

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

Consumer culture and the use of popular proverbs in Algerian society

بوؤففة عبد الرحمان¹¹ كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر،

abderrahmane.bougoffa@univ-bba.dz

تاريخ الإرسال: 06-12-2021 تاريخ القبول: 21-12-2022 تاريخ النشر: 31-12-2022

ملخص: تعتبر الثقافة الاستهلاكية مؤشراً هاماً لتغير المجتمع، ولتحليل الموضوع قمنا بوصف الظاهرة عن طريق الاعتماد على التحليلات والكتابات حول الموضوع وعرض عينة من الأمثال الشعبية حول الاستهلاك الى جانب ملاحظة واقع ظاهرة الاستهلاك بالمجتمع الجزائري. إن الفرد الذي يتبنى ثقافة استهلاكية واعية مرتكزة على الترشيد تنعكس على سلوكه وممارساته، ويتأثر ذلك بالحدثة المدعومة بوسائل الإعلام والتقليد والعملة وتنميط الأذواق، وبالعوادات والقيم السائدة في المجتمع، ما يضع الأفراد بين معطيات الاستهلاك المظهري والتركيز على الضروريات، قيم الترف والإسراف وقيم الترشيد، من هنا تبرز الأمثال الشعبية التي يمكن أن تلعب دوراً في ترسيخ ثقافة ترشيد الاستهلاك، إلا أنها تتأثر في استخدامها بالتغيرات التي يشهدها المجتمع، مما يستوجب المحافظة عليها وتبنيها باعتبارها تحمل قيماً لترشيد الاستهلاك.

الكلمات المفتاحية : الثقافة الاستهلاكية، ثقافة الترشيد، الأمثال الشعبية، قيم ثقافة الاستهلاك.

Abstract : Consumption culture is an important indicator of society change. To analyze the issue, we described the phenomenon by relying on analyzes and lectures on the subject and presenting a sample of popular proverbs about consumption, in addition to observing the reality of the phenomenon of consumption in Algerian society. The individual who adopts a conscious consumer culture based on rationalization is reflected on his behavior and practices. However, he is affected by modernity supported by the media, tradition, globalization, the stereotyping of tastes as well as customs and values prevailing in society. Hence, individuals are placed between an outward consumption and focus on the necessities, the values of luxury and extravagance and the values of rationalization. From here emerges the popular proverbs that can plays a role in consolidating the culture of rationalizing consumption, but they are affected in their use by the changes that a society is witnessing, which necessitates preserving and adopting them as they carry values to rationalize consumption.

Keywords: consumption culture, rationalization culture, popular proverbs, consumer culture values.

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

المؤلف المرسل: بوقفة عبد الرحمان، الإيميل: abderrahmane.bougoffa@univ-bba.dz

1- مقدمة:

في ظل المعطيات العالمية المتميزة بالميل نحو الترف تغيرت سلوكيات الأفراد في المجتمع الجزائري، وتحولت معها مؤشرات الإستهلاك نحو التوسع والنزعة الإستهلاكية، حيث تبرز رموزا ومعاني تثير الرغبة الملحة للتسوق، بالتالي يصبح إمتلاك أي سلعة هو هدف في حد ذاته يسمح للفرد اكتساب مكانة ومركزا اجتماعيا، لذلك تشكلت وتعددت المظاهر الإستهلاكية التي تميل أكثر نحو الترف والتفاخر متأثرة في ذلك بالانتقال نحو التحديث في واقع الحياة الإجتماعية، بالتالي تغير شكل الثقافة المصاحبة للعملية الإستهلاكية المستندة إلى دلالات ومعان تنعكس على نمط الحياة وتتأصل في ثقافة المواطن بل وتحدد مكانته ومركزه الإجتماعي، حيث أصبح التسوق هدفا يلجأ إليه الأفراد للحصول على كل ما يظهر في وسائل الإعلام والاتصال، هذه الأخيرة أدت الى تنميط ثقافة المستهلكين وجعلتهم في إقبال مستمر على السلع المعروضة دون مراعاة للموارد المتاحة التي تقتضيها عملية الترشيد الإستهلاكي. ومنه نطرح التساؤلات الآتية:

- كيف تتحول الثقافة الإستهلاكية في المجتمع الجزائري إلى ثقافة تتسم بالتوسع ونزعة الإستهلاك؟
 - ما هي أهم العوامل المؤثرة في ثقافة الإستهلاك في المجتمع الجزائري؟
 - ما واقع استخدام الأمثال الشعبية المتعلقة بثقافة الإستهلاك في المجتمع الجزائري؟
 - كيف يمكن للأمثال الشعبية أن تساهم في تثبيت ثقافة ترشيد الإستهلاك في المجتمع الجزائري؟
- وقد تم طرح الموضوع للإجابة عن التساؤلات التي تعبر عن إشكالية مثارة في المجتمع، وهذا من خلال التحليل الذي تضمنته العناصر الآتية:

2- مفهوم الثقافة الإستهلاكية:

2-1- الثقافة وثقافة الإستهلاك:

بوقفة عبد الرحمان

بما أن الثقافة تبرز من خلال الأفكار والمعتقدات والقيم والعادات والتقاليد والتصورات التي تظهر في سلوكيات وممارسات ملموسة وأشياء مادية، من هذا المنطلق تبرز الثقافة في كل مجالات الحياة، فهناك مجموعة هائلة من المنتجات الثقافية المنتشرة في المجتمعات المعاصرة، ليس هذا فحسب بل أن طرق نشر هذه المنتجات تتسم بالفعالية، فبواسطة شبكات الإتصال تصل هذه المنتجات في وقت قصير إلى كل الأماكن وعند كل الفئات في المجتمع، لذلك فالثقافة الإستهلاكية تعبر عن "الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الإستهلاكية، إنها مجموعة المعاني والرموز والصور... التي تضيفي على هذه العملية معناها وتحقق دلالتها في الحياة اليومية" (عدنان أحمد مسلم، آمال صلاح عبد الرحيم، 2017)، حيث أنها تركز أساسا على عملية الإستهلاك المادي، إلا أن فهم هذه الجوانب المادية لا يكتمل إلا بفهم الجوانب المعنوية المتصلة بها، لذلك "فالإستهلاك ليس مجرد عملية مبادلة اقتصادية، إنما هي قرارات تستند إلى ممارسات اجتماعية" (Vincent Chabault, 2017,p1)، وبالتالي تشمل الثقافة الإستهلاكية المعاني والرموز والصور المصاحبة للعملية الإستهلاكية المادية.

