

## مجتمع الاستهلاك: من إنتاج السلع إلى إنتاج الحاجات

أ.رضوان الإدريسي، جامعة محمد الخامس الرباط – المغرب

**ملخص:** في إطار مقارنة نقدية للمجتمع الراهن الذي نصفه بمجتمع الاستهلاك، نحاول فهم الطبع الاجتماعي الاستهلاكي في غياب شبه تام للإنتاج من قبل الأفراد، وخاصة فئات كالفقراء والعاطلين عن العمل الذي من المفترض سعيهم للعمل وليس الاستهلاك. وفي هذا الإطار نتبنى مقارنة إريك فروم الذي يعتبر أن الرأسمالية هي ما يُنتج هذا الطبع الاجتماعي حسب كل مرحلة من تطورها، وبالتالي نتوصل، كنتائج للبحث، إلى أن مجتمع الاستهلاك يحمل إيديولوجيا أكبر من مجرد إشباع الحاجيات الأساسية، بل إنه يخدم من جهة الرأسمال الذي يحتاج إلى مستهلكين أكثر من منتجين (العمال)، ويخدم سياسياً النظام القائم، حيث يُقنع هذا الاستهلاك الشخص بأنه حر لأن لديه قدراً كبيراً من الحرية في الاختيار بين السلع بينما لا يفكر في تغيير النظام القائم على الرغم من الاختلالات التي يمر بها.

**الكلمات المفتاحية:** مجتمع الاستهلاك، الرأسمالية، الطبع الاجتماعي، الحاجة، الحرية

### Consumer society : From making the goods to making the needs

Radouane Idrissi

PhD Researcher, sociology division, Mohammed V University, Rabat  
– Morocco

**Abstract :** As a critical approach to the present society, which we consider as a consumer society, we try to understand the social character of consumption in the almost total absence of production by individuals, especially groups such as the poor and the unemployed who are supposed to struggle for work and not for consumption. In this context, we adopt the approach of Erich Fromm, who considers that capitalism is what produces this social character according to each stage of its development, and thus we conclude, as a result of the research, that the consumer society carries an ideology that is more than the simple satisfaction of basic needs, but rather serves the capital that needs the consumers more than the producers (workers), and politically serves the existing system,

because this consumption convinces a person that he is free because he has a lot of freedom to choose between goods while he doesn't think about changing the existing system despite the imbalances that it goes through.

**Keywords :** consumer society – capitalism - social character – needs - freedom

## مقدمة

في دراسة مجتمع الاستهلاك سوسولوجياً نجد نظرية كريستيان انجل التي ترى بأنه كلما ارتفعت المداخل الوطنية يلاحظ أن نسبة المال المخصصة للتغذية بالمنزل تنقلص وأن الزيادات الهامشية المستعملة للخيرات المستدامة (لباس، سكن، نقل خاص)، ثم للسلع الفاخرة، للترفيه و سلع أخرى ترتفع. (Bell, 1999, p209) وفي مقاربة ثانية، نقدية أكثر، حيث تنتقد قياس الرفاه بالأشياء والإشارات التي يحققها الاستهلاك، ومن أبرزها مقاربة جون بودريار الذي يرى بأن المساواة الحقيقية للقدرات، المسؤوليات، الحظوظ الاجتماعية للسعادة بمعناه الكامل انتقلت إلى مساواة أمام الأشياء (تلفاز، سيارة...) وإشارات النجاح الاجتماعي والسعادة الواضحة، فالمساواة أصبحت محصورة في حاجة الإشباع. (Baudrillard, 1977, p60) ف بودريار يقارب الاستهلاك من زاوية التمايز الطبقي. المقاربة الثالثة تشير إلى أن مجتمع الاستهلاك هو إنتاج للمستهلك نفسه، بحيث يُحفز على الاستهلاك عن طريق توليد الحاجات والرغبات والأوهام فيما يخص السلع والخدمات، ليؤثر، إن لم يكن يُحتم، كيف تُستهلك هذه الخدمات والسلع. (Smart, 2010, p 5) لقد أصبحت هذه النزعة أسلوب حياة تتمحور حول الحصول على المزيد والمزيد من الأشياء، من خلال حملات ترويجية مقبّعة وجذابة. (p8) إن هذه المقاربة هي التي نتبناها في هذا المقال لنبرز كيف تسبق صناعة الحاجة صناعة السلع نفسها.

إن الحاجات الطبيعية لم تعد كافية لسير التقدم، فأصبح هذا الأخير يخلق حاجات جديدة، منها الطبيعي وغير الطبيعي، ليستطيع الاستمرار، وهو ما جعل مفهوم التقدم في موقف تشكيك اليوم. وقد تعددت النظريات السوسولوجية النقدية لإيديولوجيا التقدم المقترن بالاستهلاك، حيث يرى كاستورياس بأن الاقتصاد الحديث، بفضل تطوره الإنتاجي و ثروته يذهب أبعد من إشباع الحاجيات الأولية، بل يعمل على صناعة الحاجات (المصطنعة) التي تُصنع أمام أعيننا كل يوم، [...] بل إن اقتصاد الرأسمالية الحديثة لا يمكن أن يوجد إلا باستجابته لحاجيات ينجزها بنفسه، (Castoriadis, 1975, p219-220) ويقول باومان أن العلاقة التقليدية بين الحاجات وإشباعها تم عكسها، فالوعد وأمل الإشباع أصبحا يسبقان الحاجة وسيكونان دائماً أكبر من الحاجة الموجودة، وذلك لأنه تم نزع الانتظار من الرغبة والرغبة من الانتظار، (Bauman, 2010, p25) فالسرعة والكمية التي تُطرح بها السلع والخدمات لا تنتظر تجدد الرغبة أو حتى تكوّن الحاجة نحو هذه السلع والخدمات، بل يصبح من الضروري خلق الرغبات والحاجات. إن الاستهلاك ليس مجرد فعل بسيط على ما يبدو، بل إنه يخترق العقل، التفكير والإرادة، وبالتالي

يختلط وعد تحقيق السعادة بشرعية أدوات تحقيقها، وتضيق العقلانية التي تغنت بها الحدائث عبر استغلالها لما هو غير عقلائي.

من خلال هذه العقلانية التي تتضمن بعداً لا عقلاً نظراً لسؤالنا الإشكالي، وهو كيف يتم صناعة الحاجة في مجتمع الاستهلاك؟ وعبر أي أدوات؟

لفهم ما نسميه بصناعة الحاجة سننطلق على مقارنة الطبع الاجتماعي لإريك فروم، فهو يعرف الطبع بذلك الشكل الخاص الذي تتشكل فيه الطاقة البشرية عبر التكيف الدينامي للحاجات البشرية مع نمط الوجود الخاص لمجتمع معين، والطبع بدوره يحدّد الفكر، الشعور وأفعال الأفراد، (فروم، 1972، ص222) بعبارة أخرى، فالطبع الاجتماعي يستبطن الضرورات الخارجية ويستغل الطاقة البشرية من أجل نظام اقتصادي واجتماعي معين. (p226) إن الطبع الاجتماعي يشير لوقوع التغييرات الاقتصادية والاجتماعية على الأفراد وتكيف هؤلاء مع هذه التغييرات، لذلك فالرأسمالية تتطلب شكلاً معيناً من السلوك. ويتفق دافيد ريزمان مع إيريك فروم حين يقول بأنه "لكي يستطيع المجتمع السير بشكل صحيح يجب على أعضائه اكتساب نوع الطبع الذي يجعلهم يرغبون في السلوك بالطريقة التي يجب السلوك بها كأعضاء في المجتمع أو طبقة خاصة، يجب عليهم رغبة ما هو ضروري للقيام به من الناحية الموضوعية. فالإكراه الخارجي يتم تعويضه بإكراه داخلي وبنوع معين من الطاقة البشرية التي يتم توجيهها نحو سمات الطبع." (Riesman et al., 2001, p64) بهذا المعنى فالباحثان يتفقان على أن المجتمع يفرض درجة معينة من الخضوع على أفرادها، خاصة أن الإغراء أصبح يعوّض العنف في ممارسة هذا النسق، ليصبح الخضوع مقبولاً أكثر وتصبح الحرية شكلاً من أشكال الخضوع.

