيل عن طريق محددات أساسية في التنشئة الاجتماعية يكتسبها الانسان في مراحل العمرية المختلفة تساهم وتعمل على الاستقرار والتوازن في كل وحدات المجتمع وفي هذا الاطار لكل نسق احتياجات أساسية لابد من الوفاء بها لاستمراريتها كالتكيف والاندماج يرى هاملينك ان النظام الثقافي لأي مجتمع هو "جهاز تكيفي يمكن المجتمع من العيش في بيئته التي يعني بها ، بما تحويه من الملامح الفيزيائية او المادية ، ومن شان الظروف المناخية المختلفة مثلا ان تتطلب طرقا متباينة للتكيف معها أي توفير أنماط مختلفة من الطعام والمأوى والملبس ، ذلك ان التكيف مع الظروف البيئية يشير بصراحة الى بقاء الناس المادي الفيزيائي ويشير الى ان الترويج المكثف لمسحوق حليب الأطفال في العالم الثالث من قبل شركات معينة ، ان هو الى ممارسة من شأنها ان تنطوي على عواقب مهددة للحياة ، حيث جاء ابدال الرضاعة الطبيعية بالرضاعة الاصطناعية ويضيف قائلا "لقد جرى ابدال منهج فعال ، وناجح ومناسب ورخيص بمنتوج باهض التكاليف وغير مناسب (تملسون)، تمثل العولمة الثقافية أحد مستويات العولمة، وهي تشير إلى عولمة للقيم وللأفكار والمعتقدات الغربية الموجودة وراء الماركات التجارية والمنتجات الاستهلاكية والتكنولوجية؛ والتي بدورها تؤدي إلى اختفاء وتلاشي كل القيم الثقافية للمجتمعات المستهلكة، وبالتالي فهي انتصار للقيم الغربية دون غيرها (عابد، 2015)

3. ثقافة الاستهلاك:

قبل تعريف ثقافة الاستهلاك لابد من التعرف على مفهوم الثقافة وهي ذلك النسيج الكلي لتوجهات المجتمع من عادات وتقاليد وقيم وأفكار فهي المحيط الذي يعكس حضارة معينة (نبي، 2013)



يعرف روبرت موريسون ماكيفير و تشارلز بيغ الثقافة بأنها تستخدم للإشارة إلى كل ما صنعه أي شعب من الشعوب أو أوجده لنفسه من مصنوعات يدوية وأدوات ونظم اجتماعية سائدة ومحرمات وأسلوب للتقليد وباختصار كل ما صنعه الانسان أينما وجد تشير ثقافة الاستهلاك إلى الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، اي مجموعه المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية والتي تضيف عليها المعنى والدلالة في الحياة اليومية وبهذا لا تفهم الجوانب المادية للاستهلاك الا في ضوء الجوانب المعنوية المتصلة بها. حيث عرفها مارتن لي بأنها ترابط الأنشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية، تلك التي يمكن تحديدها تماما .بواسطه دوران راس المال وسيكولوجيه الأفراد (الساعاتي، 1998)

وتعرف ثقافة الاستهلاك بأنها مظهر من مظاهر الثقافة العامة في المجتمع، ومن ثم فهي تحتوى على جوانب واشياء مادية تعبر عنها السلع والمنتجات وطريقه عرضها، وأماكن العرض والبيع، كما تحتوى على أشياء أخرى معنوية تتجسد في القيم الاستخدامية أو الاستعمالية و التبادلية من تفكير للسلع والمنتجات والرموز التي تعكسها، وهى تشكل جزءا الناس وتظهر في تفاعلاتهم مع الآخرين، وتبلور في أنماطهم السلوكية، وطرق معيشتهم وممارساتهم الاستهلاكية، وتفضيلاتهم السلعية (فيزرستون، 2009)

يعرف الباحث الثقافة الاستهلاكية

بانها مجموعة من السلوكيات والممارسات المستوردة والتي يكتسبها ويتبنها الفرد عن طريق احتكاكه واندماجه مع مجتمعات مغايرة لتنشئته الأساسية في مراحل العمرية الأولى او عن طريق وسائل الاتصال المختلفة وتهدف بشكل أساسي لترويج مختلف السلع والخدمات دون مراعاة لخصوصية وطبيعة مختلف المجتمعات ناهيك عن الاضرار التي قد تسببها

1.3 خصائص الثقافة الاستهلاكية :

تتميز ثقافة الاستهلاك بالعديد من الخصائص المرتبطة بها، وهي (خضر، 2023):
-تعتبر ثقافة مادية، أي إنها تعتمد في الحصول على السلع على وجود أسواق تجارية متخصصة بعمليات البيع، والشراء مما يؤدي إلى إنفاق المال من أجل الاستهلاك.

