



ISSN: 1994-4217 (Print) 2518-5586(online)

Journal of College of Education

Available online at: <https://eduj.uowasit.edu.iq>Dr.. Nizar Abdel-Sada
Al-NasserCollege of literature/
University of Waist

Email:

nalnasar@uowasit.edu.iq

Keywords:

consumption culture,
globalization, social
change, consumer
society

Article info

Article history:

Received 7.AUG.2023

Accepted 28.SEP.2023

Published 20.NOV.2023

Consumption Culture and Social Change in Light of Globalization
From a Social Service Perspective

A B S T R A C T

The topic of consumption in sociological studies is of great importance because it is one of the modern topics. The current study aims to know the culture of consumption and its impact on society, how to rationalize consumption and reduce unnecessary waste and extravagance and to reveal patterns of consumer behavior in light of social change. It also aims at knowing the role that modern media plays in spreading the culture of consumption in society. The study reached a set of conclusions in this field. It points out that the role of globalization is not limited to exploring its nature as a topic alone but also to identify its impact which constitutes a prominent feature. Besides, it also involves social service curricula with their various models to deal with the social factors that have their impact unnecessary and superficial consumption.

© 2022 EDUJ, College of Education for Human Science, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/eduj.Vol53.Iss1.3708>

ثقافة الاستهلاك والتغير الاجتماعي في ظل العولمة من منظور الخدمة الاجتماعية

أ.م.د. نزار عبد السادة النصار

جامعة واسط / كلية الآداب

الملخص:

يمثل موضوع الاستهلاك في الدراسات السوسولوجية ، أهمية كبيرة كونه من المواضيع الحديثة، لقد هدفت الدراسة الحالية الى معرفة ثقافة الاستهلاك واثرها في المجتمع، وكيفية ترشيد الاستهلاك والحد من الهدر والاسراف غير الضروري، وكذلك الكشف عن أنماط السلوك الاستهلاكي في ظل التغير الاجتماعي، وكذلك معرفة دور وسائل الاعلام الحديثة في المساهمة في نشر ثقافة الاستهلاك في المجتمع. وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات في هذا المجال. وقد تطرقت الدراسة الى ان دور العولمة لا يقتصر امرها على استكشافها كموضوع في حد ذاته ، بل يضاف الى ذلك ان تأثيرها يشكل سمة بارزة، وكذلك تدخل مناهج الخدمة الاجتماعية بنماذجها المختلفة للتعامل مع العوامل الاجتماعية المؤثرة على الاستهلاك الغير ضروري والمظهري.

الكلمات المفتاحية: ثقافة الاستهلاك ، العولمة ، التغير الاجتماعي ، المجتمع الاستهلاكي

المقدمة:

تتحول الثقافة الاستهلاكية في ظل الهيمنة العالمية الى آلية فاعلة لتشويه البنى التقليدية، وتحول الانسان الى مستهلك غير منتج ينظر الى ما تجود به مراكز العالم من سلع تتطور يومياً من أجل زيادة حدة الاستهلاك على المستوى العالمي. وتكشف دراسة الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية عن تأثير ما بعد الحداثة وفي هذا يرى الفيلسوف وعالم الاجتماع الفرنسي جين بودريار أهمية التركيز على فهم العلاقات الاجتماعية للاستهلاك. (الجوهري واخرون، ٢٠٠٩، ص ٣٨٦).

وإذا ما كان النظام الاجتماعي اعتاد على تنظيم ذاته على أساس انتاج السلع فإن المجتمع العالمي الجديد يعرف باستهلاك السلع، لذلك يمكن عد الاستهلاك سواء اكان الاستهلاك للسلع المادية او الثقافية أساساً للتواصل بين الأفراد والجماعات والمؤسسات والدول والثقافات والأنظمة السياسية والاقتصادية المختلفة.

ولا يمكن للمجتمع الاستهلاكي ان يكون الا مجتمع اسراف وتبذير وبالتالي مجتمع الوفرة والهدر السفيه، كلما زاد الطابع الانسيابي للأوضاع الحياتية للفاعلين كلما زادت حاجته الى المواضيع الاستهلاكية المحتملة من أجل تحري الحيطه في مراهنتهم وتأمين أفعالهم ضد الأعياب القدر، فحياة المستهلكين محكوم عليها بأن تظل سلسلة لا نهائية من التجارب والاختفاء. (باومان ، ٢٠٢٢ ، ص ١٥٢) .

وهكذا فنحن لا نستهلك أي شيء لذاته او لقيمه الاستخدامية لكن بسبب قيمته الخاصة بتبادل الإشارة، أي من اجل النفوذ والوضعية والدرجة الاجتماعية التي يوفرها، بما وراء الاشباع التلقائي للاحتياجات، ينبغي ان نرى في الاستهلاك وسيلة للتراتبية الاجتماعية وان نرى للأشياء مكاناً للإنتاج الاجتماعي للفروق والقيم الوضعية. (لبيوفتسكي، ٢٠١٧، ص ١٧٥) .

لقد تم تصميم البحث على النحو الآتي:

المبحث الأول:

الأهمية والاهداف والمشكلة:

أولاً: مشكلة البحث وأهميته:

تعتبر دراسة السلوك الاستهلاكي إضافة جديدة الى ميدان علم الاجتماع، وإذا كان الاهتمام السيسولوجي بدراسات الاستهلاك لم يبدأ إلا من ثمانينيات القرن الماضي فإن الاهتمام بالاستهلاك من جانب علوم اجتماعية أخرى، خاصة علمي النفس والاقتصاد يعتبر اهتماماً قديماً، ومن ثم فإن موضوع الاستهلاك من الموضوعات التي لا تعتبر حكرًا على تخصص اجتماعي بذاته، بل تتنازعه تخصصات ثلاثة هي علم النفس وعلم الاقتصاد وعلم الاجتماع ويمكن ان نضيف الى هذه القائمة الجغرافية البشرية. (الجوهري، ٢٠٠٩، ص ٣٥٨)

وعندما وصف العالم الاقتصادي نور شتاين فيبلين بوضوح الاستهلاك التفاضلي في بداية القرن العشرين كان يحمل معنى مختلفاً تماماً عن معناه الحالي كان يتمثل في عرض الثروة على الملأ مع التركيز على صلابتها وديمومتها وليس بإظهار السيولة التي يمكن استخلاص الملذات الفورية وهضمها والاستمتاع بها بالكامل او التخلص منها وتدميرها، ان أرباح وفوائد العرض ترتفع بالتناسب مع درجة صلابه السلع المعروضة ودوامها وعدم قابليتها للتدمير. (باومان ، ٢٠٢٢ ، ص ٥٨)

انها النظرية العريضة على قلب (فيلن) نظرية الاستهلاك التفاضلي كمؤسسة اجتماعية مهمتها دلالة الدرجة الاجتماعية ، أصبحت مرجعا مهما وحازت قيمة كنموذج مرجعي حتمي للامساك بالبنية الاجتماعية في الاستهلاك . (لييوفتسكي ، ٢٠١٧ ، ص ١٧٥) .

والاستهلاك في مجتمع المستهلكين ليس اشباع الحاجات والرغبات والامنيات بل تسليع المستهلك او إعادة تسليعه، انه رفع حالة المستهلكين الى حالة السلع القابلة للبيع، وهو ما يمكن المجتمع من سهولة التخلص منهم على شكل نفايات، فأن الصناعة الأكثر رواجاً في المجتمع السائل هي صناعة التخلص من النفايات بل سرعة ومهارة التخلص من النفايات اذ ان بقاء ورفاهية افراد المجتمع يقاسان بمدى سرعتهم في التخلص من المنتجات والبضائع وارسالهما مستودع النفايات. (بكر ، ٢٠٢٢ ، ص ٩٥) .

ويرجع تاريخ الاستهلاك بحسب العالم باومان الى العصر السابق على مرحلة السيولة اذ ان البشر كانوا منذ البدء مستهلكين، وحتى الأنماط الاستهلاكية تعود الى ما قبل ظهور النزعة الاستهلاكية المعاصرة، ونحن لا نستطيع فهم ظاهرة الاستهلاك في حدودها الفردية ما لم ننظر اليها كظاهرة تمارس وتقع وسط مجتمع كلي من المستهلكين، اخذين بالحسبان بأنها سمة سيولوجية في المقام الأول، وسيكولوجية في المقام الثاني. (مرشد ، ٢٠٢٣ ، ص ٢٣٥) .

والخدمة الاجتماعية أصبحت اليوم مهنة لا تقتصر على التدخل عندما تواجه المجتمع الازمات والصعوبات بل ان لديها رصيد كافي من المعلومات والمعارف لتحديد الصعوبات التي يمكن حدوثها على صعيد الفرد والمجتمع ، لذا فهي تتدخل لوقاية المجتمع والافراد من الاضرار والمتاعب، وتقدم العلاج المناسب وتبني نماذج من النظريات حول كافة المشاكل مثل نظريات النسق والدور والازمة، فضلا عن دورها الرئيس في النهوض بالموارد المادية والمعنوية والإنسانية والاجتماعية لكافة حاجات الانسان ، والوصول الى مستوى من المعيشة تتفق مع آمالهم ورغباتهم وتتسجم مع البيئة الاجتماعية .

وتتجلى أهمية هذا البحث من أهمية موضوع الاستهلاك في الدراسات السيسولوجية في علم الاجتماع، كونه من المواضيع الحديثة، فضلا عن أهمية معرفة ثقافة الاستهلاك ودورها في المجتمع، وكيفية ترشيد الاستهلاك والحد من الهدر والاسراف غير الضروري، وكذلك الكشف عن أنماط السلوك الاستهلاكي في ظل التغيير الاجتماعي، وكذلك معرفة دور وسائل الاعلام الحديثة في المساهمة في نشر ثقافة الاستهلاك في المجتمع. فضلا عن قلة الدراسات الاجتماعية التي تناولت موضوع الاستهلاك الذي هو في تزايد مستمر في المجتمع وتأثير ذلك السلبي على حياة الافراد والمجتمع.

