

ثقافة الاستهلاك وأثرها على قيم الفرد من منظور جان بودريار
 The culture of consumption and its impact on the values of
 the individual from the perspective of jean baudrillard .

دحماني فتيحة¹ ، عبّة رشيدة²

¹ جامعة الجزائر 02، fatiha.dahmani@univ-alger2.dz

² جامعة الجزائر 02، abbarachida25@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2021/12/16 تاريخ القبول: 2021/12/20 تاريخ النشر: 2022/01/23

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى إلقاء الضوء على فلسفة جان بودريار وتوضيح رايه حول ثقافة الاستهلاك التي اجتاحت العالم المعاصر والتي أصبح فيها الاستهلاك بمثابة ثقافة جديدة انتشرت في العالم بأسره بفعل العولمة مع توضيح تأثير هذه الثقافة الجديدة على قيم وأخلاق الانسان المعاصر بصفة خاصة ، حيث اقتضت منّا ضرورة الموضوع التوقف عند تحديد مفهوم الاستهلاك عند الفلاسفة المعاصرين مع تخصيص المفهوم عند جان بودريار ، ثمّ تحديد مكانة القيم وتطوّراتها في ظلّ انتشار ثقافة الاستهلاك وتوضيح التغيّرات التي طرأت على مجال القيم وأخلاق الإنسان في الفترة المعاصرة في ظل هذه الإيديولوجيا المنتشرة من وجهة نظر جان بودريار ، لنخلص الى الواقع الذي يعيشه الانسان المعاصر تحت ظل ثقافة الاستهلاك ، ليختتم المقال بمحاولة الإجابة عن الإشكالية المطروحة وهي تحديد الوضعية القيمية والأخلاقية التي يعيشها الإنسان اليوم في المجتمع الإستهلاكي .

كلمات مفتاحية: الإستهلاك، القيم، الأغراض، الوفرة، جان بودريار.

Abstract:

This article aims to shed light on the philosophy of jean baudrillard , and to clarify his opinion about the culture of

consumption that has swept the contemporary world and in which consumption has become a new culture that has spread throughout the impact of this new culture on the values and morals of contemporary man in particular , where the necessity of the subject required us to stop at defining the concept of consumption according to jean baudrillard , then to determine the status of values and their developments in light of the spread of the culture of consumption let us conclude with reality that modern man lives under the culture of consumerism to conclude the article to answer the problem at hand , which is to determine the value and moral situation that man is living in today in the consumer society .

Keywords: consumption; value; the stuff; abundance; jean baudrillard.

المؤلف المرسل: دحماني فتيحة

1. مقدمة:

يعيش الإنسان في العالم المعاصر نمط اجتماعي جديد يعتبر من مفرزات ما بعد الحداثة سرعان ما تحول إلى ظاهرة اجتاحت العالم بأسره بفعل العولمة ، حيث باتت هذه الظاهرة تهدّد الوجود الإنساني و قيمه وأخلاقه ، و تبتلع خصوصية الفرد وتفكّك البنية الثقافية المتميزة للمجتمعات وهذا النمط يتمثل فيما يسمى بالنزعة الاستهلاكية ثم تحول المجتمع من مجتمع صناعي إلى مجتمع استهلاكي بامتياز ، وأصبحت أهداف الإنسان المعاصرة في امتلاك السلع الاستهلاكية بمختلف أنواعها سواء ضرورية أم ثانوية ، بغرض امتلاكها وحسب ، ممّا جعل الإنسان يقع تحت قبضة المنتجات والأسواق التي تعمل المؤسسات المنتجة على دعم هذه النزعة والترويج لها وتساهم في انتشارها ، كما عملت هذه النزعة على ظهور أنواع جديدة من الحاجات ومن الرغبة في السوق والإعلان

المغري للمنتوجات بمختلف أنواعها ، وتبدّل التوقعات الشرائية وسلوك المستهلك قد أحدث تغييرات في سلوكيات الفرد و في قيمه و أخلاقه وعليه فإنّ الإشكال المطروح هو : كيف ساهمت النزعة الإستهلاكية في التغيير في المنظومة القيمية للإنسان المعاصر من وجهة نظر جان بودريار ؟ وما هي القيم التي يتسم بها المجتمع الاستهلاكي في نظره أو كيف غيّر المجتمع الاستهلاكي في قيم الفرد المعاصر؟

2. مفهوم المجتمع الاستهلاكي عند جان بودريار

يعدّ المجتمع الاستهلاكي من مظاهر التكنولوجيا المعاصرة، الذي بدأ في الدول المتقدمة الغنيّة كتطور طبيعي ، نتيجة لارتفاع مستوى الدخل ، بعد أن أشبع معظم الناس حاجاتهم الأساسية ، و قد ساعد ذلك ضغط الحكومات والمؤسسات الكبرى لفتح أبواب الاقتصاد قبل أن يشبع الحاجات الضرورية لمعظم الناس ، حيث كان الاستهلاك عند " بودريار" بمثابة السمة الرئيسية للمجتمعات الغربية حيث أنّه الاستجابة العالمية التي تركز عليها المنظومة الثقافية بأكملها (السيد، 2018، صفحة ص 276).

1.2 تعريف الاستهلاك عند رواد النظرية النقدية

تعتبر النظرية النقدية بأهم روادها أول من تطرق إلى مشكلة التقنية وأثرها في تكوين مجتمع استهلاكي ، حيث قام رواد هذه النظرية بنقد الحضارة المعاصرة وما توصلت إليه من خلال الأدوات أو التقنية ، والتقنية في نظرهم أدّت إلى تشيؤ الإنسان واغترابه وأنّ هذا راجع إلى النظام الاقتصادي الرأسمالي ، فعلاقات الإنتاج والسوق والرأسمالية هي المسؤولة عن عبادة السلع و صنميتها، التي أضفت على علاقات الناس بالأشياء و ببعضهم البعض طابع السلعة والتأليل .

حيث أنّ الإنسان الحديث استهلك نفسه واستنفذ كل طاقته الخلاقة في الاستهلاك ، بل في استهلاك السلع التافهة وغير ذات الجدوى ، ومردّ هذا أنّه نسي

نفسه وتناسى شروط وجوده الحق ولهذا الأمر وحده دون غيره كان كل من هوركايمر Max Horkheimer (1895م / 1973 م) و أدورنو Theodor Adorno (1903م / 1969 م) يرددان في كتابهما (جدل التنوير) : « كل تشيؤ عبارة عن نسيان » (أدورنو، 2006، صفحة ص 278) فالإنسان في ظل التكنولوجيا نسي نفسه حتى صار شيئاً يقذف به هنا وهناك ، تفعل به المنتوجات والسلع والبضائع ما تشاء، إنه ميت حتى وإن كان ما زال يتفس ، حتى انفصل الإنسان عن ذاته وأصبح مغتربا عنها .

