

الفلسفة والتحوّلات الاجتماعية - المجتمع الاستهلاكي أنموذجا

د. مبروكة عبد الله معطى الله*

قسم الفلسفة ، كلية الآداب واللغات - جامعة طرابلس

m.maatallah@uot.edu.ly

0009-0007-2535-3127

تاريخ الإرسال 2026/5/9م تاريخ القبول 2026/8/4م

Philosophy and Social Transformations: The Consumer Society as a Model

Dr. Mabrouka Abdullah Maatallah*

University of Tripoli - Faculty of Arts and Languages - Department of
Philosophy
m.maatallah@uot.edu.ly

Abstract

Perhaps one of the most complex concepts that has recently emerged in Arab societies, as a result of the rise in economic levels and individual well-being, is the concept of "consumption." This is a collective process undertaken by individuals under the influence of specific advertising or cultural factors. Individuals respond to it for economic or psychological reasons. Consumption did not reach its peak in our societies until the growing influence of capitalism in the world we live in today, particularly with the rise of technology, the influx of information, and the ease of communication between economically diverse societies. Despite the positive aspects of this technology, it has fueled materialistic tendencies that have contributed to waves of change in societal values and ethics. This is especially true since this technology is managed by the West for its own purposes, interests, and benefits. With its spread, societies gradually lose much of their authenticity, identity, and culture. This is clearly manifested in the imitation of the West in various aspects of daily life, transforming the landscape of daily life from work and production to consumption, reaching the highest stage of comprehensive consumption. This has imprinted society

with its character and adopted many of the features of consumption, which has its own levels and patterns that will be addressed in this research. With a statement of the critical philosophical stance on the process of uncontrolled consumption and its characterization as consumerism, until the transformation of society into a consumer society.

Keywords:

Philosophy, Criticism, Society, Consumerism, Jean Baudrillard

المخلص:

لعل من بين أعقد المفاهيم التي طرأت على المجتمعات العربية مؤخراً إثر تنامي مستوى الاقتصاد ورفاهية الأفراد في مجتمعاتنا مفهوم "الاستهلاك"، وهو عملية جماعية يقوم بها الأفراد تحت وطأة تأثير إعلاني أو ثقافي معين، فيستجيبون له لدواعي اقتصادية أو نفسية، ولم يصل الاستهلاك مرحلة القمة في مجتمعاتنا، إلا مع تعاظم أثر الرأسمالية في العالم الذي نعيش فيه اليوم، خصوصاً إثر تنامي التقنية وتدفق سيل من المعلومات وسهولة عمليتي الاتصال والتواصل بين المجتمعات المتباينة اقتصادياً.

ورغم جوانب هذه التقنية الإيجابية إلا أنها غدت النزعات المادية التي أسهمت في ظهور موجات من التغيير في قيم وأخلاقيات المجتمع، خاصة إن هذه التقنية يديرها الغرب لأغراضه ومصالحه ومنفعته، وبانتشارها تفقد المجتمعات الكثير من أصالتها وهويتها وثقافتها، ويتجلى ذلك بوضوح في حالة التقليد للغرب في مختلف مظاهر الحياة اليومية، فيتحول مسرح الحياة اليومية من العمل والإنتاج إلى الاستهلاك، ليصل إلى أقصى مراحلها المتمثلة في الاستهلاك الشامل، فطبعت المجتمع بطابعها، وأخذت الكثير من سمات الاستهلاك الذي له مستوياته وأنماطه التي سوف يخصص لها هذا البحث، مع بيان الموقف الفلسفي النقدي لعملية الاستهلاك غير المنضبط وطبعه بطبيعة الاستهلاكي حتى تحول إلى مجتمع استهلاكي.

الكلمات المفتاحية:

الفلسفة، النقد، المجتمع، النزعة الاستهلاكية، جان بودريار.

المقدمة:

انطلاقاً من دور الفلسفة النقدي، والذي عرف في هذه الدراسة على أنه: "منهج فكري قائم على التساؤل، والتحليل المنطقي، وتقييم المفاهيم الأساسية المتعلقة بالوجود والمعرفة والقيم لمختلف الأفكار والقضايا لإعادة تقييمها، وخاصة فيما يختص بقضايا المجتمع الإنساني، وممارسته الثقافية التي تطبعه بطابعها، "فالمجتمع الاستهلاكي" نتاج عقلانية عصر التنوير ومن تم الحداثة المرافقة للثورة الصناعية، وما بعد

الصناعية ،كما يعد من إفرازات التقانة المعاصرة، وهذا يدعونا قبل الدخول في بيان وعرض الموقف النقدي للفيلسوف جان بودريار، فالحياة الواعية لا تستقيم إلا بالممارسات النقدية، لنقد الواقع السائد وإعادة النظر في مختلف نظمته المعرفية والقيمية الاجتماعية، وأنماط تفكيره المستحدثة والوافدة، ومختلف أنواع سلوكيات وأفعال أصحابه لإعادة ضبطها وتقييمها؛ ذلك أن وجود الحس النقدي دليل على الإحساس بالحرية والرغبة في التغيير الواعي نحو التقدم والبناء للمجتمعات، فالاستسلام للأفكار الغربية على روح المجتمع وسريان نزعات كالنزعة الاستهلاكية دليل على غياب الوعي والانجراف نحو سطوة الإعلام والدعاية، وسيطرة النوازع والرغبات على الفرد، هذه النزعة التي بدأت منذ بداية القرن العشرين، والتي لا يمكن فصلها عن النظام الرأسمالي، ويصعب مقاومته، والذي يبسط سيطرته على العالم، فتغيرت معه مواصفات المجتمع، فسادت النزعة الفردية التي تهدف للحرية الشخصية كهدف أعلى، والأخطر أن مصلحة الفرد تقدمت على مصلحة المجتمع، والتي كانت أهم مرتكزات النظام الاجتماعي منذ بداياته.

إشكالية البحث:

إذا كانت الوفرة المالية وما ي صاحبها من نزوع نحو الاستهلاك الذي يؤثر على المجتمع، ويجعل من سلوك الأفراد ينحرف عن القيم والمثل العليا، فالحياة الاجتماعية تعتبر خاصية من خصائص المجتمع، فمهما كانت طبيعة حاجات ورغبات الإنسان المسموح له بإشباعها ضمن نظام اجتماعي يحافظ على بقاء القيم والمعايير كأسس في ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها المجتمع.

تساؤلات البحث:

يسعى هذا البحث للإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. هل الفلسفة قادرة أن تتعامل مع كافة الظواهر المادية في المجتمع؟
2. كيف أسهمت النزعة الاستهلاكية في تغيير قيم المجتمع المعاصر؟
- 3- هل المجتمع الاستهلاكي يفرض قيم جديدة؟
3. ما أثر الاستهلاك على الفرد نفسياً واجتماعياً؟

أهداف البحث:

- 1- بيان أهمية الفلسفة ودورها في تنمية مهارات التفكير النقدي في المجتمعات، وتحديد مؤشرات الخطر.