- تعتمد على الأسلوب الاستهلاكي، أي إنّ لكل سلعة تأثير على مجموعة من الأفراد، يختلف عن غيرهم، لذلك يتحكم أسلوب الاستهلاك في ثقافة الاستهلاك، مثال: يفضل بعض المستهلكين شراء الشاي من شركة معينة بشكل دائم، ولا يفضلون استخدام منتجات الشركات الأخرى.

- تتميز بالتطور المستمر، أي إنّ المستهلك يتأثر بطبيعة التطورات الاستهلاكية التي تحصل حوله، ممّا يؤديّ إلى تطور ثقافته الاستهلاكية، فمثلاً اعتمد الناس قبل عشر سنوات على استخدام الهواتف الخلوية العادية، والآن يستخدمون الهواتف الخلوية الذكية، كنتيجة من نتائج التطور المستمر.

- تهتمّ بنوعية العلامات التجارية للمنتجات، أي إنّ كل سلعة مستهلكة ترتبط بمصدر تصنيع معين، مثل: الملابس التي تصنع وفقاً لمواصفات معينة، وأسماء تجارية مشهورة تؤثر تأثيراً واضحاً على الثقافة الاستهلاكية.

2.3. علاقة العولمة الثقافية بانتشار ثقافة الاستهلاك :

ارتبط تأثير العولمة على جوانب عديدة على غرار الجانب الثقافي والذي يركز بالأساس على مجموعة معينة من القيم والعادات والأفكار والممارسات المتوارثة التي تحدد الأساليب والممارسات الاجتماعية والتي ترمز لكل مجتمع ولعل اهم وابرز انعكاس للعولمة على المجتمعات هو مسها للجانب الثقافي والذي يعتبر مكون أساسي يعمل على ترابط وتماسك المجتمع، كل هذا أدى الى تغيير في الثقافة الاستهلاكية في العديد من المجتمعات بصفة عامة وفي المجتمع الجزائري بصفة خاصة وبشكل تدريجي عن طريق التغير في العديد من الممارسات الاستهلاكية بنزعة استهلاكية غير ممنهجة تدل على سيطرة وهيمنة أيديولوجية (سوسيواقتصادية) معينة والتي تعتمد بالأساس على الجانب التجاري وتحويل الانسان الى آلة استهلاكية دون مراعات للجوانب الاجتماعية والنفسية والدينية

"أصبحت ثقافة الاستهلاك من السمات البارزة لعصر العولمة هذه الأخيرة التي تسعى بمختلف ألياتها إلى دمج جميع ثقافات العالم في الثقافة الغربية الليبرالية، وخلق بذلك ثقافة عالمية واحدة الخالية من الانتماءات العرقية أو الدينية أو الوطنية، وهذا عن طريق تنميط الأذواق ونشر النزعة الاستهلاكية التي تغير من العادات والقيم والسلوكيات المحلية،

التوسع في الأسواق لتسويق منتجات الشركات متعددة الجنسية والزيادة في أرباحها وتحويل العالم كله إلى نظام السوق الرأسمالي، وبالتالي الانتهاء إلى سلعة العالم من خلال تحويل الأفراد إلى مجرد مستهلكين للسلع والخدمات التي تروج لها الشركات والمصانع الرأسمالية العالمية، وهو ما يشكل خطراً يهدد الهوية الوطنية والخصوصيات الثقافية لمجتمعاتنا العربية في ظل عصر العولمة" (العشري، 2024)

ولعل أهم أدوات نقل وتجسيد صور العولمة الثقافية في شقها الاستهلاكي هي وسائل الاتصال الحديثة والناقلة لرموز ومعاني القوة للمجتمعات المتطورة، باعتبارها مصالح ونظم اجتماعية مهيمنة لقد حرصت وسائل الاتصال الحديثة على تجسيد معاني الهيمنة والتفوق (البنيات الفوقية، الأيديولوجيا) من خلال مساندة الأيديولوجية الرأسمالية "من خلال الإعلانات ونشر ثقافة الاستهلاك الغربي ونماذجه وإعلاء قيم الفردية والبحث عن المتعة والتظاهر، وهي قيم وافده أصبحت تفرض نفسها على مختلف الطبقات والثقافات وصارت أسماء الماركات العالمية جزءاً من الثقافة.

