



استكشاف وفهم ثقافة الشباب الاستهلاكية في ضوء تحولات الحدثة السائلة من منظور زيجمونت باومان (دراسة كيفية على عينة من الشباب السعودي في مدينة الرياض)

د. نسرین سلمان العواد

أستاذ مساعد، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية
السعودية

البريد الإلكتروني: nalawaad@ksu.edu.sa

المخلص

هدفت هذه الورقة البحثية إلى استكشاف الملامح السوسولوجية للمنطق الاستهلاكي من خلال التحليل والتقصي لكيفية تأثير الشباب بقضايا الاستهلاك ليس بوصفها سلوكاً اقتصادياً مجرداً، بل باعتبارها صيرورة ثقافية تعيد إنتاج الهوية والعلاقات الاجتماعية في ضوء مفهوم الحدثة السائلة لزيجمونت باومان. اعتمدت تحديداً هذه الدراسة على المنهج النوعي والذي استند على مقابلات ومناقشات فردية وجماعية مركزة لتحديد القضايا والمواضيع التي تمت معالجتها في الدراسة. وتكون مجتمع الدراسة من الطلاب والطالبات في بعض الجامعات الحكومية والأهلية بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية وقد سعت مجموعات التركيز إلى استخلاص الأفكار والكشف عن موضوعات فيما يتعلق بأنماط الاستهلاك ومكونات الثقافة الاستهلاكية وأبعادها الجديدة وظهر للباحثة مجموعة من المفاهيم تمثلت في: أبعاد الثقافة (بعد معرفي، تكنولوجي، قيمي، نفسي وبعد رمزي)، الاستهلاك التنافسي، الاستهلاك السائل، ومكونات الثقافة الجديدة والتي تمثلت في (ثقافة الغذاء، ثقافة الجسد، ثقافة الصورة، ثقافة الاستدانة) لدى أفراد العينة. وتوصلت الدراسة إلى وجود أبعاد مجتمعية للثقافة الاستهلاكية تمثلت في البعد التكنولوجي، البعد المعرفي، البعد القيمي، والبعد النفسي. فيما كانت النزعة الاستهلاكية للشباب الجامعي تتمحور في أنماط استهلاكية (كالاستهلاك التنافسي والاستهلاك السائل)، أيضاً توصلت الدراسة إلى تشكيل ثقافة استهلاكية جديدة عند الطلبة الجامعيين وكانت أبرزها (ثقافة الغذاء، ثقافة الجسد ثقافة الصورة، ثقافة الاستدانة). وقد أوصت الدراسة بأن على مؤسسات المجتمع الاعلامية والتربوية والدينية ان تعمل على تأسيس النشء على الثوابت الاخلاقية والدينية التي من شأنها ان تصقل من طابعهم الاخلاقي بما يمكنهم من مواجهة موجات التغيير الاخلاقية والمادية التي قد تناي بهم بعيدا عن هويتهم وثقافتهم العربية.

الكلمات المفتاحية: الحدثة السائلة، الثقافة المجتمعية، الإستهلاك، الشباب الجامعي، زيجمونت باومان.

Exploring and Understanding Youth Consumer Culture in Light of the Transformations of Liquid Modernity from the Perspective of Zygmunt Bauman

(A Qualitative Study on a Sample of Saudi Youth in Riyadh)

Dr. Nasreen Salman Al-Awad

Assistant Professor, Department of Social Studies, College of Humanities and Social Sciences, King Saud University, Saudi Arabia

Email: nalawaad@ksu.edu.sa

ABSTRACT

This paper aimed to explore the sociological features of consumerism logic through analysis and investigation of how young people are affected by consumption issues not as an abstract economic behavior, but as a cultural process that reproduces identity and social relations in light of Zygmunt Baumann's concept of fluid modernity. Specifically, this study relied on a qualitative approach that was based on individual and group interviews and discussions to identify the issues and topics addressed in the study. The study population consisted of male and female students in some public and private universities in Riyadh in the Kingdom of Saudi Arabia, and the focus groups sought to extract ideas and reveal topics regarding consumption patterns, components of consumer culture and their new dimensions, and the researcher appeared with a set of concepts that were: the dimensions of culture (cognitive, technological, value, psychological and symbolic dimension), competitive consumption, liquid consumption, and the components of the new culture, which were represented in (food culture, body culture, image culture, and debt culture) among individuals.

The study concluded that there are societal dimensions of consumer culture, represented in the technological dimension, the cognitive dimension, the value dimension, and the psychological dimension, while the consumerism of university youth was centered on consumption patterns (such as competitive consumption and liquid consumption), the study also reached the formation of a new consumer culture among university students, the most prominent of which were (food culture, body culture, image culture, and debt culture). The study recommended that the media, educational and religious institutions of the society should work to establish the youth on the moral and religious constants that would refine their moral character in order to enable them to face the waves of moral and material change that may distance them from their Arab identity and culture.

Keywords: liquid modernity, social culture, consumption, university youth, Zygmunt Bauman.



مقدمة

تستكشف هذه الدراسة مفهوم زيجمونت باومان للحدثة السائلة كنموذج نقدي وتفسيري لقراءة الواقع المعاصر، وكبديل لمفهوم ما بعد الحدثة، وذلك من خلال تحليل التحولات الجذرية في أنماط الاستهلاك والتي أثرت على الهويات والعلاقات والمؤسسات والأنظمة الاجتماعية في ضوء العولمة والتكنولوجيا. اعتمدت الدراسة على استقراء أعمال باومان المُمثلة في سلسلة "السيولة"، مُسلطة الضوء على منهجه الذي يربط بين التحليل الاجتماعي والفلسفي، وشرحه لكيفية إنتاج الحدثة السائلة لواقع هش يهيمن عليه عدم اليقين. ويتحقق ذلك من خلال تفكيك جميع الثوابت الراسخة واستبدالها بعلاقات مؤقتة وقيم سائلة. ومن خلال هذا النموذج، أوضحت الدراسة كيف تُحوّل السيولة الأفراد إلى كيانات مستهلكة معزولة، مُتقلبة بمسؤولية التكيف مع التغيير المستمر، في ظل تراجع أدوار الدولة وسياساتها والمجتمع ومؤسساته. تقدم هذه الدراسة رؤية شاملة لدور هذا المفهوم كأداة لفهم تعقيدات العصر الحديث وتأثيره على البنى الفردية والجماعية. كما أوصت الدراسة بإدراج هذا المفهوم في المناهج الأكاديمية، وتشجيع البحث في آليات تحقيق الاستقرار النفسي والاجتماعي من خلال الاستهلاك المتوازن في ظل التحولات المتسارعة.

المبحث الاول

أولاً: مشكلة الدراسة

تتمثل المشكلة البحثية في معالجتها أزمة الهوية الاستهلاكية التي يطرحها باومان كوجه آخر لأزمة التعايش. يرى باومان أن الحدثة في طورها "السائل" قد فككت الروابط الإنسانية الصلبة والدائمة، واستبدلتها بحالة من السيولة وعدم اليقين، حيث تحولت العلاقات، والمؤسسات، وحتى الهويات والجسد، من كيانات صلبة ومستقرة إلى "سلع" هشة ومؤقتة خاضعة للمنطق الاستهلاكي. فأصبح تشكيل الذات فناً صعباً يتسم بالانقطاع والتفكك والمفاجأة، حيث لا يطبق الإنسان المعاصر أي شيء يدوم، ويسعى لإشباع رغباته فوراً عبر استهلاك الرموز والصور (Mohammed. Belal, 2025). والمستقرى لحقيقة الثقافة الاستهلاكية يجد أن أهم أهدافها لا يقتصر على هذه العملية البسيطة من تأثر بالإعلان والشراء والاستهلاك فقط فالمشكلة لا تكمن في حق الإنسان المشروع في الاستمتاع ولكن تكمن في أسلوب هذا الاستمتاع فهناك استمتاع كامل يشبع كافة الاحتياجات الإنسانية الحقيقية دون أن يشوهه أو يحطمه ودون أن يسلبه قدرته على الاختيار، (باومان، 2019)، فأسلوب الحرية الرأسمالي نفسه يكمن في فكرة تحول كل ما في المجتمع البشري لمجرد سلع حتى البشر أنفسهم، فيصبح لكل شيء ثمنه والجميع معرض لمجتمع السوق لمن يدفع أكثر ليس فقط في السلع بل في الأفكار وقوة العمل والإبداع المادي والعقلي، وحتى العواطف والمشاعر فالكل خاضع لمنطق الربح والخسارة. وبهذا تغير أسلوب حياة الإنسان في جميع جوانب حياته. حيث أصبحت معظم سلوكيات الأفراد الاستهلاكية معياراً على جودة الحياة وكدليل على الإقبال عليها وكأي ظاهرة من الظواهر الاجتماعية فإن النزعة الاستهلاكية وتشكيل ثقافة مجتمعية جديدة يُعد من المواضيع الحيوية والمهمة والتي لم تحظ بدراسات كافية متعمقة من قبل حسب علمنا حيث سوف نتضح أهمية المفهوم بشكل أكبر بمعرفة المخرجات المتوقعة حين تطبيقه على الشباب للكشف عن بعض ملامح الثقافة المجتمعية وأبعادها الغير معلومة وتحليلها من خلال استخدام البيانات النوعية لاستكشاف النزعة الاستهلاكية وفقاً لمنظور باومان في الحدثة السائلة، فهذه الإجراءات المنهجية قد تكون نتائجها كفيلاً بتحقيق نوع من التوازن الاقتصادي للأفراد ودعم منظومة ثقافية مترنة للثقافة الاستهلاكية الحالية. وبناءً على ما سبق، تسعى هذه الورقة للإجابة على السؤال البحثي الرئيسي التالي: كيف يشخص زيجمونت باومان تحولات الهوية والثقافة المجتمعية في ظل خصائص "الحدثة السائلة" وتأثيرات العالم الاستهلاكي لدى الشباب السعودي.

ثانياً: أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذا البحث في أنها تقدم بعض الإسهامات النظرية الحديثة لرؤية زيجمونت باومان حول تحولات الحدثة السائلة وخصائصها والتحقق من صحة الافتراضات التي ماتزال ماثراً للجدل او موضع خلاف خاصة وأن الثقافة الاستهلاكية وأطرها التحليلية والنظرية ماتزال مجالاً يحتاج إلى جهوداً إضافية في المملكة العربية السعودية والتي سوف تساهم في سد النقص في الدراسات الاجتماعية في هذا الجانب. بالإضافة إلى أن أهمية هذه



الدراسة تكمن في الكشف عن الأنماط الاستهلاكية الأكثر انتشاراً لدى الشباب ومدى تأثيرهم بها مما يساعد بعض الجهات والشركات المعنية للاستفادة من معطيات الدراسة في عملية الخطط التنموية الموجهة للشباب.

ثالثاً: أهداف الدراسة

باعتبار أن الدراسة تدور حول اكتشاف وفهم القضايا الاستهلاكية وفق منظور زيموننت باومان حول الحداثة السائلة وما تقدمه للشباب من ثقافة جديدة سأوضح أهم الأهداف المرجو تحقيقها في هذه الدراسة وهي/

- 1- الكشف عن انماط الاستهلاك الأكثر انتشاراً كما يصفها باومان.
- 2- الكشف عن ملامح الرؤية الاستهلاكية لدى زيموننت باومان والمتعلقة بالحداثة السائلة.
- 3- توضيح كيف حوّل المنطق الاستهلاكي الجسد والهوية والعلاقات والغذاء والصورة إلى مكونات ثقافية جديدة.