ثانياً: اهداف البحث:

يهدف البحث الحالي الى تحقيق عدد من الأهداف المترابطة وهي:

- معرفة أثر النزعة الاستهلاكية على سلوك الانسان ونمط شخصيته.
- معرفة الاثار السلبية لثقافة الاستهلاك على الفرد والمجتمع.
- معرفة دور وسائل الاعلام والاتصال الحديثة في نشر ثقافة الاستهلاك
- الوصول الى مجموعة من الاستنتاجات من وجهة نظر الخدمة الاجتماعية في ظل المتغيرات الاجتماعية وفي مجال ترشيد الاستهلاك.
- معرفة دور الخدمة الاجتماعية في التغيير الاجتماعي.

المبحث الثاني: المفاهيم الواردة في البحث:

أولاً: ثقافة الاستهلاك:

تقوم النظرة السيسولوجية للاستهلاك على أساس شمولي يوسع من الاهتمام النفسي والاقتصادي بموضوع الاستهلاك وتتبع هذه الشمولية من النظرة الى الاستهلاك، فالاستهلاك بالمفهوم الاجتماعي ظاهرة عامة لدى كل المجتمعات وهو مفهوم أكثر اتساعاً من مجرد اشباع الحاجات البايولوجية ، بل له عدد من الوظائف في كل الثقافات . (الجوهري وآخرون، ٢٠٠٩، ص ٣٦٤).

ويشير الاستهلاك الى شراء الخدمات والسلع مثل الملابس، ولكن الأهم من ذلك يشير أيضاً الى استخدام مثل هذه الخدمات والسلع الى أسلوب حياة بشكل عام، والاستهلاك مرتبط بشكل كبير الى أن عملية الشراء تتعلق بالفرد بما يفعله الآخرون، ومن ثم الافراد لا يولدون برأي فطري في الموضة، والميل الى التمييز الاجتماعي ولكنهم يولدون في مجتمع تعتبر فيه الفروق بين الموضة والطبقة الاجتماعية امراً مفروغاً . (جونس وآخرون ، ٢٠١٩، ص ٩٦) .

ويعرف مارتين لي الثقافة الاستهلاكية بأنها ترابط الأنشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية، تلك الممارسات التي يمكن تحديدها بواسطة دوران رأس المال او سايكولوجية الافراد. (الجوهري وآخرون، ٢٠٠٩، ص ٣٨٩).

لقد استعمل نورستين فيلن مصطلح الاستهلاك المظهري في كتابه نظرية الطبقة المترفة وكان يعني به تبذير النقود والأموال في شراء حاجات غالية ونادرة لا يستعملها الانسان في حياته اليومية، الا ان لهذه الحاجات قيمة جوهرية تساعد صاحبها على الظهور والتفاخر، وتمنحه مركزاً اجتماعياً مرموقاً بحيث يعتبره الكثير من الناس عضواً في الطبقة المترفة، كما ان هناك عدد كبير من افراد الطبقة الفقيرة يطمحون الى الانتماء الى الطبقات العليا وهذا الانتماء لا يتم الا عن طريق دخولهم معترك الاستهلاك المظهري كما يتصورون. (الحسن، ١٩٨٩، ص ١٧٠).

وفي بداية نطاق الاستهلاك كانت الأشياء الأولى مثل التلفاز والسيارات تشتري أحياناً كعنصر لإظهار النفوذ والاستثمار قيم اجتماعية متميزة أكثر من قيم الفائدة ، لكن من الذي يؤكد ان هذا العصر انتهى ، أو ان الأفراد في أيامنا هذه يرون في الأشياء ضرورة طبيعية ، حتى الأشياء الجديدة التي ظهرت في الأسواق الحاسوب الصغير والمايكروف وغيرها لم تصل لتكون أجهزة لإظهار الدرجة الاجتماعية ، بل تم امتصاصها من قبل المطلب الجماعي المتعش ليس للتمايز الاجتماعي وإنما للاستقلالية والتجديد والمعلومات، فالتمثيل الاجتماعي لم يعد على الخارطة بل التعطش للاستعراض وذائقة الاستقلالية وتقديس الجسد وهذيان الحواس . (ليبيوتوفسكي ، ٢٠١٧، ص ١٧٨) .

ويعرف باومان المستهلك بأنه الشخص الذي يستهلك، يعني يستخدم الأشياء، يتناولها يلعب بها ويشبع بها احتياجاته او رغباته، والمستهلك تعني أيضاً الحصول على معظم الأشياء المراد استهلاكها، أي شرائها ودفع ثمنها وجعلها ملكية حصرية للفرد ومنع أي شخص آخر استخدامها دون اذنه. (مرشد، ٢٠٢٣، ص ٢٣٠) .

ثانياً: العولمة:

أصبح مفهوم العولمة احدى أهم الكلمات الشائعة في عصرنا، هذا الانتشار الواسع لهذه الكلمة في خطاباتنا اليومية والصحفية والعالمية يدفع الى الحذر اثناء تقييم انعكاساتها على الحياة الاجتماعية، لا سيما إذا علمنا ان ما يسميه الناس عولمة يمكن ان يكتسي معاني مختلفة، وان معظمها لا يتسم بالتماسك، فلا يزال معنى العولمة بعيداً عن الوضوح، وبالنسبة الى انتوني جنديز ان جوهر العولمة هو تجربة التباعد حيث تمتد العلاقات الاجتماعية عبر الزمان والمكان ومن ثم تكتسي على نحو متزايد خاصية الانعكاسية. (احجيج ، ٢٠٢٠، ص ٤٣٨) .

وينطوي التركيز على الأبعاد الاجتماعية للعلومة على التفكير في كيفية مشاركة قوى العولمة في إعادة تكوين طبيعة وشكل العلاقة الاجتماعية اليوم، ويعرف (ووترز) العولمة بأنها عملية اجتماعية تتجلى فيها قيود الجغرافيا على الشبكات الاجتماعية الثقافية التي يتزايد فيها ادراك الناس لها وبأنها تتراجع ، ولعل هذا التعريف يسلط الضوء بشكل مفيد على إمكانية العولمة بقصد انها لا تعني فقط ان يصبح العالم اصغر ولكن أيضا ان أفعال الناس ومعتقداتهم تتأثر وتتغير على وجه التحديد لانهم يعتقدون ان هذا هو السبب في القضية . (انجليس، وثورب ، ٢٠٢٠، ص٣١٦) .

وقد عرف العولمة بعضهم بالقول إن العولمة أسم شمولي مصطلح للدلالة على حقبة نفوذ تتميز بأدوات أوسع من الأدوات الاقتصادية تهم الثقافة والحضارة وحتى البيئة، مع احتفاظ الاقتصاد بعمودها الفقري، لديها قدرة التأثير على العالم وذلك بغلبة من الرأسمالية الغربية التي تجتاح العالم وتسيطر على اسواقه المالية. (بيومي، هلاي، ٢٠١٣، ص٢٠).

وعرفوا العولمة بتعريف آخر وهو (العولمة هي الحركة الاجتماعية التي تتضمن انكماش البعدين الزماني والمكاني، مما يجعل العالم يبدو صغيرا الى حد يحتم على البشر التقارب بعضهم من بعض. (بيومي، هلاي، ٢٠١٣، ص٢١) .

والعولمة تنتهج طريقا لا توازن فيه ولا انصاف، فأثارها تتفاوت في وقعها على الشعوب والمجتمعات، كما ان نتائجها لا تكون حميدة على جميع التجمعات البشرية التي تصيبها، فبالإضافة الى المشكلات الايكولوجية البيئية المتصاعدة فأن التفاوت واللامساواة المتزايدة بين مجتمعات المعمورة تمثلان واحدا من أخطر التحديات التي تواجه العالم في مطلع القرن الحادي والعشرين. (غدنيز ، ٢٠٠٥، ص١٤٤) .

وتحمل العولمة بما هي حالة حضارية جديدة (عصر ما بعد الحداثة) الكثير من التحديات غير المسبوقة والعديد من الفرص والإنجازات، الا انها تتصف في العديد من الأوجه المظلمة. كما انها تتفتح على افاق مستقبلية مجهولة الصيرورة نظرا لتسارع التحولات على الساحة الدولية مع ما يرافها من حالات عدم التأكد، وإمكانات التحكم الواثق، كما انها تقوم في تبادلاتها وتفاعلاتها وعلاقتها على قانون القوة بشكل غير مسبوق، وهي لذلك تتطلب اعلى درجات الاقتدار على جميع الصعد الصحية والنفسية والعقلية والمعرفية والخلقية والائتمانية، مما يتعين ان يتزود الشباب بوسائله. (حجازي، ٢٠٠٨، ص١٥٠) .

ثالثا: مجتمع الاستهلاك:

مصطلح يطلق في بعض الأحيان على المجتمعات الغربية الحديثة ويشير الى أنها تتجه مزيد من التنظيم المرتكز على الاستهلاك (استهلاك السلع والمتع) بدلا من إنتاج الخامات والخدمات، وتشير القائمة العادية لتصورات علماء الاجتماع في أواخر القرن العشرين الى ربط التطور في هذا الاتجاه بالظواهر التالية، تزايد الوفرة اكتساب افراد من الطبقة العاملة بعض سمات البورجوازية، ظهور الثقافة الجماهيرية، نمو الخصخصة ، زوال الطبقة الاجتماعية ، ظهور القطاعات الاستهلاكية وتشعبها ، نمو مذهب الفردية وغيرها . (مارشال، ٢٠٠١، ص١٠١).

يختلف مفهوم ثقافة الاستهلاك عن مفهوم مجتمع الاستهلاك، فهذا الأخير يشير فحسب الى اتساع نطاق السلع المتاحة للاستهلاك في الأسواق، اما مفهوم ثقافة الاستهلاك فإنه لا يتصل فقط بالجوانب المادية المرتبطة بالممارسات الاستهلاكية، بل يتصل أيضا بالأبنية الدافعية والقيم. (الجوهري وآخرون، ٢٠٠٩، ص٣٧٢).