2- تحليل طبيعة العلاقة بين الفلسفة والمجتمع من خلال التفكير النقدي الذي يمكن من خلاله وضع التصورات والحلول للآزمات التي يقع فيها المجتمع، وتنبه على الأخطار؛ نظراً لأن الفلسفة قامت من أجل إيجاد حلول في مجتمعات مختلفة وتعرضت لمتغيرات عبر تاريخها.

3- توضيح مفهوم التفكير النقدي ومهاراته الأساسية عند عديد الفلاسفة.

أهمية البحث:

تكمن في قضايا راهنة تتمثل في وقوع مجتمعنا إثر الانفتاح الاقتصادي في حالة محمولة من الاستهلاك الذي غير من تركيبته وثقافته، فالبحت يبحث في جذور الاستهلاك ومآلاته.

منهج البحث:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التحليلي النقدي؛ وذلك لملاءمته لطبيعة أهداف البحث؛ حيث يقوم هذا المنهج بجمع التجارب النقدية عبر فلسفات قديمة ومعاصرة تهتم بقضايا المجتمعي لوصف نزعة الاستهلاك، وتحليلها، وتفسيرها؛ للوصول إلى الضوابط التي تحكم هذه النزعة.

محاور البحث

المحور الأول- تاريخ حركة الاستهلاك:

أولاً- تعريف الاستهلاك:

الاستهلاك هو: عملية شراء واستخدام السلع والخدمات بهدف إشباع حاجة الفرد بشكل مباشر، أو عن طريق إنتاج سلع أو خدمات أخرى، وينتج عن الاستهلاك فناء فوري أو كلي للسلعة أو الخدمة، وينفق الإنسان دخله في اقتناء سلع وخدمات معينة من أجل إشباع حاجاته ورغباته(1). فالاستهلاك بذلك هو استعمال السلع والخدمات من أجل إشباع حاجات ورغبات معينة، ويعد الجزء من الدخل الذي ينفقه المستهلكون على شراء السلع والخدمات النهائية، وهو الهدف والغاية الأساسية لكافة الأنشطة الاقتصادية، ويعد رواد النظرية النقدية أول من طرح مشكلة التقانة وتداعياتها على المجتمع، وخلق نمط استهلاكي يعيد صياغة وتشكيل بنى المجتمع وقيمه؛ حيث قام رواد هذه النظرية بنقد الحضارة المعاصرة وما توصلت إليه من خلال التقانة والادائية التي أدت في نظرهم إلى التشيؤ، فعلاقات الإنسان والسوق أدت إلى اعتزاله واغترابه، وهذا راجع بدوره إلى سطوة النظام الاقتصادي الرأسمالي، الذي لعب على وتر حاجات الإنسان جاعلاً من الاستهلاك محور حياته ومركزها التي تتأسس على أثرها التراتبية الاجتماعية والاقتصادية وتبدو فكرة السعادة كما يرى جان بودريار

"هي المرجعية المطلقة للمجتمع الاستهلاكي أو معادل الخلاص". (2) ، فعلاقات الإنسان والسوق والرأسمالية هي المسؤولة عن عبادة السلع، حتى صارت العلاقات بين الناس بالأشياء وببعضهم بعض طابع السلعة.

المجتمع الاستهلاكي هو: المجتمع الذي يبني نظامه على الاستهلاك الهائل للسلع والخدمات، كما يعد الاستهلاك أحد مكونات الدخل القومي لأي بلد، كما أنه أحد أهم مؤشرات الرفاهية (3)

ثانياً - تاريخ حركة الاستهلاك:

بدأ مصطلح المجتمع الاستهلاكي في التداول منذ الثورة الصناعية، والذي كان لا بد من مؤامة فائض الإنتاج مع زيادة استهلاك المجتمعات للقيام بذلك، على أساس نموذج رأسمالي شجعت الدول على زيادة الاستهلاك للتخلص من كل الإنتاج الذي أتى به التصنيع

ويذهب مؤرخو حركة الاستهلاك أن انطلاقتها في القرن الثامن عشر في إنجلترا لتسويق الأزياء مع تغيير في الذوق العام؛ ذلك أن الميل الجديد لأسلوب حياة مختلف رفع الطلب على الملابس، والتي كانت تنتج بكميات ضخمة إثر الابتكارات في صناعة النسيج، فظهرت طفرة التسويق والتي استفادت من عدة تقنيات كالطباعة والإعلان بشكل واسع. بينما يذهب آخرون إلى أن ثورة الاستهلاك انطلقت مع أواخر القرن التاسع عشر، وتحديداً في فرنسا عندما تحولت تجارة التجزئة بباريس إلى معارض للتسوق خلال الفترة ما بين 1889 - 1900.

ثالثاً-مستويات العملية الاستهلاكية:

- ما قبل الاستهلاك: وهي عبارة على أنماط استهلاك عادية تقتصر على الحاجات الضرورية كالمأكل والملبس والسكن والدواء، وهي مرحلة يفترض أن المجتمع ما زال على نظمه الاقتصادية الخاصة به، وله عادات متأصلة تتمثل في الاكتفاء بالحاجات الضرورية لتسيير حياته اليومية.

- أثناء الاستهلاك الفعلي: وتسود فيها أنماط اقتصاد غير عادية، وفي هذه المرحلة وتحت وطأة الإعلان المكثف لصور السلع المختلفة يصحبها نشاط استهلاكي، وتحدد فيها مواسم إضافية للاستهلاك، كالأحتفالات الاجتماعية بالأعياد، والزواج، والنجاح، والمناسبات الدينية، دون مراعاة لأهمية السلع كونها من الحاجات الضرورية أم من الكماليات، فيغلب على الأفراد غياب الوعي أثناء الاقتناء، بل الحرصة كله على الشراء فقط.

- ما بعد الاستهلاك. تنشأ بعد عملية الاستهلاك التي صارت ثقافة خاصة وصار المجتمع يخضع لمعطياتها، فهي تتأثر بالتغيرات التي تطرأ على السياق الاجتماعي، خاصة الثقافات الوافدة والدخيلة؛ نظراً لاتسامها بالمرونة. ارتباط الأنشطة الاقتصادية بالممارسات الاستهلاكية.

1- سيكولوجيا الأفراد.

2- الإشارات والعلامات والممارسات.

3- القيم المرتبطة بالسلع والمنتجات وعملية الشراء

المحور الثاني- المجتمع الاستهلاكي المعاصر.