المبحث الثاني/ الأدبيات النظرية

تنطوي الادبيات النظرية عادة على توجيهات تمد الباحث بالسياق العلمي الذي سيجري بحثه من خلاله. حيث تساعد على فهم وتفسير الظواهر وفهمها وتحليلها التحليل العلمي، ومن منطلق أن التعامل مع الثقافة ودراسة مؤثراتها يقتضى على الباحث توضيحها بدقة، حيث تم تحقيق هذا الهدف من خلال: التطرق لاكتشاف الانماط الاستهلاكية باعتبارها ظاهرة متعددة الأبعاد وما يرتبط بها من مداخل نظرية، وبناء على ذلك تنطلق هذه الدراسة من التوجه النظري في إطار أعمال زيموننت باومان ونظريات ما بعد الحداثة نظراً لما تحتويه من مداخل متنوعة لفهم النزعة الاستهلاكية عند الشباب الجامعي ومدى تشكل ثقافة جديدة لديهم أدت الى تغيير البنية الثقافية والمجتمعية للمجتمع السعودي وهذه المفاهيم هي كالتالي:

أولاً: مفهوم ما بعد الحداثة

صاغ مصطلح ما بعد الحداثة Post Modern لأول مرة الرسام الانجليزي "الجون وتكنز" عام ١٨٧٠ لوصف ما سماه ب (الرسم ما بعد الحداثة وهو أسلوب الرسم الذي كان يفترض أنه أكثر طبيعية من الانطباعية الفرنسية " ومن ثم يشير هذا المفهوم الى حركة في الرسم والأدب والتلفاز والسينما والفنون وان كان المفكرين قد اختلفوا في السمات المميزة لهذه المرحلة ولكن في النهاية هناك اتفاق بشأن السمات المميزة ولهذه المرحلة وتشمل : وضع عناصر من نمط في سياقات تاريخية مختلفة جذريا، والانعكاسية وهي القدرة على خلق الوعي الذاتي self-ware، وغالبا ما تكون مصحوبة بشعور السخرية، و النسبية وهي أي غياب معايير موضوعية للحقيقة فضلا عن نقد بعض التقنيات الفنية الكلاسيكية مثل السرد التي تنتهي نهايات مقفولة ومحاولة التعبير عن الواقع عبور الحدود الفنية التقليدية قبل الثقافة الشعبية أو ثقافة النخبة إعطاء دور محور للمؤلف كمنشئ للنص.

(بينيت، 2010). وإذا ما انتقلنا لعلم الاجتماع نرى أن ظهور هذا المفهوم كان على يد جان فرانسوا ليوتار وجان بودريار من خلال عملهما ظرف ما بعد الحداثة (lacondition Postmodern, 1979)، حيث يهاجم ليوتار سرديتين رئيسيتين : السردية التي تدفع بالتحرك التدريجي للبشرية بدءا من الخلاص المسيحي إلى اليوتوبيا الماركسية - والسردية التي تتناول انتصار العلم ومن ثم يرى ليوتار أن تلك المعتقدات قد فقدت مصداقيتها منذ الحرب العالمية الثانية : باختصار عرف ما بعد الحداثة باعتبارها تشككا موجها الى الادعاءات الكبرى أما (Jameson، 1984) يعرف ما بعد الحداثة على اعتبارها مصطلح تاريخي للدلالة على الحقبة التي أعقبت الحداثة التي بدأت في عصر التنوير وانتهت في الستينات (بافلر، 2016: 76).

ويذهب "باومان" الى أن مرحلة ما بعد الحداثة تلت الحرب العالمية الثانية، وإزاء تفسيرها يرى المفكر البولندي أن صلاية المرحلة السابقة زالت وتداخلت الحدود وتراخت السمات وازدادت ضبابية وتشابهت حتى صار من الممكن أن نتحدث عن سيوله أو ذوبان سواء في حدود الدول، أو معالم المجتمع، أو سمات الهوية الفردية، أو خصائص الثقافات، ولم تعد حداثة التنوير الصلبة قائمة وحلت محلها حداثة سائلة، هي ما يقصده بها الآخرون بما بعد الحداثة (باومان ، 2016: 45) .

ومن ثم فالتعريف الإجرائي لما بعد الحداثة يعني هي المرحلة التي تم فيها التقليل من قيمة العقل وأطلق العنان للإبداع وذابت هناك حدود الدول والعلاقات الاجتماعية والثقافات من خلال آليات نظام العولمة والتقنية الذي



صار مصحوبا بثقافة استهلاك تراخت معها اخلاقيات المجتمع الانساني وضعفت العلاقات والروابط الاجتماعية واصبحت سائلة.

ثانياً: سوسيولوجيا ما بعد الحداثة ورؤية زيجمونت باومان

يرى باومان أن ما بعد الحداثة تمثل تغيير ورؤية جديدة للعالم، وهو يتطلب منا أحداث تغيير ناقدة للمجتمع والنظرية والمثل الأخلاقية . ومن ثم نجد باومان يطرح طابعا مميزا لسوسيولوجيا ما بعد الحداثة ذلك من خلال مقولة "الحداثة السائلة" كأيدولوجية جديدة لتفسير ما بعد الحداثة. ومن خلال هذه المقولة يطرح "باومان" رؤيته لسوسيولوجيا الأخلاق - والتي كانت تمثل أحد ركائز سوسيولوجيا ما بعد الحداثة - ولقد عنت هذه السوسيولوجيا بالأخلاق في زاويتين الأولى : هي الخروج لمفهوم الأخلاق من حيز النظرية الى حيز التطبيق، والثاني : لفت الانتباه الى أن هناك مشاكل أخلاقية هي حكرها في حد ذاتها على مرحلة ما بعد الحداثة، ونجد "باومان" يتفق مع غيد نز في أن مرحلة ما بعد الحداثة ذو سمة أخلاقية فريدة من ذي قبل . (فيذرستون، 2010: 70) ، ولا يعني ذلك أن سوسيولوجيا ما بعد الحداثة قد عنيت بالأخلاق فقط الا أن هناك العديد من الزوايا النظرية التي يمكن من خلالها تفسير واقع ما بعد ومن هذه الزوايا حالة اللايقين في مرحلة ما بعد الحداثة والتي ترصدها نظرية مجتمع المخاطر " أو لريش بيك" والتي تذهب إلى أن هناك العديد في المخاطر في ظل مجتمع ما بعد الحداثة والذي تحكمه العولمة فضلا عن النظريات التي تناولت ثقافة الاستهلاك للحد الذي تهدف إليه الرأسمالية، فقد أعطى (باومان) اهتماما كبيرا لمفهوم الاستهلاك في كتابه عن (الحداثة السائلة) حيث يشير مصطلح الحداثة السائلة " الى الحالة المعاصرة لمجتمعنا الإنساني وما طرأ عليه من تحولات مست كل جوانب الحياة الإنسانية كالمجتمع، السلطة، الأخلاق، المراقبة، الحب والخوف، الثقافة، فالسيولة بهذا المعنى لا تعترف بفكرة الثبات والصلابة، بل تفكك كل المفاهيم الصلبة وتحرر من الحقائق والمفاهيم والمقدسات. كما يعرف باومان الحداثة السائلة بأنها التغيير المستمر والدائم، وبهذا تكون الحداثة " عالم مرن مليء بالفرص والتناقض في كثير من الأحيان، ولكنها في ذات الوقت تخلو من المعايير الواضحة" (باومان، 2016).

"وعليه فقد وجه باومان خطابه النقدي لدراسة الوضع المعاصر للمجتمع الاستهلاكي وبيان منطق السيولة التي تعززت أكثر فأكثر بفعل ظاهرة الكوكبية حسب تعبيره والتي تعرف بالعولمة، ففي العولمة كما يوضح تظهر وتتجلى مظاهر السيولة، سيولة الأفراد من مكان لآخر، وسيولة الهويات وسيولة القيم الأخلاقية من خلال النزعة الاستهلاكية، وما عانته ظواهر تجلت في السلوك والمعتقدات " (البازعي، باومان 2016، 11). يعد المجتمع الاستهلاكي من مظاهر التكنولوجيا المعاصرة، الذي بدأ في الدول المتقدمة الغنية كتطور طبيعي، نتيجة لارتفاع مستوى الدخل، بعد أن أشبع معظم الناس حاجاتهم الأساسية، وقد ساعد ذلك ضغط الحكومات والمؤسسات الكبرى لفتح أبواب الاقتصاد قبل أن يشبع الحاجات الضرورية للمعظم الناس، حيث كان الاستهلاك بمثابة السمة الرئيسية للمجتمعات الغربية حيث إنه الاستجابة العالمية التي تركز عليها المنظومة الثقافية بأكملها (السيد 2018: 276).

فالمجتمع المتمركز على الاستهلاك لا يعرف إلا السرعة، والزوال، والحرية، والإسراف والتبذير، فالمجتمع الحديث السائل لا يعترف بالثبات والتماسك، بل يتدفق باستمرار ويتحرك بسرعة كبيرة تستلزم على الفرد اللحاق بركب الموضة، وإتباع أحدث الصيحات العالمية واقتناء أفضل المنتجات الأنوية، وهذا يعني أنه لا يوجد شيء الا وقد تسللت إليه السيولة الجارفة. (باومان، 2016: 42)

فوفق رؤية (باومان) فإن المجتمعات المعاصرة تعيش حالة من الإفراط في مجال الاستهلاك يقول في ذلك: "إننا بحاجة إلى أن نتحرر من مجتمع يطور حاجاتنا المادية إلى حد بعيد ليوصل بضاعة إلى قطاع ضخم ومتزايد من السكان " (باومان 2016، 58) .

فالإنسان أصبح يعاني من إفراط في الاستهلاك وإفراط في المتعة فالمجتمعات الاستهلاكية كما يراها باومان تعيش أزمة أخلاقية نتيجة تصاعد النزعات المادية وقيم الاستهلاك، وهذا ما أفرز لنا قيم مادية دخلت حيز السيولة والبحث عن السعادة الفورية والإشباع الآني، وهذا لكون مجتمع المستهلكين قائم على أساس وعد بإشباع الرغبات، وبالتالي تكون الدورة الحقيقية للمجتمع الاستهلاكي قائمة على الحفاظ على استمرار الاقتصاد وتتلخص في مقولة: "اشتر استعمل ارم" (باومان، 2016: 199) فما تستعمله مرة لا يعيد تكراره مستقبلاً.

وعليه فإن كثرة المنتجات وتنوعها وسهولة تسويقها وسرعتها، أدى إلى التأثير في تحديث آليات وتقنيات البيع بما يناسب هذا التطور الهائل في حركة البيع والشراء والاستهلاك مما أدى إلى إيفاض حاجات جديدة تعمل على



تحريك الجمهور اتجاهها تتناسب مع السلع المعروضة عن طريق الإشهار والإعلان، وبذلك أصبح الاستهلاك في تضخم كبير يسير وفق تطور هائل دون توقف.

وفي تقدير التحليل فإن المجتمع السائل يستهلك بشكل متواصل ويتخلص من كل الأشياء التي لا تتوافق مع موضحة العصر، فالمجتمع المتمركز على الاستهلاك لا يعرف إلا السرعة والحركة والإسراف والتبذير حيث طغت الوعود المادية التي تدعو إلى الحرية الاقتصادية التي تجسدت في الاستهلاك، حيث أصبح الإنسان هدفه الأساسي هو اثبات ذاته عن طريق الاستهلاك، وهذا ما يؤكد في أحد أهم النصوص التي كتبها وهو كتاب حالة الأزمة التي عالج فيها الحداثة والاستهلاك بشكل وفير فيقول:

" كان ذلك مثلاً بديعاً للحداثة، الاستهلاك للجميع من دون استثناء، ألم تكن هي تلك السعادة؟ ألم يكن ذلك هو كل ما يتمناه المرء، أن يمتلك ويشتري وأن يستهلك ما حدود، وبلا ذنب؟، لقد أنت اخلاق العمل لتكافئ المستهلك الفاضل، الذي يتفق كل ما يكسبه لتقوية الاقتصاد الإنتاجي والأسواق، وبهذه الطريقة استعدت النزعة الاستهلاكية لاكتساب مزيداً من الأهمية فيما يتعلق بالإنتاج (باومان، 2021).

ثانياً: أزمة التعايش /

ناقش زيجمونت باومان التحديات التي تواجه التعايش في عصر العولمة والتكنولوجيا، كما وصفها الفيلسوف البولندي زيجمونت باومان. حيث تتميز الحياة بعدم اليقين، والانقطاع، والتفكك. وأن الأفراد في هذا العصر يواجهون صعوبة في بناء علاقات دائمة والحفاظ على الاستقرار، حيث يضطرون باستمرار للتكيف مع التغيرات السريعة والمفاجآت في عالم يهيمن عليه الاستهلاك. (طيارية، خديجة، 2021) وقد سلط الضوء في أفكاره على صعوبة التعايش في مجتمع عالمي، مع التركيز على أهمية الاحترام المتبادل والاعتراف والفهم للاختلافات. وأكد على تأثير الحداثة السائلة على العلاقات الإنسانية والهوية والهياكل الاجتماعية، مشير إلى أن غياب الاستمرارية والتركيز على الاستهلاك أدى إلى أزمة في الروابط الإنسانية وتماسك المجتمع. لذلك لا بد من تعزيز المسؤولية الأخلاقية، وتشجيع الاعتراف المتبادل، وتعزيز التفاعلات الهادفة للتغلب على التفكك والعزلة التي تسببها الحداثة.