يذهب هربرت ماركيز إلى أنّ المجتمع الصناعي خلق إنسانا مستهلكا سّماه باسم (الإنسان ذي البعد الواحد) بدلا من الإنسان الاستهلاكي ، فالرفاه والفعالية ، افتقاد الحرية في إطار ديمقراطي هو ما يميز الحضارة الصناعية المتقدمة و يشهد على التقدم التقني ، حيث خلق هذا التقدم الصناعي مجتمع قمع وسيطرة عندما قام بقمع المواهب الإنسانية و حال دون تفتحها الحر، حيث يتحكم جهاز الإنتاج في كل شيء على المستوى المادي و الفكري على حدّ سواء ، يبعث الإنسان داخل قوقعة لا مخرج منها تجعله يعيش داخل نوع من النمطية ، مجردا إياه من كل رغبة و طموح في التغيير أو التحرّر ، و الواقع أنّه بذلك جعله يعيش واقعا وهميا متصورا مع الأسف إنّ الواقع الفعلي بقوله : « ... و النتيجة في مثل هذا الحال هي الرفاه في الشقاء . فما الترويج عن النفس ، و اللّهُو ، والعمل والاستهلاك حسب إحياءات الدعاية ، وحسب ما يحبه الآخرون وبغض ما يبغضونه ، إلّا حاجات كاذبة في غالب الأحيان » (ماركيوز، 2004، صفحة 41) فالتقنية في نظر ماركيز حققت للإنسان كل سبل الرفاه و السعادة ولكن طريقة الإنسان في استهلاكها عبر الدعاية و الإعلان انعكست عنه سلبيا وما الحاجات التي يتلقاها الفرد المستهلك سوى حاجات مصطنعة اصطناعا ومفروضة عليه فرضا بفعل إصرار الدعاية والإعلان الكاذب ، فالاستهلاك إذن هو

نتيجة ما توصل إليه المجتمع الصناعي ، فالاستهلاك بهذا المنظور أصبح بمثابة آلية ناجعة للمؤسسات الرأسمالية في عمليات الضبط و التحكم و الرقابة أيضا وأصبح الاستهلاك معمما يبدل قناعات الفرد ورؤيته إلى نفسه وإلى الآخرين و إلى الأشياء بصفة عامة .

و في نفس السياق نجد "أريك فروم" الذي يتبنى نفس الموقف ، و الذي ينتقد الاستهلاك الغربي الذي يقوده مبدأ التبذير ، فهناك في نظره نمطين أو أسلوبين في الحياة هما (التملك والكينونة) ، وهما الطريقتان الأساسيان لخيرة الحياة ، وأن القوة النسبية لأحدهما أو للآخر هي التي تحدد الفوارق بين شخصيات الأفراد ، و الأنماط المختلفة للشخصية الاجتماعية (فروم، الانسان بين المظهر والجوهر، 1989، صفحة 90)

فالتملك كما ينبغي أن يكون حسب "فروم" هي من الوظائف الطبيعية لحياتنا من أجل أن نعيش ، يجب أن نملك الأشياء ، فضلا عن أننا يجب أن نملك أشياء لنستمتع بها (فروم، الانسان بين المظهر والجوهر، 1989، صفحة 29) ، والفارق بين الكينونة و التملك ليس بالضرورة هو الفارق بين الشرق والغرب ، و لكنه بالأحرى الفارق بين مجتمع محوره الأساسي الناس وآخر محوره الأساسي الأشياء ، و ما يميز المجتمع الصناعي الغربي هو التوجه التملكي ، حيث أصبحت شهوة تملك المال الشهرة و السلطة : أصبحت هي الموضوع المسيطر على الحياة (فروم، الانسان بين المظهر والجوهر، 1989، صفحة 33)

والاستهلاك في نظر " فروم" هو أحد أشكال التملك ، وربما هو أكثرها أهمية في مجتمعات الوفرة الصناعية المعاصرة ، و هو عملية لها سمات متناقضة : فالاستهلاك عملية تخفف القلق لأن ما يمتلكه الإنسان خلالها لا يمكن انتزاعه ، و لكن العملية تدفع الإنسان إلى مزيد من الاستهلاك ، لأن كل استهلاك سابق سرعان ما يفقد تأثيره الإشباعي ، وهكذا فإن هوية المستهلك

المعاصر تتلخص في الصيغة الآتية : « أنا موجود بقدرما أملك وما أستهلك » (فروم، الانسان بين المظهر والجوهر، 1989، صفحة 40).

ومن بين الفلاسفة الذين وجهوا النقد للمجتمع الاستهلاكي و إعطاءه مفهوم جديد نجد الفيلسوف البولندي زيغمونت باومان والذي أعطى اهتماما كبيرا لمفهوم الاستهلاك في كتاباته منها كتاب (الحدائثة السائلة) حيث يرى أن العالم اليوم و بالتحديد العالم المعاصر يعيش حالة من الإفراط في مجال الاستهلاك يقول في ذلك : « إننا بحاجة إلى أن نتحرّر من مجتمع يطور حاجتنا المادية إلى حد بعيد ليوصل بضائعة إلى قطاع ضخم ومتزايد من السكان » (باومان، 2016، صفحة 58) فالإنسان أصبح يعاني من إفراط في الاستهلاك وإفراط في المتعة .

فظاهرة الاستهلاك أصبحت بمثابة موضوعة العصر حيث خلقت انتماءً جديدا يحدّد الهوية الفردية مستبعدة بذلك المعنى القديم لها ، وراحت تحدد كينونة الفرد ووجوده وتمنحه تفوقا و تميزا اجتماعيا بقدر ما يستهلك مفرزة شخصية كسولة لا مبالية لا تكثرث بما يحصل من حولها بقدر ما يهتمها ما يتم انتاجه من سلع جاهزة فائقة القدمة، حيث أصبح ما يحدّد الحرية الفردية في المجتمع الاستهلاكي هو المشاركة في التبعة الاستهلاكية بما أنّها تنحصر في وفرة الاختيارات الاستهلاكية (باومان، 2016، صفحة 146).

وعليه فإن كثرة المنتجات وتنوعها وسهولة تسويقها وسرعتها ، أدّى إلى التأثير في تحديث آليات و تقنيات البيع بما يناسب هذا التطور الهائل في حركة البيع والشراء والاستهلاك، ممّا أدّى إلى إيقاظ حاجات جديدة تعمل على تحريك الجمهور اتجاهها تتناسب مع السلع المعروضة عن طريق الإشهار و الإعلان ، وبذلك أصبح الاستهلاك في تضخم كبير يسير وفق تطور هائل دون توقف .