المجتمع الاستهلاكي المعاصر:

في ظل الحياة المعاصرة لم يعد الفرق بين المجتمعات ينحصر في خلفياتها الاقتصادية سواء أكانت رأسمالية أو شيوعية، بينما معيار التفرقة والتصنيف بين الدول دول غنية ودول فقيرة، وينبغي أن تصل المجتمعات إلى مرحلة متزايدة من زيادة الإنتاج المتواصلة حتى تصل المجتمعات إلى حالة "الوفرة"، أو مجتمع الوفرة أو الاستهلاك، والذي يميز هذا المجتمع الذي يعتبر فيه زيادة الاستهلاك ملمحاً من ملامح "زيادة الاستهلاك" قيمة في حد ذاتها، فصار الشراء يمثل جوهر عملية الاستهلاك في المجتمع، فاندمج السلوك الإنساني مع المنتجات، وتشكلت بذلك مفاهيم طُبعت بطابع الاستهلاك، وغيرت من بنى وقيم المبادئ الاجتماعية، وظهر نوع من الثقافة في المجتمع اتسم بطابع الاستهلاك، وعرف في كثير من المجتمعات، خاصة المستهلكة وغير المصنعة؛ حتى إن العلاقات الإنسانية ضمن دائرة مجتمع الوفرة تنسم بهذا الطابع الاستهلاكي، فهي قائمة على نسبة ونوع الإنتاج، فتتشكل عادات طبقية وأخلاقيات فردية تحددها نسبة الغني والفقر.

أولاً- ثقافة الاستهلاك:

تعرف بأنها العملية التي يتم من خلالها تدمير المنفعة الاقتصادية للسلع باستعمالها استعمالاً كاملاً، وتعرف -أيضاً- بأنها جميع أساليب الحياة ومعانيها ورموزها، وثقافة الاستهلاك هي تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية؛ أي: أن مجموعة المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية، والتي تضيف على هذه العملية معناها وتحقق دلالاتها في الحياة اليومية، وهي -أيضاً- ذلك النشاط الذي يشبع به الإنسان حاجاته⁽⁴⁾

فهي بذلك ثقافة تنشأ في الأصل من خلال العمليات المصاحبة للاستهلاك، والتي تعطي للعملية الاستهلاكية معناها، وتتحقق دلالاتها من خلال الحياة اليومية، وتبدو

جلية من خلال الجوانب المادية؛ لأنها تتمحور حول الاستهلاك المادي، وهو لا يكتمل إلا بفهم الجوانب المعنوية التي تتوسع، والتي تزيد من دائرة هذه الثقافة لتشمل سائر الصور والرموز للعملية الاستهلاكية، وتتوقف هذه الثقافة على عدد من العوامل أهمها:

- الدخل والحاجات.

- النزعات النفسية.

- عادات الأفراد.

حيث يؤدي نمط الإنتاج في المجتمع الحديث إلى خلق حاجات جديدة وليست ضرورية، خاصة عند الأفراد ذوي الدخل المحدود، لتدبير شؤون حياتهم، وعلى درجات الميل للاستهلاك عن طريق الإعلان وتسهيلات الائتمان التي تعمل على زيادة الاستهلاك حتى أطلق المجتمع الاستهلاكي.

ثانياً- النزعة الاستهلاكية:

نظرية في الاقتصاد مفادها أن الإنفاق الاستهلاكي هو مفتاح رفاهية الفرد، وأهم عامل يقود النمو الاقتصادي لأي بلد، وتعتمد الاقتصاديات الرأسمالية على استهلاك السلع وتشجع أفرادها على الشراء، مما يتجاوز احتياجاتهم الأساسية للحفاظ على ازدهار الاقتصاد، وتعمل على خلق نظام اقتصادي يشجع على الاستهلاك، بشراء المزيد عبر ضغط وسائل الإعلان المكثفة التي تمارس تلاعب بالعقول، وإشعار الإنسان بقدر زائف من السعادة إذا امتلك سلعة معينة؛ مما يزيد من حدة الضغط الاجتماعي نتيجة لمحاكاة الأفراد وتقليدهم للسلوكيات الاستهلاكية المستشرية في المجتمع.

فالنزعة الاستهلاكية هي تحوّل معاني ورموز الاستهلاك إلى هدف في حد ذاته، وتحول الاستهلاك إلى أسلوب حياة، ولغة يومية يخاطب الأفراد بعضهم بعضاً من خلالها، ويكونون حصيلة من الرموز تحدد مكانة الأفراد ونطاق تفاعلهم.

ثالثاً- استهلاك الصور:

وهذا استهلاك تتجلى فيه السلع بعدما تم رسم ذهنية خاصة بهذه السلع، من خلال العرض المتكرر وأسلوب الدعاية المكثف للسلع، ولعل من قوة تأثير هذه النزعة أنها تعمل على:

- توفر للأفراد بعض الشعور المؤقت من الحرية، والتعبير الفردي، حتى وإن كانت زائفة وغير حقيقية.

- تمنح الأفراد شعوراً بالانتماء لكل ما هو أكبر، وكما تمنحهم مقدرة على الوصول لكل ما هو جديد.

- تعمل على تعويد الأفراد عن القيام بأي أسلوب تغيير يمتنع مع النزعة الاستهلاكية.

رابعاً- النزعة الاستهلاكية أيديولوجياً:

بعدما رأينا كيف حولت النزعة الاستهلاكية الأفراد إلى مجرد مستهلكين لسلع متنوعة، فيقعوا بمرور الوقت في فخ "الإدمان على الاستهلاك" حتى يتحقق معنى الحياة من خلال شراء الأشياء، والتجارب الجاهزة مسبقاً، فتعمل هذه الأيديولوجيا الاستهلاكية على منح الشرعية للرأسمالية في الحياة اليومية، ومنح الشرعية للممارسات اليومية لكثير من الأفراد، ليأخذوا صفة مستهلكين، والمتتبع لجذور النزعة الاستهلاكية في تاريخ الفلسفة يجد ما يقابلها في أفكار مذاهب الأبيقورية تلك الفلسفة القائمة على اللذة، وإشباع الذات يجلب السعادة ويقضي على الألم، وتتمثل القيمة الحقيقية للسلوك بمدى سعيه وإشباعه لهذه اللذات.