لفهم ما أسميناه بصناعة الحاجة سننطلق من علاقة النمو الاقتصادي أو تطور الرأسمالية بتغيير القيم الاجتماعية وخلق طبع اجتماعي يتمشى مع سيرها في كل مرحلة بدءاً من لحظة تكون الرأسمالية (1)، ثم سننقل لتحديد مفهوم الحاجة وكيف يتم صنعها وعبر أي أدوات (2).

## 1. النمو الاقتصادي وضرورة تغيير القيم نحو الاستهلاك

نحاول في هذا المحور فهم كيف تتشكل الرأسمالية من - وتُشكّل - الأفكار والقيم. الرأسمالية حسب فيبر هي اجتماع بين خاصيتين رئيسيتين؛ البحث عن الربح إلى جانب الانضباط العقلاني للعمل، وقد تشكلت في ظروف اجتماعية ودينية خاصة بالمجتمع الغربي دون غيره، وهي الأخلاق البروتستوننتية منذ القرن السابع عشر، لكنه في نفس الوقت يؤكد على فكرة غاية في الأهمية تتمثل في كون الرأسمالية بمجرد أن تقوم تصبح مستقلة بذاتها ولا تغد مرتبطة بهذه الأخلاق، حيث يقول " لم تعد الرأسمالية الظاهرة بحاجة إلى هذا الدعم منذ أن استندت على قاعدة ميكانيكية،" (فيبر، غ م، 148) فبمجرد أن أصبحت الرأسمالية نسقاً مستقلاً صارت تشكل أخلاقها بيدها.

وقبل ذلك ستميز بين مجتمعين؛ الصناعي والاستهلاكي، حيث يتم اعتبار الأول كمجتمع إنتاج، فبالرغم من كون جميع المجتمعات في الماضي وحتى في المستقبل تقوم بالإنتاج، إذ أن الإنسان لا يمكنه أن يعيش بدونها، لكن، حسب زيجمونت باومان، (Bauman, 2010, p23) اعتُبر مجتمع إنتاج لأنه قُرض على أعضائه أن يلعبوا هذا الدور، أي كمنتجين، بينما في مجتمع الاستهلاك – كذلك البشرية عرفت ولا تزال تعرف الاستهلاك ولن يتوقف إلا بتوقفها – أصبح على أعضائه ضرورة لعب دور المستهلكين، فهو ما يحتاجه المجتمع في هذه المرحلة، وهذا ما نسميه بالطبع الاجتماعي الذي يتلّون حسب تغير الرأسمالية، فكيف يتم هذا التلّون؟

### 1.1. الطبع الاجتماعي في بداية الرأسمالية

كان ماركس من أوائل من عرّف الرأسمالية بالتراكم اللامحدود للثروة، حيث يتم إعادة استثمار الربح باستمرار وإضافته للرأسمال السابق، لكن يرجع الفضل لـ ماكس فيبر في فهم الدوافع السيكولوجية أو الثقافية لهذا التراكم اللامحدود، ليربط هذه الخاصية بالأخلاق البروتستوننتية، ففي الوقت الذي أوّلت الكالفينية إصطفاء الله لعباده عبر النجاح المادي في الحياة، أصبحت النسكية البروتستوننتية تتعارض تعارضاً حاداً مع التمتع العفوي بالثروات، وتكبح الاستهلاك، لاسيما في الأشياء الكمالية (فيبر، ص142)

لكن هذا الطابع الديني، كما يقول فيبر، سيخفت أمام إغواءات الثروة، وقد حافظت الطبقات الصاعدة من البرجوازية الصغرى والمزارعين على هذه المثل العليا، بينما كان الملاك السعديين مهيبين لإنكارها. (ص144) ويؤكد فيبر أن ما اكتسبته الرأسمالية هو طبع اجتماعي قام على تكريس الإنسان للعمل وفي نفس الوقت الإدخار. لفت ماركس من جهته الانتباه لخاصية صاحبت التراكم وهي حب التملك، "حيث يضيف المستهلك دائماً المزيد إلى مجموعته؛ المستهلك يخزن كنوزه، فهدفه هو التراكم. قبل كل شيء، لم يرغب المستهلك في التخلي عن هذه الأوتان التي استثمر فيها الكثير من نفسه." (Sennett, 2007, p150) فالبروتستوننتي كان يحب التملك، حيث أن الملكية، حسب فروم، كانت أحد الوسائل التي تجعله يحس بالأمان خاصة إثر العزلة واللا يقين التي خلقتها حرية المجتمع الحديث والتي أبعدته عن علاقاته الأولية، فملاسه ومنزله هم جزء لا ينفصل عنه. (فروم، 1972، ص102)

ويُجمل باومان الأخلاق البروتستوننتية في مبدئين واضحين ومبدئين ضمنيين؛ الأولين هما أن ليس هناك شيء مجاني بل يجب العمل للحصول عليه، والثاني هو أنه من غير اللائق بل من المخزي التوقف والتعب بمجرد إشباع الحاجة التي كان المرء يلاحقها، فليس المهم هو إشباع الحاجة وإنما العمل هو قيمة في حد ذاته، أما المبدآن الضمنيان هما أن لكل فرد قدرة عمل يمكن بيعها وبالتالي، من جهة، من الواجب عليه أن يعمل ومن ناحية أخرى من الظلم أن يتقاسم ما ربحه مع الآخرين، والمبدأ الثاني هو أن العمل المعترف به عبر الآخرين هو وحده ما يعتبر ذا قيمة أخلاقية التي توصي بها إيتيكا العمل. (Bauman, 2010, p5)