2.2 تعريف المجتمع الاستهلاكي عند جان بودريار

عمل "جان بودريار" كغيره من السوسيولوجيين السابق ذكرهم على تحليل فكرة الاستهلاك ، و ذلك من خلال نقده للمجتمع المعاصر في عديد من مؤلفاته منها (مرآة الإنتاج – *Le miroir de la production*) 1973 ، (التبادل الرمزي و الموت – *L'échange Symbolic et la mort*) 1976 ، و (مجتمع الاستهلاك – *La société de consommation*) 1970 ، و في هذا الأخير قدّم نقدا لاذعاً للمجتمع الغربي المعاصر ، الأمريكي بصفة خاصة ، و الذي تحولت قيمه من قيم الليبرالية إلى واقع يقوم على معايير استهلاكية تحكمه مؤسسات الدعاية و الاتصال بمنطق يعمل على إلغاء الحياة الفعلية للأفراد ليحلّ محلّه مجتمع الاستهلاك .

و يحلّ بودريار مجتمعاتنا الغربية المعاصرة ، و من ضمنها مجتمع الولايات المتحدة ، و ينصب هذا التحليل على ظاهرة استهلاك الأغراض قائلا : « لابدّ من القول ، منذ البداية ، بوضوح أنّ الاستهلاك هو نمط علائقي فعال (ليس نمط علاقات بالأغراض و حسب بل بالجماعة و بالعالم) ، نمط فعالية مبرمجة وردّ إجمالي يتأسّس عليه كل نظامنا الثقافي » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 05) و عليه فإنّ بودريار يؤكد على النزعة الاستهلاكية التي يتسم بها المجتمع المعاصر، كما يؤكد على خطرها في تغيير القيم وتأثيرها في مناحي الحياة كلّها فيصف هذا العالم المعاصر بعصر استهلاك الأغراض لقوله : « إنّنا نعيش في عصر الأغراض : أعني أنّنا نعيش على إيقاعها و بمقتضى تعاقبها المتواصل ، فنحن الذين نشهد ولادتها اليوم ، نشهد اكتمالها و موتها » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 10/09) فنحن نعيش في ظل عالم استهلاكي يسير الفرد فيه وفق نموذج المنتجات الاستهلاكية ، ووفقا لنطها و تعاقبها الزمني والمكاني .

وعصر الاستهلاك في نظر "بودريار" يعتبر بمثابة المآل التاريخي لكل مسار الإنتاجية المتصاعدة تحت برج الرأسمالية ، وهي أيضا عصر الارتهان الجذري ، فقد شاع في عصر السلطة وعمّ ، إذ أنه يسير اليوم سيرورات العمل والمنتوجات المادية مثلما يسير الثقافة بأسرها والحياة الجنسية والعلاقات الإنسانية ، وصولا إلى الاستهجمات و النزوات الفردية (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 257) وعليه فإن النموذج الاستهلاكي طغى على جميع المجالات الإنسانية وأصبح ضرورة حتمية يعيش بها الفرد المعاصر.

فالإنسان المعاصر تبدّل نمط حياته ، حيث كانت المجتمعات القديمة تنتج أساطيرها لتؤمّن التحكم بأفرادها ، و تحقق توازناتها في الداخل ، و مع الخارج ، بينما الفرد المعاصر اليوم و في المجتمع الاستهلاكي يتحوّل إلى أسطورة ، ولهذا فهو ليس بحاجة إلى إنتاج الأساطير حسب ما يؤكد "بودريار" : « فكل الوظائف والحاجات قد وضعت و استعملت لأغراض الريح و حسب ، بل أيضا بالمعنى الأعمق ، حيث تمسح كل شيء ، أي تبرمج و تدوزن في خيلات ، في علامات ، في نماذج قابلة للاستهلاك » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 258/257) فالاستهلاك في نظر "بودريار" يعمل لأغراض ربح تعود على النظام الرأسمالي ، كما يعمل الاستهلاك على تنميّط حياة الأفراد و تعميمها في قالب ثقافي و اجتماعي واحد وهذا ما تسعى إليه العولمة.

فالاستهلاك أصبح بمثابة الأسطورة في نظر "بودريار" حيث حلّت الوفرة في كل مكان و في كل شيء و لم يعد الإنسان بحاجة إلى شيء ، فهو يبتاع كل ما يحتاج إليه و في أي وقت دون انقطاع يقول في ذلك : « إن الاستهلاك أسطورة ، أي أنّه حديث المجتمع المعاصر عن نفسه » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 260) ، والمجتمع الاستهلاكي يقصر حياة الفرد بالمظاهر السطحية الخادعة و الزائفة من خلال الوفرة حيث أصبح الفرد يتوهم على أنّه

قادر على امتلاك كل شيء ويصل إلى الرفاهية والرقى ولكّنه في الحقيقة لا تزيده إلا بؤسا لقوله: « حَلَّت الوفرة البحتة محل الشيطان الذي كان يجلب الذهب والثروة (مقابل النفس) . وحل عقد الوفرة محل الصفقة مع الشيطان ... بل كان يجري التوهّم بأنّه موجود . وكذلك ، الوفرة لم توجد . لكنّها تكتفي بالتوهيم أنّها موجودة ، حتى تكون أسطورة فعّالة . » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 260) فالاستهلاك أصبح بمثابة الأسطورة التي تحققت للفرد المعاصر عن طريق توفير كل ما يريده وكل ما يشتهيهِ الفرد من أجل حياة يسيرة تقوم على البذخ والرفاه. فالمجتمع المعاصر إذن هو مجتمع استهلاكي بامتياز يقول "بودريار": « الواقع الموضوعي الوحيد للاستهلاك هو فكرة الاستهلاك ، فكرة التصرُّو الفكري والعقلي ، والمستأنف بلا حدود في الخطاب اليومي و الخطاب الفكري ... إنّ مجتمعا يفتكر نفسه ويحدّثها كأنّه مجتمع استهلاكي ، و هو على الأقل بقدر ما يستهلك إنّما يستهلك نفسه كمجتمع استهلاكي . في فكرة . و الإعلان هو نشيد هذه الفكرة » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 261/260)

فالمجتمع الاستهلاكي يتجسّد من خلال فكرة الإعلان عند "بودريار" و الذي يعتبر بمثابة المروّج الأساسي لمفهوم الوفرة فالإعلان هو العنوان الأساس للمجتمع الاستهلاكي ، حيث به تروّج كل المنتجات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية « إنّ الصورة الخلابة للوفرة » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 222) فالإعلان بمثابة الخدمة الاجتماعية ، و التي تقدّم كل المنتجات بوصفها خدمات ، و توضع على المسرح كل المسارات الاقتصادية ، حيث يعاد تأويلها بوصفها من أثار العطاء والولاء الشخصي والعلاقة الحميمية (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 222) وعليه فالإعلان بمثابة الصورة التي تعكس

مجتمع الوفرة أو ما يسمى بالمجتمع الاستهلاكي وهذا ما يجسده "بودريار" من خلال دراسته حول تأثير وسائل الإعلام في القيم .