وتتبلور النزعة الاستهلاكية في جر الأفراد لحلقة الاستهلاك ليس للحاجات الضرورية واليومية، بل يصبح الاستهلاك غاية في حد ذاته؛ مما يوقعهم في فخ إدمان الاستهلاك (5)

المحور الثالث- المجتمع الاستهلاكي من منظور فلسفي:

لم تكن الفلسفة عبر مشوارها الطويل مجرد بحث نظري، أو تساؤل فكري تجريدي لا يمت للواقع بصلة، بل كانت أقرب لمعرفة الحقيقة وأقرب لحياة الإنسان اليومية، كيف لا وهي لصيقة بهوم الناس؟! وانطلقا من التساؤل حول الواقع قامت بتوجيه البحث حول الإنسان وأبرز قضاياها، وتبحث في أثر المؤسسات والتجارب الاجتماعية وحياة الأفراد، وتغوص في شؤون الأسرة والتربية والتعليم لإصلاح السلوك وتقويمه ليتسق مع القيم والأخلاق، ولا يشذ عن طبيعة الحياة البشرية، ولا ينجح بها نحو الانحراف، ثم سعت إلى إحداث التغيير في المجتمعات.

فالإنسان المعاصر استهلك طاقته في الاستهلاك، استهلك كل ما أمامه من سلع ضرورية وغير ضرورية، وصولاً لاستهلاك السلع التافهة وغير الهامة للحياة اليومية، حتى نسي نفسه، وتناسى شروط وجوده، وهذا ما نبه عليه هوركهaimer (1895م) وأدورنو: (1903م-1069م) في كتابهما جدل التنوير: "كل تشيؤ عبارة عن نسيان" (6)

فالإنسان في ظل التقنية نسي نفسه حتى صار شيئاً يقذف به هنا وهناك، تفعل به المنتجات والسلع ما تشاء، إنه ميت وإن كان ما زال على قيد الحياة، حتى انفصل عن ذاته وصار مغترباً، يقول ماركيز: إن المجتمع الصناعي خلق إنساناً مستهلكاً سَمَّاه "الإنسان ذو البعد الواحد" بدل من الإنسان الاستهلاكي، فالرفاهية والاستهلاك المفرط يسلب الإنسان حريته في إطار ديمقراطي هو ما يميز الحضارة الصناعية المتقدمة، إنها خلقت مجتمع قمع وسيطرة؛ حيث قمع المواهب الإنسانية وحال دون تفتحها الحر يقول ماركيز: "... والنتيجة في مثل هذا الحال هي الرفاه في الشقاء، فما الترويج عن النفس، واللهو والعمل، والاستهلاك حسب إichاءات الدعاية، وحسب ما يحبه الآخرون، وبعض ما يبغضونه، إلا إجابات كاذبة في غالب الأحيان" (7)

فالاستهلاك بهذا الشكل هو بمثابة آلية تستطيع من خلالها المؤسسات الرأسمالية وبطريقة ناجعة إدارة كافة عملياتها كالضبط، والتحكم، والرقابة، وأصبح الاستهلاك يعمل على تغيير قناعات الأفراد ورؤيتهم حول أنفسهم وحول الآخرين، وحول الأشياء من حولهم بشكل عام.

ومن بين الذين تبنوا ذات الموقف النقدي للاستهلاك نجد أريك فروم (مولده ووفاته) الذي يرى أن الاستهلاك الغربي يقوده مبدأ التبذير والإسراف، فالحياة الاقتصادية يحكمها نمطان أو أسلوبان في الحياة، هما التملك والكينونة، وهما الطريقتان الأساسيان للحياة المعتدلة والخيرة، وإن القوة النسبية لأحدهما أو للآخر هي التي تحدد الفوارق بين شخصيات الأفراد، والأنماط المختلفة للشخصية الاجتماعية (8)

فالتملك عنده الوظائف الطبيعية لحياتنا من أجل أن نعيش يجب أن نملك الأشياء، فضلاً عن أننا يجب أن نملك أشياء لنستمتع بها (9)، والفارق بين الكينونة والتملك هو كالفارق بين مجتمع محوره الأساسي الناس وآخر محوره الأساسي الأشياء، وما يميز المجتمع الصناعي الغربي هو التوجه التملكي؛ حيث أصبحت شهوة تملك المال والشهرة والسلطة هي الموضوع المسيطر على الحياة (10)، والاستهلاك في نظره هو أحد أشكال التملك، وربما هو أكثرها أهمية في مجتمعات الوفرة الصناعية المعاصرة، وهو عملية لها سمات متناقضة، فالاستهلاك في نظره يخفف القلق؛ لأن ما يمتلكه الإنسان خلال عملية الاستهلاك لا يمكن انتزاعه، ولكن العملية تدفع الإنسان إلى مزيد من الاستهلاك، فالاستهلاك السابق سرعان ما يفقد قدرته على الإشباع، وهكذا فإن هوية المستهلك المعاصر تتمثل في المقولة الآتية: "أنا موجود بقدر ما أملك وما أستهلك" (11)

المجتمع الاستهلاكي عند بودريار (12)، الفلسفة والتحول الاجتماعي:

ويعرف بودريار المجتمع الاستهلاكي: "نهج اجتماعي لمجتمع الرأسمالية والاستهلاكية، ويرى أن الاستهلاك صار أكثر تعقيداً من سلوك الناس، فقيمة الأشياء لم تعد على مدى منفعتها، وهي السمة الغالبة على المجتمعات الغربية، فالاستهلاك صار وسيلة للتفرقة، ونتيجة طبيعية لتولي الهيئات والأفراد هذه المسألة؛ حيث تلاشى العالم الحقيقي الواقعي، وتم الاستعاضة عنه بعلامات وهمية من العالم الحقيقي، تدعّمه موجات الدعاية والإعلان للسلع التافهة وغير الضرورية، مع تصويرها بأن الحياة لا يمكن أن تستمر من دونها، فانسابت السلع عبر الوسائل الإعلامية والإعلانية، أصبح أسطورة، فهو لا يحتاج لصناعة أساطير حول الوجود، والقيم، بل صارت السلع كسيل من المواد الغذائية، ومساحيق التجميل، والعطور ليتمحور قلق بودريار في كون السلعة صارت هي المشكلة الهيكلية لجميع المجتمعات، فإلى أي مدى استطاع الواقع الافتراضي التأثير في منظومة المجتمع (13)