ان مجتمع المستهلكين نوع من المجتمع الذي يستجوب اعضاءه أي يخاطبهم ويرحب بهم ويستعطفهم ويسائلهم، لكنه يقاطعهم أيضا، بشأن قدراتهم الاستهلاكية في المقام الأول اثناء هذا الاستجواب يتوقع المجتمع او أي وكالة بشرية مزودة بأسلحة الاكراه والاقناع ووسائل الاقناع التي تختبئ وراء هذا المفهوم او الصورة ان يستمع الناس وينصتون اليه ويطيعونه ويقيم ويكافئ ويعاقب اعضاءه استنادا الى سرعة وكياسة استجابتهم للاستجواب، نتيجة لذلك تصيح الأماكن المكتسبة او

المسندة على محور البراعة او عدم الكفاءة في الأداء الاستهلاكي العامل الأساسي للتراتب والمعياري الرئيسي في الادمج والاقصاء الاجتماعي . (باومان ، ٢٠٢٢ ، ص ٩٦) .

وبعبارة أخرى يمثل مجتمع المستهلكين نوع المجتمع الذي يروج لاختيار أسلوب الحياة واستراتيجية الحياة ذات النزعة الاستهلاكية او يشجع عليها أو يفرضها، ويكره جميع الاختيارات الثقافية البديلة، انه مجتمع يكون التكيف فيه مع مبادئ الثقافة الاستهلاكية واتباعها بصرامة على ما يبدو الخيار الوحيد المقبول حتما أنه خيار معقول وشرط للانتماء . (باومان ، ٢٠٢٢ ، ص ٩٦) .

ولا يختلف معنى الفرد المستهلك عن معنى المجتمع الاستهلاكي إلا من ناحية الحاجة الى دفع المال مقابل أشياء من المفترض ان تستهلك، فيما عدا ذلك فلا يوجد فرق بينهما، كما ان كل المجتمعات تمارس هذا النشاط، اذا ما استثنينا نوعية الأشياء القابلة للاستهلاك من زمن الى اخر ومن مجتمع الى آخر، بهذا المعنى يرتبط الاستهلاك بديمومة الحياة . (مرشد، ٢٠٢٣ ، ص ٢٣٧) .

ولا تتعلق حياة المستهلك، الحياة المستهلكة بالكسب والتملك، ولا يتعلق الأمر حتى بالتخلص مما تم الحصول عليه اول أمس وعرضه بفخر يوما بعد ذلك، بل يتعلق الأمر أولاً وقبل كل شيء بأن يضل المرء في حركة دائمة. (زيجمونت باومان ، ٢٠٢٢ ، ص ١٧٢) .

وصحيح ان مفهوم الاستهلاك لا يتجاوز حد الطلب أو اللاحاح في الطلب الذي لا تستغني عنه نبضات الحياة وحضور الانسان المستمر من خلال تعاقب الأجيال على الأرض ، وصحيح أيضا ان حصر مفهوم الاستهلاك في الطلب أو في اللاحاح في الطلب يجسد المعنى السهل الواضح في اطار الممارسة الحياتية ، التي يحيا بها الانسان الفرد والانسان الجماعة في المكان والزمان ، ولكن الصحيح بعد ذلك هو ان استجابة الإنتاج وعروضه استجابة فورية او بطيئة للطلب لكل مستوياته تلهي الانسان المستهلك عن ادراك حصيل لدى اليقظة او الانتباه المفاجئ ، عند كل نقطة تحول مثيرة على درب الحياة وهي تسجل مبلغ تغير اتجاه الاستهلاك او مبلغ انحراف سلوكه عن درب الصواب الاقتصادي . (الشامي، ١٩٩٨ ، ص ٣٨) .

رابعاً: التغيير الاجتماعي:

يعرف التغيير الاجتماعي بأنه كل تحول يحدث في النظم والأنساق والأجهزة الاجتماعية، سواء كلن ذلك في البناء او الوظيفة خلال فترة زمنية محددة، ولما كانت النظم الاجتماعية مترابطة ومتداخلة ومتكاملة بنائياً ووظيفياً، فأن أي تغير يحدث في جانب لابد ان يؤدي الى سلسلة من التغيرات الفرعية التي تصيب معظم جوانب الحياة بدرجات متفاوتة. (استيتية، سرحان، ٢٠١٢ ، ص ٢٠٥) .

ويرى العالم جي روشي ان التغيير الاجتماعي هو كل تحول ملاحظ في الزمان يلحق بطريقة لا تكون عابرة بنية وسيروية النظام والبناء الاجتماعيين. (سيلا ، الهرمزي ، ٢٠١٧ ، ص ١٤٥) .

وظاهرة التغيير الاجتماعي قد تحصل في فترة زمنية قصيرة وبشكل سريع، او قد تستغرق كل التاريخ الحضاري للإنسان، فعامل الزمن هذا جدير بالاهتمام، ويعني التغيير الاجتماعي كذلك القدرة على فصل العلاقات المتغيرة عن تلك التي تتغير ببطء شديد او تكون ثابتة تماما، فالاختلاف بين المجتمعات يكشف عن اختلافات محددة لكن التركيز على الأشياء المتشابهة والثابتة في حضارة معينة يبرز كصفة رئيسية. (استيتية، سرحان، ٢٠١٢ ، ص ٢٠٧) .

ولقد أدى التحول من المجتمع المنتج الى المجتمع الاستهلاكي الى الكثير من التغيرات العميقة، اكثرها حدة هو الأسلوب الذي يتم به اعداد الناس وتدريبهم على تلبية متطلبات هوياتهم الاجتماعية. (مرشد ، ٢٠٢٣ ، ص ٢٤٣) .

ويعرف كنجزلي دافيز التغير الاجتماعي على انه مجموعة الاختلافات التي تحدث داخل التنظيم الاجتماعي ، والتي تظهر على كل من البناءات والنظم التي تحدث في المجتمع ، كما يمكن ان نعرف التغير الاجتماعي على انه جزء او نوع من الاشكال العامة والكبرى والتي تطلق عليها بالتغير الثقافي، كما يعرف بوتومور التغير الاجتماعي على أنه تغير يحدث في البناء الاجتماعي متضمنا هنا التغيرات في حجم المجتمع او في نظم اجتماعية خاصة او في العلاقات بين النظم الاجتماعية، ومن ثم فإن التغير الاجتماعي يمكن ان يكون جزء من التغير الثقافي، لان التغيرات الثقافية والاجتماعية ترتبط كل منهما بالآخر . (عبدالرحمن ، ١٩٩٩ ، ص ٣٥٣) .

المبحث الثالث: ثقافة الاستهلاك والتفكير النقدي في ضوء التغير الاجتماعي:

لقد شهدت السنوات الخمسين الماضية تطور نظريات الاستهلاك ، وبعض هذه النظريات لها جذور حتى في الفترة الكلاسيكية ، على سبيل المثال ناقش جورج زيمل الدور الذي لعبته الموضة في تكوين الهويات الحديثة ، وفي الآونة الأخيرة جادل العالم (جيل لبيوفتسكي) بأن الموضة مهمة لتطوير الفردية الحديثة والديمقراطية ، وفي مطلع القرن العشرين قدم العالم (ثورستين فيلين) مصطلح الترفيه التباخري والاستهلاك التباخري ، ثم طور (بيير بورديو) مفاهيم مماثله في عمله على كتاب التميز حيث وصف كيف أن الذوق ورأس المال الثقافي يخلقان ويعيدان انتاج الأنظمة الاجتماعية الطبقيّة ، ووصف منظرو الاستهلاك أيضا الدور الذي يلعبه المكان في تنظيم المجتمع الاستهلاكي . (ريتزر ، ٢٠٢١ ، ص ١١٤٢) .

ويذهب نورستين فبلن في تفسيره للاستهلاك المظهري الذي يميز الطبقة البورجوازية المترفة ، الى ان الهوية الطبقيّة لا تركز على المهنة او العمل ، انما تركز على أنماط الاستهلاك وهو الأمر الذي يساعد على انشاء أساليب معيشية متميزة وعلى التعبير عن المكانة ، وبالمثل يذهب العالم الألماني جورج زيمل في مقالاته التي كتبها المدينة الكبيرة والحياة العقلية والازياء تحلل الطريقة التي بها يستخدم الاستهلاك لتطوير ما يعد عند زيمل نزعة فردية مزيفة ، ذلك ان هذا الاستهلاك المفرط والمبالغ فيه يتيح للمستهلك ان يميز نفسه عن الآخرين . (ادجار وسيد جويك ، ٢٠١٤ ، ص ٦٥) .

وقدم فالتر بنيامين تحليلا مستوحى من الماركسيين للأروقة الباريسية وهي نسخة مبكرة من مراكز التسوق، كانت الأروقة هي الاولى في سلسلة من التطورات التي حولت موضع الاقتصاد الحديث من مواقع الإنتاج (المصانع) الى مواقع الاستهلاك (مراكز التسوق) ، وقد بدأ المنظر ما بعد الحدائثي جان بودرياد حياته المهنية الاكاديمية بتحليل ثاقب لمجتمع الاستهلاك ، رغم ان التحليل يبدأ بسرد عن الدور الذي يلعبه المتجر متعدد الأقسام في المجتمع المعاصر . (ريتزر ، ٢٠٢١ ، ص ١١٤٣) .

ويبدي الماركسيون بحكم موقفهم قدرا مماثلا من التشكيك في قيمة الاستهلاك، وذلك تأسيسا على موقف النظرية الاجتماعية الماركسية التي تنظر للبشر على انهم أساسا كائنات منتجة وليست مستهلكة، فالتركيز على ان البشر كائنات مستهلكة قد يوحي بنوع من التضليل الأيديولوجي. (ادجار وسيد جويك ، ٢٠١٤ ، ص ٦٦) .