فالاستهلاك في نظر "بودريار" يمكن تلخيصه في الحكاية التي قصها في كتابه (المجتمع الاستهلاكي) " ذات يوم كان هناك إنسان يعيش في الندرة . و بعد مغامرات كثيرة ورحلة طويلة عبر العالم عبر العلم الاقتصادي ، صادف مجتمع الوفرة تزوجا وأنجبا كثيرا من الحاجات » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 76) وعليه فإنّ إنتاج الحاجات و السلع تعد من ابرز ميزات المجتمع المعاصر ، فقد وجدت ثقافة الاستهلاك من جراء اتساع السلع بحيث أصبح غرض الإنتاج هو الاستهلاك و التوسيع في الإنتاج الرأسمالي ، و هذا ما استدعى إلى ضرورة بناء أسواق جديدة و محلات كبرى عالمية تتسع لكل السلع الجديدة ، وهذه الأخيرة أدت إلى زرع ثقافة استهلاكية لدى الجماهير عن طريق وسائل الإعلام والإعلانات و هذه الثقافة حولت الأفراد إلى جماهير استهلاكية.

وعلى ضوء المجتمع الاستهلاكي الذي توصل إليه العالم المعاصر تغيّرت فيه العديد من المفاهيم و العادات و أصبح الإنسان يحرف على فكرة الاستهلاك والإنفاق أكثر و شراء سلع مختلفة ولو بالتقسيط لا بهدف سد حاجاته الأساسية و إنّما بغرض إشباع رغباتهم في التملك و تحويلهم إلى أفراد استهلاكيين في هذا الصدد يقول "بودريار" : « إنّ الاستهلاك لا يفكك الوقاحة الاجتماعية ... من خلال إغراق الأفراد في الرفاه و الاشباع و المكانة المرموقة ، بل على العكس من خلال ترويضهم على نظام القاعدة اللاواعي ، و من خلال التعاون التنافسي على هذه القاعدة » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 113) واستنادا على هذا القول ينتقد "جان بودريار" المجتمع الاستهلاكي بكل قيمه و كل خصائصه و مفاهيمه . على اعتبار أنّه أصبح أي المجتمع الاستهلاكي يقصر حياة

الفرد بالسطحية و الخداع و الزيف ، كما أنه أصبح يؤثر تأثيراً سلبياً على قيم الفرد المعاصر في مختلف المجالات .

3 . القيم في المجتمع الاستهلاكي من منظور جان بودريار :

يعمل الاستهلاك على نشر العديد من المخاطر و السلبيات على قيم الفرد حيث أصبح الاستهلاك بمثابة الإيديولوجية التي تتحكم في سلوكيات الأفراد في جميع المجالات يقول "بودريار" : « إنّ الاستهلاك ، بوصفه أسطورة قبلية جديدة، صار أخلاق عالمنا الحالي ، و هو يوشك أن يحطم كل أسس الكائن البشري ، أي التوازن الذي أقامه الفكر الأوروبي منذ اليونان ، بين الجذور الأسطورية و عالم العقل » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 06) فالاستهلاك يشكل خطراً كبيراً على قيم الفرد ليس هذا فحسب بل أصبح بمثابة أخلاق الفرد في حدّ ذاته .

فالاستهلاك يعمل على عزل الأفراد عن بعضهم البعض كما يفقدهم الحسّ الاجتماعي التشاركي :« إنّ عقلية التخلص من الأشياء تتكون لدينا لتتلاءم مع منتجاتنا السريعة الاستهلاك ، هذه العقلية تخلق ، من بين أشياء أخرى ، مجموعة من القيم المعبرة عن تغيير جذري في النظرة إلى الملكية . ولكن انتشار الاستبدالية في المجتمع يتضمن أيضاً تقاصراً في علاقة الإنسان بالأشياء ، فبدلاً من أن نظل مرتبطين بشيء واحد لمدة طويلة نسبياً فإننا بدلاً من ذلك ترتبط بمدد قصيرة بعدد متتابع من الأشياء البديلة له » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 07) وهذا يدلّ على أنّ الاستهلاك يؤدي إلى تغيير مفهوم القيم ومعناها مما أدّى إلى ظهور قيم استهلاكية جديدة خالية من المعنى ومن المضمون ، وعليه يعمل المجتمع الاستهلاكي على تسريع عمليات إنتاج السلع والبضائع ممّا أدّى إلى ضرورة تأقلم الفرد مع كل ما هو جديد و جاهز للاستعمال وقابل للزوال وهذا بدوره خلق أنماطاً جديدة من السلوكيات البشرية . فالغرض

الاستهلاكي أني سريع الاستهلاك والزوال والأمر الذي يفقده قيمته يقول "بودريار" :
« إنّ منطق الاستهلاك يتحدّد بوصفه تلاعبا بعلامات وإشارات و تغيب منها
القيم الإبداعية الرمزية والعلاقة الرمزية الباطنية : فهي كلها في حالة تخارج ،
إنّ الغرض يفقد غائيته الموضوعية ، يفقد وظيفته ، و يغدو حلا لتركيب
تناقض أوسع بكثير ، لمجموعة أغراض تكون قيمتها هي علاقتها ناهيك بأنّه
يفقد معناه الرمزي ، موقعه التجسيمي الألفي و ينزع إلى استنفاذ ذاته في
خطاب مضموني » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 146) فالفرد
أصبح يقتني ما هو فائض عن حاجته و يلبي حاجات السوق و ذلك بسبب التعدد
الهائل و المتنوع للأغراض و المنتجات الاستهلاكية .

فالفرد في المجتمع الاستهلاكي يسير وفق نموذج الأغراض و المنتجات و يسير
وفق الموضة و كل ما هو جديد حتى يكون في نظر الفرد المعاصر مواطنا حقيقيا
يقول بودريار : « يجب على كل فرد أن يكون مطلّعا ، و أن يتكيّف سنويا ،
شهرياً فصليا ، من حيث ملابسه و أغراضه و سيارته و إذا لم يقدّم بذلك ، لا
يكون مواطنا حقيقيا في المجتمع الاستهلاكي » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي،
1995، صفحة 125) ، فالإنسان يجب أن يواكب التغيرات الحاصلة في النمط
الاستهلاكي و أن يكون على اطلاع دائم بكل ما هو جديد و كل ما هو منتشر في
الأسواق ، و عليه يؤكّد "بودريار" على دور المجتمع الاستهلاكي في التأثير على القيم
و سلوكات الفرد و أسلوب حياته و تفكيره ، فالمجتمع الاستهلاكي أصبح يعزل و يميز
بين الأفراد و يوحدهم في رمز إنتاجي واحد و لكن مع ذلك لا يساهم في خلق
تضامن جامعي يقول بودريار : « إنّ الغرض الاستهلاكي يعزل عندئذ يبلور الغرض
الاستهلاكي تمرتبا للمراكز أو المناصب : فهو ان لم يعد يعزل ، فإنّه يميّز ، يربط
المستهلكين ربطا جماعيا براموز ، دون أن يؤدي مع ذلك إلى تضامن جماعي »

(بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 101) فالاستهلاك يعمل على خلق الفروقات و الطبقة بين أفراد المجتمع .