وقد وجه بودريار الكثير من الانتقادات للمجتمع الاستهلاكي عبر مؤلفاته، لعل أبرزها: مجتمع الاستهلاك 1970م، مرآة الإنتاج 1973م، التبادل الرمزي والموت 1976م، نظام الأشياء 1986م، قدم فيها نقداً لمظاهر الترف التي أصابت المجتمع، وهو من تأثير مظاهر التكنولوجيا المعاصرة ذلك المجتمع الاستهلاكي الذي ازدهر في ظل المجتمعات المتقدمة كتطور طبيعي، ونتيجة لارتفاع مستوى المعيشة لبعض الشرائح دون غيرها، بعد أن تغيرت وأصبح الاستهلاك هو المتحكم في عملية الشراء، فلم تعد السلعة تؤدي وظيفة معينة كالسيارة التي لم يعد الهدف من الشراء وظيفتها، بل صار ينظر إلى فخامتها ومواصفاتها، فصار الاقتناء لمجرد الهوس الشرائي، وفي كتابه "مجتمع الاستهلاك" وجه نقداً لاذعاً للمجتمع الأمريكي الذي تحول من قيم الرأسمالية إلى مجتمع تحكمه مؤسسات الدعاية والإعلان التي تلغي الحياة اليومية للأفراد، وتفرض عليهم نمط لا واعٍ من السلوك الاستهلاكي، فصار الاستهلاك هو التطور الطبيعي للرأسمالية، يقول في هذا الصدد: "لا بد من القول من البداية بوضوح أن الاستهلاك هو نمط علائقي فعال، ليس نمط علاقات بالأغراض وحسب، بل بالجماعة وبالعالم، نمط فعالية مبرمجة ورد إجمالي يتأسس عليه كل نظامنا الثقافي" (14)

ويؤكد أن النزعة الاستهلاكية التي يتسم بها المجتمع المعاصر لها مخاطرهما من حيث تغيير القيم، وتأثيرها على مختلف مناحي الحياة، ويسم العالم المعاصر بعصر استهلاك الأغراض؛ حيث يقول: "إننا نعيش في عصر الأغراض، أعني إننا نعيش

على إيقاعها وبمقتضى تعاقبها المتواصل، فنحن الذين نشهد ولادتها اليوم، ونشهد اكتمالها وموتها"⁽¹⁵⁾؛ لذلك فنحن نعيش في ظل مجتمع استهلاكي يسير فيه الفرد وفق نموذج المنتجات الاستهلاكية.

يقول: نحن محاطون بأشياء تُنتج بكميات هائلة، ويبدو كأنه ليس لها فائدة جلية، إن قيمتها لا تُستمد من وظيفتها، بل من معناها الثقافي، ليصبح فعل الاستهلاك حدثاً اجتماعياً، إن الحشود الأكبر والأكثر تكرراً التي نراها هي متسوقو صباح السبت، ونقوم بمحاكاة سلوكهم؛ لأن المحاكاة تعبر عن رغبتنا بالانتماء إلى القطيع، ونحن لا نتصرف على نحو متفرد بحرية وباستقلالية وبأصالة، بل نعبر عن رغبة الجميع بأننا يجب أن نتسوق، إنها الراحة المحببة لذنية القطيع، بالمقابل لا نرى جمهور الأفراد المنفصلين الذين يجلسون في المنزل ولا يشتررون، إن حقيقة أن الاستهلاك جلي هكذا هي ما يجعلنا نفكر أنه عادي، لكنه ليس هكذا"⁽¹⁶⁾، فقد تبدل نمط حياة الإنسان المعاصر، بينما كانت المجتمعات القديمة تنتج سيلاً من الأساطير ليسهل عليها قيادة المجتمع، وتحقق توازنها داخلياً وخارجياً والتحكم فيه، بينما الفرد في ظل المجتمع الاستهلاكي صار هو ذاته أسطورة، فهو ليس بحاجة إلى إنتاج الأساطير، فيقول بودريار: "فكل الوظائف والحاجات قد وضعت واستعملت لأغراض الربح وحسب، بل -أيضاً- بالمعنى الأعمق؛ حيث تسمح كل شيء؛ أي: تبرمج في خيالات، في علامات، في نماذج قابلة للاستهلاك"⁽¹⁷⁾

فالاستهلاك يعمل لأغراض الربح التي تعود على النظام الرأسمالي، كما يعمل الاستهلاك على ترميم حياة الأفراد ضمن قالب ثقافي واجتماعي واحد، وهو ما تسعى إليه العولمة⁽¹⁸⁾، فالقيم السلبية المتمثلة في التبذير والإسراف، وتقتصر حياة الأفراد في المظاهر السطحية الخادعة والزائفة، وساد توهم الأفراد أنهم يستطيعون امتلاك كل شيء، ويصلون إلى الرفاهية والرفق، وهذا لا يزيدهم في الواقع إلا بؤساً وشقاء، فالمجتمع المعاصر هو مجتمع استهلاكي، يقول: "الواقع الموضوعي الوحيد للاستهلاك هو فكرة الاستهلاك، فكرة التصور الفكري والعقلي، والمستأنف بلا حدود في الخطاب اليومي والخطاب الفكري، إن مجتمعنا يذكر نفسه ويحدثها كأنها مجتمع استهلاكي، وهو على الأقل بقدر ما يستهلك، إنما يستهلك نفسه كمجتمع استهلاكي في فكره، والإعلان هو نشيد هذه الفكرة"⁽¹⁹⁾.

المجتمع الاستهلاكي يتجسد في فكرة الإعلان:

إن الاستهلاك الذي يعكس الإسراف والإفراط مرده للدعاية الشديدة التي تجعل الأفراد يقبلون على المراكز التجارية الكبرى، وما تتضمنه من مرافق متنوعة تعرض الأشياء

الضرورية والرفاهية لتتحول عملية الاستهلاك إلى ذروة التزاوج بين الجمال والرفاهية، وهذه ذروة الاستهلاك، والذي يرى أنه سوف يتوسع في المستقبل لتصبح مدن استهلاكية.

- تعمل الدعاية والإعلان على الإشباع الغريزي، مما يؤدي إلى فتح الباب دون قيد لاستيراد الثقافات الاستهلاكية، ومن ثم قتل الإبداع، وثقافة الإنتاج، وتراجع مشاريع التنمية، ودفع المجتمع نحو الاستدانة لتغطية تيار الاستهلاك.

فالإعلان هو بمثابة المروج الأساسي لمفهوم الوفرة، فالإعلان هو العنوان الأساسي للمجتمع الاستهلاكي؛ حيث تروج كل المنتجات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، "إنه الصورة الخلابة للوفرة" (20)

فالإعلان هو بمثابة الخدمة التي تقدم للمجتمع، وتمنح المنتجات صفة الخدمات، وتوضع على مسرح الحياة الاقتصادية، فيعاد تأويلها كأثر من آثار العطاء، والولاء الشخصي والعلاقة الحميمة (21)

القيم في ظل المجتمع الاستهلاكي.

فالاستهلاك يعمل على نشر السلبيات على قيم الفرد؛ حيث صار الاستهلاك بمثابة أيديولوجيا تتحكم في سلوكيات الأفراد في جميع المجالات، يقول: "إن الاستهلاك بوصفه أسطورة قبلية جديدة، صار أخلاق عالماً الحالي، وهو يشك أن يحطم كل أسس الكائن البشري؛ أي: التوازن الذي أقامه الفكر الأوربي منذ اليونان، بين الجذور الأسطورية وعالم العقل" (22)، فالاستهلاك يشكل خطراً على قيم الفرد والمجتمع، وانطبع أخلاقيات الفرد بالطابع الاستهلاكي.