المتداولة وقد أدت الإعلانات وثقافة الاستهلاك إلى تسليع القيم والأفكار والمعاني والمشاعر وهو ما أدى إلى حب التملك والمحاكاة والتقليد وهو ما أدى إلى تشكيل منظومه قيمه استهلاكيه، حيث تظهر رغبات وقيم مصطنعة وغير ضرورية، مما يخلق ضغوطا اقتصادية على الأسرة والمجتمع خاصه (طايبي، 2014)

4. السلوك الاستهلاكي وعلاقته بتشكيل النزعة الاستهلاكية:

1.4 مفهوم السلوك الاستهلاكي:

هو جزء لا يتجزأ من السلوك الانساني ويمثل الأنشطة والتصرفات التي يقدم المستهلكون عليها أثناء بحثهم عن السلع والخدمات التي يحتاجون إليها، بهدف اشباع حاجاتهم لها ورغباتهم فيها وأثناء تقييمهم لها، والحصول عليها واستعمالها والتخلص منها، وما يصاحب ذلك من عمليات اتخاذ القرارات (علي، 2000)

ويعرف أيضا بأنه كل الأفعال والإشارات والأنشطة التي يقوم بها الفرد فيما له علاقة بالطريقة التي يرغب في الظهور بها أمام الآخرين، وتتمثل بطريقة الملبس والمأكّل والأثاث وغير ذلك، وتعكس تلك السلوكيات مظهراً من مظاهر شخصيته. (كاظم، 2006)



- يعرف الباحث السلوك الاستهلاكي: تعدى السلوك الاستهلاكي العملية المرتبطة بعملية الشراء والتبضع بل أصبح له دلالات سيميائية تعبر عن نمط معيشي مرتبط بالتكيف والتأقلم مع الظروف والعوامل المرتبطة بالعالم المعاصر

أصبح الاستهلاك اليوم استهلاكاً للصور و الرموز حيث يرتبط استهلاك سلعة معينة بصورة ذهنية معينة خاصة بهذه السلعة من خلال أسلوب العرض أو تكرار الدعاية والإعلان عن هذه السلعة وهذا ما يجعل للاستهلاك رمزية يتحول من خلالها إلى أشبه بلغة الحياة اليومية يخاطب بها الأفراد بعضهم بعضاً و يكونون من خلالها رصيدا رمزيا يحدد مكانة الأفراد و نطاق تفاعلهم. وهو ما يعني توظيف الصور والرموز لبناء علاقة إيجابية مع السلعة في ذهن المستهلك فتختلط فيه تلك الأفكار والصور والخبرات والمشاعر بطريقة تحفز لديه الرغبة في الشراء (مسعودي، 2022) فقد عبرت دراسات بودريار عن مدى تحول القيم والمثل البورجوازية والأيديولوجيا الليبرالية إلى قيم ومعايير استهلاكية تتحكم بها المؤسسات الكبرى ووسائل الإعلام من خلال نسق من الرموز والعلامات التي لها منطقتها الخاص وحياتها الخاصة التي تلغي الحياة الواقعية للبشر (baudrillard, 1998)

تعد ثقافة الاستهلاك والاسراف ظاهرة شبة عامة في مجتمعنا الجزائري والدليل على ذلك الإحصائيات الرسمية حول تنامي معدلات استهلاك جميع السلع والخدمات فالرابط الاستهلاكي بين الافراد جعل من التسابق نحو اقناء مختلف السلع بأضعاف الحاجة بل تعدى ذلك بمدى عدم الاهتمام بالمنفعة المتوقعة من المنتج او الخدمة .