بعد الثورات الصناعية والحاجة إلى يد عاملة أكبر تم الانتقال من الأخلاق البروتستوننتية التي ميزت فئات معينة إلى أخلاقيات العمل والتي يجب أن يخضع لها الجميع، حيث سيتم خلق هذه الأخلاق كجزء مركزي من البرنامج الأخلاقي والتعليمي للمجتمع الصناعي، فالفائزون على هذا الأخير رسموا نموذجاً لنوع السلوك الصحيح للأفراد، فهُم، كما يرى باومان، يفضلون الجوع على إرهاب أنفسهم، والغرق في القذارة بدلاً من القلق بشأن تحسين ظروفهم، ويفضلون الإلهاء اللحظي والعابر بدلاً من السعادة البعيدة والمستمرة، (p11) فهذه السلوكيات هي ما قامت الصناعة الناشئة بتفويضها بما يتوافق مع ما يحتاجه المجتمع، وهي التزويد بيد عاملة كبيرة وطبيعة في نفس الوقت؛ أي أخلاقيات العمل التي تمثل الطبع الاجتماعي للمجتمع الصناعي، ويعد بينتهم ممثل هذا النموذج الاقتصادي الذي يقوم على الانضباط، وقد تجنب كل الدوافع والعواطف البشرية ليقوم بصب الجميع في قالب الانضباط، باستثناء تركيزه على المبادئ المعادية للرغبة في الثروة، بمعنى تلك التي تدفع للنفور من العمل أو الرغبة في التمتع بالانغماس باهظ الكلفة. (p14)

لقد قام هذا النموذج على تقليل الخيار لحدده الأدنى، فهو لا يتناسب مع أخلاقيات العمل الملائمة للرأسمالية الصناعية التي تحتاج إلى العمل أكثر من الاستهلاك، فكانت المراقبة صارمة، والأجر منخفض لضمان العمل الدائم، ورغم أن التصور الاقتصادي الذي يرى في النظام الفوردي ثورة صناعية بكل المقاييس، فإن فورد أقام - في مطلع القرن العشرين- أجراً متواضعاً (5 دولارات في اليوم) يوافق القيم البروتستوننتية، بل قام بتطوير قسم سوسولوجي مكوّن من ثلاثون محققاً مكلفين بمراقبة العمال في منازلهم والتأكد من اعتدالهم في الشرب وفي الحياة الجنسية ونظافة المنزل والراحة. (Ewen, 2001, p28) فأخلاقيات العمل قامت بإحياء الأخلاق البروتستوننتية لتتسجّع على الإنضباط اللامشروط وأصبحت ضرورة حتمية بناها الاقتصاديون وعززها مشرعي الدولة الحديثة قبل أن يستبطنها الأفراد وتصبح كواجب أخلاقي يمارسونه عن طيب خاطر وبحماس، ليعيد إنتاج هذه الأخلاق في شكل جديد ومعتم، فليست طائفة أو فئة من تتبناه وإنما مختلف أفراد المجتمع، فقيم البروتستوننتية تم تجريدتها من طابعها الديني لتصبح عقلانية وبالتالي شاملة، ليقول باومان بأن أخلاقيات العمل كانت أداة لتحقيق غاية الامتثالية لنظام المصنع. (Bauman, p20)

باختصار، فالرأسمالية في مرحلتها الأولى تميزت بطبع اجتماعي خاص؛ العمل كواجب، الإدخار القهري، التملك وعدم التفريط فيه بسهولة ثم التراكم، وبالتالي تميل الكفة للإنتاج بدل الاستهلاك وهو ما احتاجته الرأسمالية لتقلع في بدايتها.

## 2.1. الطبع الاجتماعي في الرأسمالية الجديدة

في المرحلة الثانية من الرأسمالية، أو الرأسمالية الجديدة (néo-capitalisme) التي ستنتقل مع بداية القرن العشرين سيصل الإنتاج درجة يتجاوز فيها الاستهلاك بسبب التصنيع القوي والآلات الضخمة التي لا يمكنها إلا أن تنتج للجماهير العريضة وبكميات كبيرة، حتى تغطي نفقاتها وتنتج فائض القيمة، وهكذا سيظهر التناقض بين الطلب والعرض، وهو ما عبر عنه ريمون آرون بعدم

توافق العلاقة بين الماكرو والميكرو، فالادخار مثلاً يكون مفيداً للمستهلك لكنه يؤثر سلباً على الاقتصاد بشكل عام، بحيث يُقلص من الطلب ويؤثر على الاستثمار في النهاية. (Aron, 2005, p853) إن التوازن الذي يدّعي مناصرو الاقتصاد الليبرالي بأنه يقوم عبر اليد الخفية؛ توازن العرض والطلب، يصبح مهدداً إذا تم ترك الأفراد يسلكون حسب إرادتهم. وقد أشار دافيد هارفي إلى أن الانفجار الفوردي الذي أدى إلى زيادة في مداخيل العمال طرح مشكل كيفية تحويل هذه الزيادة إلى طلب فعلي، (Harvey, 1994, p289) فالنظريات التي تعتبر أن النمو الاقتصادي ينعكس بشكل تلقائي على السلوك الاستهلاكي تغفل الجانب السيكولوجي أو الثقافي الذي يعيق هذا التحول.

ومع عشرينات القرن الماضي، سيدفع هذا الانفجار في الإنتاج إلى مقارنة جديدة في الاقتصاد، وهي إنتاج المُستهلك نفسه، أي إنتاج أفراد قادرين على استهلاك كل ما يُنتج. هكذا سيتم اللجوء، كما يقول أندري غورتس، لعلماء النفس، ومن أبرزهم إدوارد بيرنايز، ابن شقيقة فرويد، والذي سينشئ ما سمي بالعلاقات العامة (public relations)، حيث سيعتبر أنه إذا كانت الحاجات محدودة بالطبيعة فالرغبات غير محدودة، لذلك يجب مناقشة المصادر اللاواعية، والدوافع اللاعقلانية، الأوهام (fantasmes) والرغبات الغير معترف بها. باختصار، يجب أن يحمل الإشهار رسالة تحوّل المنتج، حتى الأكثر تفاهة، إلى ناقلات لمعنى رمزي. (Gorz, 2003, p53)

بينما كانت أخلاقيات العمل إبداعاً أوروبياً أساساً سرعان ما ستحاول الولايات المتحدة التخلص منه مع مطلع القرن العشرين، فلم تعد أخلاقيات العمل هي ما تجعل العامل يشتغل بحماية وإنما التحفيزات المادية والأمل في حركية تصاعدية في العمل هو ما جعله ينضبط طوعاً للعمل هذه المرة، (Bauman, 2010, p21) فلم تعد العصا (الإكراه الديني أولاً ثم الأخلاقي)، بل الجزرة هي من تحرك العامل بانضباط تام داخل المصنع، وهنا حيث يشير باومان إلى أن الصراع من أجل الحرية والاستقلالية في بداية المجتمع الصناعي سيتحول إلى قبول بنية السلطة والخنوع لها تحت إغواء الربح الاقتصادي الذي أصبح العامل/المستهلك ينال نصيباً منه، فالأجر - وليس الفضائل - هو ما سيحكم القرن العشرين. فإذا كان غياب الخيارات هو ما حدد مجتمع الإنتاج فتحفيزها لحدّها الأقصى هو ما أصبح ضرورة في المجتمع الاستهلاكي، فهي ليست حرية وإنما ضرورة اجتماعية.