فالاستهلاك له مخاطره على قيم الفرد، فهو يعمل على عزل الأفراد عن بعضهم البعض، كما يفقد الحس الاجتماعي، فالاستهلاك يؤدي إلى تغيير مفهوم القيم، مما عجل بظهور قيم استهلاكية جديدة خالية من المعنى ومن المضمون، وعليه يعمل المجتمع الاستهلاكي على تسريع عمليات إنتاج السلع والبضائع، مما أدى إلى ضرورة تماهي الإنسان مع كل ما هو جديد، وجاهز للاستخدام، وقابل للزوال، وهذا بدوره خلق أنماطاً جديدة من السلوكيات.

فالاستهلاك الآني والسريع وزواله الأسرع هو ما يفقده قيمته، يقول في هذا الصدد: "إن منطق الاستهلاك يتحدد بوصفه تلاعباً بعلامات وإشارات تغيب عنها القيم الإبداعية الرمزية والعلاقة الرمزية الباطنية" (23)

ذلك إن الأفراد في المجتمعات الاستهلاكية يسرون وفق نموذج محدد مسبقاً من الأغراض والمنتجات ويسير وفق الموضة، وكل ما هو جديد، فتصبح مواصفات

المواطنة الحقيقية أن تتسق وهذه السمات الاستهلاكية، يقول: "يجب على كل فرد أن يكون مطلعاً، وأن يتكيف سنوياً وشهرياً وفصلياً، من حيث ملابسه وأغراضه وسيارته، وإذا لم يقدّم بذلك لا يكون مواطناً حقيقياً في المجتمع الاستهلاكي" (24)، فالفرد لا بد له أن يواكب حركة التغيير الدائمة في النمط الاستهلاكي، فإن الدور الكبير الذي يلعبه المجتمع الاستهلاكي في تغيير قيم المجتمع التي تتمظهر في بعض السمات منها:

- يعمل الاستهلاك على خلق فروقات طبقية بين أفراد المجتمع، فمن خلال استهلاك أنماط لسلع معينة يظهر التمايز الطبقي بين الناس من حيث الفقر والغنى.
- يقوم الاستهلاك على فكرة التعميم وتوحيد أذواق الأفراد.
- يسعى الاستهلاك إلى تنميط الذوق الجمالي عند الأفراد، ويعمل على توحيد قالب قيمي واحد قائم على فكرة الإكراه الاجتماعي غير الواعي.
- يفرض الاستهلاك سلوكيات جديدة على الأفراد، وفق قالب قيمي واحد، تتركز على إشباع الحاجات فقط.
- يسهم الاستهلاك في نشر قيم السلبية المتمثلة في الإسراف والتبذير وعدم الإنتاج؛ مما يؤدي إلى الركود التنموي.
- استطاع الاستهلاك أن يقضي على العديد من الروابط الاجتماعية، وتم الاستعاضة عنها بالهدايا وبطاقات المعايدة التي اختزلت الكثير من المشاعر الإنسانية.

المجتمع الاستهلاكي وموت الواقع:

التشويش: إننا في ظل عالم الاستهلاك والوفرة صار الأفراد في المجتمع محاطين في نظره بعالم البشر، بل محاطين بالأشياء، من جراء ما تمارسه وسائل الإعلام ودعاياتها المكثفة والتي ينساق الفرد ورائها بسبب كثرة التكرار والإلحاح والتعود فقد الإنسان صلته بالآخر المشابه له، حتى صارت الأشياء تعمر أكثر من الإنسان، يقول: "نحن محاطون بأشياء تنتج بكميات هائلة، ويبدو كأنه ليس لها فائدة جلية، إن قيمتها لا تستمد من وظيفتها بل من معناها الثقافي، ليصبح فعل الاستهلاك حدثاً اجتماعياً، إن الحشود الأكبر والأكثر تكراراً التي نراها متسوقة صباح السبت وتقوم بمحاكاة سلوكهم، وإن المحاكاة تعبر عن رغبتنا بالانتماء إلى القطيع، ونحن لا نتصرف على نحو متفرد بحرية واستقلالية وأصاله، بل نعبر عن رغبة الجميع بأننا يجب أن نتسوق إنها الراحة المحببة لذهنية القطيع؛ مما ساعد في فتح أبواب الاقتصاد بمباركة الحكومات، فقد استطاع المجتمع الاستهلاكي أن:

1- يساعد في إخفاء الهوية.

- 2- يعمل على إحساس الإنسان بالاغتراب.
 - 3- أصبح التفكير ينشط من خلال أدوات جاهزة، وصار المرء يعيش خلالها ضمن عالم مغلق على نفسه ضمن شبكات يعجز عن التحرر منه.
 - 5- الزيادة المأهولة في حجم المعلومات تؤدي إلى نتيجة عكسية؛ حيث تبرز ضالة القيمة المعلوماتية، فما يزهر بنفس الطريقة سيهلك بنفس الطريقة.
- التمايز بين العالم الحقيقي والافتراضي.**

ومع تقدم وسائل الاتصال ووجود عالم افتراضي يوازي عالم الواقع، والذي اتخذ الاستهلاك فيه صوراً متنوعة، وأكثر التصاقاً بحياة الناس، وشتى مراحلهم العمرية الشباب وكبار السن وحتى الأطفال في ظل استخدام تلك الشرائح لأجهزة الحواسيب والهواتف النقالة سهلة الاستعمال، بمواقعها المشحونة بالإعلان، وبسبيل من الثقافات الغريبة؛ مما سهل استساغة أنماط استهلاكية وافدة على المجتمع، وخلق مواسم لها وأعياد؛ مما أدى إلى خلق ذهنية مشتتة تلاحق كل صيحات السلع، فأورثت لدى الشباب خاصة الخنوع والاستكانة والعجز، تجاه كل مل يتعلق بقضايا مجتمعاتهم، فصار التحدي الوحيد لأغلب الأفراد اللهات وراء سعادة زائفة يتوهمون وصولها كلما استغرقوا في استهلاك مزيد من السلع.

