

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع

رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل.م.د في علم الاجتماع

تخصص علم اجتماع التنظيم والعمل

الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري

دراسة ميدانية في مدينة " تلمسان "

تحت إشراف:

-أ.د. بن تامي رضا

إعداد الطالبة:

-صاولي سلمي

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة تلمسان	أستاذ تعليم عالي	أ.د محمد بشير
مشرفا ومقررا	جامعة تلمسان	أستاذ تعليم عالي	أ.د بن تامي رضا
عضوا مناقشا	جامعة وهران	أستاذ تعليم عالي	أ.د حجيج جنيد
عضوا مناقشا	جامعة وهران	أستاذ تعليم عالي	أ.د مولاي الحاج مراد
عضوا مناقشا	جامعة غليزان	أستاذ تعليم عالي	أ.د بغداد باي عبد القادر
عضوا مناقشا	جامعة تلمسان	أستاذة تعليم عالي	أ.د. عبد اللاوي ليندة

## شكر وعرفان

أتقدم بالشكر إلى الأستاذ المشرف

"بن تامي رضا"

وإلى كل من ساهم في إثراء وتقييم العمل من أعضاء لجنة المناقشة إلى المبحوثين

مديرية الثقافة ومكتب التعمير في بلدية تلمسان

## إهداء

أهدي هذا العمل إلى أبي وأمي

إلى زوجي وابنتي

إلى اخواتي وإخوتي

وإلى كل عائلة حاوي ومقراني، صديقاتي وزملائي

وإهداء خاص لجدي الفقيه "حاوي أحمد"

## فهرس الموضوعات

1	مقدمة عامة:
4	الدراسات السابقة:
18	الإشكالية:
21	الفرضية:
21	أسباب الدراسة:
22	منهجية وتقنيات الدراسة:
25	مجتمع البحث:
28	المفاهيم الإجرائية للدراسة:
34	<b>الفصل الأول: التنظير للمدينة والمجتمع الحضري</b>
34	تمهيد
34	1- ابن خلدون " الريف والحضر"
36	2- الماركسية والمجتمع الحضري
38	3- فرديناند تونيز "الانتقال بين "Gemeinschaft حياة الريف و"Gesellschaft حياة المدينة"
41	4- جورج زيمل "الميتروبول والحياة العقلية"
43	5- لويس ويرث " الحضري كطريقة للحياة"
45	6- الفروق بين خصائص المجتمع الريفي والمجتمع الحضري
49	7- الخصائص العامة للمجتمع الحضري
55	خلاصة
58	<b>الفصل الثاني: الثقافة الاستهلاكية الحضري</b>
58	تمهيد
58	1- الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية
62	2- تاريخ الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية
75	3- التنظير السوسيولوجي الكلاسيكي للثقافة الاستهلاكية
80	4- التنظير للثقافة الاستهلاكية بين بيير بورديو وشارون زوكين

91	5-ثقافة الطبقة الوسطى والثقافة الاستهلاكية
95	6-الفئات الاجتماعية (المرأة والطفل) وتأثيرها على الممارسات الاستهلاكية
99	7-الاستهلاك في الجزائر والطبقة الوسطى الحضرية الجزائرية
103	خلاصة
105	<b>الفصل الثالث: المدينة فضاء عمومي للاستهلاك الحضري</b>
105	تمهيد
105	1-ممارسات أساليب الحياة الحضرية والثقافة الاستهلاكية الحضرية
108	2-العلاقة التاريخية بين تطور التجارة وتشجيع أساليب الاستهلاك الحضري
113	3-الهندسة الحضرية الرأس مالية لفضاءات وأماكن الاستهلاك في المدن
117	4-الموضة والتسوق تجارب للاستهلاك وقضاء وقت الفراغ
122	5-الاصالة الحضرية والتحسين الحضري لفضاءات الاستهلاك في المدينة
127	6-العولمة والنزعة الاستهلاكية في العوالم الثلاث
134	7-المدينة العالمية والقيم الاستهلاكية الحضرية للمجتمع الاستهلاكي المتواطئ
137	خلاصة
139	<b>الفصل الرابع: الحضرية في مدينة تلمسان "المجال العام للدراسة"</b>
139	تمهيد:
139	1-الموقع والخصائص الطبيعية لمدينة تلمسان:
145	2-مدينة تلمسان قبل الدخول الإسلامي:
146	3-مدينة تلمسان في العهد الإسلامي (من 767م-1069م)
146	4-حاضرة تلمسان في عهد المرابطين (1079م-1143م):
146	5-مدينة تلمسان في عهد الدولة الموحدية(1143م-1235م)
147	6-حاضرة تلمسان الزيانية (1230م-1517م)
148	7-مدينة تلمسان في العهد العثماني(1517م-1842م)
150	8-مدينة تلمسان في العهد الفرنسي (1842م-1962م)
150	9-الخصائص العامة وتركيبية السكان في مدينة تلمسان المعاصرة

155	10-الحَضْرَ في مدينة تلمسان «تصنيف وألقاب كبرى العائلات الحضرية».....
163	خلاصة.....
165	الفصل الخامس: الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري التلمساني.....
165	تمهيد.....
166	1-الخصائص العامة لمجتمع الدراسة.....
176	2-الرأسمال الاقتصادي والملكيات الخاصة لعينة الدراسة.....
184	3-التغذية المعتمدة والمفضلة لعينة الدراسة.....
189	4-العلاقات الاجتماعية في المجتمع الحضري وقضاء وقت الفراغ.....
194	5-معايير اختيار فضاءات وأماكن الاستهلاك.....
203	6-المطاعم والأكل خارج المنزل.....
209	7-العناية الداخلية بالجسد؛ الصحة، والجمال الخارجي.....
212	8-فضاءات الاستهلاك للتمكين الاجتماعي الطبقي والتجارب الثقافية العالمية.....
226	9-مقاربة نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة والأطر النظرية.....
237	10-النتائج العامة: "الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري التلمساني".....
247	خاتمة عامة.....
250	قائمة المصادر والمراجع:.....
271	الملاحق.....
273	جدول ترتيب المقابلات "حسب رأس المال الاقتصادي والثقافي".....
276	ثلاث نماذج من المقابلات الميدانية.....
294	فهرس الجداول.....
296	فهرس الأشكال.....
296	فهرس الصور والخرائط.....
297	ملخص الدراسة:.....

## مقدمة عامة

## مقدمة عامة:

لنكون متفقين من البداية لا الحداثة ولا المدينة ظواهر غربية أو رأسمالية، بل هي إنسانية تمر بها كل المجتمعات بفعل التراكمية للمعارف، باختلافات طفيفة في شكلها وتمثلاتها؛ من حيث أصول وتاريخ المجتمع، ومن حيث ما يتعرض له من عوامل أكانت عولمة أو غيرها، فهو يتشكل ضمن إطار وحدود تلك الظروف والعوامل الداخلية والخارجية، أكان ريفيا أو حضريا؛ وضمن أي رقعة جغرافية يقع عليها في العالم، فهي مرحلة تطورية شبه حتمية تمر عليها كل المجتمعات؛ في تاريخها التطوري الطبيعي والحضاري، وقد مرت عليها فعليا معظم مجتمعات الحضارات القديمة والحديثة، فتجربة الحداثة بالنسبة للباحث الياباني مازاوا ماروياما في حديثه عن التجربة اليابانية في الحداثة، بأنها استعدادات اجتماعية وثقافية يصل إليها المجتمع فيستقبل الحداثة، وليست مجرد استيراد لقيم حداثة غربية كما يروج له الغرب كنوع من التفوق. في عملية الانتقال من الحداثة إلى مرحلة ما بعد الحداثة في القرن الماضي؛ ركن أساسي مرت به المجتمعات العالمية؛ هو الخوض في عمق تجربة الاستهلاك، فأصبح الشعار "الاستهلاك فضيلة" كمبدأ كالفيني؛ هو المحرك الأساسي الذي عملت الرأسماليات الأوروبية على ترسيخه؛ واستبداله بمبدأ الزهد والتقشف قبل بضع قرون، خاصة ضمن نطاق الشرائح والفئات الاجتماعية التقليدية المتدينة؛ محليا ولاحقا عالميا، لتصبح العقيدة الجديدة والايديولوجيا العالمية الحديثة. الانتقال من مجتمعات الإنتاج إلى مجتمعات الاستهلاك أيديولوجيا عالمية شجعتها معظم الحكومات العالمية في العوالم الثلاث غربا وشرقا وجنوبا، فتلعب تلك الحكومات دورا رئيسيا وحيويا في عملية ظهور المجتمع الاستهلاكي والنزعة الاستهلاكية، لتكريس بقاء الرأسمالية وملاأ جيوب الرأسماليين باستمرار بخلق المزيد من الرغبات، ما تسبب في تغير الثقافة باستمرار وسيولتها كما يرى زيجمونت باومان، وذلك عائد لتغير الموضة والترويج لثقافات استهلاكية متغيرة بتغير الموضة حسب جورج زيمل، ما جعل الذوق الاستهلاكي للنخبة في تغير مستمر وصراع للتمييز عن الذوق الجماهيري، وخاصة بين "الطبقة المترفة" التي أولاها ثورستين فابلن اهتمامه. بالنسبة لبورديو ذلك ما ساهم في تغير الرأسمال الثقافي المستمر بين الطبقات الوسطى؛ خاصة الجديدة منها كقوة مستهدفة



في الثقافة الاستهلاكية. فالبرجوازية الصغيرة التي شكلت وجه الثقافة الحضرية في مدينة العصور الوسطى، وحتى البرجوازيات في الحواضر الشرقية، التي كانت سببا في قيام المدن في أوروبا والعالم بشكل عام، عادت بسياسات التحسين التي غيرت وجه المدينة الأصيل، والثقافة الحضرية الأصيلة؛ لتحل محلها ثقافة حضرية عالمية تخدم الرأسمالية والرأسماليين، تنزع للاستهلاك وللنزعة الاستهلاكية مثلما تذكر الماركسية شارون زوكين في تحليلاتها، ثم يصل المجتمع الحضري لدرجة المجتمع المتواطئ بتسمية ستيفن مايلز.

من أحد مظاهر البحث عن الذوق الاستهلاكي الرفيع لدى الطبقة المترفة؛ كطريقة لإظهار الاختلاف والتفوق النخبوي في عصر الحداثة، تعتبر ثورة جورج ايغوست ايسكوفي في المطبخ الفرنسي؛ ومرافقته للطبقات العليا الفرنسية، أحد مظاهر التمييز الاجتماعي؛ والتغير في الذوق الاستهلاكي كموضة لفترة الحداثة بداية القرن 20م، من خلال البحث عن الذوق الاستهلاكي العصري الفخم؛ وتجربة الجديد والحديث عند الطبقات العليا، مرافقته الخاصة للفئات الفرنسية الراقية في تنقلها للسياحة للجنوب الفرنسي؛ التي كانت تتمتع بالجو المعتدل في الجنوب الفرنسي فترة الشتاء، واختراعه لأطباق وتنظيمات جديدة، ورتب في المطبخ الفرنسي، دليل على التخصص أكثر في العمل في الميتروبول خاصة مدن باريس ولندن آنذاك، كان ذلك أحدث ثورات فن الطهي في بداية القرن العشرين، وكل ما رافق ثورة الأطباق والنكهات؛ والتنظيم الصارم للمطبخ، كعزف الموسيقى أثناء الوجبات. وانتقل تأثيره من فرنسا إلى إنجلترا ومدينة لندن تحديدا، فصار أحد معايير الحداثة للذوق الاستهلاكي العصري للطبقات الاجتماعية الراقية في أوروبا وأمريكا، وموضة رائجة ومطلوبة بين فئات الطبقات المستهلكة للذوق الرفيع المختلف والراقي، وصارت فنادقه ومطاعمه وكرا للبرجوازية الجديدة المتعطشة للذوق الاستهلاكي العالمي المميز، تلك التي تبحث دوما عن التميز من خلال عادات وفضاءات الاستهلاك الجديدة والعصرية، المختلفة عن الطبقات الدنيا؛ العمالية والفقيرة في المدن. لكن النقاش يبقى مستمرا بشأن أخلاقية العمليات الاستهلاكية، وكونها ضرورة آنية؛ أو كونها ممارسات محظورة ولا أخلاقية، ومدى سوء الاستهلاك كما يحذر منه ناقدا الحداثة؛ والرأسمالية وخاصة الماركسيين، ودخوله في خانة التبذير والاسراف واللاعقلانية، بغض النظر عن دخوله في نطاق ملأ وقت

الفراغ والترفيه في عالم الحداثة وما بعد الحداثة، فهي تخدم الطبقات الأعلى وتساهم في عبودية الطبقات الأدنى واستغلالهم، ونهب ثروات اجتهدوا في جمعها، حتى لو كانت تبدو ظاهريا تخدمهم وتلبي رغباتهم؛ فهي ضمنيا تستغلهم.

تمت دراسات الاستهلاك من منظورين في الدراسات الثقافية؛ إما بربطه بنقد الحداثة أو ثقافة الاستهلاك فيما بعد الحداثة، وذلك تسبب في اهمال فهم وتفسير العملية الاستهلاكية في حد ذاتها؛ كعملية ثقافية واجتماعية ذات تأصيل اجتماعي؛ وطبيعة رمزية قابلة للتسويق، خاصة ضمن نطاق الحياة الحضرية وتأثيره على ثقافة العيش وأساليب الحياة الحضرية، فالمدينة العالمية بلغة التحديث الغربي وليس بلغة الكوزموبوليتانية، هي مقر الثقافة الاستهلاكية؛ والبيئة الخصبة التي تشجع ممارسات الاستهلاك. كما أن اعتماد نظريات غربية في تفسير الثقافات الاستهلاكية في مجتمعات مختلفة، لديها مؤسسات وثقافات مختلفة؛ يترك فجوات في الفهم والتفسير، تستلزم سدها بإجراء أبحاث ودراسات ميدانية محلية، نابعة من فهم عمق مجتمع الدراسة، بدل استيلاء نظريات جديدة تخص مجتمعات أجنبية مختلفة في ثقافتها، لفهم أنماط الاستهلاك في كل مجتمع؛ والمحددات الاجتماعية والثقافية للممارسات الاستهلاكية التي تركز للوجود الاجتماعي، وتعتبر عن الهوية والمكانة الاجتماعية وتعززها، وتحدد الاذواق الاستهلاكية ضمن رأس المال الثقافي والاجتماعي، لأن الاستهلاك بتعبير توني بليزر للجمهور هو ما ينعش الاقتصاد ويحميه من الانكماش، وهذا يفسر دور الاستهلاك الحيوي في الحياة اليومية للمجتمع الغربي الرأسمالي، وكذلك باقي المجتمعات العالمية، فالنخب العالمية الآن اختارت العيش بنفس أساليب الحياة الاستهلاكية، بل صار الذوق الاستهلاكي العالمي هو ذوق النخبة في المجتمعات الأمريكية الأوروبية، الآسيوية، وحتى الإفريقية، ما ساهم في توحيد الثقافة والنزوع للتشابه، ففقدان الأصالة هو ما يشكل خطر على الثقافات المحلية، رغم أن الثقافة الاستهلاكية العالمية السائدة معرضة دوما للتصدع، لكن تبقى التوجه العام المرغوب والمُروَّج له لدى تلك النخب العالمية، لتصبح المدن كفضاء عمومي كاتدرائيات استهلاك تروج لعقيدة الاستهلاك، وآلية للأنونيم الحضري لقبول الغريب فيها.