وأفادت دراسة للمكتب الجزائري -بي ار سي- للدراسات والاستشارات التقنية ، ان نصف انفاق الاسر في الجزائر يكون على أشياء غير ضرورية ، كما يذهب ما نسبته 50 بالمئة من مصارف العائلات الجزائرية على أشياء ثانوية ، وتشير ارقام الدراسة الى ان 30 بالمئة من أغذية الجزائريين تذهب الى القمامة ، اذ ترمى 2.5 مليون خبزة يوميا فيما يصل عدد الخبز المنتج وغير المستهلك الى 7.2 مليون خبزة يوميا ، ويقدر متوسط انفاق الاسرة الجزائرية ب 491 دولار شهريا على الطعام ، والغريب في الامر ان هذه الأنماط الاستهلاكية ، تأتي في وقت تعرف فيه أسعار المواد الواسعة الاستهلاك ارتفاعا ملحوظا مقارنة بما كانت عليه قبل جائحة كورونا(خاتو، 2023) ،

2.4. النماذج النظرية المفسرة للسلوك الاستهلاكي :

1- المدخل النظري الاقتصادي :

تعتبر عنه النظريات الكلاسيكية الجديدة ويعرف أحيانا بمدخل الإمداد العام بالسلع والخدمات، وتقوم هذه النظريات على فكرة مؤداها أن حدوث تحول في السياسة العامة للدولة يؤدي بها إلى محاولة التمييز بين القطاع العام والخاص في عملية الإمداد بالسلع أو المنتجات والخدمات. وعموما، نستطيع بلورة الأفكار التي قدمها أنصار هذا الاتجاه الاقتصادي لتفسير الاستهلاك في نقاط محددة منها ((الرامخ، 2008)

-إن الإنسان يكون لديه ميل طبيعي نحو الاستهلاك وأن ثمة ارتباطا ما بين الدخل والاستهلاك حيث أنه كلما زاد الدخل أدى ذلك إلى زيادة الاستهلاك، إضافة إلى الارتباط الإيجابي ما بين الدخل والادخار

-أن السلوك الإنساني بصدد عملية الاستهلاك هو سلوك رشيد وعقلاني يسعى نحو تعظيم الفائدة والمنفعة، ويبدو هذا أكثر وضوحا في القرارات التي يتخذها أعضاء المجتمع ويكون لها طابع اقتصادي كما في البيع والشراء، وتتضح أيضا في القرارات ذات الطابع الاجتماعي كالزواج وغيره مما يطرح في مجال الاستهلاك داخل الأسرة كوحدة معيشية • من الجانب الاقتصادي :

- قانون تناقص المنفعة الحدية: يمكن القول إن المستهلك ينظم مشترياته بحيث يستطيع إن يحصل على أقصى منفعة كليه ممكنه من إنفاق معين. وكل مستهلك هو بالطبع الذي يقدر كميته المنفعة التي تخلقها سلعه معينه بالنسبة له. إن نفس السلعة تعطى منافع مختلفة ليس فقط بالنسبة للأفراد المختلفين ولكن أيضا بالنسبة لنفس الفرد إذا اختلفت الظروف. ليس باستطاعة أي مستهلك إن يشتري كل السلع التي يمكن إن يحصل منها على منفعة، فلكي يشتري كميته أكبر من سلعه ما فإنه من الضروري إن يشتري كميته اقل من سلعه أخرى أو ربما لا يشتري منها على الإطلاق. ولهذا فإن مشكله الوصول بالمنفعة إلى أقصاها تتمثل في إجراء اختيار رشيد بين سلعه وأخرى، فكلما ازداد ما لدى الفرد من إحدى السلع قل ما يستعد هذا الفرد للتضحية به في سبيل الحصول على وحده اضافيه من تلك السلعة ((البيثي، 1994)

- منحنيات السواء: اعتمد الاقتصاديون سابقا على الناحية الكمية في قياس المنفعة (توازن الاستهلاك باستخدام فكره المنفعة الحديه) ولكن هذا المقياس ليس دقيقا خاصه وإن النقود منفعتها تختلف من شخص إلى آخر، إلى إن جاء الاقتصاديون الحديثون بفكره منحنيات السواء والتي تعتمد على قياس المنفعة قياسا نسبيا وذلك بمقارنه الإشباع الذي يعود على الشخص من مجموعه أخرى، ومنحنيات السواء تصف لنا تفضيلات المستهلك بالنسبة للسلع المختلفة. مثال: إذا كان أمام المستهلك فرصه الاختيار بين مجموعه مكونه من 5 تفاحات و 10 برتقالات ومجموعه أخرى مكونه من 6 تفاحات و 12 برتقاله، فلا شك إنه يفضل المجموعه الثانية عن المجموعه الأولى وذلك لإن المجموعه الثانية عددها اكبر من السلعتين (الحاج، 1998)

ب- المدخل النظري السوسيولوجي :