ثالثاً: الثقافة المجتمعية الجديدة/

يقصد بالثقافة المجتمعية الجديدة هي منظومة ثقافية مهيمنة بأساليب وطرائق متباينة وجزء من الثقافة الاستهلاكية تقوم بها المؤسسات الاجتماعية والتي تزيد من تطورات الشباب الاستهلاكية نحو اقتناء كل ما هو متداول في الأسواق، مما يجعل الشباب يبحثون عن التميز الاجتماعي لتحقيق مكانة اجتماعية عالية، وكمعيار لجودة الحياة، مما يساهم في تدعيم هذه الثقافة الجديدة لديهم ، ولقد تمثلت الثقافة المجتمعية الجديدة في هذه الدراسة من أبعاد تضمنت (البعد المعرفي ، البعد النفسي، والبعد القيمي، البعد التكنولوجي) كما شملت الثقافة المجتمعية مكونات وهي (ثقافة الصورة ، ثقافة الغذاء ،ثقافة الجسد، ثقافة الاستدانة وبعضاً من الأنماط الاستهلاكية الأكثر انتشاراً).

رابعاً: الشباب youth:

هي مرحلة عمرية تتميز بالحيوية والطاقة المتجددة؛ تضي على العلاقات الإنسانية المرنة والتعلم بشكل مستمر؛ إضافة إلى اعتبارها طاقة قومية لما تحتويه من قدرات وأفكار متنوعة (الطائي، 2024: 25). وترى الباحثة أن الشباب لهم قوة اجتماعية واقتصادية مهمة بصفتهم قطاعاً اجتماعياً رئيسياً في المجتمع السعودي لأنهم يملكون مجموعة من الخبرات المعرفية والمهارات والأفكار الإبداعية والتي تؤهلهم للمشاركة الاجتماعية والتوصل إلى حلول اقتصادية كبيرة من خلال ترشيد الاستهلاك والتي من شأنها أن تحقق أهداف التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة.

ويقصد بالشباب في هذه الدراسة بعض الطلاب والطالبات في بعض الجامعات الحكومية والأهلية في مدينة الرياض والتي تتناسب مع موضوع الدراسة.

المبحث الثالث/ الإطار المنهجي

تمهيد:

تبنت هذه الدراسة المنهج الكيفي (Qualitative Approach)، الذي يهدف إلى فهم الظواهر الإنسانية والاجتماعية من خلال استكشاف المعاني العميقة التي ينسبها الأفراد لتجاربهم وسياقاتهم.

أولاً: نوع ومنهج الدراسة

تعد الدراسة وصفية تحليلية بإتباع المنهج الظاهراتي (Phenomenology)، وهو أحد المناهج الكيفية الذي يسعى إلى فهم جوهر تجربة إنسانية معينة من منظور المشاركين الذين عاشوا تلك التجربة. يعتبر هذا المنهج مناسباً بشكل خاص لموضوع الدراسة، لأنه يسمح بالتعمق في استكشاف تصورات وخبرات المشاركين الذاتية حول النزعة الاستهلاكية وتشكيل الثقافة المجتمعية الجديدة، والكشف عن الأبعاد المختلفة التي تشكل فهمهم للواقع المعاش في مدينة الرياض.

ثانياً: عينة الدراسة

تم تطبيق العينة العمدية، والغرض من هذا النوع من العينات تقديم وصف تفصيلي للمعاني وراء بعض المواقف ومثال ذلك دراسة القضايا الاستهلاكية للشباب، وكان اختيار هذه العينات من عدة جامعات حكومية واهلية في مدينة، فقد اعتمدت الباحثة على ملاحظة بعض المظاهر الاستهلاكية التي يتسم بها الطلاب والطالبات (كإقتناء بعض السلع المظهرية كالساعات؛ الحقائب، الأحذية، الأجهزة الإلكترونية والتقنية، و ملاحظة ارتيادهم للمقاهي والمطاعم، وقد تم رصد مجموعة من الطالبات والتي يتضح أنها لجأت لبعض العمليات التجميلية وتم اختيار (10) حالات والتواصل معهم وسؤالهم عن إمكانية مشاركتهم في مقابلة بحثية بعد شرح الهدف من الدراسة، وتم التوضيح لهم أن المعلومات التي سيقدمونها سنثري البحث وتقدم صورة واقعية عن النزعة الاستهلاكية عند الشباب مع التأكيد على سرية البيانات الشخصية، وأنها فقط لغرض اجراء البحث العلمي، وبعد قبول البعض لإجراء المقابلة تم طلب وسائل للاتصال وتم التواصل معهم وتحديد مكان ووقت إجراء المقابلات من قبلهم كل حالة على حسب ما يناسبها من الظروف الخاصة بها. وقد استغرقت هذه الملاحظات الميدانية وعملية اختيار المبحوثين ما يقارب الشهرين، وقد تم إجراء المقابلات في شهر جمادى الآخرة واستغرق زمن المقابلات لكل حالة ما بين ٤٠ إلى 6٠ دقيقة.

ثالثاً: أداة جمع البيانات:

تم الاعتماد على المقابلات المتعمقة (In-depth Interviews) كأداة رئيسية لجمع البيانات. وقد تم اختيار هذه الأداة لقدرتها على توفير بيانات غنية ومفصلة، وإتاحة الفرصة للباحث لاستيضاح الأفكار المعقدة، والغوص في تجارب المشاركين بشكل لا تسمح به الأدوات البحثية الأخرى. تم تصميم المقابلات لتكون شبه منظمة (Semi-structured)، حيث تم إعداد دليل مقابلة يحتوي على أسئلة رئيسية لضمان تغطية جميع محاور البحث مع ترك المرونة الكافية لطرح أسئلة استكشافية إضافية بناءً على إجابات المشاركين.

أولاً: صدق وثبات أداة (المقابلة المتعمقة):

يوجه بعض المختصين والباحثين إلى أن يضمنوا دراساتهم أكثر من استراتيجيات لصدق الأداة فهذا الأمر من شأنه أن يزيد قدرة الباحث من التحقق من صحة النتائج ويقنع القارئ بمدى صحتها (كرسول، 2019: 145). وبناء على ذلك فإن الدراسة الحالية لجأت لبعض إجراءات التحقق من المصادقية (الصدق النوعي) وهي كالتالي:

أ- التنوع (Triangulation)

هي عملية مراجعة أساسية للباحث تتضمن استخدام مصادر متعددة للبيانات ووسائل متنوعة جمعها، كما تضمن أيضاً استخدام توجهات نظرية متنوعة للوصول إلى أقوى أساس ممكن للتحليل والنتائج (كريسول، 2019: 142) وبالتالي فإن الدراسة الحالية اعتمدت على المقابلة والملاحظة، كما انطلقت الدراسة من عدة توجهات نظرية بهدف الوصول إلى أفضل تحليل ممكن لنتائج الدراسة وتم استعراض هذه التوجهات النظرية في الإطار النظري.

ب- الوصف المععمق (Thick description)

وهي توخي الدقة والتفصيل والعمق والشمول عند وصف السياق الكلي للدراسة، ولا يكتفى هنا بوصف ما تم التوصل إليه من نتائج فحسب، بل لا بد من الاهتمام أيضاً بالوصف الدقيق للكيفية التي تم التوصل من خلالها لتلك النتائج (كريسول، ٢019: ١٤٧). وعليه فإن الإجراءات المتبعة كانت كالتالي:

- تمت الإشارة إلى الكيفية التي تمت بها اختيار بعضاً من المشاركين بناءً على اعتبارات حددتها الباحثة سابقاً في الجزء الخاص بالعينة.
- تقديم تفاصيل مكثفة عن تطور مراحل الدراسة، والمراجع التي تم الاعتماد عليها في تصميم الدراسة، والصعوبات التي واجهت الدراسة ومراحل التحليل بدءاً من الترميز إلى كتابة تقرير الدراسة.
- عرض الموضوعات والنتائج المغايرة التي لا تتوافق مع نتائج الدراسة، بمعنى آخر إظهار تناقض النتائج كما هي في الواقع.



- تقديم الباحثة وصفاً تصويرياً عن بيئة المشاركين وموقعها، وما تحتويه من أحداث وتفاعل بين المشاركين، حتى التفاعلات السلبية التي أثرت في سيرها ومعوقات التواصل بين الباحثة والمشاركين.
ثانياً: إجراءات التحقق من الثبات لأداة المقابلة:

لموثوقية البيانات تم استخدام تقنية توظيف المتابعات كما أشار إليها (كريسول، 2019: 160) كإستراتيجية تساعد على تحقيق الموضوعية والابتعاد عن التحيز، والذاتية قدر الإمكان. حيث تم إرسال نسخة من المقابلات بعد تفرغها للمشاركين للتأكد من صحة إجاباتهم، وبعد التأكد من رغبتهم بذلك. ولقد أكد المبحوثين على مدى صدق ما أبدوه من آراء وتصورات حول الموضوع. اجراء دراسة استطلاعية للتحقق من وضوح الأسئلة ومناسبة المدة الزمنية المحددة للتطبيق. ولقد استمر إجراء المقابلات من قبل الباحثة حتى بعد الوصول إلى حد التشبع - ويقصد بالتشبع تكامل البيانات وقد قاستها هذه الدراسة بمدى تكرار البيانات في المقابلات وعدم تلقي الباحثة بيانات جديدة ذات أهمية لموضوع الدراسة- من أجل التأكد من كفاية المعلومات المتعلقة بأهداف الدراسة. بعد تفرغ بعض المقابلات وبعد قراءتها تبين أن هناك بعض الجوانب التي تحتاج الى تفسير حيث تم الرجوع لبعض المبحوثين والتواصل معهم هاتفياً للاستزادة من بعض المعلومات.

الاعتبارات الأخلاقية المتبعة في الدراسة:

معظم الباحثين الذين تناولوا الدراسات الاجتماعية ناقشوا أهمية الاعتبارات الأخلاقية في البحوث النوعية والتي تعكس مصداقية وموثوقية النتائج بشكل كبير من قبل البدء بجمع البيانات إلى ما بعد الانتهاء منها، ومما أخذته هذه الدراسة بعين الاعتبار احترام حقوق المبحوثين (مقدمين المعلومات) وخصوصيتهم ورغبتهم، لذلك تم اتخاذ بعض الإجراءات الوقائية لحفظ خصوصية المشاركين في هذه الدراسة. تزويد المبحوثين بنسخة من الأسئلة وترك الحرية لهم بالمشاركة من عدمها والحرية في تحديد وقت المقابلة ولقد تم رفض البعض منهم بدون إظهار أي ردة فعل سلبية من الباحثة اتجاههم. وينطبق ذلك على أداة الاستبيان. راعت الدراسة حق المشاركين في تقرير إتاحة تسجيل المقابلة، حيث بدأت جميع المقابلات بسؤال المشاركين عن رغبتهم في بدء التسجيل إلا أن البعض منهم تم رفض التسجيل والانسحاب من المقابلة.

رابعاً: مجالات الدراسة

يمكن توضيح حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

- 1- المجال البشري: طبقت هذه الدراسة على الطلاب والطالبات في الجامعات المحددة بالدراسة.
- 2- المجال المكاني: طبقت هذه الدراسة في بعض الجامعات الحكومية والأهلية في مدينة الرياض (جامعة الملك سعود- جامعة الامام محمد بن سعود- جامعة الاميرة نورة - جامعة الأمير سلطان - جامعة الفيصل)
- 3- المجال الزمني: تم جمع البيانات الكيفية في الفترة ما بين ابريل إلى نوفمبر 2024.