ستقوم الرأسمالية الجديدة عبر تهديم القيم التي يقوم عليها الطبع الاجتماعي السابق وخلق طبع اجتماعي جديد يتواءم مع طبيعة الرأسمالية الجديدة، وقد كان القرن التاسع عشر قد أضعف هذه القيم بالفعل لكن الرأسمالية الجديدة ستهدم آخر حصونها. وفي هذا السياق يرى دانييل بيل أن البنية الاجتماعية للمجتمع الغربي عرفت منذ القرن الثامن عشر ثقافة تدعم هذه البنية نفسها، أي ثقافة البروتستوننتية للمدن الصغرى - ثقافة الاعتدال والزهد النسكي - والتي ستخف شيئاً فشيئاً إلى غاية القرن العشرين لتصبح ضعيفة أمام الهجمات، لينبتق نسق ثقافي جديد قام عبر طبقة وسطى حضرية ومجموعات راديكالية جديدة. (Bell, 1978, p65) فالقيم البروتستوننتية هي

التي ستعارض مع الرأسمالية الجديدة، رأسمالية تقوم على ابتكار دائم وخلق حاجات جديدة على المستوى الغريزي، (p78) فهذه الرأسمالية هي المسؤول الرئيسي عن تهديم الاعتدال النسكي، لتتحول القيمة الجوهرية في مجتمع الاستهلاك إلى كيف يُفوق المرء وكيف يستمتع. كما انتقل تحريم المُتَع عبر الشعور بالذنب الداخلي، سواء بفعل الدين أو الأنا الأعلى، إلى صورة معاكسة وهي أن الحرمان من المتع هو الذي أصبح يرمز لعدم تقدير الذات. فالقيم الجديدة أصبحت هي الإسراف بدل الإِدخار، التخلص من الأشياء بدل امتلاكها، فقيم الاستهلاك هي التي أصبحت سائدة أكثر من قيم الإنتاج.

### 3.1. النيولبرالية ومجتمع "القابل للرمي"

النيولبرالية ليست مجرد مرحلة جديدة من الرأسمالية وإنما هي فن حكم بتعبير ميشيل فوكو، أي فن حكم للسلوك الاجتماعي، مع ذلك لم يسعف فوكو الوقت لفهمها في كل تجلياتها، لذلك يرى بيونغ شول هان أنه إذا كانت الرأسمالية (الأولى) تحكم الجسد فإن النيولبرالية تحكم النفس، لننتقل من السياسة الحيوية (biopolitic) إلى السياسة النفسية (psychopolitic). (Chul Han, 2017, p25) وتتوافق هذه النيولبرالية مع مرحلة جديدة من الحداثة، إذ تسمى ما بعد الحداثة، أو حداثة فائقة حسب البعض، وكلاهما يشيران لنوع من الإفراط، لنجد على المستوى الصناعي ما يسمى بالصناعة الفائقة أو المفرطة، والتي تتميز بإنتاج لا مثيل له ومتسارع بشكل مذهل بسبب تطور التكنولوجيا التي سمحت بتقليص الفارق بين الفكرة وتنفيذها عكس السابق، وهو الأمر الذي يتطلب استهلاكاً بنفس سرعة الإنتاج. وينعكس هذا الإفراط على الفرد نفسه، فيصبح شعاره هو "مزيداً من" أو "دائماً أكثر".

يتحدث ألفين توفلر عن ظهور مجتمع "التخلص من الأشياء" throwaway society وهو درجة أعلى من مجتمع الإسراف الذي تحدث عنه بودريار، فقد أصبح كل شيء قابلاً للتخلص منه، فالمناديل الورقية عوضت مناديل القماش، بل اكتست هذه الأخيرة صورة "الغير صحية"، ولسع تستخدم لمرة واحدة فقط وقابلة للحمل إلى أي مكان، فعلاقة لانسان بالأشياء أصبحت تدوم أقل، (توفلر، 1990، ص51) لكن الأهم هو أنه "يتم تطوير عقلية التخلص من الأشياء throwaway mentality لتتوافق مع هذه المنتجات القابلة للرمي، حيث تُنتج هذه العقلية مجموعة، بين أخرى، من القيم المتغيرة بشكل جذري فيما يخص الملكية. (ص54) وهذه الحالة كانت قائمة في المرحلة السابقة لكنها أصبحت أكثر شدة بحيث أصبحت علاقة الإنسان بالشيء قصيرة جداً ويميل إلى التخلص منها بسرعة. ويرجع ذلك، حسب توفلر، إلى أن التكنولوجيا الحديثة تخفض تكاليف التصنيع أكثر بكثير من تكاليف الإصلاح، فتصبح عملية شراء/رمي أكثر من عملية شراء/إصلاح، خاصة أن أغلب المنتجات لم تعد قابلة للإصلاح، لكونها تنتج من مواد بخسة وهشة، ومن ناحية أخرى أصبحت ظاهرة الاستئجار والمناولة أهم بكثير من الامتلاك.

إن هذا الاتجاه الجديد يوافق طبعاً اجتماعياً جديداً في ظل مجتمع الـ "كل شيء مباح" بتعبير ألفين توفلر، حيث لم يعد هناك توافق حول معايير السلوك، اللغة ولا الأساليب، (ص318) إنه طبع

الشخص فائق الحدائة الذي يعتبره روبير كاستل كشخصية متحررة من كل مسؤولية للقيم الجماعية، ويعيش نوع من تضخم الفردانية. (Castel, 2006, p167) يوضح ريتشار سينيت بدوره كيف أن العامل أصبح يعتبر من العبث الحديث عن أخلاق العمل التي تقوم على الانضباط الذاتي والأجر المؤجل في سبيل مؤسسات تتغير بسرعة ورب عمل لا يفكر إلا في البيع والتقدم للأمام، (Sennett, 2000, p93) ويضيف أيضاً أن المديرين وأرباب العمل يميلون إلى التخلص من الموظفين والعمال الذين لديهم التزامات شخصية تجاه الآخرين، بينما يفضلون من هم جاهزين لكسر الروابط في أي وقت لتكريس كامل جهدهم للعمل. (باومان، 2016، ص 85)

إن هذا النموذج الجديد من الرأسمالية يتطلب شخصية لا ترتبط علاقة قوية لا مع الأشياء ولا مع الأشخاص وإنما يتقمص شخصية "التخلص من" و "دائماً أكثر"، فهذا التخلص من العلاقات هو جزء لا يتجزأ من الإنسان المعاصر ويبدو ثقيلاً على الفرد تحمل شخصٍ لن ينفعه في حياته، كالأصدقاء أو حتى الأبوين أحياناً، وتحل العشيقه القابلة للاستبدال محل الزوجة الدائمة. إن قيم المجتمع النيولبرالي لا تختلف عن قيم الرأسمالية الثانية لكنها أصبحت تخضع لإيقاع سريع في الاستهلاك والتخلص من الأشياء بينما العمل لم يعد واجباً أخلاقياً ولا اجتماعي، بل أصبح زمن العمل يتقلص شيئاً فشيئاً لصالح زمن الترفيه والاستهلاك، أما التملك فقد أصبح عبئاً ثقيلاً ليحل محله الاستنجاار المؤقت أو الأشياء القابلة للرمي.