تنطلق هذه الدراسة من التوجه النظري لنظريه ثقافة الاستهلاك في إطار عمل مدرسه فرانكفورت بدا المشروع العلمي للمدرسة مع نشأة معهد البحوث الاجتماعية سنة 1924، تكون كحلقة فكرية عبر المناقشات الجماعية لمؤسسيه خاصه ادورنو وهوركهايمر وادورنو وكذلك اعمال جورج لوكاش، تفترض النظريات النقدية ان وظيفة وسائل الاعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم ولذلك كانت دراستهم للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية بديلا عن الثقافة الراقية لوضع تفسيرات خاصة بمحتوى وسائل الاعلام للترويج لمصالح الفئات المسيطرة في المجتمع فمن خلال التجارة العالمية والثقافة الجماهيرية ينجح الاحتكار الرأسمالي في تحقيق أهدافه

واكد هوركهايمر على إن انتصار الإشهار في صناعه الثقافة يرجع إلى إن المستهلكين يشعرون بأنهم مكروهون على شراء واستعمال منتجات هم في غنى عنها، أما ماركيزو فعرف بعوائه الشديد للهيمنة التقنية، وكان يعتبر العقل المنغلق سببا في استيلا ب الانسان وتحويله الى آلة إنتاجية ليس الا، ومن ثم فقد بلور فلسفته التشاؤمية بسبب اغتراب

الانسان في المجتمع الصناعي الحديث، حلل ماركيز المجتمع الرأسمالي متأثرا بمشاهدته للمجتمع الأمريكي محاولا اكتشاف الحلقة الجديدة في استغلال الانسان فأسس لمفهوم الهيمنة لتوضيح كيفية استعباد الانسان في مجتمع التقنية.

في حين بلور تيدور ادورنو النقد الثقافي كما يبدو ذلك واضحا في بحثه الذي كتبه مع هوركايمر حيث انتقد فيه العقل العلمي الوضعي الذي يقدم حقائق زائفة عن الوضع البشري، وكان يرى انها سبب في استيلااب الانسان واستغلاله، وانها وهم أيديولوجي زائف ليس الى، كما انتقد الثقافة الجماهيرية الساذجة التي تساعد على انتشار الأيديولوجيا الواهمة

ولقد امتد هذا الاتجاه السوسيولوجي ليشمل إسهامات أخرى ظهرت في إطار الاتجاه البنائي الوظيفي على أن الاستهلاك ينبع أساسا من اعتبارات سوسيولوجية من بينها اختلاف أوضاع المستهلكين في البناء الطبقي بالمجتمع، والتي تجعل للهيبة والرموز الطبقية أدوارا أساسية وهامة تكون متضمنة في مجال الاستهلاك بالوحدة المعيشية، حيث أن الإنفاق على بنود معينة في المستوى المعيشي للأسرة يسهم من الناحية الثقافية في تحديد رموز المكانة الطبقية، ومن ثم يظهر تباين في الإنفاق على هذه الرموز الطبقية من طبقة إلى أخرى. كما أنها تتسم بالديناميكية وأن الناس ليسوا مستهلكين سلبيين، وبالتالي يقومون بالممارسات الاستهلاكية على نحو نشط وفعال وتكون أكثر ارتباطا بالعادات والتقاليد الاجتماعية والخلفيات الطبقية، وأن ما يسود في ثقافة المستهلك من أساليب وأنماط للاستهلاك والحياة تكون عرضة للتحويل والتغير عبر الزمن (محمد، 1972)

5. الثقافة الاستهلاكية في الجزائريين حتمية الأساسيات والزيادة في الكماليات :

يقال في امثالنا الشعبية القديمة "كول واش يعجبك والبس واش يعجب الناس" في إشارة الى ضرورة ان يظهر الانسان في مظهره الخارجي في ابهى حلة وهي ثقافة شعبية تعكس مدى الاهتمام بالمظهر الخارجي، لكن مقولة هذا المثل الشعبي القديم تغيرت تماما في ما يتعلق الى اكل ما يعجب الناس أيضا وهو الامر الذي اصبح ظاهرا للعيان من خلال التغير والتحول في الأسلوب الاستهلاكي لمعظم الاسر الجزائرية .