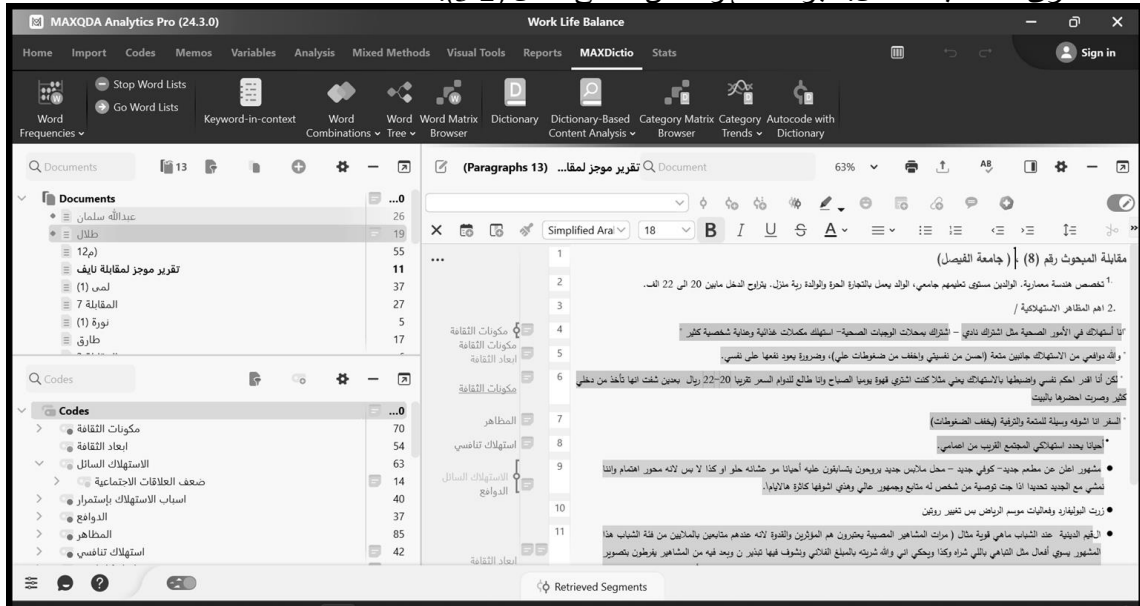
خامساً: أساليب تحليل البيانات

تمت الإشارة مسبقاً إن الدراسة اعتمدت على النهج الظاهري، الذي يصف الواقع الذاتي للموضوع كما يراه المشاركون وأدت مراجعة أصوات المشاركين إلى استخلاص رؤى حول النزعة الاستهلاكية للشباب تمثلت بأنماط جديدة للاستهلاك كما وصفها زيجمونت باومان حول خصائص الحداثة السائلة. وتم تحليل البيانات في عملية دورية حتى تم فهم الموضوع بالكامل. وكانت التقنيات المستخدمة هي كالتالي/ البدء في التحليل عبر برنامج (MAXQDA) ، وقد تم تحليل البيانات عبر البرنامج في ثلاثة مراحل وهي كالتالي/

المرحلة الأولى: الترميز الوصفي (Descriptive Coding):

- 1- بعد إنهاء إجراء المقابلات تم التفرغ الحرفي والفوري للمقابلات إلكترونياً في برنامج الورد (world) وتم إعادة قراءة نصوص المقابلة في أوقات مختلفة لفهم مضامينها.
- 2- في هذه المرحلة تم صياغة تقرير لفهم شامل لتجربة المبحوثين بشيء من التفصيل بعد عدة قراءات ويتبنى هذا التقرير انطلاقاً من السؤال: ما هي الخصائص الأساسية والعامة التي يمكن استخراجها من تجارب المبحوث والتي تساهم في فهم أفضل لواقع النزعة الاستهلاكية وتم الخروج بملخص موجز للخطوط الرئيسية والعامة لقصة المبحوث بما في ذلك انطباع موجز عن خصائص المقابلة بشكل عام. (انظر نموذج في الملاحق).

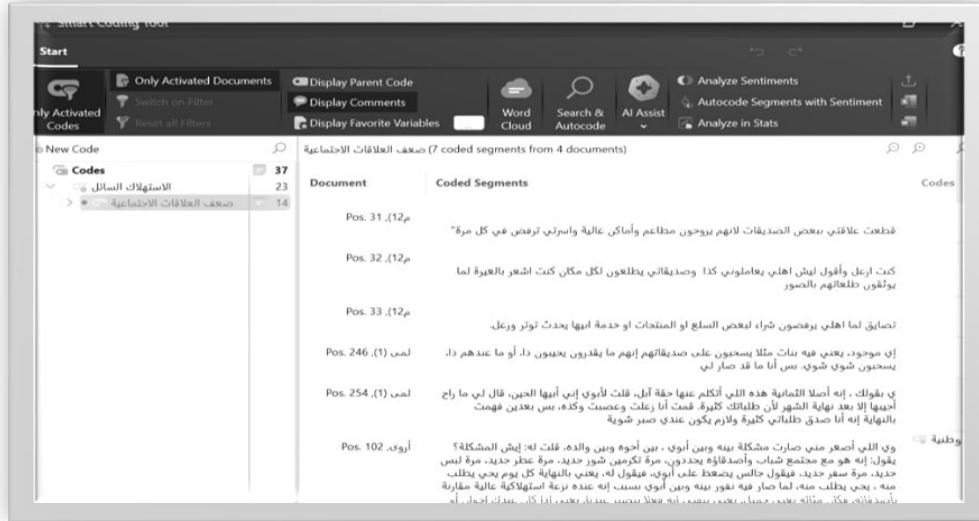
بعد ذلك اعتمدت الباحثة على ترميز النصوص (Line by Line)، حيث تم في هذه المرحلة تظليل واستخراج (Extract) النصوص المرتبطة بأسئلة البحث؛ حيث انبثقت موضوعات مستحدثة لم تتضمنها أسئلة البحث ولا الإطار النظري لخطة البحث، مثل: فجوة التطلع والتنافس كما في الشكل (2-3).



شكل (2,3) الموضوعات الرئيسية المستخرجة من النصوص

وتجاوزت الرموز الوصفية في البداية (850) رمزاً، كذلك التعليقات الخاصة بها والتي كانت بمثابة مسوغات الباحثة لإعطاء المواضيع عناويناً معينة دون غيرها، كما هو مبين في شكل (2،3)، والأمثلة في الجدول بالذکر أن هذه المرحلة تتميز بالتداخل (Overlapping) بين الرموز والموضوعات بشكل كبير جداً يصعب معها الفصل بينهم، مع العلم أن هذه الصعوبة بدأت بالتلاشي سطرأ بعد سطر، ومقابلة بعد مقابلة إلى أن اعتادت الباحثة على تكرار الوقائع وعموميتها في الحالات المشابهة.

ثم تم تكرار كلمات تعبر عن تأثير الأصدقاء والأسرة على بعض الحالات المبحوثة، مثل التوتر بين الوالدين والابناء، والزعل وعدم الرضا والقناعة لما يملكونه من مقننات وبعد تكرار عملية الترميز الوصفي لعبارات ضعف العلاقات الاجتماعية استطاعت الباحثة وصفها تحت موضوع عام وهو: الاستهلاك السائل وهو موضح في العبارة المظلمة في الشكل التالي (3-3)



شكل (3،3): دمج الموضوعات الفرعية

المرحلة الثانية: الترميز التفسيري (Interpretive coding)

في هذه المرحلة من الترميز حاولت الباحثة فلترة الرموز الوصفية بشكل أكبر بناءً على تفسيراتها ومعانيها وارتباطها بموضوع الدراسة، عن طريق العودة للنصوص المستخرجة وقراءتها والتأكد من تمثيلها لمواضيع معينة، ثم دمج الموضوعات المتشابهة مع بعضها البعض مثل: دمج رمز مؤشرات (البعد المعرفي) والبعد الرمزي والبعد التكنولوجي) تحت موضوع "أبعاد الثقافة المجتمعية". ودمج رمز "تأثير العلاقات الاجتماعية"، ورمز "التأثر بالمشاهير" و"الهوية الثقافية"، تحت موضوع "الإستهلاك السائل" والجدير بالذكر أنه تتجلى للباحث في هذه المرحلتين علاقة الرموز بالإطار النظري للدراسة ويبدأ بالربط بينها مباشرة، بل وتساعد بشكل كبير في عملية التفسير وإعطاء الوصف المحدد للرموز.

المرحلة الثالثة: الموضوعات الشاملة (Overarching themes)

تمثل هذه الخطوة المرحلة النهائية من عمليات الترميز، والتي تبنى على أساس الرموز التفسيرية أعلاه، ولكن بشكل تجريدي أكثر. حيث وصلت الباحثة فيها لمفاهيم نظرية شكلت محاور رئيسية في النتائج، وأسهم معظمها في تفسير النتائج، ولجأت الباحثة لاستبعاد بعض الموضوعات غير المرتبطة بشكل مباشر بموضوع الدراسة، كما تم دمج الموضوعات بشكل أكبر من المرحلة السابقة لتقليل عددها والوصول المحاور الرئيسية تساهم مباشرة بالإجابة على أسئلة الدراسة، الجدول التالي (4،3) يوضح أمثلة على الانتقال من الترميز الوصفي إلى الترميز الشامل، حسب: (King HorrocksK 2010).



الترميز الشامل	الترميز التفسيري	الترميز الوصفي	النص المستخرج من المقابلة
أنماط الاستهلاك التنافسي	نمط استهلاكي متغير، المقارنة الاجتماعية، السعادة والنجاح بامتلاك السلع، عدم الوصول الى سقف لإشباع الحاجات.	كلمات تدل على تغير مفاهيم الثقافة الاستهلاكية والتطلع الى ربط مستوى الرفاهية والرضا عن الحياة بمستوى الاستهلاك الذي حققه الآخرين، وهذه مؤشرات على تحول المجتمع إلى مجتمع استهلاكي مفيد يحكمه حب الاقتناء والتميز.	"صارت الناس أكثرها تستهلك، المجتمع الآن موب زي أول، أول بسيط أي شيء يرضيه، الآن لا، صرت لازم اصرف، لازم تبين للناس إن إنت زي غيرك، وما إنت محتاج يعني لازم تبين للناس أن أنا مثلا مقتدر زيكم وأنا ما أني أقل منكم؟ هذه بنسبة كبيرة في المجتمع الآن" (المقابلة 5, Pos. 90)
أبعاد الثقافة المجتمعية ويتمثل في البعد الرمزي	بعد ثقافي مجتمعي يحفزه مجتمع السوق، العلامات التجارية، والقدرة المالية، وايضا الطبقة الاجتماعية.	يتبين من النص بعضاً من مؤشرات عملية الاستهلاك والتي تدعم التراكم الرمزي للسلع وأن الظهور في محلات أو أماكن راقية يعد رمزا على القدرة الشرائية أو المكانة الاجتماعية.	"لاحظنا ها الشيء، حتى مو دايم بس فيه أحيان، إذا طلبنا من مطعم عادي، محل فطاير وشاورما جنب البيت، ما هي تصور بالسنا، بس لما نطلب من مطاعم مثل ماكدونالدز ولورينز وكذا فهي تصور (المقابلة 2, Pos. 123) وتواصل حديثها. لما نروح سوق مثل نتصور، لما ننزل المحلات الغالية تصور، نوثق. بس لما نروح مثل اللي عندنا في الرياض، السوق الشرقي، القرية الشعبية، أماكن مثل كده شعبية، فهذه ما نصورها (المقابلة 2, Pos. 127)
نمط الاستهلاك السائل يتمثل في ضعف العلاقات الاجتماعية	ضعف العلاقات الاجتماعية وسبولة المشاعر والعلاقات داخل التركيبة الاجتماعية، واكتساب عادات وقيم استهلاكية جديدة صنعت مفاهيم ومواصفات جديدة غيرت من المفاهيم والدلالات الاجتماعية التي اعتاد عليها المجتمع.	كلمات تدل على تغير نظرة المشاركة لبعض جوانب الحياة الاجتماعية والأسرية وعدم ثبات القيم والمعايير الأصلية التي ترسخت سابقاً، بالإضافة الى حصول بعض التوتر في علاقتها بأسرتها وأصدقائها لعدم مجاراتها في رغبتها باستهلاك بعض الأشياء.	"قطعت علاقتي ببعض صديقاتي لأنهم يذهبون لاماكن ومطاعم غالية ترفض اسرتي الذهاب له نظرا لظروفهم الاقتصادية، وتواصل حديثها عن مدى استيائها من أسرتها بقولها "اتضايق لم ترفض اسرتي شراني بعض المنتجات ويحدث توتر بيننا ودائماً أقول ليش اهلي كذا وليش يعاملوني كذا وصديقاتي يروحون لكل مكان" (المقابلة 10, Pos. 148-155)

الترميز الشامل	الترميز التفسيري	الترميز الوصفي	النص المستخرج من المقابلة
نمط استهلاك السائل يتمثل في استهلاك الأدب والفن	نمط استهلاكي بمواصفات مختلفة تحكمه معايير جديدة، سيولة العديد من المظاهر الحياتية وعدم ثبات قيمها كتغير النظرة الى الثقافة واختزالها بمعاني جديدة كزيارة معرض او مناسبة ثقافية او شراء كتب..	ذكرت المشاركة أن شراء الكتب أو حضور مناسبات ثقافية معينة يتم وفق معايير معينة اتفق عليها الناس في الأونة الأخيرة كانتشار اسم كتاب أو حديث الناس عن هذا الكتاب أو كيف حقق مبيعات عالية بدون مرجعية كبيرة لمقدار فائدتها. وهذه مؤشرات تغير بعض المعاني والدلالات المتعلقة بالأداب والفنون. في المجتمع الاستهلاكي.	"المعارض الثقافية والاثرية بصراحة ما أحبها ولا أحضرها بس رحلت لمعرض الكتاب اللي راح مع صديقاتي عشان أستكشف بس، أشوف ويش عندهم. عندهم كتب يمكن أبي أشتريها، بس بالنهاية طلعت بكتاب واحد شريته تسليته اسمه twilight light هو رواية وعاملينه فيلم" (المقابلة 10، Pos. 218-223)