## 2. صناعة الحاجة

### 1.2. من الحاجة كغريزة فطرية إلى الحاجة كوظيفة اقتصادية سياسية

إن الحدائة قامت على أساس الوعد بتحقيق السعادة عبر التقدم للامحدود، لكن هذا الوعد كان يعني إشباع الحاجات البشرية، حاجات مثل الأكل، السكن، الصحة وغيرها، لكن مفهوم الحاجة – في الثقافة الغربية – عرفت تغيراً مطرداً، إذ أشار معجم بيير لاروس سنة 1867 أن الحاجة *besoin* تُشتق من عبارة *besogne* التي تعني مهمة أو شأن *affaire*، ويحددها علماء النفس، بشكل عام، كإحساس داخلي يدفع الإنسان أو الحيوان لانجاز بعض الأفعال الضرورية لبقائه أو لتطوره [...]. فكل إنسان عليه الاستجابة للحاجات الحيوية، التلقائية والبدئية مثل التغذية، الاحتماء، التوالد... ليستطيع العيش. (Paquot, 2008, p63) لكن هذه الحاجة باعتبارها نقصاً لشيء ضروري ستتحول في عصر الوفرة من النقص الأساسي إلى الرغبة في الجديد، فمفهوم الحاجة تغير، لكن هل هو تغير تلقائي جراء الانتقال من مجتمع الندرة إلى مجتمع الوفرة؟

لقد رأينا أن العرض هو ما أصبح يشكل الطلب وليس العكس، في هذا الاتجاه يتبني جون بودريار محاولاً الكشف عن الرهانات الاجتماعية وليس التسليم بالتعريف البسيط للمفهوم. هكذا ينتقد بودريار الأطروحة الطبيعية/المثالية لتعريف الحاجات باعتبارها كقوة فطرية مغروسة، وشهية عفوية وإمكانية انثربولوجية، بل يرى بأنها وظيفة يحث عليها النسق الداخلي للاقتصاد ليتبناها الأفراد، فهي ليست قوة استهلاكية يحررها مجتمع الوفرة بشكل تلقائي وإنما قوة إنتاجية



يتطلبها اشتغال النظام نفسه، بعبارة صريحة؛ هناك حاجات فقط لأن النسق يحتاجها. (Baudrillard, 1977, p87) إن بودريار يعتبر أن النظام الاقتصادي جعل من تجريد العمل والحاجة أدوات له، فتجريد العمل واعتباره قوة عمل (آلات، قوى الطاقة...) يؤدي إلى مضاعفة الإنتاجية، وفي نفس الوقت يتم تجريد الرغبة وتقسيمها إلى حاجات لجعلها متجانسة مع وسائل الإشباع (منتجات، صور، إشارات...) وبالتالي مضاعفة الاستهلاك. (p89) إن المنتج الذي كان يعرف زبانه ويعرف ما يحتاجونه تحوّل إلى الإنتاج للسوق الذي يصعب معرفة الحاجات الأساسية والحاجات الثانوية فيه، هكذا يبدو أنه قبل إنتاج السلع والخدمات يتم إنتاج الحاجة كاستعداد قبلي لتقبل هذه المنتجات، ويتم تجديد هذا الاستعداد لامتناس كل ما يطرحه السوق باستمرار.

يتبنى بودريار مقارنة بنبوية<sup>1</sup> حينما يرى بأنه لم يتغير شيء عند الانتقال من الاحتياجات "الحيوية" إلى الاحتياجات "الثقافية"، من الاحتياجات "الأساسية" إلى الاحتياجات "الثانوية". الشيء الوحيد المؤكد في تغذية العبد مثلاً هو أن النظام يحتاج إلى عبيد للعمل، والفرصة الوحيدة للمواطن المعاصر ليرى حاجاته "الثقافية" مشبعة هي أن النظام يحتاج هذه الحاجات، وأن الفرد لم يعد مكتفياً بالتغذية. بعبارة أخرى، لو كانت هناك أي وسيلة لضمان بقاء نظام الإنتاج في النمط السابق، أي الاستغلال الوحشي، لما كانت هناك أي حاجات. (Ibid) فالفرد كقوة استهلاك - وهو الفن الجديد في مجتمع الوفرة حسب بودريار - أصبح يعوض العامل كقوة عمل، لينتقل هكذا الاستهلاك من مجرد وظيفة للاقتصاد في نسق التبادل إلى إولية للسلطة. (Baudrillard, 1977, p91) إعادة إنتاج النظام الاجتماعي تبدأ بأفراد مستهلكين راضين عن واقعهم الاجتماعي ليغيب أي حافز لتغيير النظام القائم رغم ما يعرفه من خروقات وظلم في قطاعات أخرى. هنا يلتقي بودريار مع تحليل ماركيز حول مجتمع الاستهلاك وأدواره السياسية، فماركيوز اعتبر أن الرفض - الذي يعبر عنه الشخص كرفض بعض السياسات - بات مدحوضاً لأن البؤس قد تراجع في المجتمع الصناعي المتقدم، (ماركيوز، 1988، ص106) وبالتالي يغيب الحافز للتمرد عليه، وذلك بفضل تلبية مادية تدريجية تقهر المعارضين وتوحدهم، فالطابوهات الاجتماعية تم تحريرها (المتع وأهمها الجنس). إن هذا الاتضاع (désublimation) المراقب قادر على إضعاف تمرد الغرائز ضد مبدأ النظام القائم، (ص113) بل إنه في الوقت الذي تتعاضد قدرة المجتمع على التلاعب بالتقدم التقني يصبح أعظم قدرة على التلاعب بالغريزة وعلى

1 إن المقارنة النبوية هنا تشير إلى أن استغلال الإنسان لم يتغير مع اختلاف العصور وتغير البنيات الاجتماعية، فإذا كان المجتمع القديم قام على الإنتاج الفلاحي الذي يكوّن العبيد أدواته الخاصة (ويسميه ماكس فيبر بالأدوات الناطقة speaking tools)، حيث يرى هذا الأخير في كتابه The Agrarian Sociology Of Ancient Civilizations أنه كانت سوق لتزويد منتظم بالعبيد، وهو أحد عوامل عدم تطور التقنيات لأن سوق العبيد كان جد بخس، ففي المجتمع الصناعي فلم يعد الإنسان هو الأداة المباشرة وإنما قوة عمله فقط، فهو حر في أن يقدم قوة عمله لرب العمل أم لا، لكن البنية الاجتماعية تضطره لذلك، مرة أخرى نرى في المجتمع المعاصر، الما بعد صناعي أو خدماتي، أن المستهلك هو من عليه أن يقدم قوة استهلاكه للشركات المنتجة للسلع اللامحدودة، فكل مجتمع هو إعادة إنتاج للهيمنة بشكل مغاير.

مراقبتها والتحكم فيها، أي إعطائها شكلاً إنتاجياً. (ص115) إن الهيمنة اليوم، بل منذ عقود، تتجه نحو الغرائز، نحو السيطرة على الإنسان قبل السيطرة على الطبيعة؛ إنه انحراف الحداثة.