لقد تصدى بودريار لهذه المعضلة المتمثلة في التمايز بين العالم الحقيقي والافتراضي في العديد من أعماله، وأسماء بعصر (موت الواقع)، ولعل أبرز ملامحه نشأة العوالم الافتراضية، فما الفرق الجوهرى بين الواقع والمخيل والافتراض، يقول: "من الواقع المادي ونحن نشهد في كل مكان حقناً هائلاً ومتواصلاً للواقع بالصورة والمخيل والافتراضي"⁽²⁵⁾، لما أنتجته من جدليات إثر القطيعة التي خلفتها بين الإنسان ومجتمعه، فصار مغترباً في ظل عالمين مختلفين لم يجتمعا قط، من خلال من رغبة الأفراد الشديدة في الاتصال والتواصل وتبادل الآراء؛ مما عزز شعور الإنسان بذاته، بعد أن تمكن من نشر أفكاره، فصارت له هوية افتراضية مع من تبادل معهم الأفكار والرؤى، وهي لا شك هوية افتراضية تعكس هويته الحقيقية، ذلك أن العالم الافتراضي تتم فيه الأفكار وليس عبر الحضور الشخصي المباشر، فالقدرة على التمايز بهويات افتراضية؛ مما شجع الكثير عبر هذا العالم على اختراق الحدود الدينية، والقيمية والأخلاقية وحتى السياسية، فحادت هذه الوسائل عما هو مرسوم لها، فصارت الأخلاق والقيم في مرمى النيران، وكأنها المستهدفة من أجل خسارة القيم الفكرية والدينية؛ مما أورث فراغاً روحياً هائلاً لدى الكثير من الشباب المتطلع نحو

الحرية الزائفة، فصعدت موجات الشك المعرفي والوجودي بعد أن اختفى التمايز بين ما هو حقيقي وما هو افتراضي.

فانطلق في شرحه لمفهوم العالم الافتراضي من خلال طرحه لفكرة (الواقع المفرط)⁽²⁶⁾، ذلك أن المعلومات والاتصالات أضحت يستعاض عنها بالواقع المفرط الذي يحاكي الواقع الفعلي عبر الإثارة واختراع الأكاذيب التي تضيف عليه مساحة من الحقيقة، فصار الواقع المفرط يعرف بأنه حقيقة مليئة بالنماذج الحقيقية التي لم تكن موجودة، والتي تعني عدم قدرة الوعي على التمييز بين الواقع ومحاكاة الواقع، أو ما يسميه بودريار "التمييز بين الحقيقي والمتخيل"، خاصة في ظل المجتمعات البعد حدثية، التي شهدت نمو طفرة تكنولوجية؛ حيث تماهى عبرها الخيالي بالواقعي، ويتلاقح فيها الذكاء البشري بالذكاء الاصطناعي، مما يصعب معه الفصل بين العالمين، بل وتبادل كل منهما الأدوار حين يستغرق المستخدمان حينما يصبح العالم أكثر طواعية⁽²⁷⁾

مخاطر العالم الافتراضي:

تكمن مخاطر الذكاء الاصطناعي كما يراها بودريار في انتفاء التمايز الحقيقي بين الحقيقي والمصطنع⁽²⁸⁾؛ ذلك أننا لم نعد نملك المقاييس التي كنا نحكم بها سالفاً، فلم يعد لدينا مثال أو نموذج أو معياراً نحنكم إليه جميعاً على حقيقة الشيء، فساد منطق المحاكاة والاصطناع الذي لا صلة له بمنطق الحقائق العقلية.

"ويعرف المصطنع أو الاصطناع بأنه: "التظاهر بامتلاك الشيء أو حضور الغائب، ولعل أبرز مخاطر الاصطناع وتأثيره الذي يخل بالتوازن في الواقع بل يشوّهه ويقضي على أسسه ومبادئه كأن يفقد الواقع ثنائياته، وتناقضاته، مما يعمل على زيادة الهشاشة للواقع المعيش ويفقده أي إمكانية التمييز بين الحقيقة والزيف، والصدق والكذب، والخير والشر، والواقع والخيال، ويحدث هنا التطابق بين ما هو حقيقي ومصطنع، فالمصطنع يسعى إلى إعادة تشكيل وصياغة أبستمولوجيا فوضوية قائمة على التموهية والتضليل، وانعدام الشفافية، مما يؤدي إلى سقوط مبادئ الواقع وحدوده؛ لأن كل المفاهيم لم يعد لها داعي في الثنائيات، (فلم يعد هناك بعد خيالي مستقل عن الواقع).

ج- تداعيات العالم الافتراضي ونتائج تطبيقاته:

من تداعيات العالم الافتراضي ونتائج تطبيقاته صار الواقع مصطنعاً ومفبركاً، عصي على الفهم، طالما أنه لا توجد إمكانية لتمييز مظاهره الحقيقية عن المصطنعة؛ لذلك يؤكد بودريار "لقد انخرط الجميع في لعبة الإيهام؛ لأن الاصطناع جعلنا لم نعد

نحتكم لمعيار أو مقياس أو إطار أو مرجع أنطولوجي أو قاعدة أبستمولوجيا أو ضوابط أخلاقية نهائية أو يقينيات دينية تصلح للتمييز بين الأشياء، لرسم الحدود والمعالم، وتحديد المسارات، وتثبيت الأسماء، وضبط الأفاق، وطرد الأوهام والمتناقضات، وانعكس ذلك على المجتمع والفرد من خلال انخراط الأفراد ضمن عوالم افتراضية، فقد الفرد هويته فيما يسمى بالشئات الذهني للشبكات"⁽²⁹⁾

الخاتمة:

- وفي ختام هذ البحث يمكن اجمال ما توصل اليه من نتائج عبر النقاط التالية :
- 1- أن الاستهلاك كما يشهده عالم اليوم يعمل على إعادة تصنيف المجتمع إلى مجتمع جديد لا يخضع للعلم أو الإنتاج أو النسب، وإنما إلى الشراء، وصارت علاقة الإنسان بمن حوله مرتبطة بالأشياء وليس بالأشخاص.
 - 2- الاستهلاك ليست ظاهرة اجتماعية، بل هي في جوهرها ظاهرة ثقافية، فقد تعدت كونها تطبيقاً عملياً لنظريات اقتصادية رأسمالية، فصارت أكثر قرباً وتغلغل في حياة الإنسان عبر كل مراحل تفكيره، وشؤونه، وسائر همومه اليومية، وأغرقته بالسلع عبر دوامة الاستهلاك.
 - 3- أهمية دراسة وفهم الاستهلاك ليس كونه مجرد ظاهرة اجتماعية يمكن دراستها فلسفياً وثقافياً لها انعكاساتها على الوجود الإنساني والقيم الاجتماعية، بل تفاقم تأثيرها في ظل وسائل الاتصال والتكنولوجيا وصارت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية في عصرنا الحاضر، وبتأثيرها العميق على جوانب الحياة من سياسة وأخلاق وقيم.
 - 4- لا ينبغي الإغفال عن استخدام التكنولوجيا بشكل واع ومدروس، باعتبارها صارت عنصراً حيويًا يساعد في صياغة وتشكيل مستقبل الإنسانية، مع مراعاة الآثار السلبية لهذا التطور، والاستفادة من إيجابياته، وهذا لا يتم إلا من خلال الدور الذي لعبته الفلسفة في وضع الأطر وتحليل بنية الاستهلاك لفهمها وضبط تأثيراتها، فالحاجة ماسة إلى النهوض بالفلسفة وفتح مسارات مع العلوم البيئية لخلق دراسات متكاملة باعتبار التكنولوجيا ظاهرة متعددة الأبعاد.
 - 5- ضرورة تبني سياسات واستراتيجيات تعمل على تعزيز النواحي الإيجابية للاستهلاك بتوعية الناس من الأضرار الناجمة عنها، والعمل على مواجهة التحديات المستقبلية كالاغتراب والاعتزال، بتعزيز الوعي بأهمية الاستهلاك وتأثيره على الفرد والمجتمع بعد أن تجاوز الأفراد استهلاك المنتجات إلى استهلاك التقنيات ذاتها التي تعود عليهم بالضرر فقد أورتتهم الانعزال والاغتراب.