فالاستهلاك يقوم على فكرة التعميم و توحيد كل الناس في قالب قيمي واحد وفق منظومة أيديولوجية تعمل على إكراه اجتماعي غير واع يقول بودريار : « إنّ الاستهلاك منظومة توفر تراتب العلامات و اندماج الجماعة : و هو تاليا أخلاقيا (منظومة قيم أيديولوجية) و جهاز اتصال و بنية تبادل ... على هذا الأساس ، و على كون هذه الوظيفة الاجتماعية و هذه المنظومة البنوية تتجاوزان كثيرا الأفراد و تفرضان عليهم وفقا لإكراه اجتماعي غير واعى » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 90) فهو يفرض قيم و سلوكات جديدة على الفرد وفق إكراه اجتماعي لا يعيه الفرد بل يذهب فقط إلى إشباع حاجاته و تحقيق رغباته و ذلك باقتناؤه للكماليات من أجل إشباع رغباته .

كما يتحدث "بودريار" عن معاصرة المتعة و نفها في ظل الاستهلاك إذ يفقد الفرد ، على عكس ما يظن استقلاله « ليدخل في نظام معمم من تبادل و إنتاج قيم مرمّزة ، حيث يكون كل المستهلكين مضمنين فيه ، طرديا ، و على الرغم منهم ، بهذا المعنى الاستهلاك نظام دلالات ، مثل اللغة ، أو مثل نظام القرباة في المجتمع البدائي » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 90/91) ، فالاستهلاك يعمل على نشر القيم السلبية و المتمثلة في التبذير والإسراف حيث يعرف بودريار الإستهلاك من خلال هذه القيم السلبية بقوله : « في هذا الأفق يرتسم تعريف الاستهلاك بوصفه إتلافا أي تبذيرا إنتاجيا ، و هو أفق معاكس لأفق الاقتصاد القائم على الضرورة ، و التراكم و الحساب ، حيث يقدم النافل على الضروري ، و حيث يسبق الإنفاق بقيمة التراكم و التملك » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 38) و بالتالي فإنّ التبذير والإسراف من أهم معاني الاستهلاك ، فقد يتطلب الاستهلاك تراكما في الإنتاج من أجل التغلب على

الندرة لتلبية الحاجات الاستهلاكية ، و عندما تساعد الحاجات على تحقيق السعادة تصبح الأحلام وال رغبات مرتبطة بالصور الثقافية الاستهلاكية المتمثلة في الإفراط والإسراف والتبذير والفوضى والعنف ... وغيرها .

كما يبحث " جان بودريار " في أساليب استخدام السلع و دلالتها و دورها في تحديد العلاقات الاجتماعية ، حيث استطاع الاستهلاك أن يقضي على العديد من الروابط الاجتماعية ، حيث أصبح الإنسان يستهلك العديد من السلع لأجل تمضية وقت الفراغ فقط كالهدايا والأشياء الموروثة من المشاهير... لقوله : « نحن نعيش داخل شكل من نزع الحيوية عن روابط القوة و الروابط الاجتماعية لمصلحة واجهة افتراضية و أدائية جماعية متغلغلة ، و ذلك على ملتقى كافة التدفقات المضاربة ، تدفق الوظيفة و رؤوس الأموال و تدفق المعلومة » (بودريار، التبادل المستحيل، 2013، صفحة 33) و هذا يدل على ارتباط رمزية السلع مع طرق استغلالها من قبل الفرد ممّا يؤدي إلى هدم الحدود الاجتماعية والعلاقات القديمة بين الأفراد والأشياء ، فالفرد أصبح يتفرد على غيره بما يملك من سلع و أموال و معلومات لا و يتميز عن غيره من خلالها ، فقيمة الفرد إذن أصبح بما يملك لا بما لديه من حاجات أولية تشبع حاجاته .

ويلعب الجسد دورا في مهما في المجتمع الاستهلاكي حسب بودريار حيث يرى بأنه بمثابة عنصر رئيسي في الاستهلاك على خلاف الأغراض و السلع و الحاجات لقوله : « في العدة الاستهلاكية هناك شيء أجمل و أثنى وأبهى من كل الأغراض ..و أغنى بالتضمين من السيارة التي تختصر الأغراض كلها : إنّه الجسد » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 168) فسوسيولوجية الجسد تؤكد على قوة حضوره في كل حالات التواصل الإنساني ، حيث يشكل الجسد في المجتمع الاستهلاكي دورا مهما في ترويج كل ما هو استهلاكي ، حيث له حضور كليّ في هذا الميدان ، ميدان الإعلان لقوله : « إنّ حضوره الكلي في كل

الإعلانات و الأزياء و الثقافة الجماهيرية ، طقوس الصحة و الحمية و العلاج التي تحيط به ، و هجاس الشباب و الأناقة و الرجولة / الأنوثة ، و العناية و الحميات و ما يتعلق بها من ممارسات قربانية ، و ما يعلفها من أسطورة اللذة – إنَّ ذلك كله يشهد اليوم على أنَّ الجسد قد صار موضوع خلاص ، فقد حلَّ حرفيا محلَّ النفس على صعيد هذه الوظيفة الأخلاقية و الإيديولوجية « (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 168) وبالتالي فإن ما يتعلق بالجسد خاصة في مجال الأزياء مثلا و ما يرتديه الناس من لباس للجسد يحيلنا إلى فكرة أخرى اشتهر بها المجتمع الاستهلاكي ممَّا أثَّرت أيضا في قيمه و في سلوكاته ألا وهي تأثير الموضة .