ان التحول الثقافي الذي يشهده المجتمع الجزائري انعكس بصورة واضحة على الأنماط والعادات والممارسات الاستهلاكية للفرد الجزائري فمن خلال التغيرات في كل من بناء ووظيفة الاسرة ، فالمجتمع بحاجة لتنظيم أساليب سلوك الافراد حتى يتحقق الاستقرار والتوازن في كل وحدات المجتمع ، فالتأثير الثقافي لامس تركيبة المجتمع وخصائصه ولعل اهم وابرز وسائل التغير في الثقافة هي وسائل الاتصال المختلفة والتي تسعى جاهدة للترويج لمختلف الأفكار والقيم والعادات والسلوكيات الثقافية والتي تبرز مدى السيطرة الأيديولوجية من خلال اتباع النظام الرأسمالي وفق مقتضياته وتصوراتهِ عن الواقع الاجتماعي .

فالأُسرة الجزائرية التقليدية او كما يعرف بالأسرة الممتدة هي نسيج اجتماعي يتألف من مجموعة من الافراد لهم صلة قرابة ضمن مجتمع يعرف عنه نشاطاته الفلاحية وتربية الحيوانات وبالتالي توزيع الأدوار بين كافة وحدات المجتمع فمن خلال التساند في الأنشطة المجتمعية تحقق الاسرة الى حد مقبول الاكتفاء الذاتي (أي تأكل مما تنتج وتلبس ما تخطط) فكان تركيز الاسر على الحاجات الأساسية التي تضمن لهم البقاء والاستمرارية نظرا لمجموعة من الظروف (الاجتماعية والاقتصادية) فكان من عادات العديد من الاسر الجزائرية تخزين المواد الاستهلاكية الأساسية او كما يعرف قديما بمصطلح(العولة) وهي عبارة عن مواد ضرورية لها مدة صلاحية كبيرة كالقمح والشعير، ويتميز المجتمع الاسري القديم بإنتاج ما يلبسونه فمن خلال الحرف المتوارثة كصناعة البرنوس، القشابية، والالبسة والاعطية الصوفية لقد كانت الاسر الجزائرية آلة إنتاجية تحقق نوعا ما اكتفاء ذاتيا على مستوى (الاكل، والملبس) وتعمل على ترشيد النفقات والتي لا تتعدى الحاجيات الأساسية التي لا يمكن الاستغناء عنها

أدى التحول الاقتصادي والاجتماعي على مستوى المجتمع الجزائري الى احداث تحولات سوسيواقتصادية على مستوى النسيج الاسري، وما الاسرة الحديثة الى نتيجة حتمية لهذا التحول فقد استبدلت الخصائص التقليدية بخصائص حديثة من اجل مسايرة المتطلبات العصرية والتكيف معها، فالأساليب الجديدة للاستهلاك في المجتمع تغيرت تغيرا تاما وبدأت معالم التغير القيمي ترجمه معلات استهلاك مختلف السلع والخدمات واحتلت الاحتياجات الثانوية او كما يعرف عنها بالكماليات مكانة هامة في أولويات الفرد الجزائري.

كما عرفت الاسرة الحديثة انتقال من الاسرة الممتدة الى الاسرة النووية وما افرزه هذا الانتقال على الظروف الاجتماعية والاقتصادية وتبدل الخصائص والادوار والوظائف للبناء الاسري كل هذه العوامل ساهمت في تشكيل نزعة استهلاكية' محركها الأساسي هو الاعتماد الكلي على ما تشتريه او ماتلبسه ، وتحت تأثير ما يسمى بالعولمة الثقافية ظهرت ثقافات فرعية تدعو الى الحرية والتفتح وجعل النموذج الراسمالي بوصلة وقدوة من حيث الأساليب الاستهلاكية وهو الامر الذي أدى الى ظهور تأثيرات سلبية فمرجعيتنا الدينية تدعو الى عدم الاسراف والتبذير في قوله عز وجل ﴿كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ (الأعراف 31)

ولعل اهم التحديات الاستهلاكية للأسر الحديثة هو خروج المرأة للعمل وما انجر عنه من بروز ظواهر وسلوكيات دخيلة على المنظومة القيمية لمجتمعنا وذلك من خلال وضع الأطفال في روض الأطفال، انتشار ظاهرة الدروس الخصوصية، الاعتماد على الوجبات السريعة خارج المنزل، بالإضافة الى الزيادة في النفقات من خلال الاستقلالية في مكان العيش (إضافة مصاريف إضافية في الكراء)