## الدراسات السابقة:

الاهتمام بدراسة موضوع الثقافة الاستهلاكية في المدن مستحدث من العالم الغربي، ودرسه المختصون في السوسيولوجيا الحضرية في الغرب بعمق؛ مقارنة بدراسته في مدن البلدان النامية، أما في المجتمعات العربية فقد تم الاهتمام به في إطار نقد الحداثة والعمولة للقيم المحلية من الثقافة الغربية، رغم أن موضوع الاستهلاك في حد ذاته غير مستجد وقديم؛ بل تطور مع توسع ونمو المدن التاريخية قديماً، فيشير ابن خلدون إلى أن أهل المدن مع توفر أسباب الدعة والاستقرار وحدث الرفاهية، فإن المجتمع يدخل في حالة الانتقال من الثقافة البدوية وأسلوب العيش المتنقل، إلى حالة الاستقرار التمدن والتحضر، فحدث الرفاهية واستهلاك الكماليات أكثر من الضروريات كما في الحالة السابقة للتنقل والبداءة؛ هو شرط من شروط الحضرية والتمدن.

\* من الدراسات الأجنبية: دراسة بيار بورديو يمكن اعتبارها أهم دراسة اثنوجرافية؛ واعتماداً على تحليلات نوربرت إلياس وماكس فيبر للطبقة، ونظرية ثورستن فابلن عن الطبقة المترفة، حاول التعرف على مدى استمرارية النموذج الأرستقراطي الفرنسي واستمراريته الذي تجسده البرجوازية الباريسية الراقية، التي تجمع بين جميع أشكال المكانة وجميع ألقاب النبلاء الاقتصاديين والثقافيين.<sup>1</sup> وكانت دراسته استقصائية أجراها في ستينيات القرن الماضي؛ حول الحياة المتباينة لألف فرنسي، حدد بيار بورديو الفروق الواضحة في عادات وأذواق المشاركين الاستهلاكية في الدراسة، لا سيما ضمن "الإعجابات" و "الكراهية" التي اعتادوا عليها، وهذه الاختلافات ترتبط بجنس وعمر المشاركين، من خلال أنماط الاستهلاك المكتسبة التي يتم استيعابها على أنها تفضيلات ثقافية "طبيعية"، ويتم تفسيرها وتعبئتها كدليل على الكفاءات الثقافية "الطبيعية"، والتي تستخدم في النهاية لتبرير أشكال الهيمنة الطبقيّة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Pierre Bourdieu- translated by Richard Nice- Distinction a social critique of Taste-Harvard University Press  
Cambridge, Massachusetts-USA-1<sup>st</sup>1984-p: xii.

<sup>2</sup> John Storey -THEORIES OF CONSUMPTION - First published 2017 by Routledge- New York- USA-p43

\*بالنسبة لدراسة الباحث الاجتماعي المختص في الدراسات الثقافية؛ التركي AYDIN UĞUR حول

"الممارسات الاستهلاكية التمييزية في الحياة اليومية الحضرية"، "Distinctive consumption Practices in،"

urban Everyday Life a case study of KANYON shopping Mall وهو موضوع مماثل لموضوع الدراسة

الحالية من حيث العنوان ومجال الدراسة الحضري ضمن تبعات الحداثة والرأسمالية على مجال

الاستهلاك، باعتماد المدخل الماركسي لنقد الحداثة والمجتمع الاستهلاكي في تحليله، بصياغة مفصلة ومباشرة

أكثر لعنوان الدراسة والعلاقة بين متغيراته، فقد فضل اظهار مفهوم التمييز في العنوان "Distinctive"؛

لتوضيح العلاقة بين الفضاءات الاستهلاكية العصرية والتمييز فيها للممارسات الاستهلاكية الحضرية، حيث

قام بفحص وتحليل ممارسات الاستهلاك كعلامة للتمييز في الحياة اليومية الحضرية في مراكز التسوق،

تحديدا في حالة مركز تسوق "كانيون" بإسطنبول في تركيا، باعتبار التسوق أحد أهم الأنشطة الاستهلاكية

في الحياة الحداثية، وفي المجتمع الرأسمالي الاستهلاكي. اعتمد في دراسته على مجموعتين للدراسة؛ الأولى

تتكون من الذين يستخدمون مركز التسوق "كانيون" بشكل متكرر، والمجموعة الثانية لا يزورون المركز دائما

بل بشكل زيارات عرضية، وحاول التعرف على ممارسات التسوق والخبرات التي لدى أفراد المجموعتين،

بتحليل الجوانب الرمزية للاستهلاك كعملية للدلالة والتصنيف والتمييز الاجتماعي، حيث تستخدم السلع

لإنشاء تلك الروابط أو التمييز الاجتماعي، ووجد أن مساحات الاستهلاك هي ساحة صراع حيث يؤسس

الناس ويعيدون انتاج هويات اجتماعية، واختبار الشعور بالمكان في مركز التسوق محل الدراسة. وكانت أهم

نتائجه أن مراكز تسوق مثل "كانيون" يقدم أذواقا مميزة، وتجارب جمالية؛ بدلا من وفرة السلع بكميات

كبيرة وأسعار رخيصة، وتجذب أساسا النخب الحضرية والطبقات العليا المعولة أذواقها، وهو دليل على

تحول في طبيعة الثقافة الاستهلاكية من الاستهلاك الشامل إلى ثقافة الاستهلاك كأسلوب حياة، خاصة بعد

غزو "الحشود" بتعبيره والعامية لمراكز التسوق العادية التي صارت شعبية، وتصميم المركز الجمالي الهائل

والمخيف للحواس هو الذي يؤثر على الناس ويخيفهم بدلا من السلع، وتجسد تلك المراكز الذوق العالمي

الراقي الذي يمثل الثقافة النبيلة للطبقات الأعلى، وتعزز الإحساس الفائق بالمكانة الاجتماعية، وممارسات

الاستهلاك في تلك المراكز هي وسيلة لإعادة انتاج التمييز الاجتماعي في سلم الترتيب الهرمي الاجتماعي. وجد أن عامة الناس من المجموعة الثانية يستبعدون أنفسهم من الفضاء الاجتماعي لمركز التسوق بينما المجموعة الأولى تُعرّف أسلوب حياتها من خلال المركز وتندمج فيه أكثر كونه يمثلها، وتميز نفسها عن أشكال الاستهلاك الجماعي والجماهيري، رغم أنها تعيد انتاج اللامساواة الاجتماعية والعنف الرمزي على عامة الناس، لأن الطبقات العليا تعتبرهم آخرين غير مرغوب فيهم وعوالمهم منفصلة، وبذلك أصبح المركز تعبيراً عن الثقافة الاستهلاكية العالمية (الجمالية) للنخبة.<sup>1</sup>

\*كما اهتمت دراسة **Rath Jan** و **Reza Shakera** "بالممارسات الطبقيّة الجديدة للطبقات الوسطى الحضرية، في مقاهي بمدينة غلاسكو بالمملكة المتحدة"، وهما مختصان في علم الاجتماع الحضري بجامعة أمستردام، تمت الدراسة في منطقة وست اند غلاسكو، وكان التركيز على مناظر المقاهي في المنطقة وممارسات الطبقة الوسطى في شرب القهوة في مقاهي المنطقة، غلاسكو ويست إند مع محيطها الحضري المفعم بالحيوية ومشهد القهوة المتنوع، يوفر حالة ممتازة لتحليل أنماط الاستهلاك الحضري الجديدة؛ التي تفضلها الطبقات الوسطى الحضرية الصاعدة والجديدة في المجتمع الحضري، وفي داخل مدينة ما بعد صناعية متجددة، اختار ما يسميه **Yin** ، "مقارنة داخل الحالة" (within-case comparison) حيث تساهم هذه المقارنة في عمق البحث وتوجه التحقيق في الأنماط المختلفة للزوار، خصائصهم، دوافعهم وممارساتهم الاجتماعية، و فهماً أوضح للعوامل البنوية الأساسية؛ التي تفسر الاختلافات في العلاقة بين المقاهي المتخصصة والمستهلكين وحوافزهم، وتم اختيار أربعة مقاهي خاصة بشكل عشوائي كوحدات تحليل، (مع مراعاة التوزيع المكاني للمقاهي المختارة من أجل تغطية مساحة شاسعة من ويست إند)، يوفر النهج الاثنوجرافي فهماً أكثر تفصيلاً للأهمية الاجتماعية لممارسات الاستهلاك الحديثة، وعلاقتها بالدوافع الفردية من منظور المطلعين، والدراسة اعتمدت على مزيج من السيميائية البصرية واللفظية؛ وكذلك الملاحظات

---

<sup>1</sup> AYDIN UĞUR- Distinctive consumption Practices in urban everyday Life a case study of KANYON shopping Mall"- İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ- SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ-KÜLTÜREL İNCELEME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI-2007-

المباشرة لمساحات الاستهلاك والعملاء والموظفين، شملت مجموعة البيانات النوعية على 80 ساعة من المراقبة غير المزعجة، و21 مقابلة شبه منظمة ومتعمقة أجريت مع زوار في المقاهي الأربعة المختارة من سبتمبر حتى نوفمبر 2015، وأجرت ملاحظات استمرت ما بين 60 و180 دقيقة في كل من أيام الأسبوع، وعطلات نهاية الأسبوع وفي أوقات مختلفة من اليوم، تغطي مجموعة متنوعة من العملاء وأنماط متنوعة من الممارسات الاجتماعية ومن أجل الحصول على عينة شاملة وممثلة. تم اختيار الأشخاص الذين تمت مقابلتهم بناء على عدة معايير مثل العمر (بين 18 و64 عاما)، والجنس والعرق والأنشطة الاجتماعية التي تمارس داخل المقاهي، سُئل المشاركون عن خلفياتهم الاجتماعية والاقتصادية، واختيارهم لمكان القهوة وتذوقهم القهوة من أجل فحص ذوقهم؛ وعاداتهم ومعرفتهم الثقافية، طُلب منهم أيضا الإجابة عن مجموعة من الأسئلة الثقافية حول أذواقهم الموسيقية، واختيار الأخبار، والكتب، والهوايات، والسفر، والرياضة، وأنماط تناول الطعام بالخارج، وغيرها من الأنشطة الثقافية. وأشارت الدراسة إلى نتائج مثيرة للاهتمام بخصوص الديناميات الاجتماعية والثقافية للطبقات الوسطى الحضرية الجديدة، حيث أشار التحقيق الاثنوجرافي الذي تم إجراؤه إلى أن الزوار المنتظمين للمقاهي المختارة؛ يميلون إلى مشاركة مجموعة من الصفات تصنف لخمسة وهي: رأس المال الثقافي المرتفع، النهم (أكل كل شيء)، التذوق والاهتمام بالجسد داخليا وخارجيا، والتواصل، وهي صفات تم اعتمادها للتحليل؛ وللمقارنة في النتائج بين الطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية والانجليزية، ضمن نطاق عولمة الثقافة الاستهلاكية وتوحيد أساليب العيش الحضرية في مدن العالم، خاصة لدى الطبقات الوسطى.<sup>1</sup>

\*في دراسته الترفيه والسلطة التي أجراها في حضر الصين "مدينة كوانزهو منطقة تشيوانتشو" كمدينة متوسطة يشير الباحث أوون مالفيرد رولاندسن للتغيرات والاستمرارية في الاستهلاك الصيني؛ "كبح الاسراف وعبادة التوفير"، كانت دراسته مهمة في التحكم في موضوع الدراسة الحالية وتحديد مجال

---

<sup>1</sup> Reza Shakera, Jan Rath- The coffee scene in Glasgow's West End: On the class practices of the new urban middle classes -City, Culture and Society -Elsevier-20 August 2018-pp 1-7 -p06-  
<https://doi.org/10.1016/j.ccs.2018.08.001>

الدراسة؛ وأدوات جمع البيانات الميدانية وطرق تطبيقها، خاصة أداة المقابلة؛ وتحديد خصائص العينة ضمن الطبقة الوسطى الصينية العريقة، في مدينة الأصالة الحضرية والعريقة في التحضر في الصين العاصمة بكين؛ وهي مدينة بخصائص تاريخية وحضرية قريبة للنمط الشرقي وليس الغربي؛ كما هو الحال لمدينة تلمسان عاصمة الزينيين. ركز على دراسة أوقات الفراغ دراسة شاملة لعينة من الطبقة الوسطى في المنطقة محل الدراسة، بالتركيز على المهرجانات وأماكن الترفيه وقضاء وقت الفراغ والسياحة، دراسة أنواع الترفيه التي تتم في أيام العمل العادية في البيئة المحلية لمدينة تشيوانتشو. فقد تقدم دراسات أوقات الفراغ بيانات مهمة حول الممارسات بناء على مقابلات مع أشخاص في جميع مناحي الحياة؛ ودرس حالة من المكتبات، مقاهي الإنترنت، صالات الكاريوكي، الشوارع والساحات العامة، وولفت الانتباه إلى أهمية المتعة والتواصل الاجتماعي في حياة الصينيين من سكان المدن. محور الدراسة الأهم هو التناقض بين الممارسات الشعبية والممارسات الرسمية، باستخدام أمثلة من الحياة اليومية، للبحث في أخلاقيات قضاء وقت الفراغ عند الحضري الصيني، وهي إضافة في الدراسات الحضرية قام بها أون مالفريد إتش رولاندسن، وهو زميل أبحاث ما بعد الدكتوراه في الجامعة أوسلو، بالنرويج. وعقب مقابلات شخصية اجراها مع امرأة من الطبقة الوسطى تدعى زانغ كجزء من الدراسة في منطقة بالصين؛ عملت معه كمخبرة اجتماعية لها تجارب في التسوق في مدينة تشيوانتشو، حيث تلخص ممارسات التسوق الخاصة بالسيدة زانغ أهمية التسوق بين الطبقة الوسطى الصينية: حيث يعمل المركز التجاري وشارع التسوق كأماكن للترفيه، وأماكن للتواصل الاجتماعي وتأكيد الروابط الاجتماعية من خلال تجربة تسوق مشتركة؛ أو من خلال شراء الهدايا، بالإضافة إلى ذلك فإن استعداد السيدة زانغ لإنفاق مبلغ كبير على سترة لا تحتاجها، يوضح حقيقة أن الطبقة المتوسطة في تشيوانتشو بعيدة كل البعد عن "الدخل المنخفض، الاستهلاك المنخفض، التوزيع المخطط والنقص الذي ميز الحياة اليومية؛ في ظل الظروف الصعبة الماوية، وصف العلماء الغربيون هذا التغيير في القوة الشرائية، وتوريد التجزئة في عصر الإصلاح من منظور "ثورة المستهلك" أو حتى "التحرير الثاني" للشعب الصيني". فتطبيق وانغ لمصطلح "ثقافة المستهلك" لوصف الظواهر الاجتماعية في ماض صيني غامض