يبدو أن الوظيفة الإيديولوجية للاستهلاك هي تحرير الوظيفة الدفاعية للأنا (moi) ذات البعد الأخلاقي لصالح تحرير الهو ça والأنا الأعلى (surmoi) كعوامل للإدمان والمشاركة في الاستهلاك؛ أي تحرير لا أخلاقية استهلاكية كلية ينغمس عبرها الفرد في مبدأ المتعة التي يتحكم فيها التخطيط الكلي للإنتاج. (Baudrillard, p92) إنه إنتاج الضمير السعيد بتعبير ماركيز بدل الضمير التعيس، المنغص، الأخلاقي، فلا يصبح مجال للشعور بالذنب والإثم، فالقيم الدينية تتحلل واحدة تلو الأخرى في مجتمع الاستهلاك. بل إن فروم يرى أن الأنا الأعلى نفسها قد تغيرت في مجتمع الاستهلاك بحيث لم تعد صورة الأنا الأعلى هي الأب التسلطي وإنما أصبحت الفضيلة هي التشابه والتوافق مع البقية، (فروم، ص272) وإذا كانت هذه الأنا الأعلى هي نتاج سيرورة طويلة للحضارة بتعبير نوربرت إلياس، (Delmotte, 2010, p30) أي ذاك الإكراه الخارجي الذي تحول إلى إكراه داخلي ورقابة ذاتية، وحيث ينضبط الفرد للمعايير الاجتماعية حتى وهو بمفرده، فقد تحلل في مرحلة مجتمع المتعة. باختصار، فسيرورة الحضارة قامت على كبح الغرائز بينما مجتمع الاستهلاك يعتمد على طلق جماعها.

يبقى هذا التحليل مجرداً إذا لم نفهم كيف يتم إنتاج الحاجة، لذلك سنتساءل عن كيف تتم هذه العملية في مجتمع الوفرة، أي ما هي الأدوات المستعملة لإنتاج الحاجة وبالتالي إنتاج المستهلكين؟

## 2.2. أدوات صنع الحاجة

يتم صناعة الحاجة عبر مجموعة من العوامل المادية وأخرى نفسية عبر التسويق والإشهار أساساً، وقد عبر عنها ريتشارد سينيت بِشَرَّين: شَرَّ التسويق ويعني تشكيل الإعلان ووسائل الإعلام الجماهيرية للدرجات بشكل يجعل الناس غير مكتفين بالأشياء التي يملكونها ويريدون دائماً ما هو أكثر- وشَرَّ الإنتاج وهو التقدّم المبرمج بحيث تصبح المنتجات مجرد نفايات في حدود سنة أو سنتين، (Sennett, 2007, p139) لكن هناك شَرَّ آخر لم يذكره سينيت وهو وصاية الخبراء على الحياة الخاصة للأفراد والتي تُصَبُّ بدورها في بوتقة صناعة المستهلكين.

### 1.2.2. العوامل المادية أو التقدّم المبرمج

تخص هذه العوامل المنتجات، بمعنى أنه يتم صنعها بشكل يجعل الفرد يحتاجها باستمرار، إنها استراتيجية التقدّم المبرمج. سيبين سيرج لاتوش كيف يتم تحديد عمر المنتجات التي لا تصبح قابلة للاستعمال بعد مدة محددة وذلك نتيجة إدمان النسق الإنتاجي على النمو، أي التراكم اللامحدود. (Latouche, 2012, p10) هذا التقدّم يهيم كل المنتجات وخاصة الآلات التي نستعملها كل يوم، ويبدو أن الشكل الراهن لهذا التقدّم أصبح أكثر حدة مع السلع الإلكترونية المتقدمة حيث بالإضافة لتقدّم هذه الابتكارات (كالهاتف أو الحاسوب مثلاً) نجد أن الإصدارات versions بدورها تتقدّم، بحيث لا يمكن تشغيل تطبيقات معينة سيما الحديثة بدون إصدارات

جديدة، وبالتالي تصبح دورة تقادم السلع الإلكترونية أسرع، والحاجة إلى آخر إصدار وبقدرة وسعة كبيرين كضرورة، وبالتالي يقول لاتوش أنه حتى لو استطعنا مقاومة الإشهار والقروض التي تحفز على الاستهلاك فلا يمكن التدخل في هذا العجز التقني المبرمج له. (p16)

## 2.2.2. العوامل النفسية أو التقادم السيكلوجي

هناك تقادم آخر للرغبة والحاجة نفسها، وقد أبرز فانس بانكار في كتابه "المقنعون الأخفيا" اعتماد الشركات على خبراء العلوم الاجتماعية - لاسيما التحليل النفسي الجماهيري - في إقناع الناس لاستهلاك منتجاتهم، (Packard, 2007, p31) وذلك عبر فهم نقاط الضعف الخفية للفرد لتأثير فعّال على سلوكياته الاستهلاكية بالخصوص، فمعرفة الرغبات الدفينة اللاواعية للأفراد والتركيز عليها وجعلها حاجة هي ما تقوم عليه هذه الدراسات، حيث يتمتع كثير من الناس عن استهلاك بعض المنتجات أو استعمال بعض الخدمات<sup>2</sup> لأسباب دفينة لا يمكن فهمها ببساطة، وهنا يتدخل الخبير - عالم الاجتماع وعالم النفس بالخصوص- لفهم هذه الأسباب واستغلالها والتركيز عليها في الإشهار والتسويق. ولا تكون هذه الاختبارات عبر المقابلات وسبر الآراء مباشرة فقط، بل حتى باستعمال كاميرات تراقب حركات العينين والجسد.<sup>3</sup>

وتكمن استراتيجيات تحفيز الاستهلاك في خلق الضمير السعيد كما ذكر ماركيز، ويتمثل أساساً بنزع الشعور بالذنب (déculpabilisation)، فالشعور الأخلاقي الذي يدفع الفرد لكبح جماح رغبته بفعل تعارض هذه الأخيرة - من خلال الاستهلاك المفرط - مع أخلاقه ذات المصدر الديني (كتحريم الإسراف) أو الاجتماعي (مثال النظرة الاجتماعية السلبية للزوجة التي تعتمد على الأجهزة المنزلية كآلة الغسيل واعتبارها كشكل من الخمول)... ويقدم الإشهار العذر الملائم للأفراد لتجاوز هذا الشعور بالذنب ودفعهم للتطبيع معه وقبوله اجتماعياً. فالإشهار يعمل على البؤس الخفي للمستهلك، إنه التلاعب أو تدبير الشعور بالذنب، بالخوف، السأم، العزلة والتوتر التي بداخله، (p74) لذلك ففي كل مرة ترى الشركات بقايا قيم دينية تؤثر على الاستهلاك تلجأ لما قاله الخبير Dr Dichter في هذا المجال حيث ينصح المقاولات عبر قوله "أنه في كل مرة تبيع فيها منتجاً عليك تهدئة الشعور بالذنب.... لذا قدم العذر." (Ibid) فكل سلعة يتم تقديمها يُقدم معها العذر الذي يُسكت ذاك الشعور بالذنب.

إن ما أصبح يقدمه المنتج أو السلعة ليس وظيفيته الفعلية وإنما وعداً ما، بمعنى أن الصابون مثلاً لا يقدم فقط النظافة بل الوعد بالجمال، وفاكهة مثل التفاح ليست للأكل فقط بل تُعد بالرشاقة فهي تهضم أكثر مما تُشبع، والسيارة تعبر عن مكانة أو هيبة اجتماعية أكثر من كونها وسيلة نقل أو

<sup>2</sup> اكتشف علماء النفس أن خوف البعض من استقلال الطائرة ليس الخوف من الموت في حد ذاته، وإنما خوفه من الموت وترك عائلته (أطفاله وزوجته)، لذلك عمل الإشهار على هذه الأسرة وإبراز كيف أن الطائرة تسرع من زمن الرحلة وتجعل الأب (أو الأم) يعود بسرعة لأسرته (جاء المثال في كتاب فانس بانكار، ص. 80)

<sup>3</sup> نشير هنا إلى أن علم دراسة الجسد وتعبيرات الوجه تمثل تخصصاً قائماً بذاته، وتندرج ضمن السلوكيات الغير شفوية.