جدول (3-4) الانتقال من الترميز الوصفي إلى الترميز الشامل

سادساً: عرض النتائج ومناقشتها

يقدم هذا الجزء عرضاً تحليلياً موسعاً للنتائج التي تم التوصل إليها من خلال المقابلات المتعمقة مع مناقشتها وتفسيرها سوسيوولوجياً بالاستناد إلى تحليلات وأفكار زيجمونت باومان حول الحداثة ولقد أسفر التحليل الموضوعي للبيانات عن بروز أربعة محاور رئيسية تكشف عن عمق التغلغل الاستهلاكي في البنية الثقافية للمجتمع، وهي:

المحور الأول: أبعاد الثقافة المجتمعية الجديدة

كشفت تحليل المقابلات عن قائمة من الموضوعات التي أظهرها التحليل الموضوعي وكشفت عنها آراء وحوارات المشاركين حول أبعاد الثقافة المجتمعية الجديدة في سبع موضوعات رئيسية، وهي: (1) البعد التكنولوجي، (2) البعد المعرفي (3) البعد النفسي (4)، البعد القيمي. وسيتم تناول كل منها بالتحليل والمناقشة في القسم التالي:

أولاً: البعد التكنولوجي:

أوضحت نتائج التحليل النوعي، اهتمام أفراد العينة من الشباب السعودي من الطلاب والطالبات بأهمية التكنولوجيا والتقنية لديهم، وذلك باعتبارها لغة العصر، ومتابعتهم لكل ما هو جديد ومستحدث في مجال التكنولوجيا لمواكبة تطورات العالم اليومية، وقد ترجع الباحثة ذلك إلى انفتاح الشباب على الثقافة التكنولوجية. ومتابعتهم لكل ما يحدث من تطورات حول العالم، حتى أصبحت التكنولوجيا جزء لا يتجزأ من نمط حياتهم اليومي، وهذا ما يتفق مع ما أشارت إليه النظرية النقدية والتي تُعتبر بأهم روادها أول من تطرق إلى مشكلة التقنية وأثرها في تكوين مجتمع استهلاكي.

ثانياً: البعد المعرفي:

يسعى الفرد دائماً في كل المجتمعات إلى البحث عن إشباع حاجاته ورغباته وتحقيق مستوى أعلى من الرفاهية فهو مطلب إنساني إيجابي، ولكن تحوله إلى سلوك سلبي بسبب الإفراط في إشباع هذه الحاجات ومن دون مراعاة لنتائج ذلك على صحته أو على المجتمع الذي ينتمي إليه أو البيئة التي يعيش فيها قد يجعله يقع في العديد من المشكلات الاجتماعية والاقتصادية، لذلك أصبحت هناك ضرورة ملحة للتغيير والبدائية تكون من خلال توعية الأفراد، فالمعرفة هي القادرة على تحويل الاستهلاك إلى عملية واعية حيث يكون المستهلك على دراية وإدراك لما يشتري والطريقة التي يشتري بها والأهم الأسباب التي يشتري من أجلها، فقد ذكرت المشاركة من جامعة الملك سعود (4م) بقولها "أحاول أن امتلك أي شيء يحقق لي عائد استثماري مستدام. مثلاً انا اخطط أدرس في جامعة الملك سعود على حسابي الخاص، أنا أشوفه استثمار ما يضيع، وابي أجمع على أساس إنني أشتري لي عقر مناسب يحقق لي إيرادات لأنه التضخم اللي بنعيشه اليوم ما يكفيه الراتب لحاله"، وتواصل حديثها "لما جاء

الوقت اللي أسوق فيه، ما رحنت أبحث لي عن سيارة مرة غالية، رحنت أشوف اللي أنا ويش محتاجة من السوق، أنا محتاجة سيارة عادية توديني وتجيبي، وفيها وسائل السلامة". كما أن البعض من المبحوثين أشاروا الى وظائف بعض المنتجات الاستهلاكية كالأبياد واستخدامهم له في التعليم والمذاكرة والبحث وليس لأهداف أخرى. وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعبر عن وعي بدرجة كبيرة في إدراك أولويات الاستهلاك والعمل على ترشيد السلوك الاستهلاكي وخاصة في الوقت الحالي الذي يعاني فيه العديد من الضغوط الاقتصادية وزيادة متطلبات الحياة وكذلك زيادة تكاليف وأعباء الحياة الاقتصادية، ولا تتوقف عملية التعبير هذه على مدى وعي الأفراد فقط بل على نوعية القيم المتزنة التي اكتسبها الفرد منذ الصغر وبالتالي فإن عملية التنشئة الاجتماعية لها الدور الكبير في إكساب الفرد المسؤولية الاجتماعية وحسن إدارة القرارات الاستهلاكية فالجانب المعرفي العالي سيفرض مع مرور الوقت ممارسات استهلاكية نتيجة للخبرة وتدارك بعض الثغرات الاستهلاكية غير الرشيدة، إضافة إلى أن (تعليم الشخص وتعليم أسرته) لها تأثير على تكوين الأفراد وإمدادهم بالمعارف كون أن الجامعة هي مؤسسة تعليم عالي، مرتكزة على النخبة العلمية الناضجة والواعية فكريا، وكونها مرتع لتبادل الخبرات والمعارف والاستفادة منها في الحياة الاجتماعية ومنها الأسرية طبعاً، ولقد أشار بعض المشاركين إلى بعض التباين والاختلافات فيما يتعلق بهذا البعد ما بين اختيارات عاطفية عشوائية وقرارات عقلانية تتم عن معرفة وإدراك بأوضاعهم الاجتماعية، تقول المشاركة (م1) "من كثر الحاجات اللي معروضه في السوق دايم أحول أكون انتقائية في السعر والجودة"، وعلى النقيض من ذلك اجابت المشاركتين (م13، م14) انهن عاطفيات في بعض القرارات المتعلقة بالشراء حيث يصرفون بشكل عشوائي على أشياء كثيرة فور حصولهن على مكافأتهن الجامعية". والملاحظ ان الاستهلاك التقليدي والذي يهدف الى حب التفاخر والتباهي لإظهار وضع اجتماعي معين تحول في مجتمع الاستهلاك الى استهلاك فردي ومتعي من أجل الذات للوصول الى إرضاء عاطفي من خلال تبني تفضيلات استهلاكية وسلوكيات واذواق تميز الفرد عن الآخرين،

ثالثاً: البعد النفسي:

أوضحت نتائج الدراسة من خلال إجابات المبحوثين إن أكثر ما يعززه المجتمع الاستهلاكي هو تنمية الشعور بعدم الاكتفاء من خلال العمل المستمر على دفع الشباب إلى الركض وراء حاجات ورغبات لا تنتهي وهذا ما يسبب له الكثير من المتاعب النفسية كالقلق والاكتئاب والعزلة الاجتماعية. فقد بينت نتائج الدراسة الحالية إلى الاندفاع الكبير نحو الشراء قد يعبر عن درجة مرتفعة من القلق النفسي حيث يتجه البعض إلى التسوق كنوع من التصريف الانفعالي، كما أن اقتناء المنتجات الفاخرة سواء ملابس أو سيارة أو أجهزة ذكية قد يكون تعبير عن النقص الذي يشعر به الفرد سواء كان هذا النقص عاطفياً أو اجتماعياً وهذه العينة من الناس لديها اضطراب في مفهوم الذات ولتحقيق الذات يلجئون إلى إشباع هذا النقص باقتناء أحدث أو أغلى المنتجات التي تكون من الكماليات، ويشير الى ذلك المشارك (م3) "أنه كلما أصابه استياء وغضب من بعض الأمور الأسرية المحيطة به يذهب لشراء عطر أو منتج يفضله ومن ثم يشعر براحة وسعادة"، وتؤكد ذلك (م13) بقولها "أنا اشتري بعض المنتجات بس عشان ما أكون أقل من بنات عمي وأصاهيهم بلبسهم ومقتنياتهم والا ما أروح جمعاتهم ومناسباتهم واحس بالفوزية عنهم". كما تبين للباحثة أن هناك علاقة بين توقع الفرد وطموحه، حيث أن الإنسان عندما يتوقع تحسناً في مستواه ووضع المادي، ويكون مدرّكاً لهذا التوقع، فإن توقعه ينعكس على إدراكه، ويكون دافعاً وحافزاً للفرد لأن يعمل بهذا الاتجاه الذي توقعه للوصول إلى المستوى المرغوب، ولقد أكدت الدراسات التي أهتمت بالكشف عن العلاقة بين الدخل وقرار الشراء، أنه بالإضافة إلى مستوى الدخل كمحدد رئيسي لقرار الشراء، فإن هناك معياراً أكبر تأثيراً على قرار الشراء، ألا وهو مستوى رضا الفرد عن مستواه المالي والمعيشي، وتوقعاته لما ستؤول إليه ظروفه المالية مستقبلاً.

رابعاً: البعد القيمي

أن الأبعاد الثقافية للاستهلاك بكل ما تحمله من ثقافات وقيم وسلوكيات وغيرها تلعب دوراً مؤثراً في حياة أفراد المجتمع. ذكر المشارك رقم (م6): "أن هناك العديد من القيم والعادات قد تغيرت، وخاصة لدى الشباب، الذي أصبح يهتم بالشكل ولا يهيمه الشخصية، وذكر المشارك (12) "حيث يرى أن القيم صارت قيم مادية وقد تغيرت قيمنا، وانخفضت العلاقات الاجتماعية الإيجابية والصداقات بين الناس، وأصبحت العلاقات مادية بحتة تقوم على هدف ربحي، فلا يوجد صداقة بدون مصلحة".

خامساً: القيم الاجتماعية:

استنتجت الباحثة وفقاً لردود المشاركين مجموعة من الموضوعات الفرعية التي تدرج أسفل القيم الاجتماعية:
أ- تحول من إشباع الحاجة إلى إشباع الرغبة:



أوضح المُشارك رقم (9م) ذلك بقوله: "لا ما أتوقع أنه شيء يمنعني، ما دام إن ها الشيء رغبتني فيه وأنا أبيه، ما أتوقع أنه يمنعني"، وهو ما يوضح أن الرغبات البشرية تؤثر في عملية الاستهلاك وترتبط بها بدرجة كبيرة، وقد أدت الاهتمامات في نطاق دراسات "ثقافة الاستهلاك" إلى طرح موضوع الإفراط في تحقيق الرغبات البشرية من وراء الاستهلاك، على اعتبار أن النزعة نحو تحقيق الرغبات النفسية هي إحدى الخصائص التي تميز أخلاقيات الرأسمالية الغربية. كما وصفها باومان عن تأثير العولمة على الرغبات البشرية. وترجع الباحثة ذلك إلى أن الحاجات في المجتمع الاستهلاكي تتميز بالتنوع وبلااستمرار ويرجع هذا التنوع إلى أن مجتمع الاستهلاك يستمر في خلق حاجات أخرى ثانوية بمجرد إنتاجه لكم هائل من السلع التي تشبع حاجة واحدة. فالسلع تستهلك لما تضيفه على المرء من مكانة أو وضع اجتماعي أو قيمة في المجتمع وصورة معينة عند الآخرين، لا بما تشبعه من حاجات أولية.

ب- النزعة الفردية:

لقد برزت قيم الفردية والتميز لدى المبحوثين في اثناء المقابلات البحثية ولقد لفت انتباه الباحثة تملك بعض المشاركين لبعض المقتنيات المميزة من شئنا واكسسوارات ونظارات بهدف التميز والرغبة في امتلاك المميز، وفي هذا السياق أشار المُشارك (9) إلى أن هناك نزعة فردية في اختياراته الاستهلاكية بقوله: "ماني مجبور أشارك أحد في أراني حول ما أستهلك من سلع في كثير من الأحيان وان الانفراد بالرأي الفردي يخلق نوعا من الاستقلالية الشخصية وتحقيق الذات". ويشير (باومان) إلى أن الهدف من الاعتراف الاجتماعي للفرد لم يعد هو ما يدعم الميل للماركات العليا بقدر ما أصبحت تدعمه المتعة النرجسية للإحساس بالبعد عن المشتري من خلال الاستفادة من صورة إيجابية للذات من أجل الذات، فالرغبة في اقتناء السلع لقد أعيدت هيكلتها من طرف المنطق الذاتي للفردانية الجديدة، خالقة مزيدا من الرضا من أجل الذات أكثر منه رغبة في جلب إعجاب وتقدير الآخر.