ان الانفتاح الثقافي امتدت تياراته على ميادين عدة فمن خلال ضعف المناعة المجتمعية اتجاه التيارات الثقافية الوافدة اصبح التحكم في العملية الاستهلاكية في المجتمع الجزائري من اصعب المهام فالترويج لمختلف السلع وبخاصة السلع الثانوية يلقي قبولا واقبالا منقطع النظير وهو الامر الذي اصبح او كما يعرف في مصطلحات وسائل التواصل الاجتماعي "ترند" وعلى سبيل المثال نوع من الشيكولاتة او كما يسمى شيكولا دبي يعرف اقبالا على مستوى محلات التسوق وهذا راجع لنجاح العملية التسويقية لهذا المنتج الباهض الثمن وهي ترجع لنجاعة وفعالية وسائل الاعلام والاتصال في العملية الاشهارية ، وبالتالي يجذب الافراد أي (المستهلك) للعديد من السلع الكمالية والتي تؤثر على ميزانيته ، حيث لم تعد للفروقات في مستوى الدخل علاقة بمستوى الانفاق بشكل عام وظهر ما يسمى بالإنفاق المظهري بغرض تقليد طبقة الأثرياء، وهناك العديد من الدوافع وراء هذا النوع من الاستهلاك ومن بين هذا الدوافع التفاخر مثل اقتناء سلع لماركات عالمية ، او الذهاب

الى ارقى المطاعم، أو تنظيم حفل زفاف على مستوى قاعات الافراح بغرض اكتساب أهمية اجتماعية (وهمية) تهدف بالأساس الى تقليد فئة معينة دون مراعات للإمكانيات المادية ان التحدي اليوم في العديد من البلدان على غرار الجزائر هو عقلنة العملية الاستهلاكية وترشيدها، من خلال الدعم الموجه للمواد الأساسية الواسعة الاستهلاك، كما ان المفارقة الجوهرية لمجتمعنا هو وجود ظواهر متضادة أبرزها ظاهرة الزيادة المستمرة في أسعار السلع والمنتجات والاقبال المتزايد عليها، وهي فجوة تثبت مدى تنامي الفعل الاستهلاكي للفرد الجزائري .

6. خاتمة :

من مخرجات العولمة الثقافية تأثيرها على الفعل الاستهلاكي ، حيث تعرف معدلات استهلاك الفرد الجزائري لمختلف السلع والخدمات منحى تصاعديا تثبت مما لا يدعوا للشك ان الميل الاستهلاكي اصبح علامة وبصمة تميز فئات مجتمعية عديدة وهو الامر الذي يدعو الى إيجاد كيفية لتقنين العملية الاستهلاكية وكبح ظاهرة الاسراف والتبذير ، من خلال ترشيد النفقات والتركيز بشكل أساسي على الأساسيات من السلع والخدمات خاصة مع ارتفاع تكاليف الحياة المعاصرة ، والتي تفرض تحديات جديدة في عالم اصبح الامن الاقتصادي ركيزة أساسية للامن المجتمعي من خلال تعزيز وتنمية الوعي المجتمعي من الجانب الاستهلاكي ودعم الاسر التي تتجه الى ممارسة الأنشطة الفلاحية والحرف والتي تساهم في العملية الاقتصادية حيث اسفرت الدراسة الى جملة من المقترحات هي :

- ضرورة ترشيد الاستهلاك لدى الاسر الجزائرية وهذا راجع للزيادة المعتبرة في عدد السكان والزيادة في الاحتياجات الأساسية خاصة المواد الأساسية مثل (القمح، الزيت) وما يعرفه السوق العالمي من ارتفاع في الأسعار واسعة الاستهلاك.
- تربية وتوعية الافراد على مستوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية على غرار الاسرة، المؤسسات التربوية فيما يتعلق بالفعل الاستهلاكي من خلال ترسيخ قيم الوعي الاستهلاكي
- المساهمة في العملية الإنتاجية من خلال استغلال مختلف الموارد البشرية والطبيعية من خلال تحويل الفرد والاسر الجزائرية الى آلة إنتاجية عن طريق الاعتماد على استغلال

- الأراضي الزراعية وإنشاء مؤسسات ناشئة تعمل على تحقيق نوع من الاكتفاء الذاتي على المستوى المحلي
- استغلال مختلف تكنولوجيا الاتصال الحديثة من أجل تشكيل ثقافة صحية استهلاكية للفرد الجزائري تعمل على تحقيق التوازن الاستهلاكي من حيث طريقة الاستهلاك ونوع الاستهلاك ترقية للأمن الصحي
 - التركيز في العملية الاستهلاكية على الضروريات من السلع والمنتجات والخدمات والتقليل إلى أقصى حد ممكن من الاستهلاك الثانوي (الكماليات).
 - مراعاة العوامل السوسيواقتصادية للبناء الاجتماعي من خلال الأخذ بعين الاعتبار مستوى دخل الأفراد، القدرة الشرائية، التغيرات الثقافية وتأثيراتها على الأنساق الاجتماعية.