تشير لأهمية خصائصها التقنية... هكذا، لا يتم في الإشهار التسويق للمنتج في إمكانات استخداماته العقلانية فقط، وإنما يستغل حب الممثل أو لاعب كرة القدم الذي يمثل المنتج، أو يستغل إغراء فنانة مشهورة أو حتى التعاطف مع المُسِين الذي يقوم بدور عرضي، فالحب والإغراء تارة والتعاطف تارة أخرى هي أدوات الإشهار لتحفيز الرغبة وليس إظهار ما يقدمه المنتج في حد ذاته. ويضيف ألفين توفلر، في نفس السياق، أن المنتج مصدر لمجموعة متنوعة من المحفزات الحسية، اللمسية، الشمية والبصرية... فجميع المنتجات متعددة الوظائف (Toffler, p66) وبالتالي كل تغير في وظيفة واحدة - خفوت رائحتها فقط على سبيل المثال - قد يدفع الفرد لتغييرها، فاحتياجات الأفراد أصبحت نفسها تخضع لنفس السرعة التي تُنتج بها الأشياء.

كل هذه العوامل تؤدي إلى ما يسمى بالتقادم السيكولوجي، بمعنى تجديد الرغبة في الأشياء عبر تغييرها ولو بشكل سطحي، فلم يعد يتحمل الناس أن تطول الأشياء عندهم ويجب استبدالها بسرعة، لتكون الاستراتيجية الأهم، أو الأكثر من الترغيب وهي خلق الاستياء نحو ما هو قديم ومتجاوز. (Packard, p44) هكذا يحوّل الإشهار هذه الرغبات الدفينة إلى حاجات ضرورية، فالسيارة تصبح أهم من السكن، وهاتف بأخر إصدار قبل البحث عن عمل لتوفير ثمنه؛ إنه طبع الاستهلاك بدل طبع الادخار، حيث لا يهم كيف الحصول على الشيء وإنما ضرورة امتلاكه، وقد يكون ذلك عادياً بالنسبة للطبقات الميسورة لكن يصبح غريباً عندما نرى الفئات المعسرة تتبع هذا النمط من الاستهلاك.

### 3.2.2. الخبراء

العنصر الآخر المهم في صناعة الحاجات في مجتمع الإنتاج الفائق هم الخبراء أو التكنوقراط، فلم يعد في المجتمع التكنوقراطي شيء صغير، بسيط أو واضح للإنسان العادي، الغير التقني والذي أصبح يحتاج الخبراء المكونين بشكل خاص ليفسروا للناس الطبيعيين كل صغيرة وكبيرة في هذه الحياة الآخذة في التعقد، وقد أشار فانس باكارد أن الخبراء الجدد - خاصة علماء النفس وعلماء الاجتماع أو بعضهم على الأقل - أصبحوا يعيّنوا أنفسهم كمحللين للدافع الذي يجعل الناس يختارون، فهم يستعملون تقنيات مصمّمة للوصول للوعي لأن التفضيلات تحدّد بعوامل لا يعيها الفرد عامة. (p34) وقد أصبح الخبراء بصفة عامة ينسبون لأنفسهم تأثيراً سلطوياً على مظاهر الحياة التي تبدو شخصية: تربية الأطفال، الصحة العقلية، الترفيه، السلوك الجنسي... بل إنه قبل أن يعي العموم بالتطورات الجديدة تقوم التكنوقراطية بإقامة مخططات لتبنيها أو رفضها. (Roszak, 1969, p5) إنها نوع من المهن الجديدة التي دورها خلق مشاكل من العدم وإيجاد حل لها، فحسب إيفان إليش تلعب المهن دوراً خفياً في تشكيل حاجات هذا المجتمع، (Ilich, p 9) هذه المهن ليست المهن المعروفة وإنما مهن يسميها إليش بالمهن المشوّهة (Professions mutilantes) خاصة بعد انحطاط الروح المهنية في الربع الأخير من القرن العشرين والذي يصفه بالاستبداد المهني. (p24)

لقد أصبح الخبير يمثل نوعاً من الاحتكار لما على المرء اقتنائه (سواء سلعة أو خدمة) ويمنعه في نفس الوقت من شرائه من مكان آخر أو صناعته بيده، إنه يملك سلطة تشريع الحاجات، سلطة تقرير أي حاجة ولماذا يحتاجها الفرد، ثم احتكار الوسائل التي تشبع بها هذه الحاجات، فالمعلم يدعو التلاميذ لاستهلاك ما في المقررات فقط، والطبيب يصف أدوية معينة ويوجه زبائنه لمختبرات بعينها، وخبير التجميل ينصح بمنتجات شركة خاصة، فالإشهار أصبح ضمناً أكثر من الإشهار العلني، لكن لذلك رهان أكبر، حيث يقول إيتش بأن "الدولة الحديثة تصبح، مع هؤلاء الخبراء، كمقاولات قابضة (holding d'entreprises) التي تسهل تنفيذ الاختصاصات التي هم ضامنوها ومبدعوها"،<sup>(p31)</sup> إنها وصاية على الوجود، على ماذا يجب أن يكون وكيف يكون. ولا يغالي إيتش حينما يصفهم بالرهبان الجدد للمجتمع الحديث، كمقاولين أخلاقيين، والذين يخلقون الحاجة لوساطتهم،<sup>(p36)</sup> فكل ما يصدر عن هؤلاء التكنوقراط يجعل الإنسان يشعر بالعجز إذا أراد القيام بشيء بنفسه.

إن المشكل الأكبر ليس فقط وجود مختصين يحددون ما نحتاجه أكثر من أنفسنا، بل هذا الأمر خلق نوعاً من عدم الثقة بالنفس، شكل من هوس الحاجة لمستشار عن كل فعل نقوم به، فكل فعل كان المرء يقوم في السابق، رغم بساطته، أصبح يستشير الخبراء عنه، فتجده يسأل في برامج التلفاز والراديو، يتصفح في محرركات البحث، يشاهد فيديوهات ويتابع مؤثرين ليست لديهم أي خبرة، مع ذلك تراه يجرب نصائحهم بدل الاعتماد على معارفه، أو العمل على تطويرها. وأهم سلاح لهؤلاء الخبراء هي اللغة والتي يشعر على إثرها الناس بأنهم لا يفقهون شيئاً، كلمات جديدة تمتح من مصدر بلا قعر، تتجدد كلما ظن الشخص العادي أنه فهمها،<sup>4</sup> لتتملص من فهمه من جديد، فالتبعية للخبراء تعود لانغماس الإنسان في الاستهلاك وعدم تطوير نفسه والاجتهاد لفهم هذه اللغة الجديدة وفهم الصحيح منها والمزيف.