فالمجتمع الاستهلاكي يفرض على الفرد اللحاق بالموضة ، و بكل ما هو جديد بشكل قسري و إجباري يلغي دور النقد و التفكير الاختياري و الرغبة . و هذا ما أدَّى إلى تجريد الإنسان من أهم قيمتين ألا وهما قيمتي التفرد و الحرية . وعليه فإن فكرة الموضة عملت على حصر كل القيم الإنسانية في قيمة واحدة وهي التسارع و التماشي مع كل ما هو جديد بعيدا عن كل ما هو أخلاقي أو ديني فأصبحت بذلك أخلاقية الجمال من أخلاقية الموضة . فكل ما هو جديد فهو جميل و أخلاقي يؤكد ذلك "بودريار" : « إنَّ أخلاقية الجمال ، هي بالذات أخلاقية الموضة ، يمكن تحديدها بوصفها حصر كل القيم العينية (القيم الاستعمالية) للجسد (القيم الطوقية و الحركية و الجنسية) في (قيمة تبادلية) وظيفة واحدة ، تختصرُ وحدها في تجريدها ، فكرة الجسد المجيد ، المكتمل ، فكرة الرغبة و المتعة ، و هي بذلك طبعا تنفمها و تنساها في واقعها » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 174) وبالتالي فإن المجتمع الاستهلاكي و من خلال دور الإعلانات في نشر و تعزيز الموضة و تحويل القيم السابقة ، حيث أصبحت تهتم بالجسد لا بوصفه قيمة خاصة للإنسان ، و إنما بوصفه سلعة

قابلية للعرض و التسويق تنفي منه أي قيمة إنسانية و تحوله الى مجرد شيء من الأشياء أو غرض أو سلعة يمكن عرضها و بيعها لتحقيق غرض استهلاكي آنّي ، مجرد فكرة الجسد بكونها فكرة مجيدة و أمر كمالّي بالنسبة للإنسان كما يزيل عنه أي قيمة معروفة عنه بمعنى أن المجتمع الاستهلاكي قام بتشويه الجسد .

فالاستهلاك عمل على التلاعب بالجسد كقيمة ، و هذا ما يدل على تدني مستوى القيم ، و تلاعب الإعلانات بها ، دون اعتبار لأي ضوابط أخلاقية ، و هذا ما أكّده " بودريار " حول تحليله للنموذج الذكري و الأنثوي في مجال الاستهلاك مؤكداً على أن الإعلانات تقوم على تفكيك فكرة الجسد و تجريده من كل القيم و الضوابط الأخلاقية و أنّ الجسد أصبح مجرد أداة يستخدمها المجتمع الاستهلاكي في عرض نماذجه ، ممّا أدى إلى الخلط بين النموذجين الذكري و الأنثوي بل يتعدى الأمر إلى ظهور نموذج ثالث خنثوي يؤكد ذلك من خلال قوله : « ظهور الإعلانات ذات النزعة إلى التعري (Publicis) ، الذي طبع بطابعه ذروة العدوى . ولكنّه مع ذلك لم يبدّل شيئاً من النماذج المتميزة و المتنازعة ، ولكنّه أظهر بوجه خاص نموذج (ثالث) ، خنثوي مرتبط في كل الإعلانات بظهور المراهقة و الشباب ، نموذج مختلط و نرجسي ، لكنّه أقرب إلى النموذج الأنثوي الفاتن ، منه إلى النموذج الذكري المتطلب » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 119) فالاستهلاك وعن طريق الإعلام أصبح يتلاعب بالجسد كقيمة ، حيث حوّله من موضوع للرغبة إلى وظيفة تختلف فيها الموضة بالشبقية ما أدّى إلى ظهور نموذج جنسي ثالث .

كما أن الاستهلاك يؤثر في مجال الفن ، حيث تغيرت قيم الفن عما سبق ، حيث لجأ الكثير من الفنانين إلى الفن الاستهلاكي الرائج في الأسواق بهدف الحصول على ربح أسرع و انتشار أوسع يتناسب مع الموضة و الأذواق المعاصرة ، حيث أن خطاب الفن في نظر " بودريار " كغيره من الخطابات في ظل النزعة الاستهلاكية فقد

قيمته و فقد أهميته و غايته الأخلاقية التي يتميز بها ، "فبودريار" يحلل كيف أن خطاب الفن فقد قيمته في المجتمع الاستهلاكي من خلال مقارنته لتحليله لفكرة الأغراض ، فكما فقدت الأغراض قيمتها فقد الفن بدوره قيمته يؤكد ذلك من خلال قوله : «...فالأغراض بعدما اضطلعت في كل الفن التقليدي بأدوار المشخصات الرمزية و التزينية توقفت في القرن العشرين عن التأثير على القيم الأخلاقية و النفسانية » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 146) ومن هنا يطرح "بودريار" نقده للفن الجديد ، متخذا فن البوب كنموذج في جديد يلغي أي إشارة إلى القيم الأخلاقية وعدّه بالفن الساذج و التافه لقوله : « يرمي البوب إلى أن يكون فن التفاهة » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 151) فهو لا يحوي أي قيمة سواء كانت أخلاقية أو جمالية ، وإنما يساير فقط النمط الرائج في الأسواق و هو عبارة عن فن استهلاكي ساذج و مبتذل .

فالفن عند "بودريار" دخل في حلقة مفرغة من القيم و الأخلاق و المعنى ، وليس هو فحسب بل أدى هذا إلى تفاهة كل المجالات الإنسانية لقوله : « لقد دخل الفن في السيرة العامة لتواطئه مع الخواء ، و ليس الفن هو المعنى الوحيد بهذا الأمر ، إذ تحصد السياسة و الاقتصاد و الأحلام فوائد كبرى من التواطئ مع المستهلكين على التكيف مع التفاهة » (بودريار، الفكر الجذري، 2006، صفحة 34) وعليه ينهي "بودريار" إلى أن وسائل الإعلام لها الدور الكبير في الترويج للمجتمع الاستهلاكي في شتى المجالات ، حيث لها الدور الكبير في التأثير في المجتمع و القيم ، فالإعلام المرئي بصفة خاصة يعمل على صناعة المتعة والترفيه وفقا للنزعة الاستهلاكية حيث يقوم بقبولة القيم تبعا للنمط الاستهلاكي . و بالتالي فإن "بودريار" يربط بين الصورة و الاستهلاك ، فقد أصبح ما يحتاجه الإنسان في المجتمع المعاصر لا تحدده احتياجاته الخاصة ، وإنما الصورة

و الدعاية و الإعلان ، كانت الحاجة الإنسانية هي الدافع لابتكار وسائل إشباعها ، لكن في المجتمع الرأسمالي يتم خلق حاجات وهمية للإنسان ، و تتحول هذه الحاجات لمرور الوقت إلى حاجات أساسية ، و يعمل الإعلان على إقناع الناس بأمور تافهة هو يستعين في ذلك بأساليب البحث النفسي ليبث في الناس اقتناعا زائفا بأن قيمتهم في المجتمع يحددها نوع المنتج الذي يستخدمونه (الدين، 2013، صفحة 252) فخطاب المجتمع الاستهلاكي هو خطاب مادم للوفرة ، يعمل على تنميط الأفراد في قالب قيمي واحد ، حيث ضاعت القيم لصالح سلوكيات الفرد اليومية.