2-2- تطور الإهتمام بالثقافة الإستهلاكية:

برزت الثقافة الإستهلاكية بشكل كبير في المجتمعات الحديثة مع تغير القيم الثقافية للمجتمعات التقليدية وتعويضها بقيم استهلاكية سمحت بالتحكم في الأفراد والمجتمعات وتوجيهها حسب أهداف الأطراف المهيمنة على الظاهرة، كما أن مظاهر الإستهلاك ليست اقتصادية فحسب، بل ثمة جوانب اجتماعية تتضمنها، ذات علاقة بالقيم والعادات والتصورات السائدة في المجتمع التي لها دور فعال في تشكيل نمط الإستهلاك كحجم الأسرة، الى جانب الطبقة أو الفئة الاجتماعية، فالفئات المترفة تتميز بالإستهلاك المظهري الذي يعبر عن الثراء والمكانة الاجتماعية. كما أن ظاهرة الإستهلاك متعددة الأبعاد منها المهنية والبيئية والاجتماعية والنفسية والثقافية. وهذا ما أكدته "كينز" بأن ظاهرة الإستهلاك تتأثر بكل العوامل إلا أن "كينز" أشار إلى وجود عوامل تؤثر في الإستهلاك، تتمثل في الدخل والأسعار وعادات الإنفاق الإستهلاكي وغيرها، وعوامل شخصية كالتفاخر والتبذير وغيرها (محمد يسرى إبراهيم، 1997،

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

ص80) وحسب "دوركاييم" فإن القيم هي المحدد للعلاقات الاجتماعية وهي المكونة للضمير الجمعي، فالقيم الأخلاقية لها تأثير على قيم الإستهلاك وموجه لها. (أحمد زايد، 1994، ص ص 81، 101)

إن العوامل الاجتماعية لها تأثير واضح على نمط الإستهلاك فالأغنياء مثلا ينفقون بشكل يرمز لوضعيتهم الطبقيّة لذلك يرى "ثورتشاين فيبلن" أن الإستهلاك المظهري يعبر عن الإستهلاك المفرط للسلع الذي يعتبر مؤشرا لإنتماء الفرد للطبقة المترفة، وللدلالة على التباهي بغرض اكتساب الهيبة (أحمد أبو زيد، 1967، ص 13) في المجتمع، فالأفراد يقومون بشراء سلع باهظة ليس لإشباع حاجة أو لكونها ذات جودة، بل لكونها غالية الثمن بغرض التباهي وتحقيق الهيبة، فحسب "فيبلن" يعد ذلك أحد الوظائف الكامنة لظاهرة الإستهلاك. (أحمد مجدي حجازي وآخرون، 2001، ص 100)

3- عوامل مؤثرة على تغيير الثقافة الإستهلاكية:

انطلاقا من التحليل السابق فإن هناك العديد من العوامل المؤثرة على تغيير الثقافة الإستهلاكية، يمكن الإشارة الى أهم العوامل ذات التأثير الكبير والواسع في مايلي:

3-1- العولمة والثقافة الإستهلاكية:

ظهرت العولمة مع التوجه نحو الإنفتاح، وبرزت معها السوق العالمية والتكتلات، في المقابل برزت معها فكرة العالم قرية واحدة. لذلك فالعولمة هي عملية تستهدف تعميم قيم استهلاكية محددة ترتبط بنمط الثقافة الإستهلاكية الغربية المتميزة بالرفاهية، من هذا المنطلق فهي عملية يصاحبها تنميط السلوك الإستهلاكي وقبولته على النمط الغربي، ويرتبط هذا الوجه الإقتصادي مع الجانب الثقافي للظاهرة، على اعتبار أن عملية تنميط أذواق الأفراد وقبوله سلوكياتهم الإستهلاكية، عملية يترتب عليها تحويل وتحويل في الخصوصيات الثقافية التي تميز تلك المجتمعات (هادي النعماني، 2002، ص 159)، ويرى كثيرون أن السمة الغالبة على العولمة تتمثل في النمط الإستهلاكي الأمريكي، الذي يتم تصديره لمختلف أنحاء العالم وعلى نطاق واسع، بداية من مظاهر الأكل واللباس إلى الفنون، بغض النظر عن الخصوصيات

بوقفة عبد الرحمان

والإختلافات التي تميز كل مجتمع. (خالد فياض، 2009) ما يدل على أن التغيرات الحاصلة هي محاولة لقلوبة العالم على النمط الغربي في "كل مجالات الحياة من إستهلاك الطعام حتى استهلاك الموسيقى والأغاني" (أنور أبو عوده، 2003، ص 321)، ومنه أصبحت ظاهرة الإستهلاك تأخذ أبعادا جديدة مع كفاءة وسائل الإعلام الواسعة الإنتشار التي تتبنى آليات داعمة لنشر الثقافة الإستهلاكية العالمية، هذا ما يؤثر في الفئات الفقيرة ويجعلها عاجزة أمام المعروض من السلع والخدمات والتكنولوجيا المتطورة.

3-2- دور وسائل الإعلام:

في ضوء ما سبق فإن الثقافة الإستهلاكية قد ارتبطت بوضوح ورموز ومعان تعبر عن الرفاهية، إذ لعبت وسائل الإعلام دورا هاما خاصة من خلال الإعلانات في نشر الثقافة الإستهلاكية الغربية، والإقبال على الرفاهية من خلال مظاهر الإستهلاك، فحسب "ماك كراكن *McCracken*" أن "ظاهرتي الموضة والإشهار هما وسيلتان لنقل الثقافة من خلال المواد الإستهلاكية" (Sylvie.J, Marie-Catherine.M, Loick.M et Jean-Baptiste.W, 2014, p12)، فهذه الإعلانات تؤدي إلى استنزاف دخل الفرد من خلال تشكيل الرغبة لديه في إقتناء السلع وميله الشديد نحو الإستهلاك، فاعتماد الإعلانات على قوة وكفاءة ونفوذ وسائل الإعلام ساعدها في الوصول إلى أغلب الأماكن والمجتمعات والأفراد من مختلف الثقافات والفئات، وأصبحت السلع الإستهلاكية وأسماء وعلامات الشركات الكبرى جزء من الثقافة المتداولة بين الأفراد رغم اختلاف لغاتهم وثقافتهم (سمير محمد حسين، 1986، ص 145)، ومنه أصبحت الإعلانات تفرض نوعا من الهيمنة على الأسواق والمستهلكين من خلال تنميط الأذواق، وتشكيل إجماع على استهلاك سلع قد لا تكون هناك حاجة إليها لدى الفرد أو قد لا تتوافق مع مستوى دخله ووضعيته المعيشية.