المعرفة، وجد أن الترفيه الصيني الآن يساوي الاستهلاك، وأن الأنشطة الترفيهية للطبقة الوسطى غالبا ما تتضمن شراء خدمة، سواء كان ذلك تدليكا للقدم، أو استئجار غرفة كاريوكي، أو تقديم المشروبات الساخنة في مقهى الكتاب، واحدة من الممارسات التي تميز هذا الدمج بين الترفيه والاستهلاك بشكل واضح هي التسوق عبر النوافذ، وهو نشاط ترفيهي سائد بين سكان تشيوانتشو.<sup>1</sup>

\*كما أجرت الباحثة Annie Margareta Ross دراسة أنثروبولوجية حول "استراتيجيات الاستهلاك للتنقل الاجتماعي نحو الأعلى بين الشباب الصينيين؛ في المناطق الحضرية الصينية"، واهتمت تحديدا بدراسة أسلوب حياة "Xiaozi"، وهو مصطلح ثقافي صيني يعني أسلوب الحياة الذي يطارد الذوق الحديث والفنون المعاصرة، وأصل معنى الكلمة الصينية هو "البرجوازية الصغيرة"، والذي بعد الإصلاح الاقتصادي في الصين وجد بعض الصينيين المنغمسين في أفكار ماركسية؛ أنهم ليسوا من البروليتاريا ولا البرجوازية، فاعتبروا انفسهم برجوازية صغيرة سموا انفسهم بذلك؛ في عملية تمييز اجتماعي لأنفسهم عن باقي سكان المدينة العاديين، وهي فكرة تم اعتمادها في تحديد فرضية الدراسة الحالية، والتي تمت صياغتها حول التمييز الذي تعتمده الطبقة الوسطى الحضرية في مدينة تلمسان؛ في ذوقها الاستهلاكي النخبوي وتفضيل العالمي غير المحلي في اختياراتها.

وهي دراسة استكشفت أذواق الشباب ذوي التوجه الغربي في الذوق الاستهلاكي في مدينة شنغهاي، من خلفية حضرية من الطبقة الوسطى الدنيا، والذين يتبنون أسلوب حياة "Xiaozi" كوسيلة للتنقل الاجتماعي، رغم وضعهم الاجتماعي المنخفض نوعا ما، كعلامة على الصراع الطبقي والتوجه نحو التحديث في المجتمع الحضري الصيني، بالاعتماد على الملاحظة بالمشاركة، أجرت 10 مقابلات مع الشباب الصينيين المعنيين خلال ربيع سنة 2015م، أهم نتيجة توصلت لها كانت أن اعتماد الشباب على استراتيجية أسلوب حياة "Xiaozi"؛ هي قابلة للتطبيق لتحقيق مكانة أعلى في المجتمع الصيني المعاصر، الذي يتميز بالحراك المستمر والمنافسة الكبيرة لتحقيق المكانة، وتوقعات عالية لنجاح الشباب على الصعيد الاجتماعي

---

<sup>1</sup> Unn Målfrid H. Rolandsen- Leisure and Power in Urban China Everyday life in a Chinese city- Routledge- New York- USA -2011-p130,137



والاقتصادي. نقطة مهمة أخرى توصلت إليها وهي أنه ليس فقط النخبة الصينية ذوات الروابط العابرة للحدود؛ هي التي تتعامل بأساليب وممارسات ثقافية اجنبية، بل أيضا أفراد الطبقة الوسطى الدنيا يريدون تأكيد أنفسهم على أنهم عالميون بتبني تلك الأساليب المعيشية، بدل الخطاب الأكاديمي حول العالمية كرأس مال ثقافي، في عالم يتحول إلى العولمة ضمن مصطلح التغريب (تبني أسلوب استهلاكي عالمي غربي)، وليس ضمن الكوزموبوليتانية (الكونية).<sup>1</sup>

\*أما دراسة واي واي زانغ (Weiwei Zhang) حول موضوع "الاستهلاك، الذوق والتحويلات الاقتصادية في الصين الحديثة"، هي دراسة صينية مهمة ومساعدة في تحديد الملامح العامة لسير البحث والدراسة الميدانية، وهي بنفس المتغيرات تقريبا؛ ومشابهة لأساليب البحث النظرية والميدانية المعتمدة في الدراسة الحالية، ضمن نطاق مختلف وهو مدينة تلمسان. فاهتم بالتغير في الاستهلاك في الصين فيما بعد الاشتراكية، ودرسته كانت عن الطبقة الوسطى العليا باعتماد مناقشة نظرية لحجج بورديو؛ حول تمييز الطبقات الصينية لنفسها عن الآخرين؛ من خلال حسابات واعية (conscious calculation) بدلا من الهابيتوس، فبعد وفاة ماوتسي تونغ الحكومة الصينية أدركت أن الانتباه يجب أن يتحول نحو التنمية الاقتصادية، لأن المستهلك أصبح يُطالب أن يكون راضيا، وتشجيع أيديولوجية جديدة للاستهلاك لإعادة الشباب للاقتصاد الصيني الحديث، فقد أصبحت السوق الصينية ثاني أكبر سوق للسلع الفاخرة في العالم والذي مزال ينمو، وتحتاج الخلفيات الثقافية أن تؤخذ بعين الاعتبار، فالمستهلك الصيني ينهل من كل من القيم التقليدية والغربية، وقد لعبت الدولة دورا حيويا في ظهور وتطور المجتمع الاستهلاكي الصيني، فالاستهلاك الصيني مختلف لحد ما عن الموجود في معظم المجتمعات الغربية. لهذا فالباحث زانغ يرى أن النظريات الغربية ليست بالضرورة مناسبة؛ عند تحليل الحياة الاقتصادية في بلدان مثل الصين، وكان

---

<sup>1</sup> Annie Margareta Ross- The Value of Taste consumption strategies for social upward mobility among urban Chinese youth –Graduate School- Cultural Anthropology-LUND UNIVERSITY faculty of Social Sciences- spring 2015.

هدف بحثه ملء تلك الفجوة النظرية في فهم الممارسات الاستهلاكية؛ كإضافة وكمكملات للنظريات التي تستند على النظريات الغربية في تفسير الأنماط الاستهلاكية الصينية.

استخدم أدوات لإجراء دراسة معمقة؛ مقابلات شبه منظمة وجها لوجه وملاحظات بالمشاركة، أجريت تلك المقابلات في صيف عام 2010م وفصل الشتاء عام 2013م، في واحدة من أكثر المناطق الصينية ازدهارا في مدينة بكين، ودراسته مقتصرة على المجتمع الحضري والاستهلاك الحضري، وقد أظهرت أبحاثه السابقة أن أنماط الاستهلاك الحضري لدى الطبقات الوسطى الجديدة؛ في أكبر أربع مدن صينية متشابهة وهي: بكين، شنغهاي، قوانغتشو، وتشنغتشن، شملت المقابلات 50 فردا، استعان بعينة كرة الثلج باستخدام معارفه وشبكة علاقاته في عدة مؤسسات للتوصل للمفردات، رغم ما يشوب هذا النوع من العينة للانحياز حسبه لكنها كانت الطريقة المتاحة له؛ أعمارهم كانت بين 25 سنة و75 سنة؛ وثلث المخبرين فاقت أعمارهم 45 سنة و28 منهم هن إناث، المقابلات تم تسجيلها صوتيا باللغة الصينية ثم ترجمها لاحقا للإنجليزية، وكانت أسئلة المقابلات تدور حول الوضع الاقتصادي، والممارسات الاستهلاكية، مثل أنشطة التسوق، ومواقفهم حولها، ومعاييرهم في اختيار المنتجات والخدمات المختلفة واختياراتهم الاستهلاكية في المدينة، استمرت كل مقابلة بين نصف ساعة إلى ساعة واحدة، أغلبها في أماكن العمل وبعضها في الكافيتريا، كانت مهن المبحوثين مهن غير يدوية وإدارية، اعتمد الدخل (بين 8000-10000 يوان أي بين 1230 دولار و1538 دولار شهريا) مستوى التعليم(عال)، والوظيفة غير اليدوية، لكن لصعوبة تقدير الثروة المادية بسبب الضرائب، اعتمد عامل مهم آخر وهو امتلاك شقة في بكين؛ كوسيلة ومحدد بديل للطبقة الوسطى "Baofahu" الصينية الجديدة؛ (Baofahu التي تطلق وتعني في اللغة المندرينية الصينية الأثرياء الجدد، الذين شهدوا انفجار ثروتهم خاصة في محافظة شانشي الصينيةShanxi) في دراسته الميدانية. وكانت نتائج الدراسة كما يلي: تأثرت الثقافة الصينية الحضرية بشكل أساسي بالكونفوشيوسية، التي تركز على المحافظة، مما أدى إلى ظهور صفات في المستهلك الحضري الصيني مثل الاقتصاد والتواضع، ومحو الذات، وهي نفس النتيجة التي توصل إليها إيكهارت وبيلك وويلسون، في ملاحظتهم لصعود استهلاك غير مظهري وغير تفاخري

في الصين، عند الطبقات الوسطى التقليدية مقارنة بالطبقات الوسطى الجديدة، التي تفضل الاستهلاك المظهري في التعبير عن هويتها. ناقش كيف يتبنى الصينيون المادية الغربية، في نفس الوقت يعبرون عن قيمهم التقليدية الصينية من خلال أنماط الاستهلاك، لأن للثقافة تأثير عميق على المادية والروحانية وتوجه الناس نحو الحياة، لذا فإن الشعب الصيني لديه طرقه الخاصة في التميز تحت تأثير المادية الغربية، فتحاول الطبقة الوسطى العليا تمييز نفسها عن المجموعات الأخرى؛ من خلال التأكيد على صفاتها الأخلاقية المقتصدة فيما أسماه هو "التكشف المظهري"، فعلى طول التاريخ الصيني القديم تم توبيخ أولئك الذين عرضوا ثرواتهم بطريقة غير مناسبة، وتم الترويج لمثل أعلى وفضيلة في الاقتصاد، لأنها تعتبر جزءاً مهماً من رأس المال الثقافي للفرد، فالطبقة الوسطى العليا ليست راضية عن أن يُنظر إليها على أنها غنية مادياً فحسب، بل ترغب أيضاً في أن تُعرف بأنها غنية ثقافياً أيضاً. لذلك ليس من المجدي اعتماد نظرية وتفسير رأس المال الثقافي بناء على نظرية بورديو؛ في الصين بسبب الثورة الثقافية، لأنها تحوي ثغرات في تفسير الوضع الثقافي والاقتصادي في صين الحداثة<sup>1</sup>.

بالنسبة للدراسات الأجنبية التي أجريت على المدن العربية، فقد أجرت الباحثة كريستا سالاماندر دراسة بعنوان "A new Old Damascus Authenticity and Distinction in urban Syria" وهو بحث أنثروبولوجي ميداني في مدينة دمشق تم إجراؤه لمدة 24 شهراً من 1992 إلى 1994م، وهي مدينة قريبة في الخصائص العمرانية والحضرية لمدينة تلمسان، كونها عاصمة التحضر في بلاد الشام، وعاصمة إسلامية مهمة وعريقة الأصالة الحضرية كمدينة تلمسان الإسلامية، ومجتمعات كلا المدينتين متقاربة في عاداتها تاريخياً.

بمساعدة مخبرين محليين لم تفصح عن هوياتهم استعانت بهم لفهم الاستهلاك الانتقائي، كشكل من أشكال بناء الهوية لدى النخبة الحضرية الدمشقية؛ (رغم بعض الصعوبات التي ذكرتها كون المخبرين

---

<sup>1</sup> Weiwei Zhang (2018): Consumption, taste, and the economic transition in modern China, Consumption Markets & Culture. DOI: 10.1080/10253866.2018.1467316 To link to this article: <https://doi.org/10.1080/10253866.2018.1467316> Published online: 11 Jun 2018.

يعتبرون الباحثين الأجانب جواسيس وعملاء للمخابرات خاصة أن مجال البحث كان في حي المالكي بدمشق، وهو حي عريق تعيش فيه الاسرة الحاكمة والمسؤولون من النخبة الحضرية). فهم يصرحون حسيها عن وضعهم الاجتماعي من خلال ما يشترونه، يأكلونه، يلبسونه ويفعلونه في أوقات فراغهم، فهي ليست مسألة تفضيلات استهلاكية لأذواق فردية، بل مؤشرات مهمة للوضع كما يقول بورديو. وفي دمشق ليس استهلاك مختلف التمثلات وأشكال المدينة القديمة فقط ما يميز مجموعة عن أخرى، بل حتى كيف يُناقش الاستهلاك ويستعرض في الحوارات، والكثير من بناء الهوية من خلال الاستهلاك يحدث في ومن خلال الساحات العمومية. كما أن الدمشقيين ينتجون ويعيدون انتاج وتسويق الإحساس الدمشقي "بالأصالة الحضرية"، والتي يعتبرونها إحساس بنخبوية زائفة للوافدين الجدد الذين يشاركونهم المدينة، فخلال الثمانينات والتسعينات أنتج النخبة الدمشقية واستهلكوا "العودة إلى القديم"، في حين سعت ثلاث أجيال سابقة "تقليد الغرب"، ثم عادت العادات والتقاليد الدمشقية "الأصيلة" حسب أقوال المخبرين في شكل جديد لممارسات ترفيهية واستهلاكية جديدة، رغم أن بعض أنماط التمييز القديمة تلاشت في الحواضر المشرقية مثل حاضرة دمشق، فيتم التفاوض على الهويات الاجتماعية والتنازع عليها بشكل متزايد من خلال الاستهلاك التنافسي. ويكون للنساء دور كبير في ابداء التنافس على الهوية والمكانة الاجتماعية، ما يرتدونه، وأين يتناولون الطعام، ومع من يتزوجون قد يدل على الانتماء الطبقي، ويعزز بل ويخلقه. يُؤلد تسليع الحياة الاجتماعية سياقاً يتم فيه التذرع بالدمشقية باستمرار، وفي بعض الأحيان تقويضها، إضافة للحي الذي تقطنه فأنت تسكن حي المالكي أعرق احياء دمشق القديمة فأنت إذن من النخبة الحضرية.<sup>1</sup>

الدراسات العربية: فهي تصل بشكل عام لنتيجة واحدة مهمة ومشتركة بينها؛ "وهي انتشار الاستهلاك المظهري التفاخري في المجتمعات العربية"، فنجد مثلاً دراسة للباحث الليبي: مفتاح علي حسين بالحاج من جامعة مصراتة الليبية، حول موضوع نمط لاستهلاك الأسري بين المظهري (التفاخري/الاعتيادي) في ظل المتغيرات المجتمعية، دراسة وصفية تحليلية وانطلق من مجموعة من التساؤلات وهي: إلى أي مدى تبلور

---

<sup>1</sup> Christa Salamandra-A NEW OLD DAMASCUS Authenticity and Distinction in Urban Syria -Indiana University Press-United States of America-2004.