## خاتمة

إن مجتمع الاستهلاك ليس مجرد إغراق السوق بالبضائع كشكل من وفاء الحداثة بالسعادة التي وعدت بها، بل هو نتيجة تحالف اقتصادي سياسي، إنه يخدم إيديولوجيا معينة، إيديولوجيا تآبيد النظام القائم من خلال تغيير مفهوم الهيمنة نفسها، فهذه الأخيرة لم تعد شكلاً من العنف وفرض السلطة بالقوة، وإنما قبول الهيمنة بالترغيب والإغراء؛ لقد تفوقت الجزرة على العصا كما يقول باومان، إذ تحول العنف من الجسدي إلى الرمزي والحرمان من المنتجات أحد هذه الأشكال الرمزية للعنف الجديد. هكذا، فصرع السلطة انتقل إلى ميدان القيم الثقافية أو الوعي، إذ انتصرت الرأسمالية في المصنع ولم يعد يشكل لها أي هاجس، لتنتقل بالتالي إلى الحياة اليومية، إلى بناء شخصية تقبل كل ما يُصنع وتستهلكه، وفي استهلاكها هذا تتخلى عن كل رغبة في التغيير، بل

<sup>4</sup> يقول أوي بيركسن Uwe Poerksen أن العالم هو سيد لغته، فعمله هو دراسة وإدخال مفاهيم جديدة وإعطائها، إذا كان ضرورياً، أسماء جديدة، بينما مستعمل هذه الكلمات يحتمل أن يصبح عبداً لها، إنها الكلمات البلاستيكية بحد تعبيره. انظر كتابه:

Uwe Poerksen (2004), *Plastic words : the tyranny of a modular language*, Pennstate University Press.

تفقد الحافز لفهم حقوقها ومنه العمل على التغيير للحصول عليها، وكما يقول ريتشار سينيت إن "الديمقراطية تتطلب أن يكون المواطنون مستعدين للقيام بمجهود لفهم العالم من حولهم (...). ومنذ أن يتم صياغة الديمقراطية حول الاستهلاك، تصبح ودودة، لتتلاشى تلك الرغبة في المعرفة". (Sennett, 2007, p171) فالاستهلاك يقتل هذه الرغبة في المعرفة والفعل، فإنتاج الحاجات والرغبات هدفه الخضوع أكثر من أي شيء آخر ويمكن القول أن الإنسان الحديث أصبح كالطفل الذي لم ينفطم بعد، وفاءً مفتوح لتلقّف أي شيء، فكيف لهذا الطفل أن ينضج ليفكر وينتفض؟

إن التفكير في مجتمع الاستهلاك هو تفكير في الحرية، فهل هذه الأخيرة تقتصر على خيارات لا محدودة من السلع المادية وغير مادية، والتي أسميها حرية سالبة لكونها لا تقوم على الفعل ولا أثر لها، فهذا الأثر للفعل هو ما تعتبر أرنت جوهر الحرية، الحرية الموجبة التي يبصم على إثرها الإنسان وجوده في هذه الحياة، أن ينتج وأن يشارك في شؤون المجتمع هو فعل له أثر أما الاستهلاك فهو سلوك سلبي، بل محفز لمصالح معينة حاول مقالنا هذا إبرازها إلى حد ما.

### قائمة المراجع

1. باومان زيغمونت (2016)، الأخلاق في عصر الحداثة السائلة، ترجمة سعد البازعي وبثينة الإبراهيم، الطبعة الأولى، بيروت، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة، كلمة.
2. توفلر أرفين (1990)، صدمة المستقبل، المتغيرات في عالم الغد، ترجمة محمد علي ناصف، الطبعة الثانية، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية.
3. فروم إريك (1972)، الخوف من الحرية، ترجمة مجاهد عير المنعم مجاهد، الطبعة لأولى، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
4. فروم إريك (2009)، المجتمع السوي، ترجمة محمود منقذ الهاشمي الطبعة الأولى، دار الحوار للنشر والتوزيع.
5. فيبر ماكس (تاريخ غير محدد)، الأخلاق البروتستوننتية وروح الرأسمالية، ترجمة محمد علي مقلّد، بيروت، مركز الإنماء القومي.
6. ماركيز هاربارت (1988)، الإنسان ذو البعد الواحد، ترجمة جورج طرابيشي، الطبعة الثالثة، بيروت، منشورات دار الآداب.
7. ماركيز هربرت (2012)، فلسفات النفي دراسات في النظرية النقدية، ترجمة مجاهد عبد المنعم مجاهد، الطبعة الأولى، القاهرة، مكتبة دار الكلمة.
8. Aron Raymond (2005), *Penser la liberté, penser la démocratie*, Editions Gallimard.

9. Baudrillard Jean (1977), *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard.
10. Bauman Zygmunt (2010), *Work, consumerism and the new poor*, Open University Press.
11. Bell Daniel (1978), *The cultural contradictions of capitalism*, Basic Books. Delas. J, Milly. B (2005), *Histoire des pensées sociologiques*, 2<sup>e</sup> édition, Armand colin.
12. Bell Daniel (1999), *The Coming of Post-Industrial Society*, A Venture in Social Forecasting, Basic Books.
13. Byung-Chul Han (2017), *Psychopolitics : neoliberalism and new technologies of power*, Verso. Castel Robert (2006), « La face cachée de l'individu hypermoderne : l'individu par défaut », in Nicole AUBERT (Dir) *L'individu hypermoderne*, Edition érès.
14. Castoriadis Cornelius (1975), *L'institution imaginaire de la société*, Éditions Du Seuil, p219-220
15. Castoriadis. C, Lasch. C (2012), *La Culture de l'égoïsme*, Climats.
16. Delmotte Florence (2010), « Termes clés de la sociologie de Norbert Elias », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, Presses de Sciences Po, 2 n° 106.
17. Gorz André (2003), *L'immatériel : connaissance, valeur et capital*, Galilée, Paris.
18. Harvey David (1994), « The social construction of space and time: a relational theory », *Geographical Review of Japan*, Vol. 67 (Ser. B), No. 2.
19. Illich Ivan (1977), *Le chômage créateur postface à la convivialité*, traduit de l'anglais par Maud Sissung, Seuil, Paris.
20. Latouche Serge (2012), *Bon pour la casse ! Les déraisons de l'obsolescence programmée*, édition Les liens qui libèrent.

21. Miller Daniel (1997), « The study of consumption, object domains, ideology, and interests and toward a theory of consumption », in *The consumer society*, Island Press.
22. Riesman. D et al., (2001), *The lonely crowd ; a study of the changing American character*, Yale University Press.
23. Roszak Theodore (1969), *The making of a counter culture : Reflections on the technocratic society and Its youthful opposition*.
24. Sennett Richard (2000), *Le travail sans qualités*, Traduit de l'anglais (États-Unis) par Pierre-Emmanuel Dauzat, Éditions Albin Michel, S.A, Paris,
25. Sennett Richard (2007), *The culture of the new capitalism*, Yale University Press.
26. Smart Barry (2010), *Consumer society, critical issues and environmental consequences*, SAGE Publications Ltd.
27. Toffler Alvin (1984), *Future Shock*, Bantam, Reissue Edition.
28. Vance Packard (2007), *The hidden persuaders*, Ig Publishing Canada.
29. Werner Sombart (1913), *Le bourgeois : contribution à l'histoire morale et intellectuelle de l'homme économique moderne*, première livre, traduit de l'Allemand en français par le Dr S. Jankélévitch en 1928.