3-3- التقليد والمحاكاة:

يعد الترويج للمنتوجات والعلامات التجارية وسيلة فعالة لتنميط الأذواق من خلال وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي عن طريق لوحات الدعاية والإعلانات واللافئات العادية والضوئية في الطرق والشوارع

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

ووسائل المواصلات والمحلات، كل هذا يساعد في انتشار أنماط استهلاكية تساهم في تعميق ظاهرة التقليد والمحاكاة للأنماط الإستهلاكية المعروضة ما يترتب عليه تشكل منظومة قيمية استهلاكية تتماشى والثقافة المرغوبة، حيث تظهر احتياجات ورغبات مصطنعة غير ضرورية تتحول عبر آليات الإعلانات والرغبة في تقليد الآخرين إلى احتياجات مطروحة تستوجب الإشباع، ومع وجود النهم الإستهلاكي تزداد الضغوط المادية المستمرة على الأفراد والأسر، وهذا الأمر يؤدي إلى مزيد من الضغوط على الأوضاع والظروف الإقتصادية للمجتمع.

إضافة لذلك فإن المواد الإعلامية ومواقع التواصل الإجتماعي تشغل معظم الناس في أوقات الفراغ، ما يؤدي إلى زيادة الإقبال على الإستهلاك من خلال اقتناء منتجات يروج لها باستمرار، ويتعمق ذلك مع زيادة الوقت الذي يقضيه الأفراد في مشاهدة برامج التلفزيون أو متابعة مواقع التواصل الإجتماعي خاصة لدى النساء والأطفال والشباب، لذلك فقد أكد "لينيت باليرت" أن غالبية المستهلكين هم من النساء اللواتي يتأثرن أكثر بالإعلانات التي تساهم في تشكيل اتجاهات المرأة وممارستها، مما يدفعها الى زيادة الإستهلاك والأمر نفسه مع الشباب والأطفال (سناء الخولي، 1988، ص 256).

في إطار ما سبق يبرز الإشكال حول الثقافة الاستهلاكية المحلية في ظل الظروف التي يمر بها المجتمع، تلك الثقافة ترتبط بشكل وثيق بالمجتمع الذي تتشكل فيه، فإذا كان المجتمع في حالة تغير وتحول فإنه بالضرورة الموروث الثقافي المتعلق بالإستهلاك يصبح هو الآخر عرضة للتحويل والتبدل.

4- ثقافة ترشيد الاستهلاك:

يقصد بثقافة ترشيد الإستهلاك "المعرفة المكتسبة من مصادر مختلفة بخصوص حصول كل فرد في المجتمع على احتياجاته من السلع والخدمات... على أن يكون ذلك في حدود موارده المتاحة" (عدنان أحمد مسلم، آمال صلاح عبد الرحيم، 2017)، فمظاهر الإسراف والإنفاق غير الرشيد لها إنعكاسات لا تخدم الفرد والمجتمع يقابلها في ذلك ثقافة ترشيد الإستهلاك التي تظهر من خلال وعي الافراد بشراء

بوقفة عبد الرحمان

مستلزماتهم من السلع والخدمات وحرصهم على ترشيد استهلاكهم بما لا يتجاوز حاجاتهم إلى حد التبذير (بيداء ستر لفترة، 2013)، فترشيد الإستهلاك يعني الإستغناء عن شراء الكماليات غير المرغوبة وتأجيلها والإكتفاء بالأساسيات، فمن هذا المنطلق فإن أفراد المجتمع بحاجة إلى تبني ثقافة الترشيده في مواجهة الزيادة المتواصلة للمتطلبات، لكن ذلك يعد أمرا صعبا في المجتمع الذي تعود فيه الأفراد على ثقافة الهدر كما هو الحال في مجتمع الجزائري، حيث تعد ثقافة الإستهلاك غير الرشيد ظاهرة متفشية في المجتمع الجزائري كالمنازل الفخمة والعديدة مقارنة بعدد أفراد الأسرة في المنزل المتعدد الغرف.

إن ثقافة الهدر الاستهلاكي لها مخاطر اقتصادية بحيث أن زيادة الإستهلاك يكون على حساب الإدخار الذي يساعد على زيادة التراكم الرأسمالي، فالدول ذات الإدخار المرتفع أسرع نموا من ذوي الإدخار المنخفض (عدنان أحمد مسلم، آمال صلاح عبد الرحيم، 2017)، كما أن الإستهلاك المفرط للموارد يساهم في استنزاف نصيب الأجيال القادمة من الموارد، فوجود ثقافة الهدر الإستهلاكي يجعل حاجات الأفراد متزايدة قد تتجاوز قدرة الموارد على إشباعها ما ينعكس على الإرتفاع المتزايد للأسعار الى جانب تشكيل بيئة غير مشجعة للمنتوج المحلي ما يعرضه للتراجع والإختيار، هذا ما يساهم في تكريس التبعية والإعتماد على الغير.

إن سيادة ثقافة الهدر الإستهلاكي يؤدي إلى مخاطر عديدة على الأسرة والمجتمع كنشر ثقافة دول المصدر، وبالتالي تكريس التبعية الثقافية وفقدان الهوية، ناهيك عن إرباك ميزانية الأسرة باستهلاك سلع لا حاجة أو أهمية لها وهو ما يوقعها في مشاكل الإقتراض الأمر الذي يؤثر في كيان الأسرة وتفككها (عدنان أحمد مسلم، آمال صلاح عبد الرحيم، 2017)، إضافة إلى ما سبق فإن مخاطر التبعية تبرز نتيجة الإعتماد الكلي على الواردات في تلبية حاجات المستهلكين، كذلك فإن التمادي في سياسة الإستهلاك غير الرشيد له انعكاسات على الدولة والمجتمع، وللحد من التأثيرات غير المرغوب فيها هناك أدوار مهمة يجب القيام بها من بينها: (عدنان أحمد مسلم، آمال صلاح عبد الرحيم، 2017)

- قيام وسائل الإعلام بدورها الإيجابي لدعم ثقافة ترشيده الإستهلاك.

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

- الدور الفعال للمؤسسات التربوية والدينية والجمعيات المهتمة بالعمل التوعوي والتربوي والإرشادي في نشر ثقافة ترشيد الإستهلاك.

- ينبغي على الباحثين والفاعلين الاجتماعيين الإهتمام بثقافة ترشيد الإستهلاك عن طريق نشاطاتهم وأبحاثهم ودراساتهم.