- 6 - الإعلام و الإعلان استخداما الجسد وبقوة لترويج مختلف السلع كالأزياء، والعلاج، ومختلف المنتجات الغذائية وبشكل مبتذل؛ مما يهدد القيم الأخلاقية للمجتمع.
- 7- الانفتاح الاقتصادي سلاح ذو حدين، فهو في الوقت الذي يسهم فيه في الرفع من مستوى معيشة الإنسان ورفاهيته، هو في المقابل قادر على نسف القيم الإنسانية، والقضاء على الخصوصية، كما يعمل على تعميق الهوة الاجتماعية بين طبقات المجتمع، فتتسع الفوارق و تذوب القيم.

ثانياً- التوصيات:

- 1-وضع سياسات وطنية من شأنها القضاء على الفجوة الرقمية بين الدول الأكثر تقدماً والبلدان النامية، وبين الأفراد في ظل المجتمع الواحد، لضمان الشعور بالمساواة الاجتماعية والاقتصادية.
- 2-تعزيز التكامل بين الفلسفة وكافة العلوم؛ وذلك بالربط بين الفكر الفلسفي النقدي والنظريات العلمية.
- 3-التوعية المجتمعية حول مخاطر الاستهلاك بتأثير التكنولوجيا على القيم الإنسانية.
- 4-إنشاء العديد من المؤتمرات والورش لبيان الآثار الناجمة عن خطورة الاستهلاك على الفرد والمجتمع.
- 5-تطوير المناهج وتدعيمها بالنزعة العقلية والتفكير الناقد لبحث جهود الكثير من الفلاسفة لحل مثل الأزمات الاقتصادية ذات البعد الاجتماعي.

بيان تضارب المصالح:

يُقر المؤلف بعدم وجود أي تضارب مالي أو علاقات شخصية معروفة قد تؤثر على العمل المذكور في هذه الورقة.

الهوامش :

- ¹ (موقع مقاتل: ثقافة الاستهلاك،
http://moqatil.com/openshare/Behoth/Mnfsia15/ThqafIstih/sec01.doc_cvt.htm
- (2) جان بودريار: المجتمع الاستهلاكي دراسة في اساطير النظام الاستهلاكي وتراكيبه، تعريب، خليل أحمد خليل، دار الفكر اللبناني بيروت، ط1، 1995م، ص47
- (3) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، ط 2، 1982، ص 82.
- (4) رويدة أحمد محمد عيفة، ثقافة الاستهلاك المفهوم والقضايا النظرية، مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة، العدد 17، 2016، ص 2 ص 3.

- ⁵ (عبد الهادي صالحه، حُمى الاستهلاك بين العادات الطبقية وثمره الأخلاق الفردية، مجلة الرافد الإلكترونية، الشارقة، 19 ديسمبر 2021، ص 122.
- ⁶ (ثيودور أدورنو- ماكس هوركهايمر، جدل التنوير، دار الكتب الجديدة، بيروت، لبنان، ط 1، 2006، ص 278.
- ⁷ (هربرت ماركيز، الإنسان ذو البعد الواحد، ترجمة جورج طرابيشي، دار الآداب، بيروت، ط 4، 2004، ص 41.
- ⁸ (أريك فروم، الإنسان بين المظهر والجوهر، سلسلة عالم المعرفة، ترجمة سعد زهران، 1989، ص 90.
- ⁹ (المصدر السابق، ص 29.
- ¹⁰ (فروم: الإنسان بين المظهر والجوهر، ص 33.
- ¹¹ (فروم: الإنسان بين المظهر والجوهر، ص 40.
- ¹² (جان بودريار- 1929-2007م فيلسوف فرنسي وعالم اجتماع ثقافي يُشتهر بتحليلاته المتعلقة بوسائل الاتصال والثقافة المعاصرة والاتصالات التكنولوجية، بالإضافة إلى استنباطه مبادئ مثل المحاكاة والواقع المفترط، كتب بودريار عن مواضيع متنوعة، كالنزعة الاستهلاكية والمجتمع الاستهلاكي والأدوار الجندرية والاقتصاد والتاريخ الاجتماعي والفن والسياسية الخارجية الغربية والثقافة الشعبية، غالباً ما تُربط أعماله بفلسفة ما بعد الحداثة، وتحديداً ما بعد البنيوية.
- ¹³ (جان بودريار، المجتمع الاستهلاكي، ترجمة خليل أحمد خليل، دار الفكر اللبناني، بيروت، ط 1، 1995، ص 257.
- ¹⁴ (جان بودريار، المجتمع الاستهلاكي، ص 5.
- ¹⁵ (جان بودريار: المجتمع الاستهلاكي، ص 9، ص 10.
- ¹⁶ (جان بودريار، المجتمع الاستهلاكي، ص 257.
- ¹⁷ (المصدر السابق، ص 257، ص 258.
- ¹⁸ (المصدر نفسه، ص 260.
- ¹⁹ (نفسه، ص 260، ص 261.
- ²⁰ (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، ص 222.
- ²¹ (المصدر السابق، نفس الصفحة.
- ²² (المصدر السابق، ص 6.
- ²³ (المصدر السابق، ص 146.
- ²⁴ (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، ص 125.
- ²⁵ (جان بودريار، الفكر الجذري، أطروحة موت الواقع، ترجمة منير الحجوجي وأحمد القصور، دار توبقال للنشر العام، 2006، ص 120.
- ²⁶ (صابرين زعلول السيد، سطوة الميديا (العالم الافتراضي وأثره على المجتمع المدني)، مجلة استغراب، ربيع 2018، ص 276.
- ²⁷ (جان بودريار، روح الإرهاب، ترجمة بدر الدين عمر زكي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2010، ص 23.
- ²⁸ (المصدر السابق، ص 269.
- ²⁹ (بودريار، الفكر الجذري، 2006، ص 13.