كما أنّ المجتمع الاستهلاكي تحت وطأة النظام الرأسمالي عمل على تعزيز الشعور بالغربة ، حيث صنع المجتمع الاستهلاكي فردا يخضع لنظام لا علاقة له به ، حيث حوّل الفرد إلى مجرد غرض أو أحد الأشياء التي تحقق أهدافه وأغراضه، فتحوّل الفرد من سيد إلى خادم ، ويفقده إحساسه بذاته ، ويشعر بأنّه غريب عن هذا العالم يقول " إيريك فروم" : « كانت المشكلة قبل مائة عام في أننا لم ننتج من أجل الاستخدام بل من أجل الفائدة ... اليوم لم تعد المشكلة مشكلة إنتاج من أجل الفائدة بل إنتاج من أجل ذاته » (فروم، مساهمة في علوم الانسان، 2013، صفحة 54)

فالمجتمع المعاصر أصبح يعاني من أزمة عبادة الإنتاج و تأليهه و تقديسه بطريقة غير عقلانية ، حيث أصبح الإنتاج من أجل الإنتاج ، أي أصبح الإنتاج عبارة عن آلة فهو غاية في ذاته ، وهو عبثي ، ينتج الإنسان ما لا يحتاجه ، ففي زمن مضى كان الإنسان يطمح إلى تحقيق الفائدة والنهوض بالمجتمع السوي وقد كان الهدف الأساسي للإنتاج هو الاستفادة من قدرات و فعاليات الإنسان ، و ما إن فتى الإنسان على هذا حتى وجد نفسه يعيد الإنتاج ، و الأمر نفسه بالنسبة للاستهلاك فقد أصبحت المجتمعات تقتني ما لا حاجة لها به يقول اريك فروم : «

نحن مسحورون بفكرة شراء الأشياء بدون مرجعية كبيرة إلى مقدار فائدها» (فروم، مساهمة في علوم الانسان، 2013، صفحة 54) فالمجتمع اليوم أصبحت أفرادها مهووسة بالشراء حتى ولو كانت تملك الشيء ، فلو عرض عليها في قالب جديد لاقتنته ، رغم امتلاكه له ، و عليه فالإنسان أصبح لا يشعر بالمتعة عند اقتنائه شيئا أو غرضا جديدا ، ذلك أنّ الإنسان لم تعد تواجهه أي صعوبة في الاقتناء ، فهو أصبح يحصل على أي شيء جديد يريده في أسرع وقت ممكن ، ولم يعد يرضى بأساسيات الحياة بل توجه إلى الكماليات التي هو في غنى عنها . فأصبح يغير ممتلكاته في الوقت الذي يشاء ، فكلما امتلك ازداد جشعه وطمعه في الحصول على أكبر قدر من الممتلكات و ذلك لتحقيق الرفاه و الرخاء وبهذا يصبح الإنسان في ظلّ هذا الرخاء مغتريا .

فالاغتراب أصبح بمثابة القيمة الجديدة التي يتسم بها المجتمع الاستهلاكي يقول "بودريار": « إنّ العالم قد صار كثيف ، و أنّ أعمالنا تنأى عنا..وعندها نكون بلا أفق ، بلا نظرة إلى ذواتنا .. إنني أغدو آخر بالنسبة إلى نفسي ، وأصبح مرتبنا ، متغربا » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 254) وعليه فالإنسان في ظل الإنتاج الواسع حيث أصبح العالم كثيف في كل شيء و في كل المجالات أصبح الفرد فيه حبيس الإنتاج و الاستهلاك معا، فالمؤسسات الإنتاجية تسير على مبدأ أنّ كل ما يريده المستهلك ويطمح إليه ينبغي تقبله تقبلا أعمى نظرا لكثافة الإنتاج ووفرته وكذلك المؤسسات أصبحت تنتج ما لا حاجة للإنسان به ، فالإنسان المعاصر أصابه مرض الاستهلاك اللاعقلاني ، ممّا جعله ينظر إلى نفسه نظرة سلبية بعيدة عن ذاته ، وهذا ما جعله يصبح يشعر بالغرابة غربة بلا وعي . و في هذا السياق يؤكد " فروم " أن الإنسان في ظل الإنتاج و الاستهلاك مغترب لقوله : « أصبح الإنسان يتحدى المؤسسة لكي تستجيب لهذا التحدي ،

وأن المديرين ، وكذلك المستهلكين هم جزء من نفس النظام المغترب » (فروم، ثورة الامل، 1973، صفحة 188)

و بالتالي فإن الفرد في المجتمع الاستهلاكي لا يتفاعل مع الواقع العملي بوصفه إنسانا ذا قيم إنسانية ، بل بوصفه ذلك التجريد المغترب عن طبيعته الحقيقية ، فتحول من كائن بشري ذو أحاسيس إلى كائن بلا ذات ، وكأنه آلة أو شيء أو جماد مجرد من كل الأحاسيس يقول "فروم" : « وكأن الاغتراب يعني أن الإنسان يضيع ، و يكف عن عيش ذاته كمركز لنشاطه ... إن الإنسان لا يساوي شيئا فقط ، إنه ليس شيئا ، لأنه محكوم من طرف الأشياء التي خلقها هو نفسه ، يريد الإنسان أن يعرف كل شيء و الإنسان محكوم من طرف الأشياء التي صنعتها يدها ، وقد أصبح الإنسان نفسه شيئا ، إنه لا يساوي شيئا ، لكنه يشعر بأنه كبير عندما يشعر أنه متحد مع الدولة ، مع الإنتاج ، مع العمل ، إنه ليس شيئا ، لكنه يعتقد أنه كل شيء » (فروم، الانسان المسلب وآفاق تحرره، 2003، صفحة 50)

ومنه فإنّ الإنسان المعاصر أصبح يشعر بالإستيلاب و الغربة ، وكأنه تحول إلى آلة مشابهة للآلات التي اخترعها ، بل أصبح تحت سيطرة الآلة التي اخترعها ، وأصبح شيئا كغيره من الأشياء الأخرى . وهذا ما جعل "بودريار" يتحدث أيضا حول تشيؤ الأفراد ما أدى إلى إحداث فراغ في القيم الإنسانية لقوله : « إننا نعرف أن الغرض ليس شيئا ، و أن وراءه ينعقد فراغ العلاقات الإنسانية ، و يقوم الرسم الأجوف للحراك الهائل للقوى الإنتاجية و الاجتماعية التي تتقاطر للتشيؤ فيه » (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 265/264)

فالإنسان في نظر "بودريار" فقد معنى وجوده في ظل المجتمع الاستهلاكي ، وإندمج فيما يخترعه ، فبدلا من الارتقاء والسمو باتجاه القيم العليا ، أصبح الإنسان يهبط باتجاه المادية مما أفقد القيم التي تعمل على دمج العلاقات

الانسانية ، كما أفقده مميزات التي تميزه ككائن عاقل وواعي ويظهر التشيؤ والاغتراب التي تسعى القوى الإنتاجية و الاجتماعية لتحقيقه ، فيغترب الإنسان عن ذاته ويتحول إلى مجرد شيء كباقي الأشياء التي اخترعها وصنعها هو بيده .