- دور الأسرة في دعم ثقافة ترشيد الإستهلاك من خلال الممارسة العملية، بالإضافة الى الحوار الدائم مع الأبناء حول أهمية ترشيد الإستهلاك.

5- ثقافة الإستهلاك في المجتمع الجزائري:

ترتبط الثقافة الاستهلاكية بأسلوب الحياة *mode de vie* المتبنى من طرف الأفراد حيث يتوقف على درجة التذوق في السلع والمظاهر، وأشكال التذوق تظهر في التفضيلات الإستهلاكية للطعام واللباس وغيرها، كما أن أسلوب الحياة يتأثر بالبحث عن التميز الطبقي من خلال الثقافة الإستهلاكية، ويتحول هدف الفرد إلى امتلاك السلعة دون الحاجة إليها، ناهيك عن تتبعه لحركة السوق ورغبته في الشراء والحصول على كل جديد مما يؤدي إلى حالة من الإدمان. (<https://almaarefcs.org/4462/315>)

ففي المجتمع الجزائري مستوى الدخل للطبقة الوسطى والمستوى الثقافي تلعب دورا هاما في أسلوب الحياة وأنماط الإستهلاك الثقافي رغم أنه لا يلاحظ وجود تمايز واضح بين الطبقات المجتمعية في جميع مظاهر الحياة الإجتماعية والثقافية، ولعل أسباب ذلك تعود إلى أن المجتمع الجزائري هو مجتمع إنتقالي، بالإضافة إلى ذلك فشرريحة الطبقة الوسطى هي الشريحة الأكبر التي يتكون منها المجتمع لذلك يصعب ملاحظة التمايز الطبقي بشكل بارز، وبالنظر الى واقع المجتمع وأسلوب حياة الأفراد يتضح مايلي:

(<https://almaarefcs.org/4462/315>)

- تزايد النزعة الإستهلاكية بصورة واضحة في ظل كفاءة وسائل الإعلام والاتصال.

بوقفة عبد الرحمان

- الإستهلاك يتحول إلى حالة إدمان ويصبح ثقافة مفروضة عوضا عن ثقافة اختيارية خاضعة لمعايير عقلانية تحاكي عملية الترشيح الإستهلاكي.

- الإستهلاك أصبح هدفا في حد ذاته يعبر عن مكانة الفرد، حيث كلما زاد الإستهلاك لديه ارتفعت مكانته، ومن هنا برز الطموح الإستهلاكي المرتبط بالتفاخر.

فقد تطورت وتعددت مظاهر السلوك الإستهلاكي في المجتمع الجزائري، والتي أصبحت تطبع ممارسات الأفراد، وهذا من خلال التهافت على الشراء كنتيجة لتأثيرات وسائل الإعلام والاتصال، وكذا الأوضاع الإجتماعية والمعيشية وأنماط الحياة المستوردة، فمن خلال ملاحظة الشوارع والأسواق أن هناك تهافت وإقبال للأفراد بمختلف مستوياتهم الإجتماعية على السلع والمنتجات، كما أن المواضيع التي تغطي على الحديث لدى العامة هي الإحتياجات اليومية وكيفية تلبيتها وتوفيرها، وبالرغم من أن معظم الأفراد يشكون من مشكل غلاء الأسعار ومحدودية الميزانية وعدم كفايتها إلا أن الجميع يُقبل على الإستهلاك بنهم وباستمرار، وعلى اقتناء الكماليات سواء كانت تلي أو تتجاوز حاجاته، كما أن افتقار الأفراد لثقافة الإنتاج يجعل مجتمعنا استهلاكيا بامتياز، فالتهافت الكبير على الإستهلاك يدفع إلى المبالغة في اقتناء الحاجات خاصة مع التأثير بحالات الندرة، وتصبح بذلك الاشكالية لا تتعلق بطابع الاستهلاك والسلوك الاستهلاكي وإنما لارتباطها بالافتقار لثقافة الإنتاج، وهناك عوامل ساهمت في تشكيل الثقافة الإستهلاكية نذكر أهمها فيما يلي: (<https://almaarefcs.org/4462/315>)

- أدى ارتفاع أسعار النفط في مراحل سابقة إلى حدوث تغيرات في الأنماط الإستهلاكية حيث زاد ميل معظم أفراد المجتمع نحو الإستهلاك المترف، إذ أن زيادة الميل نحو استهلاك السلع الكمالية أدى إلى استنزاف إحتياجات العملة الصعبة ما أثر سلبا في الإقتصاد الوطني.

- النمو المحقق في سنوات ارتفاع أسعار النفط كان هشا بسبب الإعتماد على عائدات النفط التي يصعب التحكم فيها، لذلك ظهرت ملامح هشاشة الإقتصاد الوطني مباشرة بعد تراجع الأسعار، إذ أن مظاهر الأزمة برزت بسبب ضعف موارد الدولة الناجم عن حالة الركود والإعفاءات والتهرب الضريبي، إضافة الى

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

عدم ترشيد النفقات العمومية، وضعفت الإدخار وتدهور الإستثمار، ناهيك عن عدم النجاحة في معالجة مشكلة البطالة الى جانب الفساد الإداري والمالي.

- الإنفاق المالي لا يعني تحسن المستوى المعيشي بقدر ما يعني البحث عن سلع استهلاكية كمالية لغرض التباهي، فالسلع المعروضة في الأسواق أكثر جاذبية للمستهلك كونها تمثل رمزية ثقافية تدل على علو المكانة الإجتماعية، وأصبح الإستهلاك المترف يمثل هدرا للموارد.

- إن نزعة الإستهلاك تتأصل لدى الفرد منذ الطفولة بالتالي تترسخ الثقافة الإستهلاكية لدى مختلف شرائح المجتمع، حيث تتحول إلى ثقافة معمرة، إذ أن ما ينفق على التدخين والمقاهي ومواد التجميل والملابس وأشكال تسريحات الشعر تفوق مداخيل الأفراد.