دور المحددات الاجتماعية والاقتصادية في تحديد نمط الاستهلاك؟ وأيهما أكثر تأثيراً؟ وما هو النمط السائد الذي يمكن ملاحظته بالمجتمع الليبي؟ وأيهما الأكثر انتشاراً؟ وفرضية: بأن كل من العامل (الاقتصادي/الثقافي) يؤثر في طبيعة نمط الاستهلاك. اعتمد على عينة ميدانية من أرباب الاسر لبعض محلات مدينة مصراتة من خلال استمارة استبيان. موزعين على أربعة محلات وقوامها 120 مفردة، بطريقة العينة العرضية في مدينة مصراتة، وأهم النتائج التي توصل اليها، أن نمط الاستهلاك المظهري التفاخري هو السائد بثقافة أعضاء الاسرة، وتجسد حرصهم على مجاراة الآخرين والتفاخر، بسبب زيادة معدل الدخل؛ كما أن السكن في المناطق الحضرية يعني أكثر ميلا لنمط الاستهلاك المظهري التفاخري؛ عندما تصبح الحضرية طريقة الحياة، ووجود المجتمع الليبي في مرحلة انتقالية بين التقليدي والتحديث.<sup>1</sup>

\*أما دراسة الباحثة العراقية ابتهاج عبد الجواد كاظم التي تُدرّس في قسم علم الاجتماع حول "الاستهلاك المظهري تبعا لمجالاته وعوامله بحث ميداني في مدينة الموصل"، وهو بحث منشور في مجلة دراسات موصلية، فقد اهتمت الباحثة بدوافع الاستهلاك المظهري التي تدفع المستهلكين في مدينة الموصل للإنفاق على الأشياء المظهرية، واستعانت بعينة من المستهلكين بلغ عددهم 200 مفردة من مدينة الموصل، وتنوعت أساليب البحث الميداني بين الاستبيان والملاحظة والمقابلة، فكان هدف موضوع بحثها التعرف على الاستهلاك المظهري في مدينة الموصل تبعا لمجالاته والعوامل المؤثرة فيه؛ وركزت أكثر على مجال الحفلات وترتيبها، العزائم والهدايا المقدمة.

من خلال النتائج والتحليل الاحصائي وجدت أن حدة الاستهلاك تختلف في كل مجال، فيفضل أفراد العينة الاستهلاك المظهري والتميز في مجال الحفلة وترتيباتها وقاعاتها؛ أكثر من تقديم هدية عالية الثمن في العزائم حيث الاستهلاك فيها اعتيادي وليس مظهري، إذن فطبيعة الاستهلاك المظهري تختلف باختلاف العوامل المؤثرة فيه، فقد أدلى معظم المبحوثين بكون الاستهلاك المظهري قد ازداد نتيجة تحسن الأوضاع والظروف الاقتصادية، بعد تحسن وزيادة الرواتب، وكان هذا العامل الأول المؤثر ثم تلاه العامل الثقافي

<sup>1</sup>د. مفتاح علي حسين بالحاج-نمط الاستهلاك الاسري بين المظهري(التفاخري/الاعتيادي) في ظل المتغيرات المجتمعية-

مجلة كلية الآداب-العدد الثامن - ص ص: 145، 178-174-176.

والنفسى، واتفق أغلبية الباحثين أن استهلاك الأشياء المظهرية تزيد من الهيبة الاجتماعية للفرد، أما البقية فقد تنوعت تصريحاتهم بين فعل ذلك بسبب التأثير وتقليد الآخرين وبين التميز عن الآخرين.<sup>1</sup>

\*كما أن دراسة الباحثة المصرية مشيرة محمد العشري حول "الهجرة العائدة وتحول أنماط الاستهلاك بين شرائح الطبقة الوسطى": تشير إلى أهمية الهجرة في تغير أنماط الاستهلاك لدى المهاجرين المصريين، العائدين من خارج مصر إلى نمط الاستهلاك المظهري التفاخري خاصة في مجال الإهداء والهدايا، الدراسة هي اجتماعية تاريخية، اعتمدت فيها احصائيات لمتابعة التطور التاريخي للظاهرة، وحصرت مقابقتها الميدانية في 15 مقابلة في أسر الطبقة الوسطى العائدة من الهجرة إلى الخليج، لدراسة نمطها وثقافتها الاستهلاكية، وانطلقت الدراسة من سؤال وهو ما الأنماط المختلفة للاستهلاك؟ وكيف تحول من نمط الاستهلاك الاعتيادي إلى نمط الاستهلاك المظهري للمهاجرين العائدين من الدول العربية النفطية؟ في سبيل تطلع الطبقة الوسطى لمحاكاة وتقليد الجماعات المرجعية الأعلى في المستوى، وخاصة في فترة ما بعد الحداثة وسيادة النظام الرأسمالي، واعتمدت تفسيرات كل من فابلن وبورديو، بوديار ومايك فيثريستون في تحليلاتهم، ودراستها لوضعية أنماط الاستهلاك لدى الطبقة الوسطى المهاجرة المصرية والعائدة من دول الخليج من خلال تفسيراتهم، وتحولها لنمط الاستهلاك المظهري الذي ينغمس فيه الأفراد بغية التميز الذي يميز الطبقات المرفهة؛ كغيرهم من الطبقات الوسطى في البلدان العربية الأخرى، عينة الدراسة كانت تقع ضمن نطاق مدينة طنطا المصرية؛ والأسرة هي وحدة التحليل في الدراسة عن طريق عينة كرة الثلج، فأغلب الأسر المهاجرة تعرف بعضها البعض وهي 15 أسرة من الطبقة الوسطى لمدينة طنطا؛ والتي هاجرت للخليج ثم عادت لتستقر في طنطا مجددا، اعتمدت المقابلات إضافة لتحليل الوثائق والسجلات في شق الدراسة التاريخية، حيث قسمت الفترات إلى قسمين فترة: 1981م إلى غاية 2010م ثم فترة ما بعد الثورة من 2011م إلى 2017م، كانت النتائج وخصائص العينة كما يلي: بلغ المستوى التعليمي لأفراد العينة بين التعليم المتوسط والجامعي 58.7% من إجمالي مفردات العينة، أما من ناحية المهن والوظائف فقد بلغت نسبة

<sup>1</sup>إبتهاى عبد الجواد كاظم-الاستهلاك المظهري تبعاً لمجالاته وعوامله: بحث ميداني في مدينة الموصل-مجلة دراسات

الموظفين 34.1%، بينما أصحاب المهن الحرة من مهندسين، أطباء، وأساتذة كانوا 44.2%، النسبة الباقية فكانت لعمال في شركات خاصة، وكان التحليل سوسيوثقافي انطلق من فرضية أن الخصائص الاجتماعية والاقتصادية تسهم في إسراع التحول إلى الثقافة الاستهلاكية بين المهاجرين العائدين من الطبقة الوسطى. أكدت الدراسة عن وجود انكماش في الطبقة الوسطى، أغلب مصادر الدخل لديها هو الراتب الشهري الذي يتقاضاه الفرد من الحكومة، وإقبالهم على السفر هو بسبب عدم كفاية الدخل الشهري، أغلبهم يمتلكون كل الاثاث والأجهزة الضرورية والكمالية، لكن لا يملك جميعهم أحدث الموبايلات والسيارات التي تسعى لها الطبقات الأعلى؛ كما يقضون أوقات فراغهم في الخروج والأكل في المطاعم، وأصبحوا يسعون باستمرار لشراء كل ما هو ثمين من سيارات ساعات ومجوهرات، يهدون هدايا غالية الثمن تتجاوز قيمة الواحدة منها 1000 جنيه، كما يذهبون في العطلات كالصيف إلى أماكن هادئة غير مزدحمة؛ وتمتاز بالنظام النظافة والرقي قدر الإمكان، للظهور بشكل متميز عن بقية أفراد المجتمع؛ لكن أغلبهم بعد السفر صرحوا بأنهم تمكنوا من مواكبة أحدث الموديلات وشحنها من الخارج؛ وأصبحوا يحسون بالرفاهية والتميز، فصاروا ينتمون لطبقة جديدة يلائمونها ماديا لكن يختلفون عنها قيميا، وأكدوا أن بعد عودتهم لبلدهم تغير نمطهم الاستهلاكي ليصبح عاديا مقارنة بعيشهم في الخليج، وأشاروا إلى أن السلع التي كانوا يقتنونها قبل الهجرة عادية في الأجهزة واعتيادية، لكن بعد هجرتهم للخليج أدخلوا أجهزة جديدة في نمطهم الاعتيادي كغسالة الأطباق، وأنواع الخلطات وصاروا حسب تعبيرهم يملكون كل شيء يتمنونه وهذا هو الهدف من سفرهم. النمط المعيشي الذي اكتسبه أفراد العينة في المهجر له دور في إبراز دورهم بوصفهم وسطاء ثقافيين جدد في موطنهم الأصلي، ويظهر ذلك من خلال استخدامهم للسلع المظهرية الجديدة، لاعتقادهم بضرورتها فيتم تحديد مكانتهم ووضعهم الاجتماعي، فأصبحوا يميزون السلع الرخيصة من الغالية والأصلية من المقلدة، في الهواتف والساعات والحقائب، السيارات والملابس والأحذية، كما يملكون خاصة النساء جماعات مرجعية يسعون للاقتداء بها ومحاكاتها وتقليدها في أساليب عيشها، وتتوافق تماما نتائج دراستها مع دراسات عربية

أخرى؛ كدراسة ذيب محمد حول ثقافة الاستهلاك في المملكة العربية السعودية والتي أجراها على الأسر السعودية.<sup>1</sup>

\* بالنسبة الدراسات الجزائرية: فنجد دراسة في نفس سياق الدراسة الحالية؛ موضوع البحث للباحثة ربعة تمار حول: "المجالات الاستهلاكية وإنتاج التمايز الاجتماعي في المجتمع الجزائري"، وهي دراسة أجرتها في إطار إنجاز واستكمال أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع بجامعة ورقلة، وانطلقت في بحثها من سؤال هل للأسرة الجزائرية استهلاك ثقافي؟ وإذا كان للأسرة الجزائرية تنوع في الأذواق؛ هل يشكل ذلك تمايزا اجتماعيا في المجتمع الجزائري؟ وفرضية تتمثل في: أنه يشكل الاستهلاك الثقافي للأسرة الجزائرية عاملا أساسيا لإنتاج التمايز الاجتماعي في المجتمع الجزائري.

دراستها كانت كيفية استعملت فيه أدوات وهي: الملاحظة بالمشاركة والمقابلة شبه الموجهة لمجموعة أسر من ولاية ورقلة باستخدام عينة عرضية، ومقابلة 49 ربة بيت وافقن على الاشتراك في الدراسة، واستخدمت أسلوب تحليل المحتوى (المضمون) في عملية التحليل. تمثلت أهم نتائج دراستها في أن اختلاف الممارسات الاستهلاكية للأفراد والجماعات في المجالات الاجتماعية أنتج تمايزا في الاستهلاك الثقافي في المجتمع الجزائري، (رغم أنه من المفترض عدم التعميم على المجتمع الجزائري وبدلا من ذلك حصر النتيجة في مجتمع الدراسة أو على الأقل في المجتمع الورقلي)، كما ساهمت المواقع الافتراضية في ظهور نوع من التنافس على الاستهلاك؛ وأصبحت المجالات الاجتماعية الافتراضية بمعانها ورموزها تشكل نموذج ثقافي بديل، والذي يفرض عليهم أنماط من الاستهلاك الثقافي ويشكل أذواقهم الجديدة ويصنفهم مستهلكين جدد، ومن خلال ما يقره بورديو في دراسته التمييز الاجتماعي بأن الأذواق ليست طبيعية وحتمية، بل هي اجتماعية تنشأ من خلال الهابيتوس الذي نشأنا من خلاله وتفاعلنا فيه في مجالاتنا الاجتماعية، فإن ما يميز ذوق مفردات العينة هو كونها غير محلية في تفضيلاتهن في الموسيقى الأجنبية بمختلف طبوعها؛ الاهتمامات الفنية

<sup>1</sup>مشيرة محمد العشري-الهجرة العائدة وتحول أنماط الاستهلاك بين شرائح الطبقة الوسطى "دراسة ميدانية بمدينة

طنطا"-جامعة دمياط-مصر-ص: 581-660



كالمسلسلات التركية والأفلام الهندية، كما يشكل التمايز في الاستهلاك الثقافي للأفراد والجماعات في المجالات الاجتماعية الواقعية والافتراضية آلية لشرعنة التمايز الاجتماعي في المجتمع، ودائرة الاستهلاك الثقافي أصبحت واسعة في ما بعد الحداثة من المحلية إلى العالمية، ومنها تشكل الذوق الهجين للمجتمع محل الدراسة. كما ميز المجتمع المدروس التمظهر أو المظهر في كل شيء والتفاخر، ومواكبة الثقافة الاستهلاكية الأجنبية غير المحلية خاصة عبر المواقع الافتراضية.<sup>1</sup>

### الإشكالية:

لفهم التطورات التي وصلت إليها مجتمعات ما بعد الحداثة حالياً أين نشأ الاستهلاك الرأسمالي، المرور عبر موضوع الاستهلاك كسمة مميزة للمجتمعات الرأسمالية؛ يعطي فكرة عن طريقة عمل الرأسمالية وآليات الاستثمار في الأفكار والثقافة، وبيع رموز المكانة عبر فضاءات وأماكن الاستهلاك، التي من خلالها يسعى الأفراد لتحديد هوياتهم الاجتماعية، التواصل مع محيطهم الاجتماعي، وتحقيق ذواتهم في المدينة. تعد المدينة الحديثة كفضاء عمومي مركزاً خصباً للاستثمار الرأسمالي؛ والتحكم في حركة وتدفق رؤوس الأموال، وتشجيع المبادرات الفردية، ومساحة أكبر من الحرية وتقسيم أكبر للعمل وأكثر تخصصاً، كما أنها موضع ظهور الثقافة الاستهلاكية للطبقة الوسطى، وقد أولى الباحثون السوسيولوجيون اهتمام كبير بالدراسات الحضريّة الأكاديمية في القرن العشرين؛ والتي تم التحضير لها مسبقاً من مفكرين كلاسيكيين؛ مع الهجرات إلى العالم الجديد ونمو المدينة الأمريكية، وتعدّد الحياة فيها بحلول موجات من المهاجرين الأوروبيين والافارقة للعمل والعيش فيها، وظهور إشكاليات مع التغير الحضري المستمر. ظهر مجموعة من الباحثين الاجتماعيين اهتموا بموضوع الثقافة الحضريّة والتحليل السوسيولوجي للمدينة، رغم أنه قد تأثرت الدراسات الحضريّة نهاية القرن العشرين بالتيار الماركسي الحديث، حينما ظهرت نقاشات حول جدوى دراسات مدرسة شيكاغو الامبريقية، والتي عممت نموذج مدينة شيكاغو وحددت الدراسات الحضريّة في نماذج قد لا تنطبق حتى على مدن أوروبية حسب تعبير كاستيلز، وتم انتقاد النموذج

---

<sup>1</sup>ربيعة تمار-المجالات الاستهلاكية وإنتاج التمايز الاجتماعي في المجتمع الجزائري-أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع-جامعة قاصدي مرباح ورقلة-2020/2019.