وهناك من يرى ان الثقافة الاستهلاكية قاسم مشترك بين جميع الطبقات بل بين كل المجتمعات ، ويرجع ذلك الى طبيعة التغيرات التي طرأت على نظم الإنتاج من ناحية وعلى البناء الداخلي للمجتمعات الرأسمالية من ناحية أخرى ، وقد ساهمت هذه التغيرات في خلق أنماط استهلاكية متشابهة ساهمت في اختفاء الفروقات بين الطبقات ، فأسلوب الحياة الاستهلاكي لم يعد يعبر عن الفروق بين الطبقات والفئات الاجتماعية ، التي تخضع للمؤثرات الاستهلاكية نفسها ، تلك المؤثرات التي

تطبع العالم كله بطابع واحد، وتخلق اشكلا للتذوق واحدة وطموحات متشابهة ، وحقيقة ان الناس يختلفون في مستواهم الاجتماعي والاقتصادي ويختلفون في ميولهم واستعداداتهم وهم يختلفون حتى في أنماط استهلاكهم، ولكنهم جميعاً يستهلكون بحيث يمكن القول ان الاستهلاك وثقافته اصبحا من اكثر العناصر التي تربط الناس جميعا . (الجوهري وآخرون، ٢٠٠٩، ص ٣٧٧) .

ان أي تفسير اختزالي لهوس التسوق ينذر بأن نخطئ الهدف ، فالتفسيرات السائدة للتسوق القهري على انه احد مظاهر ثورة القيم في عصر ما بعد الحداثة ، والميل الى تصوير ادمان التسوق باعتباره احد التجليات الواضحة للغرائز النائمة التي تقوم عليها الفلسفة المادية ومذهب اللذة او بوصفه نتاجا لما يسمى مؤامرة الإعلانات التلفزيونية أي الاثارة المصطنعة لطلب اللذة باعتبارها اسمى غاية في الحياة ، كل ذلك يمسك على احسن تقدير بجانب واحد من الحقيقة ، اما الجانب الاخر المتمم الضروري لمثل هذا التفسير هو ان الاكراه على التسوق الذي تحول الى ادمان انما هو صراع يتطلب الكثير من الوقت والجهد ضد اللائقين البالغ الذي لا ينتهي والشعور بعدم الأمان الذي يبعث على الضيق وتثبيط روح الاقدام والمبادرة . (باومان ، ٢٠١٩، ص ١٣٦) .

ويمكن القول بأن اقوى المعالجات الماركسية للاستهلاك قدمتها مدرسة فرانكفورت ، ذلك ان الفكرة الخاصة بصناعة الثقافة هوركهايمر وادورنيو تذهب الى ان رأسمالية القرن العشرين تمثل نمطا متميزا من أنماط الإنتاج ، وذلك اقل ما توصف به مقارنة بالرأسمالية القديمة التي كانت موجود عند كتب ماركس ، اما عند ماركس فأن المستهلكين على أيامه في القرن التاسع عشر كانوا قادرين على الاختيار الحر السلع على أساس منفعتها لهم او اقل على أساس قيمتها الاستعمالية التي سوف يستمدونها منها ، وعلى ذلك فأن السلعة التي لا نفع لهم فيها سوف ترفض . (ادجار وسيد جويك، ٢٠١٤، ص ٦٦) .

والاستهلاك بشكل عام أسلوب حياة حيث يتضمن الرموز والمعاني المعبرة عن الاستهلاك، وفي ظل صور الاستهلاك التي فرضتها العولمة يمكن صناعة الثقافة، حيث يوجد صناع او محترفون من أصحاب الإنتاج والاعلانيين الذين يهدفون الى تغليف المعني وتكويد الهدف، والذين يحاولون من خلال ما يطرحونه تغيير المفاهيم والسلوك ، وغرز رموز ومعاني جديدة والعمل على توارى بعض الرموز والمعاني القديمة . (الجوهري ، ٢٠٠٩، ص ٤٢٧) .

المبحث الرابع: ثقافة الاستهلاك في ظل تحديات العولمة ومنطق السوق:

يتطلب تعظيم أرباح الأسهم تبني سياسة قتل الكلفة (cost killing) الذي يطبق اقتصاد السوق والذي يتمثل في ثلاثية إعادة الهيكلة الوظيفية والإنتاجية من دمج وسواها وتخفيض العمالة والاستعانة المتزايدة بالعمالة الخارجية رخيصة الثمن ومن أرباح الأسهم تدفع وكالات العولمة ومراكزها للتبشير والضغط (البنك الدولي وصندوق النقد الدولي واتفاقيات التجارة الدولية ووكالات التنمية الدولية) الى انهاء الضمانات الوظيفية وتحرير الأسواق بالقضاء على دولة الرعاية. (حجازي ، ٢٠١٩، ص ٢١٧) .

واما العولمة فأنها تهدر الانتماء بدورها من خلال مشروعها الموجه الى الشباب تحديدا، انها تحاول سلخهم من هويتهم وانتماءاتهم واتباعهم باقتصاد السوق فوق الوطني تحديدا، أي في الحقيقة الاقتصاد الذي يلغي الوطن ويحل محله رقم الحساب المصرفي وبطاقة الائتمان كانتماء وهوية وحديد، ذلك بالطبع مغاير بل هو مناقض للانفتاح الكوني وتنوع ثقافات من موقع الانتماء المتين والمنتمي الى هوية وثقافة. (حجازي ، ٢٠١٩، ص ٣٣) .

ان الحضارة اليوم تدفع نحو المزيد من الاستهلاك على الرغم من كونها تتضمن مناطق فقر ونقص في الاستهلاك، ولا سيما في ظل التقدم السريع للمنتجات من جهة والترويج للمواد التي تستعمل لمرة واحدة على حساب المواد التي تدوم لفترة

طويلة من جهة ثانية، وسرعة تعاقب وتتابع اشكال الموضحة والحث الدائم على الجديد والاهتمام الفردي بالوضع الذاتي او المنزلة الى جانب اشكال الاحباطات النفسية والأخلاقية التي تجد العزاء العابر في تناول الأطعمة وشرب المشروبات وشراء الأشياء والأدوات من جهة أخرى. (موران ، ٢٠١٩ ، ٣٣٥) .

ان الاستخدام المتزايد للقروض المالية من اجل الحفاظ على مستويات المعيشة التي كانت تتمتع بها الطبقات الدنيا والمتوسطة في الولايات المتحدة الامريكية والتي تسببت للبرالية المحدثه وارتفاع الأسعار في تفجيرها، أدى الى بروز فقاعة مالية أطلقت عنان ازمة اقتصادية لا تزال مستمرة منذ سنة ٢٠٠٨، ومن جانبه أدى الافراط في الاستهلاك الى تفاقم الازمة الاقتصادية والازمة الايكولوجية في ان واحد. (موران ، ٢٠١٩ ، ص ٣٣٦) .

وتقوم رسالة النزعة الاستهلاكية في النهاية على الأداءات الفردية ، ان انتقاء الخدمات التي يقدمها السوق والتي قد تكون ضرورية لتمكين الأداء الفردي من ان يتحقق بسلاسة يعتبر أيضا مسألة تهم الفرد المستهلك ، أي مهمة يجب القيام بها وحلها بشكل فردي ان المستهلكين من كلا الجنسين ومن جميع الاعمار والأوضاع الاجتماعية المعرضين لقصف من جميع الأطراف باقتراحاتهم هم في حاجة اليها لتزويد انفسهم بهذا او ذلك من المنتجات التي يوفرها المتجر اذا أرادوا اكتساب المكانة الاجتماعية التي يرغبون فيها ويحافظون عليها وأداء التزاماتهم الاجتماعية وحماية تقديرهم الذاتي وكذلك ينظر اليهم ويعترف بهم بأنهم يفعلون كل ذلك ان أولئك المستهلكين سيشعرون بأنهم غير لائقين وعاجزين ودون المستوى المطلوب ما لم يستجيبوا على الفور لهذه الدعوات . (باومان ، ٢٠٢٢ ، ص ١٠٠) .

والسؤال الذي ينبغي طرحه هو هل تبقى الدولة الوطنية في ظل العولمة ، والاجابة تقول نعم ، ولكنها اشبه بإدارة عامة جديدة أي انها تتحول الى حكومة اعمال ومبعث ذلك يتمثل في ان هذه الدولة تسعى لنيل ثقة الأسواق العالمية على حساب مهامها الأخرى ، تلك المهام المتمثلة في منح الشركات العابرة للقارات تنازلات ضريبية سخية وتقديم مشروعات البنية التحتية بالمجان ، وإلغاء وتعديل التشريعات التي كانت تحقق بعض المكاسب للعمل والطبقي الوسطى مثل قوانين الحد الأدنى للأجور ومشروعات الضمان الاجتماعي والصحي واعانات البطالة ، وبما يقلل مساهماتهم المالية في هذه الأمور وخصخصة المشروعات وتحويل الكثير من الخدمات التي كانت تقوم بها الحكومات ، لكي يضطلع بها القطاع الخاص واضفاء الطابع التجاري عليها . (بيومي ، هاللي ، ٢٠١٣ ، ١١٣) .

وقد بات السوق بوصفه بنية اقتصادية ومكانا للبيع والشراء والانفاق مرجعية أساسية في تشكل صور الافراد عن نواتهم وعن مكانتهم الاجتماعية، فقد انتهى على سبيل المثال عهد التسوق في أوقات محددة يعود بعدها الناس الى بيوتهم، ودخل المجتمع عصر التسوق في أي وقت ، ولم يعد هناك أوقات خاصة تفصل بين البيت والسوق ، فقد بزغت تطلعات ورغبات جديدة خلقها تطوير متاجر التسوق المغلقة او المولات والتي مكنت المواطنين من تفقد السلع في جميع الأوقات والساعات وفي بيئة معزولة عن تقلبات الجو . (عتريسي ، ٢٠٢٣ ، ص ١٦٦)

وتفرض العولمة هوس النجاح المالي بأسرع السبل واقصرها، حيث تحل وجهة بطاقات الائتمان ورقم الحساب محل قيم المكانة التقليدية، وهو ما يفتح السبل لإغراءات الدخول في عمليات مشكوك بسلامتها الأخلاقية، من اجل الوصول السريع، واستعراض الثروات في عمليات الاستهلاك متزايدة المتطلبات والكلفة، وتفرض هذه الحالة ضرورة المثانة النفسية والقدرة على الحيوية الفائقة، واما من لا يملك الوسائل فيتعرض للإكتئاب وشتى الاضطرابات النفسية والسلوكية. (حجازي ، ٢٠٠٨ ، ص ١٥٢) .