وتعود أسباب تغيرات الثقافة الإستهلاكية إلى التطور المتسارع والمستمر الذي يؤثر في أفراد المجتمع ويشكل أنماط الإستهلاك ويزيد من رغبتهم في اقتناء السلع وأنماط المعيشة المترفة، فالكثير منهم يقبلون على أكثر من نوع للسلعة نفسها دون وجود الحاجة لذلك، وقد يرغبون في استبدال المنتجات بحثا عن الجديد حتى لو كانت القديمة صالحة الإستعمال، وساعد على ذلك التأثير الكبير لوسائل الإعلام التي تعمل على الترويج للمنتجات والأنماط الإستهلاكية بشكل مكثف، وينعكس ذلك على المجتمع ويجعل الثقافة الاستهلاكية قد تساهم في تفاقم ظواهر اجتماعية كالانحراف والجريمة والسرقة والإدمان على المخدرات، إلى جانب التهافت على تكنولوجيات الإعلام والإتصال الحديثة وعلى وسائل التواصل الإجتماعي والأنترنت نتيجة التفكير المستمر في اقتناء المنتجات الحديثة بحجة مسايرة تطورات العصر، والنهم في التقليد والمحاكاة للأنماط الإستهلاكية المعروضة، ويمكن أن نميز في الثقافة الإستهلاكية للمجتمع الجزائري النقاط الآتية: (زيد بن محمد الرماني، 2010، بتصرف)

- التبذير والترف ليس أمرا فرديا فحسب بل مظهرا اجتماعيا، يمس الاجيال الراهنة واللاحقة.

- إن الإدمان على الإستهلاك المترف ليس أقل خطورة من المخدرات، وقد يكون كنتيجة لضغوطات اجتماعية ونفسية كالتوتر وحالات القلق.

بوقفة عبد الرحمان

- التقليد والمحاكاة يمتد إلى الممارسات الإجتماعية والقيم الثقافية وكذا ما تعلق بالأمثال الشعبية وحتى مظاهر التدين.

6- استخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري :

تعتبر الأمثال الشعبية خزان ثقافي يعبر عن درجة وعي المجتمع ونظراته لمختلف جوانب الحياة والذي تشكل عبر فترات تاريخية، فهي أحد أساليب التربية والتوجيه والإرشاد المعتمدة لدى أفراد المجتمع الجزائري في غرس القيم والأخلاق والصفات الحميدة، حيث تعبر عن الموروث الحضاري الغني بالمعارف والقيم التي تناقلتها أجيال من الأجداد إلى الأحفاد، وهي صفوة من الأقوال وعصارة من الأفكار وتجارب الأجيال السابقة، ورغم أهمية هذا الموروث إلا أن هناك قلة اهتمام لدى جيل الشباب به، حيث أصبح مقتصرًا على المناطق المحافظة والمعزولة وفئات المسنين، يعود ذلك إلى عدم الإهتمام بها من جهة ومن جهة أخرى إلى استخدام أمثال أجنبية هجينة ليست لها صلة بالمجتمع الجزائري، هذا الأمر يثير بعض المخاوف من إندثار الثقافة الشعبية نتيجة عدم التمسك وإعراض الجيل الحالي وميله للإستهلاكي للثقافات الدخيلة، متأثرًا في ذلك بالإنتقال إلى الحداثة وما تعرضه وسائل الإعلام والإتصال ومواقع التواصل الإجتماعي.

فهناك أمثال تعكس الواقع المعاش إلا أنها قليلة الإستعمال أو ترد بصيغ أخرى كالمثل الذي يقول "بُوسُ الكلب من فَمُو تقضي صَالِحَتُكَ مَنُو" ويرد كذلك بصيغة "إذا كان لَكَ عند العبد حاجة فُؤَلُو يا سيدي"، فهذان المثلان يستعملان للدلالة على ضرورة المسايرة والمسايسة عند قضاء الحاجة والتركيز على الأهداف، ما يعني أن الموروث الشعبي من الأمثال له مغزى ومعنى وهو متناقل في أوساط العامة، لكن ما يلاحظ لدى جيل الشباب ومستخدمي الأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي قلة المعرفة والإستخدام وأحيانًا تتحول إلى مصدر للسخرية والتسلية، لذلك فهي تواجه خطر الإندثار بسبب تحدي العولمة والحداثة المدعومة بوسائل الإعلام والإتصال.

7- الأمثال الشعبية في ثقافة الإستهلاك:

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

بما أن الأمثال الشعبية هي جزء من التراث الشعبي فقد تناولت الكثير من المواضيع المتعلقة بالأفراد والمجتمع وهي تحمل في طياتها معتقدات وقيم ثقافية، هذه المواضيع متعددة ومتنوعة حسب تعدد وتنوع مظاهر الحياة الاجتماعية، لذلك فهي تمس جوانب اجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية، وقد تم الحرص في هذا الموضوع على انتقاء بعض الأمثال الشعبية ذات العلاقة بثقافة الإستهلاك في المجتمع الجزائري لتبيان طبيعة هذه الأخيرة في تراثنا الثقافي ودلالاتها، ولمعرفة وإظهار التغير الواضح الذي طرأ عليها نذكر عينة منها فيما يلي: (تم ذكر هذه الأمثال على سبيل المثال لا الحصر، وقد ترد في المصادر المتعلقة بالأمثال الشعبية أو الدراسات والمقالات المتعلقة بموضوع الثقافة الشعبية، وهي متداولة في الكثير من المناطق وتفاوتت من حيث الاستخدام أو تستخدم بأشكال وصيغ مختلفة)

- يرد باللهجة العربية الجزائرية (العامية) في بعض المناطق الناطقة بها بعض الأمثال نذكر منها:
 - "إِجِي وَفَتْ جِيلٌ يَأْكُلُ بِالزُّطْلِ وَيَشْرَبُ بِالسُّطْلِ وَيُرْقِدُ اللَّيْلَ مَا طَالَ" ويقال عن الاستهلاك المفرط المترف، وهذا المثل يحمل في طياته دعوة لعدم التبذير ولترشيد الإستهلاك والحفاظ على الموارد.
 - "الشَّيْعَةُ لِلْقَمْحِ وَالْبَنَةُ لِلْمَلْحِ" يعبر هذا المثل عن أهمية الملح للطعام، أي أن الملح أساس إكتمال لذة الطعام، وهو إشارة إلى ضرورة الإهتمام بالأذواق.
 - "من عندي ومن عندك تَنْطَبِعُ ومن عندي بَرْكٌ تَنْقَطِعُ" ويتعلق بالمعاملات والعلاقات، ويقال في الذي لا يبادل صاحبه الإنفاق والمنفعة، ما يعني المعاملة بالمثل في إنفاق الموارد والمصاريف.
 - "لَا يَعْجَبُكَ نَوَّارُ الدَّفْلَى فَلَوَّادُ دَائِرِ ضَلَايِلٍ.. وَ لَا يَعْجَبُكَ زَيْنُ الطَّفَّلَةِ حَتَّى تُشَوِّفَ لَفْعَايِلَ" والمغزى منه عدم التركيز والإهتمام بالمظاهر والإنخداع بها، يعني عدم التركيز على الإستهلاك المظهري.
 - "كُولْ مَا يَعْجَبُكَ وَأَلْبَسْ مَا يَعْجَبُ النَّاسَ" أي الابتعاد عن البخل والشح وإظهار النعمة وعدم الجحود، ما يعني الموازنة في الإستهلاك بين تلبية الحاجات ومراعات المظهر.