الايكولوجي المرتبط بالفكر التطوري والداروينية الاجتماعية والعلاقة الحتمية بين الانسان وبيئته الحضرية، حيث تولد الثقافة وتأخذ سماتها من نتاج تلك العلاقة، رغم أنها لاقت رواجاً، إلا أن الدراسات الحضرية أخذت منحى جديد مع تيار الماركسيين المعاصر، الذين ناهضوا أفكار الحداثة الرأسمالية التي ساهمت في ظهور مشكلات حضرية؛ أهمها التهميش الطبقي للطبقات العمالية والفقيرة، بعد انتشار قيم الحداثة والنزعة الاستهلاكية واستعمال سلطة الثقافة؛ ورأس المال الثقافي والرمزي لخدمة التوجه المادي، وصعبت الحياة عليهم في المدينة المعاصرة.

وتساعد المجتمع الاستهلاكي كسمة مميزة لما بعد الحداثة، ساهم في توحيد نماذج الاستهلاك والقضاء على سمة التنوع والاختلاف الثقافي في المدن، فصار الاستهلاك وتنميط ونمذجة أساليب الحياة منظومة رمزية من خلالها يثبت الفرد مكانته الاجتماعية، وممارساته في حياته اليومية في الشوارع العادية أو شوارع التسوق والأسواق، المقاهي، المطاعم. فالمحلات التجارية محرك للحياة الاجتماعية المشتركة في المدينة، حيث يختلط الغرباء وهذا المستوى المحلي من الفضاء والمساحة الاستهلاكية ينتج أكثر من تبادل السلع والخدمات، فهو يعزز التنشئة الاجتماعية والنضال الطبقي، وتعتبر زوكين عن عدم الاهتمام بدراسة هذا الفضاء الحضري حيث نادراً ما ولد نظرية حول كيفية عمله، وتعتبر زوكين عن هذا الفضاء بأنه نافذة لروح المدينة وتحليل الشبكة الاجتماعية ومكوناتها، لأنها مساحات يختلط فيها الغرباء والناس الذين ليس بينهم قرابة دموية، بكل حرية وأماكن الاجتماع هاته تصور وتمثل التسامح مع الاختلاف في المدينة، وهو ما قوضته الحداثة الرأسمالية رغم استمرار الرقابة الاجتماعية واستمرار التنافس وإثبات الذات؛ والتمكين في الفضاء العمومي، عبر منظومة رموز تتشكل من الممارسات الاستهلاكية لمختلف الفئات والطبقات والإثنيات في المدينة، فالعملية الاستهلاكية هي عملية اجتماعية ثقافية تحوي رموزاً للمكانات والهويات الاجتماعية، وأساليب حياة مختلف الطبقات الاجتماعية في المدينة وخاصة للطبقة الوسطى؛ التي تعتبر كمنتجة وحاوية للثقافة الاستهلاكية في مدينة الحداثة وما بعد الحداثة، فقد تخلت الطبقات الوسطى في مدن العالم عن أسلوب الاستهلاك الشامل والجماهيري للسلع؛ وتوجهت لتكوين ثقافة استهلاكية تحمل رموزاً أكثر للمكانة

والتمييز الاجتماعي، واستهلاك الذوق الفخم والفنون. تساهم في ذلك السياسات الحضرية من الإنتاج إلى استقبال المنتج والخدمات المقدمة في المحلات التجارية والأسواق والمطاعم وغيرها، حيث من خلال هذه المساحات والأماكن تسعى الطبقات على تمييز نفسها عن الطبقات الأدنى، وتجعل منه أسلوب حياة خاص بها ومميز عن غيره.

والمجتمع الجزائري كغيره من مجتمعات العالم الثالث؛ مرتبحولات وتحديث تباعا للعلومة الثقافية، رغم مقاومة بعض المؤسسات الاجتماعية موجة التحديث، لكن خدمة الاعلام والترويج لتلك الثقافة أدخل المجتمع مرحلة التغير واستيراد الثقافة العالمية السائدة، خاصة بعد زيادة نسب التحضر؛ نمو المدن، ودخول السلع والمنتجات الأجنبية. تغيرت أساليب العيش التقليدية في جوانب كثيرة، وصار التنافس على الاستهلاك سمة مميزة للطبقات الوسطى الحضرية، وخاصة الجديدة منها كنوع من التمييز والتعبير عن الهوية الاجتماعية، والتأكيد على المكانة الاجتماعية.

مدينة تلمسان أحد المدن والحوضر الشرقية التي كانت فيما سبق حاضنة لرأسماليات ناشئة، تراجع دورها بعد انتهاء فترة الزيانيين، وتم تقويضها تماما في فترة الاحتلال الفرنسي، وأفرغت المدينة من محتواها وتغير وجه المدينة الحضري الأصيل، ليحل محله نموذج حضري لمدينة سيفسائية، غلب عليها الطابع الأوروبي والفرنسي تحديدا في فترة الاستعمار، ثم أعيد تعميرها فيما بعد، دخلت طبقات وسطى ناشئة جديدة وغريبة عنها، أغلهم من خلفيات ريفية بعد الهجرات الكبيرة لتعويض الفراغ الذي تركه الحضر إبان الاستعمار؛ ثم الأوروبيون الذين غادروها بعد الاستقلال. دخلت المدينة كباقي المدن الجزائرية مرحلة جديدة في التشكل والنمو غير المخطط، وتأثر وجه المدينة الأصيل واندثرت أغلب بقايا العمران الشرقي الإسلامي القديم؛ في شقه المادي والاجتماعي، تماشيا مع التغيرات الاقتصادية، الديموغرافية والاجتماعية التي حدثت في الجزائر والعالم أواخر القرن الماضي في ظل الرأسمالية العالمية والأحادية القطبية، الحدائة ثم ما بعد الحدائة، والاتجاه نحو النزعة للاستهلاك بدل الإنتاج، والاستيراد بدل الاكتفاء الذاتي؛ وتلقف معالم المجتمع الاستهلاكي العالمي المتواطئ. ومما سبق سيتم البحث في سؤال الإشكالية التالي:

-كيف تنشأ الثقافة الاستهلاكية الحضرية، وماهي محدداتها في مدينة تلمسان؟

الفرضية:

\*يعتمد أفراد الأسر الحضرية الأصيلة من الطبقة الوسطى على الثقافة الاستهلاكية الرفيعة

والذوق الرفيع؛ كوسيلة للتمييز في مدينة تلمسان.

-محاور الفرضية:

1-يتميز الاستهلاك الاعتيادي للطبقة الوسطى للحضر بتفضيل الذوق الاستهلاكي الرفيع والمختلف.

2-اعتماد الطبقة الوسطى الحضرية الاستهلاك كالتسوق والأكل خارجا للترفيه في أوقات الفراغ.

3-تشابه الذوق الاستهلاكي للحضر يجعلهم يختارون فضاءات استهلاكية متماثلة في المدينة أو خارجها.

أسباب الدراسة:

تقسم عادة أسباب إجراء الدراسات لقسمين؛ أسباب موضوعية تتعلق بطبيعة الموضوع وقيمه

العلمية؛ وحدائته بعيدا عن ميول ورغبة الباحث الشخصية، وأسباب ذاتية تتعلق بتوجهات الباحث

وميوله للموضوع، في نطاق اهتماماته البحثية، وقدرته على إجراء الدراسة من الناحية المادية والمعنوية.

الأسباب الموضوعية: تتعلق بطبيعة الموضوع في حد ذاته كونه قابل للدراسة، كما أن موضوع

الدراسة جديد في الإطار المكاني والزمني المحدد، ولا توجد دراسات سابقة حول أساليب الحياة الحضرية؛

والثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري التلمساني. حيث أن معظم الدراسات في الموضوع غربية لمجتمعات

غربية مختلفة، ما يخلق فجوات في فهم الثقافة الاستهلاكية الحضرية المحلية وفي أوساط حضر مدينة

تلمسان، ونقص المعرفة بطبيعة التشكل والتغيير الطبقي الحضري فيها، والتوجه المتزايد نحو الثقافة

الاستهلاكية العالمية كعلامة للتمييز الاجتماعي،

الأسباب الذاتية: الموضوع محل الدراسة يدخل ضمن مجال الثقافة الحضرية؛ وهو التخصص محل

الاهتمام والتوجه الشخصي في مجال الدراسات السوسيولوجية الحضرية للباحثة، إضافة بأنه يدخل تحت

إطار المواضيع المهمة للحدثة، ويربطها بالصراع الطبقي والتمييز الاجتماعي في المدينة.

الإمكانات المادية متوفرة، القدرة على إجراء الدراسة، وعدم إيجاد صعوبات في إجراء الدراسة

الميدانية لأنه موضوع لا يدخل في نطاق الطابوهات الاجتماعية.

### منهجية وتقنيات الدراسة:

نوع الدراسات النوعية تهدف إلى التعرف على ظواهر التجربة الإنسانية، وفهمها بطريقة شاملة متكاملة من الداخل، كما يهدف البحث النوعي إلى تكوين فرضيات أو نظريات في نهاية العملية، ووصف الظواهر الاجتماعية والعلاقات المتبادلة بين الظواهر وغالبا يستخدم البحث الاجتماعي النوعي طرقا مفتوحة وغير موحدة للتحقيق الميداني، وطرق متنوعة في التحليل والتفسير والتقييم.<sup>1</sup>

\* تم اعتماد منهج البنيوية التوليدية لبيير بورديو لفهم الفعل والمولد لذلك الفعل، فوفق نهج البنيوية التوليدية يجب على الباحث استخراج بنية دلالية يجد لها امتداد في كامل النص، لتكون المقصودة بالتحليل فهي تمنحه فهما أعمق للخلفية الأيديولوجية والفكرية للمجتمع والفئة المعنية في البحث<sup>2</sup>، ومقاربة بورديو تقوم على أساس وجود صراع وتفاوت أو تمايز طبقي، بالاستناد على الهابيتوس الخاص بكل طبقة، والتي يستضمها الأفراد في أفعالهم عن طريق التنشئة الاجتماعية، ويكون الهابيتوس وسيطا بين الفعل والمجتمع، فمنهج بورديو في إطار بنيوية تكوينية يجمع بين دور الفاعل وبنية المجتمع، وتفاعلا بين الفهم - من خلال الوصف- والتفسير، فالهابيتوس أداة منهجية اختبارية للتعرف على المكانة الطبقية للفرد.

### -تقنيات وأدوات البحث الميداني:

\*الملاحظة المباشرة: تعتبر الملاحظة أحد أهم التقنيات المستعملة في البحث النوعي، وتم اعتماد الملاحظة المباشرة في المرحلة الاستطلاعية للبحث لمجتمع الدراسة وهو في حالته العادية والطبيعية، ولأماكن

---

<sup>1</sup> Anna Steigemann--The Places Where Community Is Practiced "How Store Owners and Their Businesses Build Neighborhood Social Life"-Springer-Technische Universität Berlin -Berlin, Germany-2016-p92.

<sup>2</sup> محمد الأمين بحري-البنيوية التكوينية من الأصول الفلسفية إلى الفصول المنهجية-مكتبة مؤمن قريش-تونس، الجزائر،

وفضاءات الاستهلاك، التسوق والترفيه في مدينة تلمسان، ثم التعمق بالملاحظة للممارسات الاستهلاكية للمستهلكين في أماكن محددة تم اختيارها مسبقاً لمطابقتها خصائص الفضاءات الاستهلاكية الحضرية العصرية، تتميز بذوق عالمي حديث وماركات أجنبية ومحلية، وهي مقسمة بين متاجر كبيرة ومتعددة الأقسام (phénix, King shop, Family Market, متجر حي الكرز)، مطاعم ومقاهي (Bella, Ambiance, l'Excelsior, impérial, l'équinoxe, paradis, Le Pizz 'Wich, Gelato L'Échappatoire)، ومحلات ملابس متنوعة وأواني مثل: Maxi Bazar- (Le bon prix chez Nabil)، إلى مراكز تسوق كبيرة خارج مدينة تلمسان (Senia-Oran-Centre Commercial) والمركز التجاري الجديد في وهران (KIABI)، بما أن الأغلبية قد أشاروا إلى تلك الفضاءات الاستهلاكية كوجهات مفضلة وروتينية للحضر في تلمسان؛ في مرحلة الاستطلاع الميداني والتقريب من مجتمع البحث، كما تم زيارة الصفحات الخاصة بكل فضاء استهلاكي منها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص صفحات الفيسبوك، والتعرف على الخدمات المقدمة والأسعار وطرق العرض والتقديم، التي تعرضها على تلك الصفحات كنوع من الأشهرار والترويج لها والتواصل مع العملاء والزبائن.

### \*الوثائق والصور:

تم الاستعانة بمجموعة وثائق متحصل عليها من مكتب التعمير بلدية تلمسان، تمثل في المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير لبلدية تلمسان، والمخطط الدائم لحفظ واستصلاح القطاع المحفوظ للمدينة العتيقة "تلمسان" من مديرية الثقافة، والذي أشرف على إنجازه مكتب الدراسات التقنية "Arcade"، كما تم التحصل على كتاب شجرة تلمسان للمؤرخ غوتي شريف كمرجع أساسي في اختيار عينة الدراسة من خلال ألقاب التي أوردها للعائلات الحضرية الجدارية والعصمية في حاضرة تلمسان. كما تم الاستعانة بوثائق وصور من الصفحة الشخصية للباحث في تاريخ مدينة تلمسان "قصي زاوي" وذلك في سبيل تكوين صورة عامة عن الحياة الاجتماعية والثقافية الحضرية لمجال الدراسة العام "مدينة تلمسان".