ج- الاندماج في الحياة الاجتماعية:

لم تعد القيم التي تحكم سلوك الفرد مع غيره بقادرة على تحقيق التماسك والاندماج الاجتماعي فالقيم القادرة الآن على تحقيق شيء من الاندماج هي الناتجة عن الاشتراك في شيء واحد وهو الاستهلاك فالفرد يصبح مشاركا في مجتمعه باستهلاكه لسلع وبضائع ينتجها هذا المجتمع، فالمشاركة أصبحت مشاركة في نوع من الاستهلاك والاندماج أصبح انتماء لشريحة استهلاكية معينة تكون علامة على المكانة أو المستوى الاجتماعي فقد غير مجتمع الاستهلاك من معنى الفردية تماما فلم يعد الفرد يسعى لأن يحقق ذاته بل أصبح يسعى لنيل موافقة الآخرين وكسب رضاهم والتماهي معهم، لم تعد الفردية قيمة مطلقة بل مجرد توافق وظيفي وبدلا من السعي نحو إنجازات يغير بها المرء أوضاعه ويتجاوز بها حاله نحو حال أفضل ويفيد بها مجتمعه، أصبح يسعى نحو مجرد نيل رضاء الناس. ومن خلال ما سبق فإن قيمة الاندماج والمشاركة تغيرت في المجتمع الاستهلاكي فأصبحت لها معاني ودلالات مختلفة في الحياة اليومية ويتجسد ذلك فيما ذكرته المشاركة (9م) بقولها "مجتمع جامعة سلطان كله عبارة عن ماركات وكذا، فطبيعي عشان اندمج معاهم أبغى أصير من ضمنهم، أشتري لي ماركات وكذا" وتشير أيضاً المشاركة (10م) بقولها "انا اشتركت بنادي لأن بنات عمي عندهم اشتراكات بأندية رياضية بدافع الترفيه وما ني ملتزمة فيه"

د- الحكم على الآخرين بما يملكونه من مقتنيات:

أوضحت نتائج التحليل النوعي أن اغلبية أفراد عينة الدراسة يحكموا على الآخرين حسب ما يملكونه من مقتنيات، حيث ذكر المُشارك (8م) "يعني مثلا صاروا الناس يشوفون هذا أقل، انا ما أمشي معه على إنه أقل مكانة اجتماعية ما يلبس زينا؟ ما معه جوال زينا"، كما يؤكد المُشارك (5م) بأنه "في مجتمع الجامعة أحيانا يكون فيه شباب مرتاحين ماديا وبينهم شخص أقل منهم للأسف كانوا دائما يرمون عليه كلام عن مظهره ولبسه لكن أنا شخصيا ما قد صار لي كذا"، وهنا يؤكد باومان ذلك بقوله "إن مجتمع السوق هو مجتمع يحكم على أعضائه وقيمتهم بما لديهم من قدرة استهلاكية وما يتبعونه من سلوك استهلاكي وأن الرغبة في الاستهلاك تجعل الإنسان يحقق حاجاته ورغباته بحريه تامة دون قيود؛ مما يخلق لديه تحولا في القيم وترسيخاً للفردانية بين الأفراد، فقيمته تحدد بمستوى حريته في انتقاء المنتجات الصناعية وتملكه لها (ما ركوز، 1988).

كما يشير (باومان، 1994) أن الإنسان مستهلك بطبعه لإشباع حاجاته، لكن التطور الحديث هو تحول الاستهلاك إلى ثقافة في ظل مجتمع السوق، واعتبار مقدار الاستهلاك ونوعيته معايير لجودة الحياة، وأصبح العالم سوفا



كبيرة مدعوما بشبكة من المفاهيم والأفكار الاجتماعية والاقتصادية الجذابة، مما ساعد تلك الأفكار بإعادة تشكيل كثير من المجتمعات على القيم الاستهلاكية النهمة" (باومان، 1994: 58)

المحور الثالث : مكونات الثقافة الجديدة

أولاً: ثقافة الجسد

استناداً إلى المقابلات كشفت الدراسة عن تحول جذري في نظرة الشباب لأجسادهم. في الحداثة السائلة، لم يعد الجسد وعاءً للروح، بل أصبح مشروعاً قابلاً للتعديل، والتحسين، والاستثمار المستمر. أظهرت المقابلات تطبيعاً مقلماً للإجراءات التجميلية بين شريحة عمرية صغيرة (بداية العشرينات). لم يعد التجميل لإصلاح عيب، بل لمواكبة "الصورة المثالية" التي يروج لها المشاهير.

فقد أشارت المشاركة (م10) إلى أن "عمليات التجميل، زادت بكثرة لأن أشكال الناس اللي بالسوشيال ميديا كلها تشوفينها مثالية وبيرفيكت، فانتى ودك تصيرين مثلهم بيرفكت"، وقد أشارت المشاركة (م6) إلى أن "بسبب ثقتي في احدى المشهورات رحنا اخذت موعد بإحدى العيادات التجميلية التي أعلنت عنها وسويت فيلر وبونكس واخذت ابر نظارة للبشرة"، وترجع الباحثة ذلك إلى مدى انتشار ثقافة الجسد لدى عينة الدراسة، وتأثرهم بشكل كبير بوضع أجسادهم، ومقارنة أنفسهم بالمشاهير بشكل مستمر، مما يجعلهم في متابعة مستمرة لكل ما هو جديد في عالم عمليات التجميل. وفي ذات السياق يتزامن مجتمع الاستهلاك المفرط مع سيول من التقنيات الحديثة والتي تقود الأفراد الى الرغبة في التغلب على كل ما يقلقهم عن أجسادهم ومظهرهم الخارجي مما يقودهم إلى منح المتعة والشعور بالارتياح بالإضافة الى التفوق على الذات كطريقة جديدة لتوسيع الشعور بالجسد بشكل أفضل مما يشكل لدينا ثقافة جديدة للجسد والرفاهية (لييوفيتسكي، 2022)

ويوضح ذلك ما أطلق عليه باومان إلغاء الحدود بين الواقع والصورة فالفتيات يسعين لامتلاك "وجوه مفلترة" في الواقع تشبه فلاتر منصات التواصل الاجتماعي. فالجسد أصبح "سلعة" تتطلب صيانة مستمرة ومكلفة، مما يولد حالة من "عدم الرضا المزمّن" عن الذات الحقيقية. هذه الثقافة لا تستهلك المال فحسب، بل تستهلك الصحة النفسية، حيث يظل الفرد في سباق لامتلاك معايير جمال متغيرة باستمرار ("سائلة") تفرضها السوق (باومان، 2016)

ثانياً: ثقافة الصورة:

أظهرت نتائج التحليل النوعي انتشار ثقافة الصورة بين الشباب السعودي، حيث أشارت المشاركة (م10) إلى أن "أغلب الأشياء اللي أشتريها شفتها من صور، وفيديوهات وتكررت في الإعلانات وخاصة العطور ومنتجات التجميل المنتجات الاستهلاكية"، وأشارت المشاركة (م6) إلى "أذكر فيه زيت مرة انشهر، زيت شعر، اعتقد اسمه كاميليا، شيء زي كده، مرة يطول الشعر وفيه بعد كريم اسمه فور جيس فور، مرة صاير مشهور وريحته حلوة، فشريته بعد من الاعلانات"، وترجع الباحثة اهتمام المبحوثين بالصورة إلى اهتمام الشباب السعودي بالمظهر الخارجي، والهئية الخارجية، واعتبارها ضرورة من ضروريات الحياة، وقد يرجع ذلك إلى اختلاف الثقافات المنتشرة في العصر الحالي والانفتاح على المجتمعات الأخرى، ويمكن القول أن وسائل الإعلام لها الدور الكبير في الترويج للمجتمع الاستهلاكي في شتى المجالات من خلال الصورة فهي في السينما والتلفزيون وبمواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت والإعلانات التجارية، وأصبحت جزءاً من المشهد اليومي، حيث لها الدور الكبير في التأثير في المجتمع والقيم، فالإعلام المرئي بصفة خاصة يعمل على صناعة المتعة والترفيه وفقاً للنزعة الاستهلاكية حيث يقوم بقبولية القيم تبعاً للنمط الاستهلاكي. وبالتالي فقد أصبح ما يحتاجه الإنسان في المجتمع المعاصر لا تحدده احتياجاته الخاصة، وإنما الصورة. كما عبر بعض المشاركين أن الغذاء تجاوز وظيفته البيولوجية ليصبح طقساً اجتماعياً استعراضياً بامتياز، **نقول** المشاركة (م2) عن هذه المفارقة بوضوح: "إذا طلبنا من مطعم عادي (مثل شاورما) مستحيل تصور بالسنايب، نعتبرها فشلة. بس لما نروح مطعمك 'ترند' أو غالي (مثل لورينز)، لازم تصور الطاولة والديكور والقهوة ونوثق اللحظة. التصوير هو اللي يعطي الطلعة قيمتها". هذا السلوك يعكس سيادة "ثقافة الصورة" القيمة ليست في التجربة المعاشة، بل في "الصورة" التي يتم تصديرها للآخرين. كما كشفت المقابلات أن هذا النمط الاستهلاكي يؤثر على العلاقات؛ حيث ذكرت المشاركة نفسها أنها اضطرت لقطع علاقتها ببعض الصديقات لأنهن يذهبن لأماكن باهظة لا تستطيع مجاراتها، أو العكس (يذهبن لأماكن شعبية ترفض هي الذهاب إليها خوفاً على "البرستيج". هنا نرى كيف يفكك "النمط الاستهلاكي" الصداقات ويحولها إلى علاقات هشّة تعتمد على القدرة الشرائية المشتركة.

ثالثاً: ثقافة الدين الاقتراض :

رصدت الدراسة صعود ثقافة التقسيط (عبر تطبيقات مثل تايي وتمارا) كحل سريع لمواكبة متطلبات الحداثة فوفقاً لباومان " في الزمن السائل، يريد المستهلك الإشباع الآني والفوري ، والانتظار والادخار أصبحا قيماً قديمة حيث كشفت المقابلات عن مفارقة طلاب لا يملكون دخلاً مستقلاً، لكنهم يمتلكون سلماً كمالية باهظة، فيقول أحد المشاركين واصفاً هذا المفارقة الاجتماعية:

"صرنا نشترى أشياء ما نحتاجها بس لأن الدفع ميسر. تشتري عطر بـ 500 وتقسطه، وتشتري ساعة وتقسطها. فجأة تلاقي راتبك أو مكافأتك كلها رايحة أقساط، بس المهم إنك شريت اللي بخاطرك في لحظتها." وهذا ما يحذر منه باومان: "الحياة بالدين". النظام الاستهلاكي يغري الشباب بامتلاك كل شيء فوراً، مما يوقعهم في فخ ديون لا تنتهي، ويجعل مستقبلهم مرهوناً لسداد متعة لحظية عابرة. هذا السلوك يعمق حالة "اللائقين" الاقتصادي ويجعل الفرد يعيش في حالة طوارئ مالية دائمة من أجل الحفاظ على مظهر اجتماعي زائف. كما يؤكد (باومان، 2018) أن العالم أصبح سوقاً كبيرة مدعوماً بشبكة من المفاهيم والأفكار الجذابة مثل الحرية والاستمتاع والمتعة والتي تدعم الاستهلاك وتغذيه وتخلق للشباب تبريرات غير منطقية لا تنتهي سمحت بإعادة تشكيل كثير من المجتمعات على القيم الاستهلاكية النهممة من بينها الاستدانة بغض النظر عن المستويات الاقتصادية للأفراد.