بوقفة عبد الرحمان

- "يا لَمَزَوُوقُ مَنْ بَرَّأ، وَاشْ اَحْوَالكُ مَنْ دَاخَلَ" ومعناه أن البحث عن الأفضلية واكتساب المركز الاجتماعي ليس بالتركيز على المظهر الخارجي وإنما بأفضلية عوامل داخلية كالشخصية والمعاملة مثلاً، وهذه دعوة لعدم التركيز على المظاهر والإستهلاك لغرض التباهي والتفاخر.
- "نَكَلُو فِي الْقُوْثِ وَنُسْتَنَّاوْ فَاْلَمُوْثُ" يقال عند السؤال عن الحالة أي أنها عادية بالتالي القناعة والرضا.
- "اللي حي قَسْمُو حي" ويطلق لمن يخشى نقصان الرزق من كثرة الإنجاب، بمعنى السعي لتحصيل الموارد وعدم الخوف من ارتفاع الإستهلاك.
- "اللي خَلَقْ ما يُضَيِّعْ" ويطلق لتهوين مصائب وفاة المعيل مثلاً وبالتالي التفاؤل وعدم الخوف من إنقطاع المورد، والبحث عن الفرص والبدائل لتحصيل موارد الإستهلاك.
- "الرَّزُقُ بُيْدُ رَبِّ" يقال في حالة العجز عن تحصيل المواد والحاجات وللدرد على من يرى أنه سبب حياة فرد آخر بمعنى الفرص متاحة تستوجب البحث والسعي.
- "الْبَرَكَهْ فِي الْقَلِيلِ" يقال لمن لا يرضى بالقليل لحته على القناعة وهي دعوة للتقشف وعدم التبذير والإسراف.
- "قَالَتْ الْحَجْرَةُ تُبَلِّتْ، قَالَتْ الطُّوبَةُ أَنَا ما نَهْدَرْشْ" يضرب المثل حين يشتكي ميسور الدخل من عدم كفاية الموارد للمصاريف، خاصة عندما يقابل ذوي الدخل الضعيف أو المنعدم، وفيه حث على القناعة.
- "الطَّمَاغُ يُبَاثُ سَارِي"، "مُوْلُ الْحَبْرَةِ يَطْمَعُ فِي صَاحِبِ النِّصِّ" بمعنى أن الطمع يفسد طباع وأخلاق الفرد فعليه نبذ هذه الصفة، وهذان المثالان يؤكدان على نبذ الطمع في الإستهلاك.
- "مُوْلُ التَّاجِ وَيُحْتَاجُ" ومعناه أن أي فرد في حاجة لغيره مهما كان دخله أو مستواه المادي فلا حرج في طلب المساعدة ، وبالتالي تبادل المنفعة بين الأفراد وضرورة التكافل الاجتماعي في مجال الإستهلاك.
- "الْقَهْوَةُ بِالْحَلِيبِ وَالصَّلَاةُ عَلَى النَّبِيِّ الْحَبِيبِ" بمعنى أن الأفراد يجب أن يقنعوا بما يملكون لأن القناعة سبب البركة وهي صفة محمودة في الإستهلاك.

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

- "اللي عَجْبُك رَخْسُو، نُحْلِي (يَبْقَى) نَصُو" أي أن السلعة الرخيصة مدة صلاحيتها تكون أقل لأنها في الغالب ليست من النوع الرفيع. وهذه دعوة إلى التركيز على النوعية والجودة في اقتناء السلع الاستهلاكية.
- "العنى في القلوب" ويقال في القناعة بالقليل وعدم الطمع واللهفة فالرغبة في الملكية والإستهلاك لا حدود لها إذا لم تصاحبها قناعة ورضا.
- "حشيشته طالبه معيشته" وهو مثل معروف ومتداول يقال في من يقنع بالقليل دون الطموح فيما هو كثير ما يعني الابتعاد عن الإستهلاك التفاخري.
- "اللي صَحَّ لُو عَظَمَ إِيْقُولُ بِشَيْشَه" يطلق المثل في القناعة وعدم الشكوى للآخرين بقلة الحظ والنظرة الإيجابية للأشياء ورضا الفرد بممتلكاته.
- "الطَّمْعُ يَفْسُدُ الطَّبْعُ" يقال في ذم الطمع فهذه الصفة تؤثر على السلوك الإستهلاكي للفرد وتعاملاته.
- "جَا يَسْعَى وَدَّرَ تَسْعَه" ويقال في من يقع في ورطة لجشعه وطمعه إذ أن النهم الإستهلاكي قد يفقد الفرد أفضل الأشياء كالموارد بحيث يقدم أكثر ويحصل على مواد أقل، ما يعني الحفاظ على الموارد.
- "عَلَى كَرْشُو يَحْلِي عَرْشُو" فالشخص الذي يتصف بالطمع لا يراعي نتائج ممارساته على الآخرين حتى المقربين كالأهل وما يهمه هو الوصول إلى أهدافه، وهذا يعني الابتعاد عن النهم واللهفة في الإستهلاك.
- ويرد بالأمازيغية في بعض المناطق الناطقة بها بعض الأمثال نذكر منها:

* أمثال مأخوذة من التراث الشعبي الشاوي:

- "إِتَّتْ سَن رَنْعَه إِفَاسَن" ترجمته "يأكل بأربعة أيدي" ويقال للفرد المسرف في سلوكه الإستهلاكي وفيها ذم للإسراف والتبذير في الإستهلاك.
- "يَحْسَن ثَا حَجَامَتْ بَلَا يَدَامَن" ترجمته "يريد الوشم بدون دم" وتقال للذي يريد تحقيق المكاسب والأهداف بدون تقديم المجهود أو التكاليف أو السعي والبذل، وهذا يعني ضرورة الموازنة بين الموارد والحاجات.

بوقفة عبد الرحمان

- "أَرْقَازُ دُوْثُ أَوَّلَ مَا شِئِي دُوْثُ سَرْوَالٍ" ترجمته "الرجل في الكلمة وليس في السروال" ومعناه أن الرجولة الحقيقية ليست في مظهر الإنسان وإنما في شخصيته وأخلاقه، وهذا المثل فيه دعوة إلى الابتعاد عن التباهي والإستهلاك المظهري والإهتمام بالجوانب الشخصية والأخلاقية والمعاملات.