\*المقابلة نصف موجهة: تم اعتماد المقابلة نصف الموجهة دون معرفة شخصية مسبقة بالمبحوثين، لأنه حسب بورديو المعرفة الشخصية قد تجعل المبحوث يهمل بعض التفاصيل، ولا يدلي بها أثناء المقابلة رغم أنها مهمة؛ وذلك لاعتقاده بأن الباحث يعرفها ولا داعي لذكرها، أو للمراقبة الذاتية للصورة الجيدة التي يسعى المبحوث لرسمها والحفاظ عليها وترسيخها ، ولكيلا تؤثر التصريحات والآراء على العلاقة الشخصية بين الباحث والمبحوث بعد المقابلة، وعلى الصورة الجيدة للمبحوث خاصة في الآراء الخاصة والحميمية، فمن الأسهل على المبحوث التصريح للباحث كشخص غريب عنه بحيث لا تتأثر علاقتهما<sup>1</sup>، رغم ما فيها من عيوب إلا أنها كانت الأنسب فالموضوع لا يحتاج لتلك المعرفة الشخصية العميقة مع المبحوث.

تم إجراء المقابلات طوال شهري جانفي وفيفري 2022، مع 25 مبحوث من أسر (أحد الزوجين) من الطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية، لتتوقف عند 25 مقابلة بعد الوصول للتشبع؛ وتكرار التصريحات والاجابات الخاصة للمبحوثين في العينة. أجريت بعض المقابلات في أماكن العمل، والبعض في المحلات والفضاءات الاستهلاكية، والحدائق العمومية، كما سمح البعض بإجرائها في منازلهم، كان أقل وقت أجريت فيه المقابلات هو عشرين دقيقة، بينما وصلت بعضها لساعتين كاملتين بسبب رغبة المبحوثين بالإدلاء أكثر والإفادة((تبرع أحد المبحوثين الأستاذ المتقاعد غ. ثابت أول بعد المقابلة؛ بأن يكون دليل من خلال جولة في المدينة القديمة، وقام بسرد وقائع وتسميات دروب وأحياء ومنازل ، وتاريخ المنطقة كونه أحد أقدم السكان الحضر في المدينة القديمة؛ وأحد الحضر العرب الجداريين، رغم أنه لم يعد يقطنها وانتقل لحي الدالية مثله مثل أغلب الحضر الذين حسبه غادروا المنطقة للأحياء المجاورة)). بينما الغالبية من المقابلات استمرت من نصف ساعة إلى ساعة بسبب أن أغلب المبحوثين موظفين؛ والوقت محدود أثناء العمل، وتم اعتماد التسجيل الصوتي في بعض المقابلات بينما لم يسمح البقية بالتسجيل الصوتي وتم الاكتفاء بالتسجيل كتابة، ولتجنب نسيان بعض التفاصيل المهمة بعد المقابلة تقوم الباحثة بتسجيل صوتي خاص بها يلخص ما قامت به وما قاله المبحوث، والملاحظات المهمة حول المبحوث باستعمال المسجل في الهاتف في المقابلات

<sup>1</sup>د. لمياء مرتاض-نفوسي-تقنيات البحث الكيفي "المقابلة"-دار هومة-الجزائر-د.ط-2017-ص:109

التي تمت في الأماكن العامة، بعد المقابلة مباشرة للعودة إليها لاحقاً أثناء التحليل وتجنب نسيان تفاصيل مهمة؛ والتي لم تسجل كتابياً لصعوبة تدوين كل التفاصيل في أماكن عامة أثناء إجراء المقابلة.

### مجتمع البحث:

استخدمت العينة القصدية وهي عينة غير احتمالية، حيث تعتبر المعاينة الغير الاحتمالية من الأساليب التقنية الخاصة بالمعاينة في البحوث الكيفية والتي يكون لدى العديد من الوحدات فيها الخاصة بالمجتمع المستهدف السكاني فرصة صفرية للاختيار، أو حيث لا يمكن تحديد احتمالية الاختيار بشكل دقيق<sup>1</sup>. تم بناءها تدريجياً واختيارها قصدياً من خلال البحث والتقصي عن العائلات الحضرية الأصيلة في مدينة تلمسان، بالاعتماد على الألقاب لضمان انتماء العينة للحضر الأصليين، وذلك باعتماد ثلاث وسائل؛ أولها كتاب شجرة تلمسان للمؤرخ "شريف غوتي"، كمرجع أساسي لتلك الألقاب، بالإضافة إلى الدراسة التي أجراها الباحث "دالي أحمد شكيب" حول: "الاستراتيجيات القرابية لدى العائلات التلمسانية الكبيرة الاختيارات والرهانات"، وهي دراسة أنثروبولوجية تم ذكر ألقاب كبرى العائلات الحضرية في تلمسان عن طريق مقابلات أجراها مع عينة من الحضر؛ والذين بدورهم أدلوا بألقاب العائلات الحضرية الأصيلة في تلمسان، والاستراتيجيات القرابية المعتمدة بينهم في الوسط الحضري، أما بالنسبة للوسيلة الثالثة فكانت شبكة العلاقات التي أقامها الحضر بينهم على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا الفيسبوك، حيث أغلبية الحضر يشاركون نفس المجموعات والصفحات، ويتشاركون قائمة الأصدقاء ليشكلوا مجتمع حضري افتراضي، وأغلبهم يشاركون ألقابهم العائلية والمعلومات الشخصية على صفحاتهم ما يسهل التواصل بينهم والتعرف على بعضهم البعض من خلال تلك الألقاب، والأهم أن أغلبهم يتشاركون العلاقات القرابية من قريب أو من بعيد بسبب التزاوج بينهم والتداخل الكبير في علاقات المصاهرة، فكانت تلك الصفحات والمجموعات مثل مجموعة: S.O.S'antiquité Tlemcen L'authenticité ومجموعة Les Tlemcenophiles، أحد أهم سبل التعرف بهم والتواصل معهم، وخصوصاً أن الدراسة الميدانية كانت متزامنة مع ظهور وانتشار

<sup>1</sup>أنول باتشيرجي-مرجع سبق ذكره-ص: 197.



وباء كورونا والعزل والبروتوكول الصحي، ما صعب إجراءات الدراسة الميدانية والمعرفة المباشرة لعينة الدراسة، فكانت الصفحات الشخصية والمعلومات الواردة عن الحالة العائلية والوظيفة ومكان الإقامة إضافة للقب، عوامل مساعدة لاتخاذ قرار التواصل مع صاحب الصفحة والتقرب منه، والتعرف به أكثر واتخاذ قرار ضمه للعينة ومقابلته، بعد موافقته وتطابق الشروط الخاصة بالعينة المطلوبة وهي كالتالي: حَضْرِي من أصول حَضْرِيَة ولقب عائلي حَضْرِي لأحد الزوجين أو للزوجين معا، متزوج(ة)، مقيم بمدينة تلمسان، يشغل وظيفة من مهن الطبقة الوسطى (الطب، التربية والتعليم، الإدارة والتسيير، الهندسة، المحاماة والقانون، التجارة...)



\*صورة رقم 01 ملتقطة من الباحثة بصيغة screenshot لمجموعة فيسبوك Les Tlemcenophiles



\*صورة رقم 02 ملتقطة من الباحثة بصيغة screenshot لمجموعة S.O.S l'antiquité Tlemcen



**\*صورة رقم 03 ملتقطة من الباحثة بصيغة screenshot لصفحة فيسبوك الباحث "قصي زاوي"**

لكن أغلبية أفراد العينة تم التعرف عليهم في أماكن عملهم؛ بعد التوجه بالسؤال عن وجود حضر يعملون في بعض المؤسسات المقصودة (جامعة، مدارس، دور حضنة، مؤسسات عمومية وإدارات، مراكز صحية جوارية...)، وفي أماكن الاستهلاك منها المطاعم والمتاجر بالاعتماد على تمييزهم من خلال اللهجة، الشكل العام واللباس والممارسات الخاصة بهم، رغم بعض الصعوبات وعدم التجاوب في البداية وهو أمر روتيني في أغلب البحوث الاجتماعية والإنسانية، يتعامل معه الباحث وفق استعدادات مسبقة، وكانت أصعب مرحلة في الدراسة هي جمع العينة المطلوبة والتي تطابق الشروط الموضوعية.

كما تم الاعتماد على وسيلة جانبية ميدانية مساعدة للحصول على قائمة بالألقاب الحضرية، وذلك بزيارة "مقبرة سيدي السنوسي" في مدينة تلمسان، وهي المقبرة التي يدفن أغلب الحضر فيها منذ القديم، والاستعانة بشواهد القبور وتواريخ الوفيات، وألقاب المدفونين، خاصة القبور القديمة التي يصل بعضها لمئة سنة أو أكثر؛ وتم تسجيل ألقابهم كإضافة لقائمة ألقاب العائلات الحضرية التلمسانية الأصيلة، وكدليل مادي يدعم صحة الألقاب الواردة في المراجع المعتمد عليها. رغم عدم وجود أي إحصائيات وتعداد سكاني حالياً للحضر الأصليين، بسبب اختلاطهم بالنازحين الجدد وتفرقهم بين مناطق المدينة؛ بالتالي ذلك صعب من مهمة تحديد نسبة الطبقة الوسطى الحضرية للحضر؛ (ينطق حرف ض في الكلمة دال "الحدز")

في اللهجة الحضرية التلمسانية الأصيلة)، إلا أنه أمكن التواصل مع فئة لا بأس بها واختيار عينة منهم. حيث لا يهم في الدراسة أن تكون عينة ممثلة بقدر أن تكون عينة تنطبق عليها الشروط المحددة؛ وتناسب أبعاد الإشكالية لأن التعميم ليس هدف الدراسة بل الفهم من خلال الوصف ثم التفسير، "وهي طريقة عمل بها بورديو في دراسته البؤس في ضواحي المدن الكبيرة، في اختياره لعينة شملت 182 فردا طبق هو وفريقه عليهم مقابلات، ثم أخرج نتائج الدراسة في كتابه "بؤس العالم" والتي كانت شهادات أدلى بها رجال ونساء في تلك المناطق "تتعلق بوجودهم الاجتماعي وظروفهم المعيشية"<sup>1</sup>

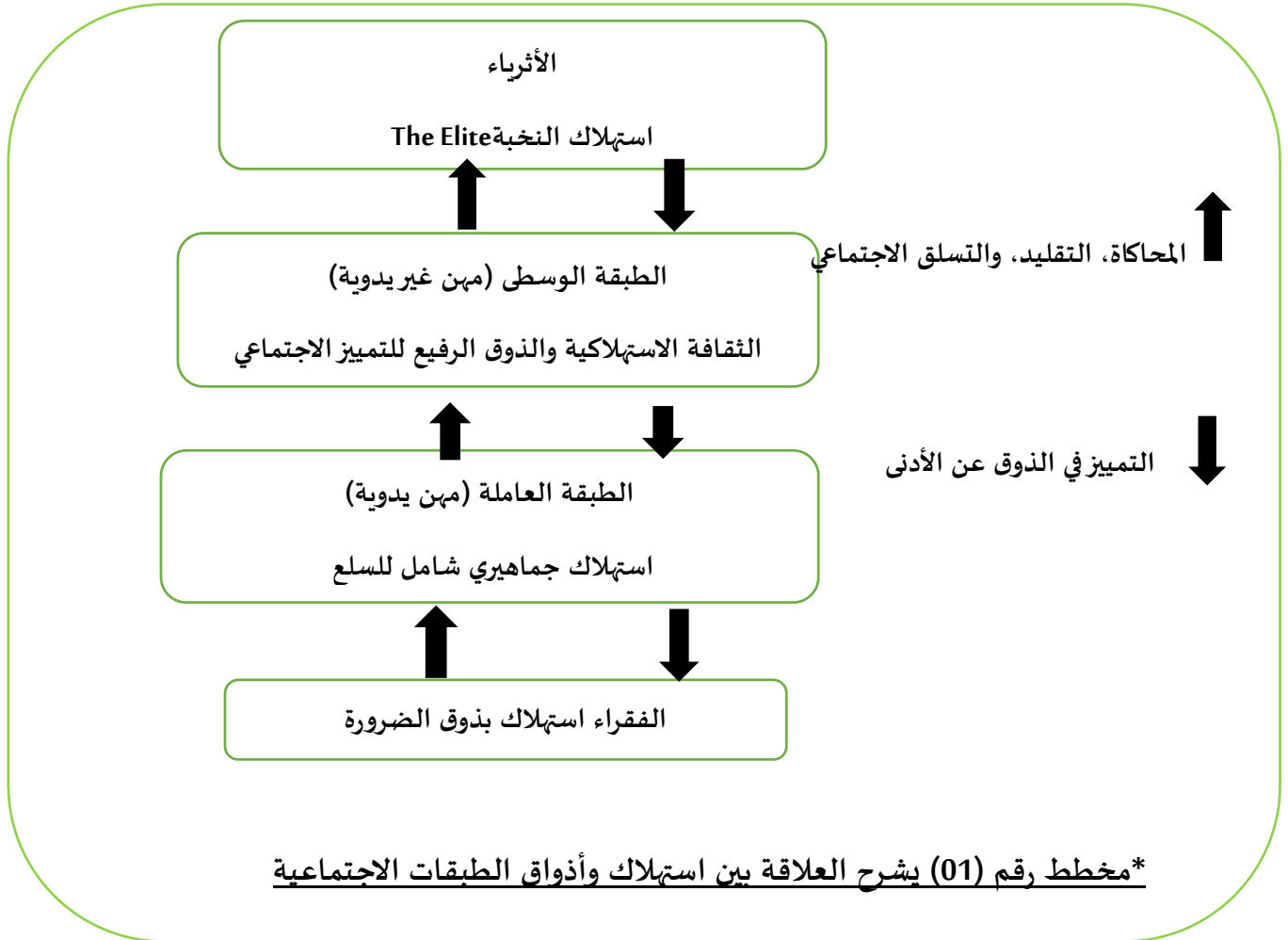
### المفاهيم الإجرائية للدراسة:

-المفهوم السوسيولوجي العام للمجتمع الحضري: "Urban society" مجموعة من الناس يقطنون المدينة (فضاء عمومي)، يتميزون بنمط حياة أو ثقافة حضرية؛ يشمل نظام من القيم والمعايير والممارسات والعلاقات الاجتماعية، يرتبط عادة بالمجتمع الصناعي رغم أن ظهور المدن تاريخيا يسبق التصنيع، والمدينة هي التعبير المادي للثقافة الحضرية؛ والمجتمع الحضري ينتج الثقافة انطلاقا من البنية المادية، يتميز بالكثافة، اللاتجانس، سطحية وضعف العلاقات الاجتماعية وانعدام المعرفة الشخصية، سيادة الطابع الرسمي في التنظيم الاجتماعي الحضري والمؤسسات الاجتماعية.