المبحث الخامس: العولمة ووسائل الاتصال ونشر ثقافة الاستهلاك:

لقد أصبحت العولمة أحد المجالات التي تترادف أهميتها لدى علماء الاجتماع إذ لا يقتصر امرها على ان من المستطاع استكشافها كموضوع في حد ذاته، بل يضاف الى ذلك ان تأثيرها يشكل سمة بارزة. لقد قدم الدارسون تعريفات كثيرة للعولمة، وتبدو كثير من هذه التعريفات متشابهة في جوهرها، حيث عرفت العولمة بوصفها عملية يتم بمقتضاها تحطيم الحدود القومية والدولية عن طريق النشاط الاقتصادي والسياسي والثقافي الذي يجري على مستوى العالم بأسره، ويعزى هذا الوضع الى ظهور الشبكات عابرة القوميات والتقسيم الدولي الجديد للعمل وتطور شبكات الاتصال العالمية. (تشرتون ، براون ، ٢٠١٢، ص٣٦٨) .

والعولمة عملية نسبية بمعنى ان أثرها ليس شاملا ، كما ان الناس في المناطق المختلفة سيلمسون اثار العولمة بطرق مختلفة ولا تظهر العولمة بصورة منطقية او ضرورية داخل مدى زمني محدد ، وذلك لان تطورها مرتبط بالظروف الاجتماعية السائدة في كل مجتمع ، ونظرا لأن أثر العولمة يبدو اكثر وضوحا في العالم الغربي ، فقد زعم بعض الكتاب ان العولمة خبرة غربية وليست خبرة كوكبية فعلا ، ومع ذلك فقد ذهب بعض النقاد الى ان ما يجعل العولمة خبرة كوكبية هو ما يكون للتطورات التي تحدث في منطقة من العالم من تأثيرات على منطقة أخرى ورغم ان الأقاليم قد لا تبدو متأثرة بالعولمة بصورة مباشرة ، فأنها تتأثر من خلال علاقاتها بالبلاد الأخرى في العالم . (تشرتون ، براون ، ٢٠١٢، ص ٣٦٨) .

ويمكن عد الانترنت من تجليات العولمة الراهنة مثلما هو من أسبابها على حد سواء ، غير ان اثار العولمة قد تجاوزت الانترنت لتشمل جميع وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى ، ورغم ان العولمة كانت واحدة من الخصائص الرئيسية لكثير من اشكال التواصل الحديثة منذ نشأتها ، الا انها استوعبت ووسعت النطاق وعمقت الاثار لجميع الأساليب والتقانات المعروفة في عالم اليوم. وكان للعولمة بعد دولي عالمي حتى ما قبل السبعينات من القرن الماضي وفي مجالات عديدة مثل توزيع الأخبار اللاسلكية والكتب والصحف والاعلام. (جديز ، ٢٠٠٥، ص ٥٢٧) .

وتدرس نظرية العولمة ظهور نسق ثقافي عالمي وهي تفترض ان الثقافة الكونية قد ظهرت من خلال عدد من التطورات الاجتماعية والثقافية منها وجود نظام للمعلومات ينشر بواسطة وسائل الاتصال الفضائية على مستوى العالم ، وظهور أنماط كونية من الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية ، وتبلور أساليب حياتية كونية ، وظهور الرياضات الكونية مثل دورات الألعاب الاولمبية ومباريات كرة القدم العالمية وانتشار السياحة العالمية وتناقص سيادة الدولة الوطنية ، وظهور مشكلات صحية على مستوى عالمي وانتشار مفهوم حقوق الانسان . (سكوت ومارشال ، ٢٠١١، ٤٨٣) .

وقد تناول زيجمنت باومان الاستهلاك من منظور التغيير الاجتماعي وما بعد الحداثة إذ يرى ان الاستهلاك لعب دورا كبيرا في حدوث التغيير الاجتماعي في الدول المتقدمة مشيرا الى وجود مستهلك جديد لا يملك السلطة بل تتحكم فيه قوى السوق ، من حيث ما يستخدمه من سلع ومنتجات ، وهنا ميز ما بين فئتين اجتماعيتين الأولى من الذين تمت غوايتهم أي الذين يعيشون في عالم الثقافة الاستهلاكية ، والثانية المقهورون او المحرومون أي الذين يملكون موارد قليلة لذا فهم مستثنون من السوق ، وحتى بالنسبة لهؤلاء المحرومين ، فإن مجرد اسهامهم في شراء سلع لأعضاء ر عن الذات . (الجواهري واخرون، ٢٠٠٩، ص٣٨٧) .

ان انصياع السلوك الاستهلاكي للمبرر الحضاري وفعل المتغيرات من غير حدود انصياعا ضالا ومضللا يمثل الاتجاه الخطر اقتصاديا، ويبيح هذا الانصياع الضال حرية توظيف الاختيار في زيادة وتوزيع المطالب الاستهلاكية الى حد الخروج عن او التمرد على القاعدة الاقتصادية التي تكسب السلوك الاستهلاكي صفته وخصائصه، وخروج السلوك

الاستهلاكي عن القاعدة الاقتصادية السليمة، وتمرده بدعوى المبرر الحضاري هو شذوذ خطر وتغير شاذ. (الشامي، ١٩٩٨، ص ٣٩٨) .

المبحث السادس: وسائل الاعلام والترويج لثقافة الاستهلاك:

ان التطور المتواصل للتركيب التقني والاقتصادي الصناعي الرأسمالي لحضارتنا يحتم نموا مستمرا في الحاجات والرغبات الناتجة عن ثنائية الإنتاج / الاستهلاك ، ذلك ان حضارتنا رغم كونها تنطوي على مناطق من الفقر والحرمان ومن نقص في الاستهلاك وتزامنا مع حملات دعاية وحوافز أخرى ، لا تزال تشجع على الاستهلاك ، ومثلما قال ماركس لا تخلق الرأسمالية منتجا للمستهلك وحسب ، بل تخلق مستهلكا للمنتج ، وان تضاعف المنتجات المعروضة للاستهلاك تقترح ملذات جديدة واستجابات جديدة وتتيح استقلالية جديدة تعتمد مثلها مثل كل استقلالية على ما يحافظ عليها . (موران ، ٢٠١٩ ، ٣٣٤) .

وفيما وراء هذه الجوانب الإيجابية التي تفتح للمستهلك عوالم مادية وحسية وروحية جديدة، سيتحول الاستهلاك الى استهلاكية حيث تصبح المواد غير الضرورية في السابق لا غنى عنها، وتصبح الكماليات او الرفاهيات القديمة ضروريات، وتصبح المنافع او المواد الجديدة ضرورات، حيث تؤدي عمليات الدعاية والحوافز الاعلانية الى شراء المنتجات المشحونة بفضائل وهمية (الصحة والنظافة والجمال والاعراض والحظوة) ومن ثم تصبح الاستهلاكية دافعا الى الافراط او ما اسميناها بالنزعة الاستهلاكية. (موران ، ٢٠١٩ ، ٣٣٥) .

ومن ناحية أخرى وبوصفها منتجة ونتاجا للحضارة الغربية ، تعولمت النزعة الاستهلاكية ولا سيما في ظل نمو طبقات وسطى في اسيا وإندونيسيا وأمريكا الجنوبية وإفريقيا ، كما أدت الحاجة الى وسائل الرفاهية الجديدة مثل التدفئة والتبريد والسيارات والسفر الى الزيادة في الاستهلاك بما في ذلك الزيادة في استهلاك الطاقة ، بيد اننا لم نبدأ الا الان في الوعي بأن هذه النزعة الاستهلاكية هي تبذير وتبديد واسع النطاق يسبب التدهور والتلوث والنضوب في رواسب الوقود الاحفوري ، لكن يجب علينا أيضا ان ندرك ان المشكلة ليست متعلقة بالطاقة وحسب وانما بنمط حياتنا . (موران ، ٢٠١٩ ، ص ٣٣٦) .

ويريد العصر الاستهلاكي خلق صورة معينة للفرد يشكّلها هو على وفق ما يخدم مخططاته، كي يتمكن من السيطرة عليه عبر توجيه رغباته صوب ما يخدم ايدولوجياته، فيغدو متحكما به بكل تفاصيل حياته من خيارات استهلاكه حتى تفاصيل أوقات فراغه، يساعده في ذلك مكانة إعلامية وظفت لهذا الغرض وبذلك يكون الفرد ما يريد له ان يكون لا ما يريد ان يكونه، الأمر الذي يؤدي الى ان يفقد الفرد ذاته وفاعليته في محيطه الاجتماعي. (مرشد، ٢٠٢٣، ص ٢٦٧).

وربما تتمثل اهم مجالات نمو الأسواق الاستهلاكية في أزياء وموضات الرجال وكماليات أسلوب الحياة، وقد استخدم الجسد الذكوري أكثر فأكثر في الإعلانات ليس ببساطة كمقدرة وظيفية كما كان في خمسينيات القرن العشرين، بل كوسيلة زخرفية أيضا، ولم يعد الرجال يصورون فقط كمستشارين خبراء للنساء في المسائل التقنية مثل اختيار غسالة الملابس بل انهم يشغلون المركز المأمول للأسلوب الإعلاني، ويؤكد كبار السن وكذلك الشباب هويتهم حاليا من خلال عملية استهلاك تتم عن وعي وانتقاء للملابس وأسلوب تصفيف الشعر وتزيين الجسد. (ستيوارت ، ٢٠١١ ، ص ٨٩) .

وتكمن احدى ابرز المشكلات في هذا المنحى السلوكي الاستهلاكي الاستعراضي في انه يؤدي الى اختلال الديمومة من خلال العيش في الحاضر وحده ، انه أسلوب العيش في الراهنية أي متع اللحظة الراهنة التي يغيب فيها المستقبل وبناءه وصناعة المصير ، المصير هو الان ، وليس ما يمكن ان نصنعه ونصيره بالإعداد والانماء الذاتي ، وذلك ما يشكل مخاطرة بالكيان الذاتي والعام في ان معا ، باعتبار الانسان هو مشروع مصير وبناء كيان في الأساس وليس مجرد

كينون راهنه ، ولهذا جانبه المكافئ عند اباء هؤلاء الذين يجرون وراء جني المغانم الآتية بدون كبير اهتمام او اكتراث بالأثار الناجمة عن هذا السلوك على البيئة والحياة واستدامة التنمية . (حجازي ، ٢٠٠٨ ، ص ١٣٢) .