7. قائمة المراجع:

- (1) أمال لعبيدي، أحمد مسعودان: ثقافة الاستهلاك الحديث في المجتمع الجزائري، مجلة الأسرة والمجتمع، المجلد 11، العدد 03، 2024، ص 83
- (2) نفس المرجع، ص 83
- (3) برهان غليون، سمير أيمن: ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، دار الفكر، ط 1 دمشق، 1999
- (4) علاء عبد الجواد: العولمة والمجتمع، الرواشدة، دار الحامد، عمان، 2007
- (5) أحمد عابد: انعكاسات العولمة الثقافية على القيم الأسرية، مجلة الكلمة، 2015، ص 119
- (6) التويجري عبد العزيز: العولمة والحياة الثقافية في العالم الإسلامي، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إبيسيكو- 2002
- (7) جون تملسون: الأمبريالية الثقافية في مؤلف العولمة الطوفان أم الإنقاذ- الجوانب الثقافية والسياسية والاقتصادية، مركز دراسات الوحدة العربية، المنظمة العربية للترجمة، تحرير: فرانك جي لبشنير وجون بولي، ترجمة: فاضل جتكر، بيروت.



- (8) الصائغ عبد الرحمن بن احمد محمد: تربية العولمة وعولمة التربية ، ندوة حول العولمة والولويات التربية، كلية التربية، جامعة الملك سعود، 2004
- (9) ابن نبي ماللك شروط النهضة، ترجمة: عمر مسقاوي وعبد الصبور شاهين، دار الوعي ، الجزائر، 2013، ص89
- (10) سامية حسن الساعاتي : الثقافة والشخصية ، بحث في علم الاجتماع الثقافي ، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998، ص35
- (11) مايك فيز ريستون: ثقافة الاستهلاك وما بعد الحداثة ، مكتبة متبولي، ترجمة: فريال حسن خليفة ، القاهرة 2009، ص177
- (12) مجد خضر: ثقافة الاستهلاك، الموقع الالكتروني -موضوع-تاريخ الاطلاع على المقال 2024-12-30، mawdoo3.com
- (13) نرمين محمد إبراهيم ، محمود عبد الحميد حسين :مشيرة محمد العشري : ثقافة الاستهلاك رؤية سوسيواقتصادية ، المجلة العلمية لكلية الاداب، مج13، عدد02، جامعة دمياط، مصر، ص136
- (14) طايبي رتيبة: الثقافة الاستهلاكية وانتشارها في المجتمع الجزائري في عصر العولمة، مجلة الأبحاث الاقتصادية، العدد11، جامعة البليدة، 2014، ص172
- (15) سليمان احمد علي: سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودية ، مكتبة فهد الوطنية، الرياض، 200، ص32
- (16) كاظم ابتهاج: الاستهلاك المظهري تبعا لمجالاته وعوامله، بحث ميداني في مدينة الموصل ، مجلة دراسات موصلية ، العدد11، ص86
- (17) سليمان حليمة، مسعودي رضا : الاستهلاك من سلوك اقتصادي الى سلوك اجتماعي ، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية ، مجلد08، عدد2022، ص577
- (18) the consumer society sage puplucation london:jean baudrillard 1998 p69
- (19) اميرة خاتو : دراسة تكشف أنماط استهلاك الجزائريين ، الموقع الالكتروني ، awras.com، تاريخ الاطلاع على المقال 2025-01-03

- (20) السيد محمد الرامخ : علم الاجتماع الاقتصادي ، دراسة نظرية وتطبيقية ، دار المعرفة الجامعية ، ط2، الإسكندرية، 2008، ص86
- (21) محمد علي الليثي: علم الاقتصاد، الجزء الأول، الاقتصاد الجزئي، دار التعليم الجامعي ، الإسكندرية ، 1994، ص94-95
- (22) طارق الحاج: علم الاقتصاد ونظرياته، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الأردن، 1998، ص115
- (23) محمد علي محمد: علم الاجتماع الاقتصادي في ميادين علم الاجتماع ، ترجمة محمد الجوهري وآخرون ، ط2، دار المعارف، القاهرة، ص182-183