-الثقافة الاستهلاكية: "Consumer Culture" هي شكل من الثقافة المادية التي يسهل السوق تقديمها؛ مما أدى إلى خلق علاقة بين المستهلكين والسلع والخدمات؛ التي يستخدمونها ويستهلكونها، وهي أحد أهم المجالات للتغيير الاجتماعي في الحياة اليومية، فيوجد تمييز بين الثقافة الاستهلاكية والاستهلاك الجماهيري بقدر العلاقة بين الثقافة والمادة، وهي ليست مجرد عملية يتم خلالها استخدام السلع فقط، بل هي تعكس قيما معينة وأشكال للمكانة الاجتماعية وتعيد انتاجها، وتوضح قوة الرأسمالية في إعادة إنتاج المعايير الاستهلاكية التي يعيش المستهلكون ضمنها في المجتمع الاستهلاكي في الحياة اليومية، وفي هذه الدراسة سيتم اعتماد تعريف للثقافة الاستهلاكية بأنها: " تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، أي

<sup>1</sup>بويكر بوخريسة-تقنية المقابلة في كتاب ب. بورديو: بؤس العالم-مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية-العدد

أهمها مجموعة المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية للسلع، والتي تضيف على هذه العملية معناها وتحقق دلالتها في الحياة اليومية<sup>1</sup>، وهي ثقافة تميز الطبقة الوسطى بها نفسها عن الطبقات الأدنى والطبقات الوسطى الجديدة؛ والذين يعتمدون على الاستهلاك الجماهيري، المنتشر والشامل للسلع.



-الحداثة: "Modernity" يقول غدينز يشير مصطلح "الحداثة" عموماً إلى "أنماط وأساليب الحياة الاجتماعية، الثقافية والتنظيم الجديدة والعصرية التي ظهرت في أوروبا؛ حوالي القرنين السادس عشر والسابع عشر فصاعداً؛ بعد النهضة الأوروبية والثورة الصناعية، والتي أصبحت فيما بعد عالمية في تأثيرها وانتشارها"<sup>2</sup>

<sup>1</sup> موزة عيسى سلمان الدوي-التحولات الاجتماعية والثقافية وتغير أنماط الاستهلاك لدى المرأة البحرينية" دراسة اجتماعية ميدانية"-المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية-المجلد 11-العدد 02-2018-ص ص: 237-259-ص: 242

<sup>2</sup> Chapter 1 -Imagining the Urban Experience- City Limits- pp17-46-p17

-الطبقة الوسطى الحضرية: "Urban Middle Class" يحدد مصطلح الطبقة الوسطى العمال غير  
اليدويين ذوي المستوى التعليمي العالي، رغم أن الثروة والمكانة يسيران جنباً لجنب لكن الطبقة الوسطى لا  
تحدد اقتصادياً فحسب؛ بل اجتماعياً وثقافياً والتعليم مرافق لها<sup>1</sup>، والطبقة الوسطى وصف يُعطى للأفراد  
والأسر الذين يقعون عادة بين الطبقة العاملة والطبقة العليا ضمن التسلسل الهرمي الاجتماعي  
والاقتصادي، حيث يميل الأشخاص في الطبقة الوسطى إلى الحصول على نسبة أعلى من الشهادات  
الجامعية أي تعليم عالي مقارنة بالطبقة العاملة، عملهم يستلزم مهارات عقلية وليست جسدية؛ لديهم  
دخل أكبر للاستهلاك، وقد يمتلكون ممتلكات بين ضروريات وكماليات، لديهم مدخرات للاستهلاك والترفيه  
لكن لا يستثمرونها كما أنهم لا يستدينون؛ رغم أنهم قد يقترضون قروضاً بنكية استهلاكية، أما الوظائف  
غالباً يتم توظيفهم كفنيين وخبراء محترفين ومديرين وموظفين مدنيين، مهندسين أطباء محامين أو قضاة  
وعمال في قطاع التربية والتعليم، أو تجار وهي مهن الصناعات والخدمات، لذا يؤخذ بعامل  
الدخل (المتوسط)، التعليم (عالي) والوظيفة (وظائف غير يدوية تستلزم مهارات عقلية وفنية) لاختيار تلك  
الطبقة، فحددت الأمم المتحدة الاستهلاك اليومي لأسر الطبقة الوسطى في البلدان العربية بقيمة 10  
دولارات يومياً كحد أدنى<sup>2</sup>.

-الهأبيتوس الحضري: "يعتبر الهأبيتوس نسق من الاستعدادات المتعلمة، وخطوط الإدراك والتقييم  
والممارسة، التي يتم تلقينها في محيط اجتماعي (حضري)، وتساهم المؤسسات كالأُسرة والمدرسة والإعلام  
والتنشئة الاجتماعية، المستنبطة وهي تحمل سمات الطبقة التي ينتمي إليها الفرد؛ وهي المولدة لكل ممارسة  
والموجهة له، لكل ما هو مقبول أو مرفوض، ويضع الحدود للطموحات والأحلام، فهو آلية لا واعية ولا تنتج  
عن إرادة حرة، فتعبر تلقائياً عن استبطان لقهر اجتماعي"<sup>3</sup>. والهأبيتوس الحضري الخاص بالطبقات

<sup>1</sup> Steve Bruce and Steven Yearley-The Sage Dictionary of Sociology - SAGE Publications-First published 2006-  
London-p196

<sup>2</sup> الأمم المتحدة "الاسكوا" ESCWA-الطبقة الوسطى في البلدان العربية قياسها ودورها في التغيير-الأمم المتحدة-2014

<sup>3</sup> صلاح الدين لعريفي-مفهوم الهأبيتوس عند بيير بورديو-مجلة العلوم الاجتماعية-العدد 09-2014-ص: 63-71-

الحضرية الأصيلة في المدن، يتعلق بتصورات وميولات، ونسق من الاستعدادات التي يتلقنها الفرد بالشكل الأولي من الأسرة الحضرية، ثم من المدرسة ومؤسسات التنشئة الاجتماعية الرسمية، فيتشارك أفراد الطبقة الواحدة نفس القيم الحضرية والأفعال؛ خاصة في تفضيلات الأذواق الاستهلاكية، ومعيار أساليب الحياة الحضرية، فهي تختلف عن هايتوس سكان الريف، الذين تميزهم الجمعية والحياة المشتركة المنتجة، مقارنة بالفردانية الحضرية المستهلكة؛ والتمايز من خلال هيمنة ذوق الطبقة الغالبة في المدينة.

-التمييز الاجتماعي: "Distinction" يمكن تعريف التمييز الاجتماعي سوسيولوجيا بأنه ممارسة يتم من خلالها عرض الأذواق الثقافية لمجموعة مهيمنة أو طبقة اجتماعية عليا، بشكل سلبي على مجموعات مستبعدة اجتماعيا أو طبقات أدنى يعتبرونها أقل شأنًا.<sup>1</sup>

-الأصالة الحضرية: "Authenticity" رغبة الناس في عيش تجربه الأصالة في المدينة والإحساس بالقديم والأصيل والمطالبة بها كحق في المدينة؛ يؤثر على كيف يتم تشكيل وانتاج الفضاء في المدينة واستهلاكه، والتنافس عليه في كل أنحاء العالم، فالأصالة علاقة دينامية وقديمة بين الناس والأماكن والمعاني والرموز، وهي تصنع المدينة وتنتجها من خلال الأبعاد المتصورة، والمدركة والمعاشة من طرف السكان الحضريين الأصليين لإنتاج الفضاء.<sup>2</sup>

-رأس المال الثقافي: "Cultural Capital" رأس المال الثقافي عند بورديو يعبر عن معرفة الفرد بالثقافة الجمالية الرفيعة، ويتمثل في ثلاثة أشكال؛ أولا الحالة المتحدة المتعلقة بترتيب الجسم والعقل معا؛ ببذل الجهد والوقت للتنمية الذاتية وتكوين الهوية، ولا يمكن نقلها وراثيا أو شراؤها ونقلها بل اكتسابها، ثانيا الحالة الموضوعية مثل البضائع الثقافية والأشياء المادية القابلة للنقل من حيث ماديته، ويؤكد على وجود علاقة برأس المال الاقتصادي لأن ملكيتها تتطلب ملكية رصيد من رأس المال الثقافي في شكله الأول وهي

<sup>1</sup> BRYAN S. TURNER -The Cambridge Dictionary of Sociology- CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS- 1<sup>st</sup> 2006- New York,USA-p146

<sup>2</sup> Maria Francesca Piazzoni - Authenticity Makes the city » how the Authentic affects the production planning for Authenticities-Routledge-New York and London-USA.UK- pp154,169 –p166

الحالة المادية المتجسدة؛ ثالثا الحالة التنظيمية التي تقدم خصائص وسمات رأس المال الثقافي كما في المؤهلات العلمية المعارف والقدرات، الذوق والمهارات.<sup>1</sup> رغم غموض المصطلح في مفهوم بورديو إلا أنه يناقش مجموعة من العناصر يمكن من خلالها قياسه وهي: 1- مستوى التعليم والألقاب العلمية المعتمد، 2- عدد السنوات التي قضاها الشخص في الدراسة، 3- تردد الشخص على الأنشطة الثقافية والمشاركة فيها.<sup>2</sup>

-الذوق: "Taste" بالنسبة لبورديو تعبيراتنا عن الذوق وتفضيلاتنا محددة بأصولنا الاجتماعية وخلفيتنا الطبقية والتي تنتج الهابيتوس، وهو "الذوق الطبيعي" ناتج عن القدرة الفطرية في الانخراط في نشاطات ثقافية دون غيرها، حيث يتم اكتساب الكفاءات الثقافية المطلوبة من خلال مسيرة الحياة للأفراد.<sup>3</sup>

والذوق الرفيع في الاستهلاك هو اختيار الطبقة الوسطى للمنتجات المادية والثقافية النخبوية، ذات الانتشار المحدود، والجودة الرفيعة، ذات ذوق عالمي فخم مميز وغير جماهيري.

---

<sup>1</sup> خالد كاظم أبو دوح- رأس المال الثقافي مقارنة سوسيولوجية-مجلة وجهات نظر- ص ص: 321-336-ص: 328

<sup>2</sup> خالد كاظم أبو دوح- المرجع نفسه-ص: 333.

<sup>3</sup> - Pierre Bourdieu- translated by Richard Nice- Distinction a social critique of Taste-Harvard University Press  
Combridge, Massachusetts-USA-1<sup>st</sup>1984.

## الفصل الأول: التنظير للمدينة والمجتمع الحضري

تمهيد

1-ابن خلدون " الريف والحضر"

2-الماركسية والمجتمع الحضري

3-فرديناند تونيز "الانتقال بين "Gemeinschaft حياة الريف "و"Gesellschaft حياة المدينة"

4-جورج زيمل "الميتروبول والحياة العقلية"

5-لويس ويرث " الحضريّة كطريقة للحياة"

6-الفروق بين خصائص المجتمع الريفي والمجتمع الحضري

7-الخصائص العامة للمجتمع الحضري

خلاصة



## الفصل الأول: التنظير للمدينة والمجتمع الحضري

تمهيد

عندما نتحدث عن "المجتمع الحضري" نتحدث عن مجموعة من الناس؛ تتميز بنمط معين من الحياة أو بثقافة حضرية، يشمل المفهوم نظاما معيناً من القيم والمعايير والممارسات الاجتماعية، والعلاقات التي تحدد في مجملها نوعاً محدداً تاريخياً من التنظيم الاجتماعي، بالطريقة الحالية التي نتصور بها المجتمع الحضري. يرتبط هذا النوع من التنظيم الاجتماعي عادة بالمجتمع الصناعي، على الرغم من أن ظهور المدن تاريخياً يسبق العصر الصناعي بآلاف السنين. ولاستكمال مفهوم المجتمع الحضري، نربطه بمفهوم الثقافة الحضرية والمدينة؛ فهي التعبير المادي للثقافة الحضرية، والثقافة والشكل المكاني مرتبطان ارتباطاً وثيقاً وكل منهما موجود لتشكيل الآخر. بينما تمثل المدن القديمة ثقافة حضرية متميزة نوعياً عن الثقافة الحضرية الصناعية، أو حتى مدينة العصور الوسطى، حيث تنعكس اختلافاتهم في أشكالهم المادية وكذلك في الممارسات الاجتماعية للأشخاص الذين عاشوا فيها، قد تختلف خصائص المجتمعات الحضرية وفقاً لعامل الزمكان، لكن الخصائص العامة إجمالاً متقاربة، وهذا ما اهتم علماء الاجتماع بتحليله من خلال نظرياتهم، في مقارنة مع المجتمع الريفي الذي كان سابقاً للحضري وأصلاً له، أو بشكل مستقل دون ربطه بالريفي مع علماء الاجتماع الحضريين الجدد، وهذا ما سيتم التطرق إليه في هذا الفصل في سبيل الوصول لخلاصة عامة لأهم النظريات التي اهتمت بفهم وتحليل المجتمع الحضري، والفروقات بين الريفي والحضري.

### 1- ابن خلدون "الريف والحضر"

نظرية المجتمع الريفي والحضري عند "ابن خلدون" ترى أن المجتمع البشري يختلف عن المجتمع الحيواني بسبب خصائص وهي: تمتع الإنسان بالحكمة، حاجة الإنسان إلى قائد يعتني برفاهيته ويوجهه خلال المواقف الصعبة، وبحث البشر دائماً عن وسائل العيش الرغيد، حيث يعيشون معاً ويتعاونون مما يؤدي إلى قيام الدولة، بفضل وجود فائض الإنتاج وتوفر فرص الرفاهية للاستقرار.