التسوق وبناء الهوية الاجتماعية:

الهوية صورة ذاتية معقدة تتطور خلال التنشئة والتفاعل الاجتماعي وينطوي تكوين الهوية على الإحساس باستمرار الكيان النفسي الذاتي، إضافة الى استمرارية الانتماء والتماهي بالكيان الاجتماعي، انها باختصار تماهي الشخص مع صورة ذاته بطابعها المستقر والمستمر نسبيا، رغم التحولات التي تطرأ على مفهوم الذات هذا مع التقدم في مجال بناء مشروع الوجود وانجازاته. (حجازي ، ٢٠٠٨ ، ص ٩٩) .

انها تتضمن الكيان المتميز عن الآخرين الذي يهيئ القدرة على تجربة الذات باعتبارها حالة متماسكة ومتقدمة لها حدودها وخصائصها ولها استمراريته، وتتجسد في المواقف والاتجاهات والسلوكيات، انها ماهية الشخص، أي ما هو عليه وما يطمح ان يمونه ويصيره، ذلك هو بعد محتوى الهوية، الذي يشتمل على الخصائص المحددة لها والتي توفر التفرد والتميز في بنيته الشخصية وسماتها وقدراتها وميولها وتوجهاتها وتفاعلاتها. (حجازي ، ٢٠٠٨ ، ص ١٠٠) .

وكثيرا ما يتعرض الناس، وعلى نحو مستمر لوابل من المعلومات والاعلانات التي تشجع على شراء واقتناء بعض المنتجات المخصصة للاستهلاك، والتي تتماشى مع أنماط الحياة وحاجاتنا اليومية. ووفقا لعالم الاجتماعي البريطاني ريتشارد جينكنز فإن دور قطاع الدعاية والاعلان يتمثل في صنع قيمة معنوية معينة وربطها ببعض المنتجات والخدمات وهذا يعني ان الحصول على هذه الأشياء يضيفي علينا صفات مرغوبة اجتماعيا، مثل التطور والطرز الجيد والثروة. (كريس واخرون، ٢٠٢٠، ص ١٢٢).

والخطير ان الاستهلاك المحموم يستخدم أساسا للتغطية على الخواء الوجودي الذاتي حين نصبح مجرد ما نستهلكه وليس ما نصنعه او ننجزه او ما نميه في نفوسنا وكياننا ، وهنا تراح المرجعية من القيمة الذاتية الجوانية الاصلية الى القيمة الخارجية البراقة ، ولكن البريق الخارجي لا يملأ الفراغ الداخلي الذي يدفع الشخص الى طلب المزيد من الاستهلاك والاحتماء برموزه واستعراض وجوه وتلك سيكولوجية معروفة تماما من قبل الدارسين ، وهي تشبه سايكولوجية الافراط في الاستماع الى الموسيقى الصاخبة التي تنسي فئة من الشباب فراغهم الداخلي وتحميمهم من دعر مجابهة انعدام القيمة والدلالة المرتبطين بهذا الفراغ . (حجازي ، ٢٠٠٨ ، ص ١٣٣) .

لقد اصبح النظام الاستهلاكي اكثر انفتاحا وكان من الممكن لمجموعة واسعة من الافراد الانفاق ، كما تفعل الطبقات الغنية او المتوسطة اذا كان يملكون الدخل الكافي ، وبالفعل يصبح الاستهلاك اكثر أهمية في المجتمعات حيث الميلاد والتاريخ والطبقة هي اقل أهمية ، وحيث تمثل السيولة النقدية المكانة الاجتماعية وما يجعل الانفاق يلعب دورا بارزا في انشاء المركز الاجتماعي والهوية الشخصية هو التحضر والتعليم الرسمي واختفاء العلاقات الاجتماعية التقليدية ، وهكذا تكتسب السلع في المجتمع الاستهلاكي الحديث نوعا جديدا من الأهمية الرمزية (روزنبلات ، ٢٠١١ ، ص ٥١) .

في المجتمع الاستهلاكي، تمثل المشاركة في التبعية الاستهلاكية وفي التبعية العالمية للتسوق، الشرط الضروري لكل حرية فردية، بل الشرط الضروري لان تكون الحرية مختلفة، ان يكون للمرء هوية ففي ومضة من الصراحة يخاطب أحد الإعلانات التجارية التلفزيونية الزبائن المحنكين الذين يعرفون اللعبة وطريقة ادارتها، فيعرض مجموعة من النساء بقصات شعر متنوعة ويقول التعليق المصاحب للإعلان كلهن فريديات كلهن متفردات ويخترن الشيء الفلاني وهو ماركة معلن عنها لمربط شعر. (باومان ، ٢٠١٩ ، ص ١٤٠) .

وتركز السوق الاستهلاكية المعاصرة على القيمة الاستعمالية للمنتجات ويتم ذلك بواسطة جعل المستهلكين يتكيفون مع ما يمكن عرضه، لا مع ما يتناسب مع الطلب الواقعي، وتعمل السوق الاستهلاكية على تهيئة المستهلكون المحتملون لدفع أموالهم لمنتجات تحقق اشباعا لرغباتهم الانية والمتغيرة، لكن هذا لا يتم الا اذا الانسان المستهلك بأنه في حاجة الى اشباع رغبة ما ، ولا تكسب المنتجات القيمة الاستعمالية ما لم يتم إضفاء دلالة عليها عبر خلق علاقة واعية بين المنتج والمستهلك قوامها الحاجة الملحة والرغبة في الالتهام . (مرشد ، ٢٠٢٣ ، ص ٢٤٤) .

المبحث السابع: الآثار الاجتماعية لثقافة الاستهلاك ودور الخدمة الاجتماعية:

أولاً: الآثار الاجتماعية لثقافة الاستهلاك:

تقوم الاقتصادات الكبرى في العالم على الترويج لثقافة الانفاق الدائم والشراء والاستهلاك ، وهي تستخدم التحفيز النفسي والاجتماعي من خلال وسائل الاعلام المختلفة للحض على الانفاق والشراء وللشعور بالرضا عند القيام بذلك ، وهذا هو المقصود الفعلي بتقوية الاقتصادات التي يشير اليها الصندوق عندما يتحدث عن عودة المرأة للعمل، وليس التمكين الاقتصادي المخادع ، ان الصندوق يريد من المرأة الخروج لتحصيل المال الذي ستفقه على نفسها وليس على الاسرة أي على احتياجاتها التي تصنع القسم الأكبر منها وسائل الدعاية والاعلان والتي لا تفعل سوى التحفيز على الاستهلاك الذي يصب المزيد من المال في جيوب أصحاب الشركات والمؤسسات المختلفة ، وهذا ما يطلق عليه مجتمع السوق . (عتريسي ، ٢٠٢٣ ، ١٦٥) .

وللنزعة الاستهلاكية وجهان مترابطان ومتعارضان فهي من جهة تسعى الى تلبية الاحتياجات الذاتية والشخصية ومن ثم تعزيز مفهوم الفردانية، لكن في المقابل تساهم المنتجات الاستهلاكية المنمطة في تطور النزعة الفردانية المنمطة ، وعلى هذا يصبح الفرد خاضعا للمنظومة الاستهلاكية التي تجعله مشدودا اكثر فأكثر اليها الى درجة انه يضع نفسه في خدمتها ، كما ان اشكال الضيق والقلق والهوموم والإحباط التي تميز عصرنا الراهن هي ما يحدد هوسنا بالتسوق من ناحية وما يحدد اشكال الإدمان والتسمم المختلفة من ناحية أخرى . (موران ، ٢٠١٩ ، ص ٣٣٧) .

ان النزعة الاستهلاكية اقتصاد افراط وهدر وهي أيضا اقتصاد خداع لهذا السبب نفسه، انها تعول على لا عقلانية المستهلكين وليس على حساباتهم المستنيرة والرصينة، على اثاره مشاعر النزعة الاستهلاكية وليس على تثقيف العقل ان الخداع كما الافراط والهدر، لا يشير الى خلل في الاقتصاد الاستهلاكي بل انه على العكس من ذلك أحد اعراض صحته الجيدة واستمراره بإصرار على المسار الصحيح، انه علامة مميزة لمجتمع المستهلكين ان يضمن بقاءه. (باومان ، ٢٠٢٢ ، ص ٨٨) .

لقد تحول الافراد الى مجرد مستهلكين وتحول الاستهلاك من تلبية للاحتياجات الطبيعية والثقافية الى هدف بحد ذاته، وكان له تأثير على الاقتصاد الوطني نتيجة الاسراف وتبديد الموارد وانخفاض الادخار وتدمير اخلاقيات العمل المنتج والعزوف عن الأنشطة الإنتاجية، وما واكب ذلك عن البحث عن الربح بدون جهود وانتشار الأنشطة الطفيلية وتضخم الثروات واقتناء الأشياء المظهرية. (أنور، ٢٠٠٤، ص ١١٩) .

وتعمل النزعة الاستهلاكية على الحفاظ على القلب العاطفي للعمل والاسرة، بما ان العمال يتعرضون لقصف مستمر من الإعلانات بمتوسط يومي يبلغ ثلاث ساعات من مشاهدة التلفزيون (نصف وقت فراغهم) فأنهم يقتنعون بأنهم في حاجة الى المزيد من الأشياء، ولكي يشتروا ما يحتاجونه الان، فأنهم يحتاجون الى المال ولكي يكسبوا المال، فانهم يعملون لساعات طويلة بعيدا عن المنزل، فأنهم يعرضون غياهم عن المنزل بهدايا تكلف المال، انهم يصفون طابعا ماديا على الحب، وهكذا تستمر الدورة. (باومان ، ٢٠٢٢ ، ص ٢١٠) .

ويواجه الافراد المزيد من الضغوط لاستخدام دخلهم من اجل الوصول الى فئة اجتماعية مرغوبة، وهذه مشكلة لاسيما في السياق الذي يحكم فيه على الفرد بنوعية حياة منخفضة لفشله في تحقيق مكانة في الطبقة المتوسطة ، في تلك الحالات يمكن ان تكون الضغوط على الافراد والاسر لكي تتفق من اجل تحقيق وضع ما ضغوطا مكثفة .