- "أَعْدَيْسُ إِنْشَيْنِ إِبَاوْنُ إِتُوفُ" ترجمته "البطن التي أكلت الفول تنتفخ" ويقال حول ضرورة تحمل الفرد لمسؤولياته تجاه أعماله، فالإسراف في الإستهلاك قد يكلف الفرد موارد أكثر مما يعني الابتعاد عن الهدر الإستهلاكي.

* أمثال مأخوذة من التراث الشعبي القبائلي:

- "أَتَرَزْ وَلَا أَتَكْنُو" وترجمتها "ننكسر ولا ننحي" وهذا المثل هو من الأمثال المشتركة بين بعض المناطق الناطقة بالأمازيغية وفيه دعوة للمحافظة على الذات والأصول والخصوصية الثقافية وعدم الإنسلاخ والرضوخ، وقد ينطبق ذلك على ثقافة الإستهلاك بمختلف أوجهها سواء الإستهلاك المادي أو الثقافي.

- "نَتَّ دُقْ بِلَاغْ وَيْتَمَمِدْ اذْلَاغْ" ترجمته "هو في البالوعة واشتهى أكل الدلاع" وهذا المثل فيه دعوة إلى الابتعاد عن الطمع واللهفة والإكتفاء في الإستهلاك بما يتوافق مع موارد الفرد.

- ويقال كذلك "أَتَشْ لِحَقُّكْ وَأَقْمَشْ تُطْيِكْ" ترجمته "كُلْ حَقَّكَ وَأَغْمِضْ عَيْنَكَ" ما يعني التحلي بالقناعة والابتعاد عن التقليد في الإستهلاك بما يتوافق مع الموارد المتاحة.

- "أَوْدَانْ بَغَانْ أَدْتَشْنْ أَعْرَضْهُ سَمْنَسْ إَضُو" وترجمته "الناس أرادت أكل الفأر فسموه الجربوع" وهذا المثل فيه دعوة إلى الابتعاد عن الأمور المشبوهة وعدم إعطاء تبريرات في أمور واضحة بما فيها الابتعاد عن المحرم دينيا والمشبوه والنهم واللهفة في الإستهلاك.

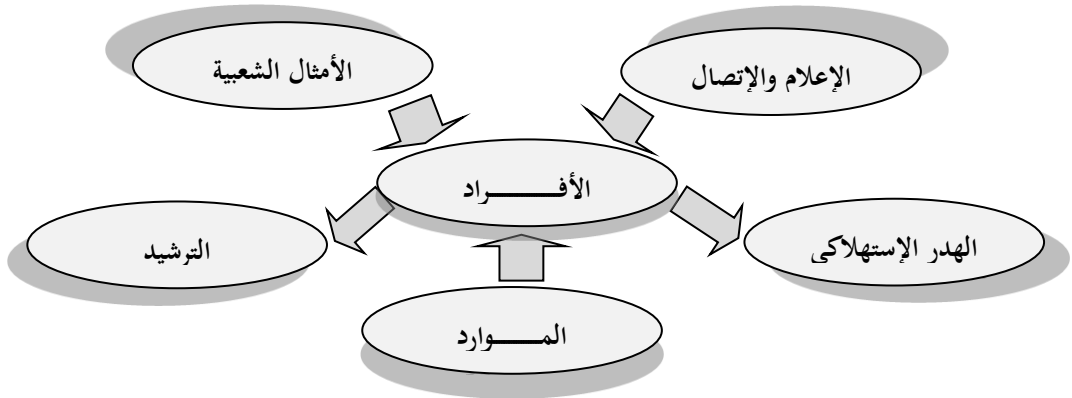
يتضح مما سبق أن الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري سواء كانت بالعربية أو الأمازيغية تتمحور حول ثلاث محاور أساسية متمثلة في:

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

- توجيه الممارسات الاستهلاكية: من خلال التأكيد على الترشيد والحفاظ على الموارد، ما يعني الابتعاد عن الهدر الاستهلاكي، أي عدم التركيز على الاستهلاك المظهري والتفاخري لغرض الترف والتباهي، والموازنة بين الموارد والحاجات من خلال التقشف وعدم الإسراف والتبذير.
- تثبيت قيم مرغوبة: أي تفضيل صفات القناعة والرضا، السعي والتفاؤل، النظرة الإيجابية والإهتمام بالأذواق، التركيز على النوعية والجودة، والحث على التكافل الاجتماعي في مجال الاستهلاك.
- نبذ صفات غير مرغوبة: أي الابتعاد عن صفات الطمع، اللهفة والجشع، البخل والشح والحدود، التقليد المبالغ فيه للأ نمط الاستهلاكية.

إذا فالأمثال الشعبية تحمل قيما ثقافية تؤكد على إرساء ثقافة استهلاكية تدعو إلى الترشيد. يتبين لنا من خلال الموضوع أن الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الجزائري تتشكل بفعل عوامل متعلقة بمؤثرات وسائل الإعلام والاتصال من جهة، الثقافة والأمثال الشعبية من جهة ثانية، والموارد المحدودة من جهة ثالثة، كل ذلك يؤثر في الممارسات الاستهلاكية للأفراد إما الهدر أو الترشيد، وهذا ما يتبين من خلال الشكل الآتي:

شكل 1: عملية تشكل الثقافة الاستهلاكية



المصدر: من إعداد الباحث

8- مقترحات للمحافظة على الأمثال الشعبية وتثبيت ثقافة ترشيد الاستهلاك:

بوقفة عبد الرحمان

إن تغيير الممارسات وعادات التبذير والترف وتثبيت ثقافة الإستهلاك الرشيد ليس أمرا سهلا، خاصة أن ذلك يعني محاولة تغيير الثقافة الإستهلاكية للمجتمع، فالملاحظ أنه حتى الوعظ الديني لم يحقق التأثير المطلوب، فعلى مستوى السياسات والمؤسسات ورغم وضع نظم وأساليب لترشيد إستهلاك المواد والطاقة والماء وغيرها، إلا أنها لا تنعكس بالشكل المطلوب في ممارسات الأفراد كون أن وسائل الإعلان والدعاية والتقليد والمحاكاة التي تُرغب في الإستهلاك تتوافق مع نزعة الترف والتفاخر التي تجدد في وسائل التواصل الإجتماعي داعما كبيرا لها، وبالتالي من الضروري الحفاظ على الموروث الثقافي فيما يتعلق بثقافة ترشيد الإستهلاك خاصة الأمثال الشعبية، وعلى الرغم من دور هذه الأخيرة في تثبيت العديد من القيم والممارسات المساعدة إلا أن الكثير منها في تراجع من حيث الإستهلاك والتأثير خاصة لدى الشباب، لذلك يمكن استخدام أساليب مساعدة في الحفاظ على الأمثال الشعبية وفي تثبيت ثقافة ترشيد الإستهلاك من بينها ما يلي:

- قيام وسائل الإعلام بالدور الإيجابي لتعزيز ثقافة الترشيح الإستهلاكي عن طريق إبراز الأمثال الشعبية والتأكيد على ضرورة الإلتزام بمضمونها.
- استخدام الأمثال الشعبية في الإعلانات واللوحات الإشهارية للمؤسسات، وكذا في الإعلان والإشهار والبرامج التلفزيونية والإذاعية ووسائل الإعلام المختلفة لمحاولة الإستفادة من تأثيرها الإيجابي.
- قيام المؤسسات التربوية والجمعيات بدور فعال في تبني الأمثال الشعبية لنشر ثقافة الترشيح بين مختلف الفئات وبشكل خاص الشباب.
- يمكن إدراج الأمثال الشعبية ضمن مواضيع المقررات الدراسية للتربية والتعليم لتنشئة الأجيال على ثقافة ترشيح الإستهلاك.
- توعية الأسر بدورها الهام في الحفاظ وتلقين الأمثال الشعبية من خلال الممارسة العملية لمضامينها وغرس قيم ترشيح الإستهلاك والممارسات السوية.

الثقافة الاستهلاكية واستخدام الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

- تشجيع الباحثين على القيام بدراسات حول الأمثال الشعبية لإبراز التراث الثقافي والحفاظ عليه وتدوينه.

- تنظيم تظاهرات على مستوى المراكز الثقافية والمؤسسات التربوية والتعليم العالي حول الثقافة الشعبية الشفوية خاصة ما تعلق منها بثقافة ترشيد الإستهلاك لنشرها في أوساط العامة والمتعلمين والمثقفين.

إن هذه الأساليب تعبر عن مشروع متكامل للمحافظة على الثقافة الشعبية والتراث الشفوي وضمان إنتقاله عبر الأجيال ما يساهم في تثبيت الثقافة الإستهلاكية المرتكزة على الترشيذ، ورغم الصعوبات التي قد تواجه الموضوع إلا أن هذه الأساليب قد تساعد في نشر ثقافة الإستهلاك الرشيد.

9- خاتمة:

إن التحولات والتغيرات التي فرضتها وسائل وأدوات العولمة والإنتقال الى الحداثة قد تركت تأثيرا كبيرا على الميل الإستهلاكي لدى الأفراد في المجتمع الجزائري، وبالتالي التحول عن الثقافة الشعبية التي تأكد على ضرورة الترشيذ والإبتعاد عن الإستهلاك المظهري، والتشبع بقيم التضامن كالإنفاق والصدقة والإستغفاف، عدم الطمع والجشع، ذم البخل والإسراف والتبذير، وهي بطبيعة الحال رافد لتكوين المنظومة القيمية للثقافة الإستهلاكية التي تختلف عن توجهاتها الحديثة في المجتمع الجزائري الذي يميل أكثر الى تبني أنماط استهلاكية قد تفوق في بعض الأحيان قدرة الموارد المتاحة، حيث تساهم في تكوين ثقافته الإستهلاكية قيم العولمة ووسائل الإعلام والإتصال الحديثة، والإنبهار بما هي عليه المجتمعات الأخرى في الشرق والغرب من مظاهر الحياة ومن قيم ثقافية.

10- قائمة المراجع:

- المؤلفات:

1. أحمد أبو زيد، (1967)، البناء الاجتماعي، دار الكتاب العربي للطباعة والنشر، الإسكندرية.
2. أحمد زايد، (1994)، المداخل النظرية في دراسة القيم-نحو مدخل نظري لدراسة قيم العمل في المجتمع القطري، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، الدوحة.

بوقفة عبد الرحمان

3. أحمد مجدي حجازي وآخرون، (2001)، المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، مصر.
4. أنور أبو عوده، (2003)، العولمة الأمركة- وجهان لعملة واحدة، دار الجليل للطباعة والنشر، بيروت.
5. هادي النعماني، (2002)، عولمة الاقتصاد- نظام عالمي جديد- سوق كونية واحدة، الدار الدولية للأبحاث والدراسات والنشر، بيروت.
6. محمد يسرى إبراهيم، (1997)، اقتصاديات مجتمع الانفتاح، دار أم القرى للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر.
7. سمير محمد حسين، (1986)، الإعلان، مطابع سجل العرب، القاهرة.
8. سناء الخولى، (1988)، التغيير الاجتماعي والتحديث، دار النشر الجامعية، الإسكندرية.
9. Sylvie.J, Marie-Catherine.M, Loick.M et Jean-Baptiste.W,(2014), Introduction au marketing- Cultures de consommation et création de valeur, Pearson France.
10. Vincent Chabault,(2017), Sociologie de la consommation, DUNOD, Paris.

- مواقع الأنترنت:

13. بيداء ستار لفتة، ثقافة الاستهلاك... بين ضرورة الحماية والوعي، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، 2013/6/7،
<https://mracpc.uobaghdad.edu.iq/?p=242> (consulté le 30/10/2021)
15. زيد بن محمد الرماني: أخطار الاستهلاك الترفي في المجتمع السعودي، 2010/2/14،
<https://www.alukah.net/web/rommany/0/19076/>, (consulté le 6/11/2021)
11. عدنان أحمد مسلم، آمال صلاح عبد الرحيم، ثقافة ترشيد الاستهلاك في المجتمع، 2017/08/20،
<https://www.balagh.com/article> (consulté le 22/10/2021)
12. خالد فياض، ظاهرة الاستهلاك بين التحليل الاقتصادي والتفسير الاجتماعي، 2009/07/14،
<https://sites.google.com/site/socioalger1/lm-alajtma/mwady-amte/zahrte-alasthlak-byn-althllyl-alaqtsady-waltfsyr-alajtmay> (consulté le 23/10/2021)
14. مركز المعارف للدراسات الثقافية، ثقافة الاستهلاك وتحديث العالم العربي،
<https://almaarefcs.org/4462/315>, (consulté le 5/11/2021)