المحور الرابع/ النمط الاستهلاكي السائد:

توصلت الباحثة إلى مجموعة من الأنماط الاستهلاكية عند الشباب السعودي وهي كالتالي /
أ- **نمط الإستهلاك التنافسي:** بما أن ابعاد الثقافة المجتمعية ارتبطت بالزعة الاستهلاكية لدى الشباب فإن هذه الزعة خلقت لنا أنماطاً استهلاكية تمثلت بالاستهلاك التنافسي والاستهلاك السائل ، فمن خلال الزعة الاستهلاكية الجديدة ظهر لدينا ما يُعزى التنافس والتملك حيث يتطلع الناس إلى مستوى الاستهلاك الذي حققه الآخرون حيث يركز الشباب على المنتجات ذات أسماء تجارية معينة، ومن هذا المنطلق فإن السباق نحو السلع التجارية لا يُنفذ الا بقدر ما يقوم على صراعات رمزية بهدف الاستيلاء على العلامات التفاضلية. وهذا هو أساس النمو الهائل للاستهلاك واستحالة الوصول الى سقف اشباع الحاجات. وهذا أنتج لدينا حب التملك حيث يتجه الإنسان في هذا العصر إلى التملك واستخدام أكبر عدد من السلع والخدمات بعد أن جعلته القيم المادية يربط سعادته ونجاحه بهذا الامتلاك والإفراط في اقتناء السلع والخدمات وتتبع جديدها باستمرار الذي هو رمز للعصرية والتقدم والتفاخر الاجتماعي

حيث ذكر المُشارك (8م) بأن هناك نوعاً من التنافس بين الافراد وعبر عن ذلك بقوله: " للأسف الناس صارت الحين انا عندي احسن ملابس، شوفوني جالس اصور احسن عشاء سواء عازم احد في مطعم او بالبيت"، وهو ما يوضح زيادة نسبة الاستهلاك الترفي أو التفاخري بين أفراد المجتمع، كما ذكر المُشارك (4م) "انه فيه جانب ابراز وحب ظهور و إنك تحاول تميز نفسك عن الاخرين، مثلاً أسافر عشان يقولون عني إني سافرت أشترى عشان يقولون عني إني شريت، اقتني جوال عشان يشوفون معي جوال غالي، كده، تشوفين الآن إن هذا تفكير الشباب بشكل عام، كما تذكر المُشاركة (6م) قائلةً "لازم نشترى ونجدد، أنا أقولك، ما هو لازم كل شهر، لكن إذا صار مناسبة على طول اروح اشترى شيء جديد يمكن هذا الشيء مغرور فينا من زمان، إنه شيء جديد يعني مناسبة جديدة ما أبيهم يلاحظون أنني كررت لبسي"، وقد ذكرت أيضاً للمُشاركة (7م) قائلةً "صراحة أنا إذا سافرت، أشترى لي حق الموسم، حق السنة الجاية كامل، لما رحنا تركيا رجعت بشنط كثيرة، لأن السعر هناك أقل من عندنا والمنتجات هناك، يعني أنا بالنسبة لي طويلة، الأقي هناك قطع تلبق فيني أكثر من هنا في السعودية ما أدري ليش؟ ما يجيبون المشتريات اللي تناسب الجميع"، وفي نفس السياق تذكر الباحثة ان قيمة تبادل الهدايا تغير معناها ووظيفتها فأصبحت تدخل في عملية التنافس مع الآخرين فنقول "مثلاً أنا إذا اهديت أحد من صديقاتي لازم ارجع الهدية والاتزعل وتنتشره على اول ما كنا كذا كنا نعطي بدون مقابل والهدايا كانت رمزية وبسيطة". و الجدير بالذكر ان اغلب الحالات المدروسة اتفقت ان لديهم حب الاقتناء والتملك على الرغم انهم لا يملكون دخول عالية او متوسطة كونهم طلاب جامعة مما اثار لدى الباحثة تساؤل عن مدى وجود فجوة لديهم اسمتها الباحثة (بفجوة التطلع) فمن خلال سرد المبحوثين لأسلوب حياتهم اليومي وعاداتهم الشرائية وبعض ما يتبنونه من تفضيلات يقتنيها الآخرون أيضاً متابعة اخبار كل جديد من الكافيهات والمطاعم والسيارات والملابس ذات الماركات العالمية و الذي قدمت للشباب صورة الانحراف في أنماط الاستهلاك واتسعت الفجوة بين ما

يرغب فيه الناس وبين دخلهم الفعلي ورغبة الافراد في اقتناء وشراء العديد من المنتجات والخدمات الاستهلاكية بما يفوق دخولهم ومواردهم الاقتصادية ، والتي تجعلهم يعتقدون بأن ما لديهم لا يوازي تطلعاتهم المستقبلية فلم يتمكن الأفراد من السيطرة على أنفسهم بشكل كاف، في مجتمع استهلاكي غير مقيد، مما يخلق ذلك أزما فردية داخل المجتمع الاستهلاكي الحديث. وتؤكد رؤية (باومان) في إن المجتمعات المعاصرة تعيش حالة من الإفراط في مجال الاستهلاك يقول في ذلك:

«إننا بحاجة إلى أن نتحرر من مجتمع يطور حاجاتنا المادية إلى حد بعيد ليوصل بضائعا إلى قطاع ضخم ومتزايد من السكان» (باومان، 2016: 58) فالإنسان أصبح يعاني من إفراط في الاستهلاك وإفراط في المتعة فالمجتمعات الاستهلاكية كما يراها باومان تعيش أزمة أخلاقية نتيجة تصاعد النزعات المادية وقيم الاستهلاك ، وهذا ما أفرز لنا قيم مادية ودخلت حيز السبولة والبحث عن السعادة الفورية والإشباع الآني، وهذا لكون مجتمع المستهلكين قائم على أساس وعد بإشباع الرغبات، وبالتالي تكون الدورة الحقيقية للمجتمع الاستهلاكي قائمة على الحفاظ على استمرار الاقتصاد وتتلخص في مقولة: "اشتر استعمل ارم" فما تستعمله مرة لا يعيد تكراره مستقبلاً. (باومان، 2016: 199). وبالتالي أدت التحولات الاجتماعية والتكنولوجية والثقافية في المملكة العربية السعودية نتيجة رؤية 2030 إلى تغيير مفهوم الثقافة وخلق جوانب وابعاد ثقافية متنوعة منها أنماط استهلاكية عززت النزعة الاستهلاكية لدى الشباب وظهرت صور وأشكال ورموز مختلفة للاستهلاك بشكل آثار فضول الشباب السعودي.

ب- نمط الاستهلاك السائل: من خلال نتائج التحليل النوعي تجسد مفهوم سيولة الاستهلاك للتعبير عن حال مجتمعنا المعاصر على الهوية الثقافية والتأثير بالمشاهير وتقليدهم، فقد أعطى عالم الاجتماع البولندي (باومان) اهتماماً كبيراً لمفهوم الاستهلاك حيث يشير إلى الحالة المعاصرة لمجتمعنا الإنساني وما طرأ عليه من تحولات مست كل جوانب الحياة الإنسانية كالمجتمع، السلطة، الأخلاق، المراقبة، الحب، الثقافة، فالسيولة بهذا المعنى لا تعترف بفكرة الثبات والصلابة، بل تفكك كل المفاهيم الصلبة وتحرر من الحقائق والمفاهيم والمقدسات (باومان، 2016). وأكدت إجابات الباحثين على وجود هذا النمط من الاستهلاك عند بعض الباحثين من الطلبة الجامعيين فقد تبين حرصهم على زيارة المعارض الثقافية بهدف المتعة والتسلية، وشراهم لبعض الكتب ذات الشهرة الواسعة وشراء المنتجات الاستهلاكية العالمية وضعف الروابط الاجتماعية،

وفي هذا السياق ذكرت المشاركة (م10) "قطعنا علاقتي ببعض صديقاتي لأنهم يذهبون لاماكن ومطاعم غالية ترفض اسرتي الذهاب له نظرا لظروفهم الاقتصادية، وتواصل حديثها عن مدى استيائها من أسرتها بقولها "اتضايق لم ترفض اسرتي شرائي بعض المنتجات ويحدث توتر بيننا ودائماً أقول ليس اهلي كذا وليش يعاملوني كذا وصديقاتي يروحون لكل مكان"، كما ذكرت المشاركة (م9) "انا املك ثمانى منتجات تقنية من آبل، لما قلت لأبوي إنني أبيعها الحين، قال لي ما راح أجيبها إلا بعد نهاية الشهر لأن طلباتك كثيرة. قمت أنا زعلت وعصبت وكذه، بس بعدين فهمت بالنهاية أنه أنا صدق طلباتي كثيرة ولازم يكون عندي صبر شوية، كما ذكر المشارك رقم (م8) بأن الأقارب والأسرة يشكلون ضغطاً مجتمعي في الاستهلاك، وذلك بقوله: " أحيانا يحدد استهلاكي المجتمع القريب من اعمامي" وكذلك أوضح المشارك رقم (م9) أن النزعة الاستهلاكية أثرت سلباً على العلاقات الاجتماعية، سواء العلاقات الأسرية أو العلاقة مع الأصدقاء، كما ذكر المشارك (م11) "أن تأثير البيئة الاجتماعية تؤثر على رغبته في الانفاق على بعض السلع وتأثير الأسرة في اختيار ما يرغب في شراءه".

من جانب آخر أشارت الباحثة الى ان الفن والأدب قد أصابها شيء من سيولة الاستهلاك ولقد استنتج ذلك من خلال تغير بعض المعاني والدلالات المتعلقة بالأدب والفنون لدى بعض الباحثين حيث أشارت (م7) قائلة "المتاحف الوطنية والأثرية بصراحة ما أحبها ولا أحضرها بس رحنت لمعرض الكتاب اللي راح مع صديقاتي عشان أستكشف بس، أشوف ويش عندهم. عندهم كتب يمكن أبي أشتريها، بس بالنهاية طلعت بكتاب واحد شريته تسلياً اسمه twilight light هو رواية وعاملينه فيلم" كما ذكرت المشاركة (م4) قائلة: "أحب اقتني روايات اجنبية اشتريت روايات اجاثة كريستي لان كل الناس ينكلموا عنها لكن ما أقرأها) ومن الملاحظ إن اتخاذ قرار بشأن شراء كتاب او حضور مناسبة ثقافية يتم الآن بشكل أساسي وفقاً لأبسط المعايير هل هذا الكتاب شيق أو مهم،



كما برز محور في شهادات المشاركين في أن الهوية الشخصية لم تعد "معطى ثابت"، بل "مهمة" يجب إنجازها عبر الشراء. لقد تحولت العلامات التجارية (Brands) من مجرد سلع ذات وظيفة نفعية إلى "رموز ثقافية" تحدد مكانة الفرد وتمنحه "جواز مرور" للانخراط في المجموعات الاجتماعية. في عصر الحداثة السائلة، يعاني الأفراد من قلق المكانة، ويسعون لتبديد هذا القلق عبر الاستهلاك التنافسي. يتجلى هذا بوضوح في حديث إحدى المشاركات (م4) من جامعة الأمير سلطان، التي وصفت الحرم الجامعي بأنه "مدرج لعرض الأزياء": "الجامعة كلها عبارة عن ماركات.. شنط، شوزات، إكسسوارات. تحس إنك غريب أو 'أقل' لو ما لبست زيهم. عشان كذا أحيان أضغط على أهلي أو أجمع مكافأتي عشان أشتري قطعة براند بس عشان أحس إنني 'منهم' وفيهم." هذا الاقتباس يجسد بدقة مفهوم باومان عن "المستهلك المعيب" (Flawed Consumer)؛ فالطالبة هنا لا تشتري الحقيبة لحاجتها لحمل الكتب، بل تشتري "الانتماء" وتدفع ضريبة "القبول الاجتماعي".

وفي السياق ذاته ذكرت المشارك رقم (م6) قائلة أن هوية الشباب قد تغيرت في ألوان الحالي نتيجة العولمة، والانفتاح الاقتصادي، الثقافة العالمية التي اجتاحتنا، وهذه العوامل التي جعلتنا نضطر الدخول في دائرة المجتمع الاستهلاكي، حتى لو أننا غير مقتنعين بذلك، وكذلك بين المشارك رقم (م9) أن هناك هناك طمس لمعالم هويتنا من حيث اللغة والثقافة والعادات والمظهر الخارجي، وأصبحنا نتقمص ثقافة غريبة من خلال المنتجات العالمية، حيث أن هناك بعض الشباب، يرون أناساً من مجتمع آخر ويحاولون تقليدهم ليس لشيء إلا أن يكونوا مثلهم. وهنا تذكر الباحثة تجربتها بإعجابها بفرقة غنائية كورية تقول "أحب هذي الفرقة واشتري صورهم وأشياءهم وأحب أقلد ستايلهم باللبس حتى إنني في فترة من الفترات صبغت شعري أزرق متأثرة فيهم"

وفي نفس السياق تذكر المشاركة رقم 3 عن بعض المواقف الذي تعرضت لها من زميلاتها بالجامعة عندما تتحدث لغة عربية فصحي تقول في المحاضرات أحيانا اتكلم او اجابو أستاذة المقرر بلغة فصحي وأحس أني غريبة من نظرات البنات لي لأنهم صاروا يتكلمون كلمة عربي وكلمة انجليزي"

هنا يتحول الاستهلاك إلى آلية دفاعية لحماية الذات من الإقصاء الاجتماعي، مما يحول العلاقات بين الطلاب إلى علاقات قائمة على "المظهرية" لا على الروابط الإنسانية العميقة. ويؤكد ذلك زيجمونت بومان Zygmunt Bauman عندما عبر عن مدى تأثير الأنظمة الاقتصادية على الانماط الاستهلاكية وإيهام الإنسان بأن تحقيق السعادة يكون عبر الإشباع الفوري، والتفرغ للتبذير، والإفراط في المتعة، وأن هذه هي سبل الحياة المعاصرة يقول:

"ومن هنا فنحن كلنا اليوم تحت ضغط الاستهلاك أي انه أصبح وجودنا مرتبط بمدى استهلاكنا أكثر فأكثر، أو أن ننهج بأنفسنا لنصير سلعا في أسواق الاستهلاك والعمل" (باومان، 2016). وعليه فقد وجه باومان خطابه النقدي لدراسة الوضع المعاصر للمجتمع الاستهلاكي وبيان منطق السيولة التي تعززت أكثر فأكثر بفعل ظاهرة العولمة يقول "ففي العولمة تظهر وتتجلى مظاهر السيولة، سيولة الأفراد من مكان لآخر، وسيولة الهويات وسيولة القيم الأخلاقية من خلال النزعة الاستهلاكية، وما عانته من ظواهر تجلت في السلوك والمعتقدات" (البازعي، باومان، 2016: 11).