وهكذا يستلزم الانتماء الى طبقة اجتماعية معينة استهلاك مجموعة من السلع والخدمات الضرورية، وفي مثل هذا العالم هناك عملية دينامية يتم عن طريقها تحديث هذه المجموعة وتوسيعها وتعديلها من السلع والخدمات ويشار الى هذه العملية الديناميكية في الاقتصاد باستهلاك الوضع، او استهلاك المكانة، او الاستهلاك النسبي او الاستهلاك التنافسي، والميزة الرئيسية في هذه المناهج هي ان الاستهلاك يؤدي الى الرفاهية والرضا ليس على أساس مستواه المطلق ولكن دائما في علاقته بمستوى الاستهلاك الذي حققه الآخرون. (روزنبلات ، ٢٠١١ ، ص ٥٢) . وهكذا لا يمكن للمجتمع الاستهلاكي الا ان يكون مجتمع الاستهلاك والافراط ، وبالتالي مجتمع الهدر والتبذير، فكما كان نظام حياة الأشخاص أكثر ميوعة وسلاسة زادت حاجتهم الى عناصر تصلح للاستهلاك من اجل حماية رهاناتهم وتأمين افعالهم ضد العواقب غير المتوقعة، وع ذلك فأن الاسراف يضيف مزيدا من عدم اليقين بشأن الخيارات التي كان من المفترض الغائها، او في الأقل تخفيفها او التقليل من اضرارها. (مرشد ، ٢٠٢٣ ، ص ٢٤٥) .

ومجتمع السوق هو مجتمع يحكم على اعضاءه بوصفهم مستهلكين في المقام الأول، انه مجتمع لا يرى الانسان الا مجموعة من الحاجات المادية البسيطة المجردة التي تحدها الاحتكارات وشركات الإعلانات والازياء وفكرة تعظيم لذة الاستهلاك وزيادة أرباح الشركات، ذلك المجتمع الذي يحكم على اعضاءه وقيمهم بما لديهم من قدرة استهلاكية وما يتبعونه من سلوك استهلاكي وتلك هي سمات مجتمع الاستهلاك الذي لا يعترف بقيم البساطة والاكتفاء والقناعة وعدم الاسراف. (عتريسي ، ٢٠٢٣ ، ص ١٦٦) .

وتتميز ثقافة النزعة الاستهلاكية بضغط مستمر لتكون شخصا اخر ، تركز الأسواق الاستهلاكية على التخفيض الفوري لقيمة عروضها السابقة لإفراغ موقع معين من اجل ملئه بالعروض الجديدة التي يطلبها العموم ، انها تولد عدم الاشباع فيما يتعلق بالمنتجات التي يستخدمها المستهلكون لإشباع حاجاتهم ، كما انها تزرع استياء مستمرا من الهوية المكتسبة ومجموعة الحاجات التي يتم من خلالها تحديد هذه الهوية ، ان تغير الهوية والتخلي عن الماضي والبحث عن بدايات جديدة والنضال من اجل الولادة من جديد كلها أشياء تروج لها هذه الثقافة كواجب متكرر في هيئة امتياز . (باومان ، ٢٠٢٢ ، ص ١٧٥) .

وتكمن المشكلة في ان الاستهلاك يدخلنا في حلقة مفرغة، كلما استهلكنا شيئا او سلعة او خدمة سارعا ما تصيح عادة وتفقد بريقها وجاذبيتها ويتعين علينا ان نستهلك المزيد، وكلما استهلكنا سلعة او خدمة توجهت انظارنا الى هم أكثر استهلاكا منا او أكبر قدرة على الاستهلاك باعتباره من مكونات الوجاهة وهكذا يدخلنا الاستهلاك في حلقة المفرغة حيث كل مستهلك هناك مستلك أكبر منه، وأقدر وأكثر استهلاكا لنفائس أغلي، وبالتالي تزيد احتمالات الإحباط وعدم الرضا والتسابق المحموم. (حجازي ، ٢٠٠٨ ، ص ١٣٣) . كما ان أي محاولة لادخار المال واكتنازه او الاستثمار به في مجتمع المستهلكين لا تعدو ان تكون فعلا لاستهلاك مؤجل، بمعنى توسيع نطاق اختيار المستهلك مستقبلا.

ثانيا: الخدمة الاجتماعية والتغير الاجتماعي:

تعرف الخدمة الاجتماعية بأنها مهنة تهدف الى تنمية المجتمعات بتقادي الاضرار المهدة لها افرادا وجماعات وذلك باستثمار الطاقات الشخصية والبيئية. (غالب طاهر، ٢٠١٤ ، ص ٢٦).

وتعرف (فريد لاندر) الخدمة الاجتماعية بأنها خدمة مهنية تقدم أساسا على المعارف العلمية واستخدام المهارات في مجال العلاقات الإنسانية تستهدف في نهاية الأمر مساعدة الافراد او الجماعات على تحقيق رفاهيتهم وتنمية قدراتهم. (على الدليمي، ٢٠١٤، ص ١٠٩).

لقد كانت لأراء العالم روسماي في تنمية المجتمع ان اتجهت الخدمة الاجتماعية اتجاها تنمويا إنسانيا يهدف الى نمو الفرد والجماعة والمجتمع بهدف التغيير المقصود الإيجابي في الوحدات بهدف تحقيق التنمية الشاملة في المجتمع ورفع مستوى معيشة الناس من كافة الجوانب.

وتحدد اهداف الخدمة الاجتماعية بما يلي: (عفيفي، ٢٠١٤، ٧٧-٧٨).

- تسهم الخدمة الاجتماعية في تهيئة المناخ الملائم للتخطيط للتنمية الاقتصادية والاجتماعية عن طريق تبصير الناس بحقوقهم وواجباتهم وبدورهم في هذا المجال واشعارهم بمسؤولياتهم والمشاركة الجماعية حتى يمكن تحقيق النمو السريع الذي يؤدي الى تحقيق الأهداف.
- تهتم الخدمة الاجتماعية في مجالات عملها المختلفة بعملية التنسيق لتحقيق التكامل بين خطط الأجهزة المختلفة وجهودها توفيراً للوقت والجهد والمال.
- الخدمة الاجتماعية بمفهومها المعاصر تساعد الافراد والجماعات والمجتمعات على بلوغ اقصى درجة ممكنة من الرفاهية الاجتماعية والعقلية والجسمية ووهي في هذا تستخدم طرقاً منهجية خاصة تهتم في الممارسة المهنية من خلال الوقوف على التفاعل الديناميكي بين العوامل الشخصية والبيولوجية او السيكولوجية وبين القوى الاقتصادية والاجتماعية في الوسط الذي يعيش فيه الناس.
- تضع الخدمة الاجتماعية في حسابها ضرورة التعبير عن حاجة الناس الى حاجة معينة وتتوصل في تحقيقها بأجهزتها المنظمة التي تنتشر في المجتمع وتتعدد تخصصاتها وتلتزم بالأسس المهنية السليمة وبأهداف المجتمع.
- وللخدمة الاجتماعية دور كبير في عمليات التغيير الاجتماعي التي يتم التخطيط لها وهذا الجانب تدعمه الخدمة الاجتماعية بورها من حيث تهيئة المناخ الملائم لإحداث التغيير الاجتماعي المطلوب عبر منهج علمي سليم وأساليب مهنية ، يتبعها ممارسو الخدمة الاجتماعية من الاخصائيين الاجتماعيين الكفاء والمؤهلين بخبرات ومهارات لازمة لسير العمل المهني ، ويأتي تعامل الخدمة الاجتماعية مع تلك المناهج والأساليب من اجل توفير الحياة الراقية المستوى لكافة افراد المجتمع ، بلوغاً لتغيير اجتماعي إيجابي يحول المجتمع من حالة اللارفاهية الى حالة من التنمية الاجتماعية والازدهار الحضاري . (غالبا طاهر، ٢٠١٤، ص ٢٨).

وعندما تسعى الخدمة الاجتماعية الى احداث التغيير الاجتماعي في النظم الاجتماعية المتعددة، فأنها تعزز من قوة تلك النظم في مواجهة المشكلات الاجتماعية التي تعترض المجتمعات وتسهم في تنمية الموارد البشرية المتصلة بتلك النظم، ويأتي ذلك من خلال تفعيل البرامج التي تهتم بأبناء الافراد والجماعات والمجتمعات وتهيئتهم اجتماعيا ونفسيا ، وبما يعزز لديهم الثقة بأنفسهم وبقدرتهم على احداث تغيير في الاتجاهات والسلوك بالدرجة التي تقود الى تعزيز ونهضة المجتمع وبما يعمل على غرس القيم الإيجابية بنفوسهم ، ومن ثم تحويل الاهتمامات صوب دفع عجلة التنمية الاجتماعية والإنتاج بالمجتمع بما يعود نفعاً على كافة افراده . (غالبا طاهر ، ٢٠١٤ ، ص ٢٩) .

والاخصائي الاجتماعي يلعب دور كبير في ارشاد الافراد والاسر خاصة ذات الدخل المحدود الى كيفية التخطيط وترشيد الاستهلاك وكبح الجموح السلوك الاستهلاكي الغير ضروري او الذي يؤثر على ميزانية الاسرة، وذلك من خلال الاقتناع الذاتي والضبط النفسي من اجل حماية المستهلك وتحسين سلوكه.

وبما ان عجلات الاستهلاك والإنتاج الذي يغديه يوم دورانها ويزداد بفضل الأنشطة الحماسية التي تحول دون الرضا عن النفس، فلا توجد نهاية للجهود الموجهة لإيجاد أنماط حياتية مناسبة، فما هي النقطة التي نقول عندها (لقد وصلنا وحققنا كل ما أردناه وهكذا يمكننا الان الاسترخاء والتأمل، فقط عندما يكون هذا ممكنا ستظهر جاذبية جديدة في الأفق ويبدو الاحتفال وكأنه ارتياح ينبع من قناعة غير مبررة، ويبدو ان حرية الاختيار الرامية الى تحقيق المحال محكوم عليها بالبقاء الى الابد في حالة من الحرمان. (وتم ماي ، ٢٠٢٣ ، ١٦٨) .