فالاستهلاك إذن أصبح بمثابة أخلاق وإيديولوجية الإنسان المعاصر ، حيث تسيطر قيمه على قيم الفرد وسلوكاته في جميع نواحي الحياة يقول " بودريار " :
لقد وصلنا إلى النقطة التي يحيط فيها الاستهلاك بكل شيء ، بكل الحياة ، حيث تتسلسل كل النشاطات طبقا لنمط تركيبي واحد « (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 14) فالاستهلاك إذن يعمل على قولبة العالم في نمط عالمي واحد يحوي قيما وأخلاقا عالمية ، فهو يعتمد على كل جوانب الحياة المختلفة في الفن و السياسة والأخلاق و القيم .

ويمكن القول أن المعايير و القيم تعرضت لخلخلة فادحة ، و كل ما حدث هو تفويض لممكنات التغيير بعدما أنتزعت من الثقافة بُعدها السالب ، و بعدما أقصى المثقف النقدي ، و أُدمج في آلية النظام القائم ، و هذا ما أكدته "ماركيوز" على أن العناصر المعارضة ، و المتغربة ، و المتعالية التي كانت الثقافة الرفيعة تشكل بفضلها بعدا آخر للواقع ، هي في سبيلها إلى الزوال ، و تصفية الثقافة ثنائية البعد لا تتم إلا عن طريق نفي القيم الثقافية و اطراحها بل عن طريق دمجها بالنظام القائم ، و عن طريق إعادة إنتاجها و توزيعها على نطاق واسع (ماركيوز، 2004، صفحة 92)

و هذا ما جعل "بودريار" رغم انتقاده للمجتمع الاستهلاكي ، إلى اعتبار الاستهلاك بمثابة وضع جديد على الإنسان أن يتقبله و أن يتماشى مع معايير و قيمه شيء مختلف عما سبق ، و على الفرد أن يكرس نفسه للتأقلم معه يقول :
« فليس المطلوب سوى تعليم الناس أن يكونوا سعداء ، تعليمهم أن يكرسوا أنفسهم للسعادة ، و إصلاح ردود فعل السعادة لديهم ، و تاليا ليست الوفرة

فردوسا ، ليست قفزاً فوق الأخلاق في خلود الوفرة المنشود ، بل هي وضع جديد ، موضوعي تدبّره أخلاق جديدة ، بموضوعية نقول ليست الوفرة تقدماً بل هي بكل بساطة شيء مختلف « (بودريار، المجتمع الاستهلاكي، 1995، صفحة 237) وفي هذا دعوة من "بودريار" إلى عدم الانصهار في قيم المجتمع الاستهلاكي ، بل على الفرد أن يتقبل الوضع كوضع جديد مختلف يمكن السير وفقه بأخلاق جديدة ولكن ليس ضدّ قيم الإنسانية ، لأن بإمكان الإنسان أن يساير التطورات الهائلة وأن يعيش في كنفها ، كما بإمكانه أيضاً أن يحقق سعادته بعيداً عنها وفي كنفها ، ويجب التعامل مع الوضع باعتباره مجرد شيء مختلف ليس باستطاعته أن يغيّر في قيم الفرد وأخلاقه .

خاتمة:

وعليه نخلص الى القول أنّ المجتمع الاستهلاكي من أبرز ملامح الحضارة المعاصرة التي تعاني من إشكاليات قيمية عديدة كإشكالية العنف و غيرها ، ما أحدث أزمة في القيم . فالمجتمع الاستهلاكي يآثر بشكل كبير على جميع جوانب الحياة المختلفة في الفن و السياسة و الأخلاق و القيم ، بحيث يتحول كل ما كان له قيمة إلى سلعة قابلة للتسويق و الاستهلاك و ينتفي عنها معناه الحقيقي مما أصبح الإنسان المعاصر في ظل التكنولوجيا و التقنية بصفة عامة إنسان استهلاكي لهذه التقنيات بالدرجة الأولى ، وهذا الاستهلاك عاد عليه بالنقمة أكثر من النعمة حيث أصبح الإنسان بحالة من العزلة و الغربة ، غربة بلا وعي ، بلا قيود ، وأصبح أيضا يعاني من مشكلة قيمية بامتياز في جميع نواحي الحياة . وهذه التأثيرات كلها ترجع إلى قالب عالمي واحد سعت إليه الدول المتطورة لفرضه على العالم ألا وهو نظام "العولمة" و التي تعمل على قولبة العالم ، أي جعله يسير وفق نمط عالمي واحد ، فالعولمة تعمل بشكل كبير على تعزيز القيم الاستهلاكية و في ضياع القيم انهيارها ، و تهدف إلى نشر قيم الاستهلاك و قيم التعامل النقدي و غيرها من القيم السلبية .

قائمة المراجع:

1. فروم.اريك (2003). *الانسان المسلب وآفاق تحرره*. شركة نداكوم للنشر ، الرباط ، (حميد لشهب، المترجمون)
2. فروم.اريك (1989). *الانسان بين المظهر والجوهر*. سلسلة عالم المعرفة ، (سعد زهران، المترجمون).
3. فروم.اريك (1973). *ثورة الامل*. منشورات الاداب ، بيروت ، (ذوقان قرقوط، المترجمون)
4. فروم.اريك (2013). *مساهمة في علوم الانسان دار الحوار*. سوريا: (الإصدار ط1). (محمد حبيب، المترجمون)
5. بدرالدين مصطفى. (2013). *حالة ما بعد الحداثة قصور الثقافة* ، القاهرة
6. بودريار.جان (2013). *التبادل المستحيل*، معابر للنشر ، سوريا ، (الإصدار ط1) ، (جلال بدلة، المترجمون)
7. بودريار.جان (2006). *الفكر الجندري* ، دار توبقال ، المغرب ، (الإصدار ط1)، (منير الحجوجي واحمد القصوار، المترجمون)
8. بودريار.جان. (1995). *المجتمع الاستهلاكي* ، دار الفكر اللبناني ، بيروت (الإصدار ط1) ، (خليل احمد خليل، المترجمون):
9. باومان.زيغمونت (2016). *الحداثة السائلة*، الشبكة العربية للابحاث ، بيروت.
10. زغلول السيد صابرين. (ربيع، 2018). *سطوة الميديا ، العالم الافتراضي وأثره على المجتمع المدني*. مجلة الإستغراب، العدد 11 ، ص 267
11. ماركيز هيريت. (2004). *الانسان ذو البعد الواحد* ، دار الآداب ، بيروت (الإصدار ط4) ، (جورج طرابيشي، المترجمون)

12. بدر الدين مصطفى. (2013). *حالة مابعد الحداثة* ، الهيئة العامة لقصور

الثقافة ، القاهرة

13. أدورنو ثيودور وهوركهايمر ماكس (2006). *جدل التنوير* ، دار الكتب

الجديدة المتحدة، بيروت ، لبنان ، (الإصدار ط1)