فالمجتمع السعودي في ظل التغيرات الاقتصادية والتقنية السريعة عكست لنا مفهوم السيولة في العديد من المظاهر الحياتية حيث يتجلى ذلك في عدم ثبات القيم والمعايير الأصلية والتي ترسخت سابقاً في جميع الأفعال الاجتماعية لدى الأفراد ليس ذلك فحسب بل إن هذه السيولة وصلت سيولة العلاقات الاجتماعية والمشاعر والهوية الثقافية، وداخل التركيبة الاجتماعية، واكتساب عادات وقيم استهلاكية جديدة صنعت مفاهيم ومواصفات جديدة مثل الأنشطة والفنون والقيم والمعايير والتي غيرت في المفاهيم والدلالات الاجتماعية التي اعتاد عليها المجتمع واستبدلت النظرة إلى الثقافة كنظام لإنتاج و اتصال المعاني الثقافية إلى اختزال الرموز الثقافية الأصلية بمعاني ومواصفات جديدة ولم يعد الفرد نتاجاً لثقافته بقدر ما أصبح صانعها، ونجد أن السيولة لا تتجلى فقط نتيجة التطورات المتسارعة في وسائل الاتصال والتكنولوجيا والاقتصاد بل تصل إلى حد سيولة المشاعر والعلاقات والمعاني لأن المعنى قد غاب تحت التقلبات والبحث وراء كل جديد، مما انعكس ذلك على قوة الروابط الاجتماعية.



الخاتمة والتوصيات

في ختام هذه الورقة البحثية، يمكن القول إن التحليل المستمد من الواقع الميداني للشباب السعودي قد كشف عن الأبعاد العميقة لـ "أزمة الهوية الاستهلاكية" في عصر الحداثة السائلة. لقد أظهرت النتائج أن تشخيص زيجمونت باومان ليس مجرد طرح فلسفي نظري، بل هو واقع معاش يومية ولقد بينت الدراسة أن النزعة الاستهلاكية لم تعد مجرد سلوك شرائي، بل تحولت إلى "ثقافة شاملة" تعيد صياغة القيم. فأبعاد الثقافة الجديدة ومكوناتها وانماطها تخضع لمنطق السوق وإن الشباب الجامعي يجد نفسه محاصراً بضغوط هائلة لمجاراة "النمط السائل" للحياة، حيث الثبات يعني التخلف عن الركب، وحيث "الاستعراض" هو العملة الوحيدة المقبولة اجتماعياً. وبهذا المعنى، فإن الأزمة ليست في "المال"، بل في الشروط الثقافية التي تجعل من "الاستهلاك" الطريق الوحيد المباح لإثبات الوجود وبناء الذات، ولا بد من الدعوة لتفعيل التنشئة الاستهلاكية السليمة لرفع مستوى الوعي الاجتماعي والقيمي لدى الشباب مع ضرورة ترشيد الاستهلاك، وتبني الاستهلاك المسؤول في جميع جوانب حياتهم.

التوصيات والمقترحات المستقبلية

- توصي الدراسة بناءً على ما أشارت إليه النتائج وفي ضوء الأطروحات النظرية حول مرحلة الحداثة السائلة، الذي ادلى بها "باومان"، وما يرتبط بهذه المرحلة من شيوع الثقافة الاستهلاكية في ظل نظام العولمة، فيجب على مؤسسات المجتمع الإعلامية والتربوية والدينية أن تعمل على تأسيس النشء على الثوابت الأخلاقية والدينية التي من شأنها أن تصقل من طابعهم الأخلاقي بما يمكنهم من مواجهة موجات التغيير الأخلاقية والمادية التي قد تنامي بهم بعيداً عن هويتهم العربية.

- تشجيع الانماط الاستهلاكية البديلة كتعزيز مفهوم الاقتصاد التشاركي (مثل تبادل السلع والخدمات) وهيكلته في المجتمع. وإعادة الاعتبار لقيم الصلابة كما وصفها باومان في مواجهة السيولة الجارفة، فهناك حاجة لتعزيز قيم غير مادية (مثل الإبداع والابتكار، التطوع، الثقافة الراسخة) كمعايير بديلة للتقييم الاجتماعي بدلاً من الماركات والمظاهر.

- هناك العديد من القضايا التي أثارها "باومان"، ويجب على الباحثين طرق أبواب هذه المجالات ودراستها سواء نظرياً أو امبريقياً، ومحاولة وضع اطر تصورية حول مدى ملازمتها لواقع هويتنا الثقافية ذلك في ضوء متغيرات العصر التي نعيشها من وسائل اتصالات جديدة تخلق نوعاً من التثاقف الخلاق، والذي قد يكون له اثاره الايجابية والسلبية. ويجب الوقوف على هذه الآثار.

- ومن الأهمية بمكان تقديم اطر دراسية حديثة لطلاب علم الاجتماع. تتمثل في الأطر السوسيولوجيا النظرية المعاصرة مثل الأطروحات التي قدمها "باومان" "غيد نز" و "جان بودرياروذلك حتى يتمكن طلاب علم الاجتماع من فهم وتحليل وتفسير المشكلات المعاصرة في ضوء هذه الأطر السوسيولوجية المعاصرة .

المصادر

- 1- باومان زيجمونت. (2016). الحداثة السائلة ترجمة حجاج أبو حجر، الشبكة العربية للأبحاث والنشر. الطبعة الأولى. بيروت.
- 2- باومان، زيجمونت. (٢٠١٦). الأخلاق في عصر الحداثة السائلة. ترجمة: بثينة إبراهيم وسعد البازعي. هيئة أبو ظبي.
- 3- باومان، زيجمونت. 2016. الحياة السائلة، ترجمة حجاج أبو حجر، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط1، بيروت.
- 4- بينيت ، طوني، 2010، مفاهيم اصطلاحية معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع، ترجمة سعيد الغانمي. المنظمة العربية للترجمة
- 5- بافلر، كريستوفر. 2016، ما بعد الحداثة، مقدمة قصيرة جداً، ترجمة فيصل عبد الرؤوف. الطبعة الأولى، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة.
- 6- الطائي، مؤيد، 2024. الشباب والمشكلات الاجتماعية. دار صفاء للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، عمان.
- 7- قنديلجي والسامراتي، (٢٠٠٩) ، البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.

- 8- كريس ويل ، جون. (٢٠١٩) تصميم البحوث الكمية النوعية المنهجية ،ترجمة عبد المحسن القحطاني ، دار المسيلة للنشر والتوزيع. الكويت.
- 9- لبيوفيتسكي، 2022 السعادة المتناقضة مقالة عن مجتمع الاستهلاك المفرط ،ترجمة :الشيما مجدي، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، القاهرة.
- 10- مايك فيذر ستون. (2010)، ثقافة الاستهلاك وما بعد الحداثة، ترجمة فريال حسن خليفة، مكتبة مدبول، القاهرة، مصر.
- 11- -King, N., Horrocks, C., & Brooks, J. (2010). Interviews in qualitative research, sage. <https://books.google.com.sa>
- 12- .- - H. D. Mohammed and S. Belal, "Liquid Modernity: A Critical-Interpretive Model and Alternative to the Concept of Postmodernism," Science, Education and Innovations in the Context of Modern Problems, May 2025, doi: 10.56334/sei/8.5.58.



الملاحق

نموذج من المقابلات المتعمقة

الخطوط الرئيسية والعامّة لمقابلة المبحوث/

المشاركة]:

مظاهر استهلاكية/ مطاعم – هبات (اشوفها واتحمس وأروح اشترىها) – منتجات تجميل- طلب من مواقع (شي ان)

دوافعي (متعة - واواكب المجتمع اللي حولي (أقاربي)

اطلب 3 مرات بالأسبوع من المطاعم

كل مكافأة اشترى، حتى لو ما احتاج

اقتني جوال – ابياد-سماعات أبل

من العوامل اللي تخليني استهلك (ضغط مجتمعي من عيال عمي ونظرتهم لي (التعبير في الواقع عن حب الوالدين لأبنائهم بواسطة المشتريات) يشكل توقعاتنا وينظم حياتنا

استهلك بسبب الفراغ -افتح الجوال واطلب من المواقع ومن الفيزا ما تحمل اشوف فلوس معي

تبادل الهدايا (انا اهدينك لازم ترجعين الهدية والا تزعل وتنتشره علي (استهلاك تنافسي)

– إذا اشتريت شيء أحب اصور وأرسل لكن قرابي هنا يسوون مشكلة ليش تفتح أولادنا على شيء ما نبيهم يشوفونه)

– ازعل لما يرفضون شرائي لشيء ابغاه

– أحب الأماكن المزعجة واللي فيها ناس وماعندي إشكالية ادفع على الفعاليات أي مبلغ. اذكر حضرت حفلة موسيقار مع بنت خالتي كانت ممتعة.

– تأثرت بوحدة (نجلاء ستايل) تعلن وتصور وتأثرت فيها لأنني أحبها واثق فيها رحنت اخذت موعد في العيادة وسويت فيلر

– جورجينا من اعلاناتها شريت عطر لافيرن

– مشتركة بوقت اللياقة بس ماروح والهدف اهتم بصحتي ومظهري

– فيلر- ابر نظارة- فيلر شعر

– نساfer كل إجازة صيف ونصرف كثير على الشراء

– أحب اقرا روايات اجنبية (اجاتا كريستي) كانت هبه والا انا اشترى كتب ماقرأها بس ارفه عن نفسي بالشراء

– حضرت الفعاليات التاريخية ومعروض البحيري والاثار وتأسيس المملكة

– عاطفية باتخاذ قرارات الشراء

– انا كنت مهووسة بالفرق الكورية الغنائية (كيب اب) اشترى صور والبومات واشياء لهم وأقلد ستايلهم لدرجة أني صبغت شعري ازرق عشانهم

المشاركة4

– شراء منتجات تجميلية / اكل مطاعم في أوقات التسلية والترفيه/ مستهلكة للأجهزة الإلكترونية ودائما لدي خطة مستقبلية لشراء الأشياء.

– دوافعي / العناية بجمال مظهري- ترفيه عن نفسي

– عندي ضوابط اسرية تحدد اختياراتي وتفضيلاتي (بعض القيم الدينية تقاليد المجتمع)

– ركزت على الخبرة في اقتناء السلعة



- ابحت عن المنتجات الجديدة عن طريق وسائل التواصل واقتني ما يعجبني ويعود بالفائدة علي اذكر اشترت منتجات من مشهورة كويتية واشتري عطورات من إعلانات المشاهير حتى والدتي مرة شافت اعلان عن بخور واشترته
- لما اشترت كوب قهوة الصباح أحيانا أحس إنني مروقه وسعيدة وهذا ينطبق على كل المنتجات
- تقول المشاركة " قطعت علاقتي ببعض الصديقات لأنهم يروحون مطاعم وأماكن غالية واسرتي ترفض في كل مرة"
- " وكنت ازعل وأقول ليش اهلي يعاملوني كذا وصديقاتي يطلعون لكل مكان كنت اشعر بالغيرة لما يوثقون طلعاتهم بالصور
- اتضايق لما اهلي يرفضون شراء لبعض السلع او المنتجات او خدمة اببها يحدث توتر وزعل.
- التحولات الاقتصادية في مجتمعنا زادت من استهلاكنا واطلعنا على كل شيء عالمي وجديد.
- صديقاتي حضروا حفلة (رشا رزق) وكنت أحبها ما صارت الظروف زي مابي.
- أحب القراءة في (علم النفس الخدمة الاجتماعية كتب تطوير الذات) واشتري كتب فيها
- انا عاطفية في بعض القرارات الاستهلاكية
- تقول " أن القيم قلت وتهمشت ومناقضة لواقعنا وسيطرت عليها الماديات
- بالنسبة للهوية (استهلاك لغات اجنبية أحيانا لما اتحدث لغة عربية فصحي اشعر بأني غريبه بالنسبة للأكل أصبحنا نفضل المطاعم والاكلات العالمية ونجربها وتقليد الاخرين زاد
- أحب السفر وأحيانا ابي اسافر لما اشعر بضغط كبير.