ويمثل فرض الضريبة على الاستهلاك شكلا من اشكال الضبط الاجباري المباشر والتعامل الصريح مع المستهلك، في إطار مستويات المعيشة المتفاوتة، وتحدد الحكومة في الدولة وبموجب القانون السلع المعنية التي يؤدي عنها المستهلك هذه الضريبة مقابل الحصول عليها، وفي تصور الحكومة ان أداء هذه الضريبة المباشرة قبال الحصول على السلعة المعنية يدعو الى عجز بعض المستهلكين، والى نقصان حقيقي في معدل التهافت عليها. (الشامي ١٩٩٨، ص ٤٦٧).

الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات:

أولاً: الاستنتاجات التي توصل اليها البحث:

- ان الثقافة الاستهلاكية اليوم أصبحت لا تقتصر على الأغنياء او ذوي الدخل العالي بل أيضا تنتج للفقراء .
- الثقافة الاستهلاكية اليوم وفي ظل العولمة أضحت احدى اليات الهيمنة المفروضة على المجتمعات.
- ان الثقافة الاستهلاكية اليوم باتت منتشرة في كل المجتمعات والدول وأصبحت سمة من سمات المجتمع الحديث.
- تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في نشر ثقافة الاستهلاك في المجتمع.
- ان من أسباب انتشار ثقافة الاستهلاك في المجتمع هو الانفتاح الاقتصادي والثقافي نتيجة التحولات الكبيرة التي حدثت في المجتمع، فضلا عن ارتفاع المستوى المعيشي لشرائح كثيرة من شرائح المجتمع.
- ان نمط الاستهلاك المستشري في المجتمع هو نمط الاستهلاك التفاضري والقائم على شراء واقناء الكثير من الحاجيات بغض النظر عن مدى فائدتها العملية، خاصة لدى العوائل ذات الثراء الفاحش.
- تعد قوى العولمة ووسائلها التقنية العالية من العوامل المهم في تغيير نظرة المجتمعات نحو الاستهلاك وثقافته، حيث ساهمت بدرجة كبير في انتشار هذه الثقافة على نطاق واسع.
- ان سياسة فتح الأسواق امام كافة البضائع والسلع القادمة من مختلف البلدان ساهمت بدرجة كبيرة في انتشار ثقافة الاستهلاك في كثير من المجتمعات وانعكس سلبا على المنتج الوطني، الذي أصبح غير قادر على المنافسة مع هذا الكم الهائل من البضائع التي تدخل بشكل يومي ومستمر .
- يعد البعض ان شيوع الثقافة الاستهلاكية اليوم وفي ظل العولمة، تعد أحد اليات الهيمنة المفروضة على البلدان والشعوب.
- قد تساعد نتائج هذه الدراسة الى اجراء دراسات في المستقبل من قبل الباحثين الاخرين عن تدخل مناهج الخدمة الاجتماعية بنماذجها المختلفة للتعامل مع العوامل الاجتماعية المؤثرة على الاستهلاك الغير ضروري والتفاضري.

ثانياً: التوصيات التي يقترحها البحث:

- ان موضوع الاستهلاك من المواضيع المهمة في علم الاجتماع من هنا ينبغي توجه الباحثين الى اجراء المزيد من الدراسات حول هذا الموضوع.
- من الضروري تفعيل القوانين والإجراءات الرسمية من اجل حماية حقوق المستهلك.
- من الضروري إقامة الندوات والورش العلمية وفي كافة وسائل التواصل الاجتماعي والإعلامي من اجل توعية وتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك وتعميم الوعي في هذا المجال الاقتصادي المهم والمؤثر .

- من الضروري مساعدة العوائل ذات الدخل المحدود والعوائل الفقيرة وإيجاد قنوات أخرى من أجل رفع دخلها ومستواها المعيشي حتى لا تشعر بالحيث والظلم مما ينعكس سلبا على مدى استقرار المجتمع وتضامنه.
- من الضروري الاهتمام بتنقيف وتوعية العوائل ومن خلال وسائل التواصل بضرورة الابتعاد عن مظاهر الاستهلاك التفاخري وعدم التبذير والاسراف على السلع والحاجات غير الضرورية.

المصادر:

١. محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع الاقتصادي، دار المسيرة، ط٢، عمان، الأردن، ٢٠١٣.
٢. زيجمونت باومان، استهلاك الحياة، ترجمة حسن احجيج، دار صفحة، ط١، المملكة العربية السعودية، ٢٠٢٢.
٣. زيجمونت باومان، الحداثة السائلة، ترجمة حجاج أبو جبر، الشركة العربية للأبحاث، ط٣، بيروت، ٢٠١٩.
٤. جيل ليوفتسكي، مملكة الموضة زوال متجدد، المركز القومي للترجمة، ترجمة دينا مندور، العدد ٢٩٤٧، ط١، مصر، ٢٠١٧.
٥. ياسر بكر، الإنسان السائل، ط١، مصر، ٢٠٢٢.
٦. د. مصطفى مرشد، الوضع الإنساني المعاصر السائل، دار قناديل، ط١، العراق، ٢٠٢٣.
٧. جون سنايفيلد وآخرون، علم الاجتماع، ترجمة د. نداء عادل، دار ابداع، ط١، القاهرة، ٢٠١٩.
٨. احسان محمد الحسن، علم الاجتماع الاقتصادي، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ط١، بغداد، العراق، ١٩٨٩.
٩. حسن احجيج، مدخل الى علم الاجتماع، دار الرفادين، لبنان، بيروت، ط١. ٢٠٢٠.
١٠. دافيد انجليس وكريستوفر ثورب، النظرية الاجتماعية دعوة لفهم عطاءاتها، ترجمة هيثم الناهي، المنظمة العربية للترجمة، ط١، بيروت، لبنان، ٢٠٢٠.
١١. د. محمد احمد بيومي، د. احمد محمد هلال، جرنومة العولمة، دار الوفاء، ط١، الإسكندرية، ٢٠١٣.
١٢. انتوني جدينز، علم الاجتماع، ترجمة فايز الدباغ، مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، بيروت، ٢٠٠٥.
١٣. مصطفى حجازي، الشباب الخليجي والمستقبل، المركز الثقافي العربي، ط١، الدار البيضاء، المغرب، ٢٠٠٨.
١٤. د. مصطفى حجازي، الإنسان المهدور، المركز الثقافي العربي، ط٥، الدار البيضاء، المغرب، ٢٠١٩.
١٥. جوردن مارشال، موسوعة علم الاجتماع، المجلس القومي للترجمة، ترجمة محمد الجوهري وآخرون، مج ٣، ط١، ٢٠٠١.
١٦. د. صلاح علي الشامي، الاستهلاك ظاهرة بشرية في الرؤية الجغرافية، مكتبة المعارف، ط١، الإسكندرية، ١٩٩٨.
١٧. محمد سبيلا، ونوح الهرمزي، موسوعة المفاهيم الأساسية في العلوم الإنسانية والفلسفة منشورات المتوسط، المركز العلمي العربي، ط١، المغرب، ٢٠١٧.
١٨. د. دلال ملحق استيتية، د. عمر موسى فرحان، المشكلات الاجتماعية، دار وائل، ط١، الأردن، ٢٠١٢.
١٩. د. عبدالله محمد عبدالرحمن، علم الاجتماع النشأة والتطور، دار المعرفة الجامعية، ط١، السويس، ١٩٩٩.
٢٠. جورج ريتزر وجيفري ستينسكي، النظريات الحديثة في علم الاجتماع، الجمعية السعودية للدراسات الاجتماعية، ط١، ٢٠٢١.
٢١. اندرو ادجار وبيتر سيد جويك، موسوعة النظرية الثقافية، ترجمة هناء الجوهري، المركز القومي للترجمة، ط١، مصر، ٢٠١٤.
٢٢. ادغار موران، السبيل لاجل مستقبل البشرية، ترجمة بشير العزاوي، منشورات الجمل، بيروت، ٢٠١٧.
٢٣. د. طلال عتريسي، الجندر المخادع، جامعة المعارف، ط١، بيروت، ٢٠٢٣.
٢٤. ميل تيشرتون، وان براون، علم الاجتماع - النظرية والمنهج، ترجمة هناء الجوهري، المركز القومي للترجمة، ط١، القاهرة، ٢٠١٢.
٢٥. جون سكوت، جوردون مارشال، موسوعة علم الاجتماع، ترجمة محمد الجوهري وآخرون، المركز القومي للترجمة ط٢، القاهرة، ٢٠١١.
٢٦. ستوارت سيم، دليل ما بعد الحداثة، تحرير وجيه سمعان، المركز القومي للترجمة، ط١، الجزء الأول، القاهرة، مصر، ٢٠١١.
٢٧. د. كريستين يول وآخرون، موسوعة علم الاجتماع، المستقبل الرقمي، ط١، ٢٠٢٠.
٢٨. روجر روزنبلات، ثقافة الاستهلاك، الاستهلاك والحضارة والسعي وراء السعادة، المركز القومي للترجمة، ترجمة د. ليلي عبدالرزاق، ط١، القاهرة، ٢٠١١.
٢٩. احمد أنور، اخلاقيات العولمة، ط١، مركز المحروسة، القاهرة، ٢٠٠٤.
٣٠. د. غالب طاهر، الخدمة الاجتماعية، مفهوم شامل، مكتبة الحامد، ط١، الأردن، عمان، ٢٠١٤.
٣١. د. عبد الخالق محمد عفيفي، الخدمة الاجتماعية مهنة إنسانية، المكتبة العصرية، ط١، القاهرة، ٢٠١٤.
٣٢. زيجمونت وتيم ماي، التفكير سيولوجيا، ترجمة حجاج أبو جبر، ابن النديم، ط١، ٢٠٢٣.
٣٣. سليمان علي الدليمي، الرعاية والخدمة الاجتماعية، دار الحامد، ط١، عمان، ٢٠١٤.