وصف "ابن خلدون" نوعين من المجتمعات هما "البدوي" و "الحضري"، والأفراد الذين يعيشون في مجتمع بدوي أقوىاء باتحادهم، تتجلى قوتهم من خلال العصبية لديهم أجساد قوية، يعيشون في الصحاري حيث يكون من الصعب تلبية الاحتياجات الأساسية، ومع ذلك عليهم أن يكافحوا بجد من أجل بقائهم، لذلك فهم أقوىاء في بنيتهم. ومن ناحية أخرى وصف الأشخاص الذين يعيشون في مجتمع "الحضر" في البلدات والمدن بضعف البنية والعصبية؛ على غرار الناس الذين يعيشون في المجتمع الحضري المعاصر، هم لا يشبهون أهل المجتمع "البدوي" فلا يمكنهم الدفاع عن أنفسهم ضد العدوان الخارجي؛ يعتمدون على أمن الدولة، لأنهم ليسوا أقوىاء بسبب أن الاحتياجات الأساسية للحياة متاحة لهم بسهولة، ولا يتعين عليهم النضال والصراع للبقاء، يعيشون حياة فاخرة أضعفت قوتهم في العصبية وزادت نعومتهم ويتجلى ذلك حتى في لغتهم وسلوكياتهم.<sup>1</sup>

"وأشار عبد الرحمن ابن خلدون إلى الفروق ما بين حياة الريف وحياة أهل المدينة بقوله: "البدو مقتصرون على الضروري من الأقوات والملابس والمسكن، يتخذون البيوت من الشعر والوبر أو من الشجر أو من الطين والحجارة، بقصد الاستقرار والسكن، وأما أقواتهم فيتناولون منها يسيرا بعلاج أو بغير علاج البتة إلا ما مسته النار، وإذا تحسنت حياة أهل البادية اتجهوا إلى الحياة في المدن. فيتوفر لساكني المدن إمكانيات مادية تجعل الحياة أيسر وأنعم، فلا يفكر ساكنوا المدن في العودة إلى البادية، ثم تزيد أحوال الرفة والدعة فتجئ عوائد الترف البالغة مبلغها في التأنق في علاج القوت واستجادة المطابخ، وانتقاء الملابس في أنواعها من الحرير والديباج وغير ذلك، فيأخذون القصور والمنازل، ويجرون فيها المياه ويبغالون في زخرفها، ويبالغون في تنجيدها، ويختلفون في استجادة ما يتخذونه لمعاشهم من ملبوس أو أغراض أو آنية أو ماعون."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Malik Hammer Shamim - IBNE KHALDUN AND HIS THEORIES – p:02

<sup>2</sup> محمد عمر حبيب-المظاهر الاجتماعية والثقافية المحددة لنمط الاستهلاك في المجتمع الليبي -المجلة الجامعة -العدد

كما تتميز المجتمعات الحضرية عند ابن خلدون بكونها مجتمعات مستقرة يعمل قاطنوها في الحرف والفنون والصنائع، بينما مجتمعات البدو والريفية منها قائمة على الزراعة والرعي والتنقل والترحال باستمرار، من أجل الكلاً والبحث عن ضروريات العيش فحياتهم قاسية، متوحشة وتحكمهم العصبية ورابطة الدم والقبيلة، وهي مجتمعات صغيرة مقارنة بالمجتمعات الحضرية ذات الكثافات العالية والمستقرة، حيث تبنى المدن غالباً فوق ربوة تتوفر الخصوبة والمناخ المعتدل، وتحاط الحاضرة بأسوار وأبواب وحراسة لمداخلها، محاطة بمزارع وبساتين أو انهار وعيون، يتوسط السوق والمسجد مركز الحاضرة، والاعتماد متبادل بين الريفي والحضري في الحصول على المنتجات الاستهلاكية.

## 2- الماركسية والمجتمع الحضري

كانت التحليلات الماركسية مهمة في وصف العلاقة بين البنى الفوقية والتحتية في المجتمع، واقترح كل من ماركس وإنجلز بأن الظروف الثقافية والتاريخية المختلفة؛ ستؤدي إلى تنوع المدن، كما اعتقدوا بأن الحالة الإنسانية والاجتماعية للمدن؛ كانت نتيجة للبنية المادية الاقتصادية لها،<sup>1</sup> فقد أدان كل من ماركس وإنجلز نتائج عملية التحضر في المدن الصناعية الرأسمالية، ورأيا تركيز جماهير العمال في التجمعات الحضرية الجديدة؛ كمرحلة ضرورية في تكوين قوة ثورية، فكان التدهور المادي أحد جوانب التحضر، حيث تم تدمير الرابطة الاجتماعية للمجتمع التقليدي واستبداله بالعالم النفعي للمدينة، وكانت الحضارة البرجوازية، التي نشأت في المدن، هي الأساس لعلاقات الإنتاج الجديدة لكل من النظرية والتطبيق. وكان التحضر للتححرر من المرحلة السابقة الريفية، ولم يكن هناك شيء يمكن إنقاذه من الماضي ما قبل الحضري، لأن الروابط الاجتماعية للمجتمع كان يجب استبدالها أولاً بالتجمعات الطبقيّة الجديدة، ثم تطوير الإمكانيات البشرية لمصلحتها الخاصة، وتم تحويل التحليل من اغتراب العمل في نظام إنتاجي قائم على الملكية الخاصة، إلى تحقيق الفردية من خلال بيع العمل في اقتصاد السوق، واعتبر الماركسيين الحرية بأنها

<sup>1</sup> Roger W.Caves -Encyclopedia of the City - Routledge-Taylor & Francis Group- LONDON -NEW YORK- 2005

لا يمكن أن توجد إلا خارج المدن.<sup>1</sup> ورأى الماركسيون أن المدينة مركز لإعادة إنتاج قيم الرأسمالية، الاستهلاكية وعدم المساواة الطبقيّة.

أصبحت العلاقات الاجتماعيّة الجديدة للرأسمالية راسخة كنعقوض للعلاقات الاجتماعيّة القديمة للإقطاع، ولم يعكس التقسيم بين المدينة والريف التقسيم المتزايد للعمل بين التصنيع والزراعة فحسب، بل كان أيضا الكساد الهائل للتناقض بين أنماط الإنتاج المتضاربة. ليمتد الصراع بين البروليتاريا والبرجوازية عبر الحدود الحضرية-الريفية حيث يجذب العمال في المدن والريف أكثر إلى تشكيل علاقة برأس المال. ونمط الحرمان الحضري في تلك المدينة ليس فقط انعكاس لمنطق الرأسمالية ولكن شرط ضروري في عملية الانتقال، فالمدينة حققها البروليتاريا والثوريون. فيؤدي الحرمان للبروليتاريا إلى نمو الوعي الطبقي والتنظيم الثوري، وتمثل المدينة تركيزا لشرور الرأسمالية، كما أنها تشكل الشروط اللازمة لتطور الحركة العمالية التي ستسقطها.<sup>2</sup> وكاستلر كمنظر وكماركسي اهتم بقضية تحول المدن للنزعة الاستهلاكية كما فعل بعده الماركسيون الجدد؛ الذين انتقدوا التوجه الجديد للمدينة نحو الاستهلاك بدل الإنتاج، والتواطؤ في انتشار الرأسمالية والنزوع للاستهلاك الرأسمالي في القرن الماضي، "فيسمي المدن بأنها "وحدات للاستهلاك الجماعي"؛ ويبدأ كاستيلز تحليله المادي التاريخي للتجمعات الحضرية بتعريف هذه الأخيرة كوحدات استهلاك جماعي".<sup>3</sup>

تم تغذية هذه الكتابات السوسيولوجية في التيار الرئيسي للفكر الماركسي، لكن من غير الدقيق استيعاب النقد الاجتماعي للمدينة تحت مسميات ماركسية، ومعارضة علماء الاجتماع لتحليل التاريخ والمجتمع اقتصاديا، "فإعادة اكتشاف مفاهيم مثل "المجتمع" و "الارتباط" و "الحالة" و "السلطة" و

---

<sup>1</sup> Mike Savage and Alan Warde -URBAN SOCIOLOGY, CAPITALISM AND MODERNITY- First published 1993 by THE MACMILLAN PRESS - London- UK

<sup>2</sup> Simon Parker- URBAN THEORY AND THE URBAN EXPERIENCE Encountering the city- First published 2004- Routledge- London- UK.

<sup>3</sup> KIERAN McKEOWN -The Urban Sociology of Manuel Castells: A Critical Examination of the Central Concepts-The Economic and Social Review, Vol 11, No. 4, July 1980, pp. 257-280-p261

"الشرعية" و"الثقافة"، كان بمثابة تحول في التركيز بعيدا عن الصراع مع البيئة المادية والنتيجة عن علاقات الإنتاج، بالروابط الاجتماعية وأشكال الارتباط التي أقيمت بين الأفراد، وتظهر الاختلافات الناتجة بوضوح شديد في مناقشات المجتمع والاعترا ب".<sup>1</sup> فبالنسبة لماركس، لا يمكن للمجتمع أن يوجد في ظل ظروف العمل المغترب، فتتحول حياة الأنواع والحياة المنتجة، إلى وسائل للحفاظ على الوجود الفردي للعامل في المدينة. فكانت تحليلات الماركسية محورية في تطوير نظرية الصراع في عملية الربط بين البنى الاجتماعية في المدينة، والبنى الفوقية الثقافية نتاج للبنى التحتية المادية، في تحليل الثقافة بشكل عام والثقافة الحضرية تحديدا، وتحديد دور الصراع الطبقي في إعادة إنتاج القيم الثقافية التي نظر لها الماركسي المعاصر ببيير بورديو في نظرياته.

### 3-فرديناند تونيز "الانتقال بين "Gemeinschaft حياة الريف" و"Gesellschaft حياة المدينة"

بظهور الرأسمالية الصناعية نمت المدينة الحديثة وتطورت إلى أشكالها المعاصرة، وقد قارن التنظير المبكر للحضرية نوعية الحياة في المدينة مع نوعية الحياة في البلدة وفق ثنائيات للمقارنة بين الحياة الحضرية والحياة الريفية أو متصل ريفي حضري يقيس درجات التحضر والتريف بالانتقال بين جهتين أقصاها في جانب البداوة والقرية والريف وفي الجانب المقابل للمقياس المدينة والمتروبول ودرجات التحضر تزداد بكم حجم المدينة إلى الميغالوبوليس، وكان تحليل تونيز ثنائية "Gemeinschaft حياة الريف" و"Gesellschaft حياة المدينة"، فأعتبرت حياة المدينة (Gesellschaft) سطحية وغير شخصية، بينما الحياة في البلدة أو (Gemeinschaft): تعزز العلاقات الإيجابية والدائمة بين الأصدقاء المقربين ومجموعات القرابة والجيرة، اعتبر هذا العمل والمخططات الخاصة بالمجتمعات الحضرية: التي رعاها كل من الثقافات الحضرية والريفية كنتيجة مباشرة للسمات البيئية، مثل الحجم والكثافة وعدم التجانس وليس لعوامل بنيوية أو ثقافية. ووصف فرديناند تونيز التحول من الريف إلى المدينة من خلال الفئات المفاهيمية لـ Gemeinschaft (المجتمع الريفي) و(Gesellschaft المجتمع الحضري)، هذه المفاهيم هي أمثلة توضيحية في التحليل

<sup>1</sup> J.R. MELLOR- URBAN SOCIOLOGY IN AN URBANIZED SOCIETY- First published in 1977 this edition published in 2007 -Routledge- Routledge & Kegan Paul London, Henley and Boston- printed in Great Britain.

الاجتماعي، ولم يعتبر تونيز وهو أحد الفلاسفة الاجتماعيين الألمان الأوائل الذين تناولوا "Gemeinschaft وGesellschaft" هذه الأنواع المجتمعية على أنها أضداد قطبية، ولكن كفتتين في سلسلة متصلة من المجتمعات التي تمر بتغير اجتماعي، حيث يمكن مقارنة التحول من Gemeinschaft إلى Gesellschaft بمفهوم إيميل دوركهايم للمجتمع الذي يمر بمرحلة انتقالية من التضامن الميكانيكي في الريف إلى التضامن العضوي في المدينة. فرسم تونيز تصورا تطوريا لتطور المجتمع البشري وفترة التصنيع التي غيرت المجتمعات المعاصرة.

يرى تونيز أن الانتقال من المجتمع التقليدي (حيث يكون للعائلات تاريخ طويل، يتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض على أساس شخصي لأنهم غالبا ما يعملون معا أو مرتبطين ببعضهم البعض، وجميع الوظائف تعتمد على بعضها البعض)، إلى المجتمع الحضري (حيث الأفراد كثيرا ما يتفاعلون مع الآخرين الذين لا يعرفونهم شخصيا ويعملون في وظائف مختلفة وغير مرتبطين ببعضهم البعض)؛ ذلك الذي أدى إلى إضعاف الروابط الاجتماعية وفقدان الشعور المشترك الحميمي بالانتماء إلى مجتمع ذي معنى كما في الحالة التقليدية.<sup>1</sup>

بالنسبة إلى تونيز فإنه ليس المصنع ولا البيروقراطية الكبيرة الحجم، ولكن المدينة هي نموذج المجتمع البورجوازي، وتمثل المدينة أساسا في حياة المجتمع الحضري كما تفعل الدولة في الحياة السياسية، ويقدم تونيز تصنيفا للحياة المجتمعية المتعلقة بالمنزل والقرية، التي تمثل تشكيلات مجتمع Gemeinschaft المشتقة من الدم (الأسرة) والمكان (الحي) والعقل (الدين والصدقة) والعلاقات القرابية والدموية، في حين أن المدينة تستند إلى علاقات Gesellschaft حيث وصف أنشطة المدينة بمزيج من التجارة والصناعة، لا يقتصر تمييزه بين نوعي المجتمع على تشكيل أساس تصنيف المجتمع فحسب، بل هو أيضا إطار مفاهيمي لتحليل التغيير الاجتماعي في المدينة.

---

<sup>1</sup> Mark Gottdiener- THE NEW URBAN SOCIOLOGY- Ray Hutchison- Published by Westview Press- 2011- 4th end- p50,51

" يعتبر تمييز تونيز الرسمي بين نوعي المجتمع من الأنواع المثالية التي يوضح بها إمكانية الدراسة العلمية للتاريخ؛ إنها "مسامير يمكن تعليق حقائق التجربة عليها". ما يصفه تونيز هو انهيار الأشكال التقليدية للحياة المجتمعية تحت تأثير اقتصاد التبادل المتطور، والتناقض الذي يرسمه هو بين اقتصاد الأسرة؛ حيث كانت كل منطقة مكتفية ذاتيا إلى حد كبير، والتي تم فيها توجيه الإنتاج لاحتياجات السكان المحليين، واقتصاد الصرف حيث يكون الإنتاج لأوسع سوق يمكن الوصول إليه. إن الإنتاج للبيع، ومكافأة العمل بالمال، يجرى العمل من "الأسلوب والكرامة"، ويؤدي الالتماس المقدم للأسواق إلى تزايد اللاشخصية والعقلية الضمنية للحياة الاجتماعية، تتفكك الثقافة العامة وينجذب عامة الناس إلى *Gesellschaft* كأعضاء في البروليتاريا؛ العضوية في النقابات العمالية والأحزاب السياسية تعني اندماجهم الكامل في الدولة الرأسمالية، ليس هناك شك في أن الانتقال من أوروبا الزراعية الضيقة الأفق إلى مجتمع عالمي تجاري؛ كان في نظر تونيز بمثابة انقطاع أكبر في التجربة الإنسانية، أكثر من أي ثورة اشتراكية".<sup>1</sup>

إن التحضر الموجود في الأطروحة الخاصة به يشكل أساس الصورة النمطية السوسولوجية التقليدية التي عمل عليها منظرون من أمثال لويس ويرث لاحقا، تتم مقارنة القرية والمدينة، حيث "الأرض الحقيقية المادية، والموقع الدائم، والأرض المرئية، تخلق أقوى الروابط والعلاقات"، بالمدينة حيث يتم كسر الاستمرارية والألفة التي يوفرها الحي، وتمثل المدينة "المبالغة في مبدأ الفضاء العمومي"، فهناك تدهور في الحياة الأسرية واستبدالها بـ "مجموعات المصالح الخاصة"، على الرغم من أن تونيز يميز هنا بين "عامة الناس" و "الطبقات المتعلمة" التي تمثل برجوازية حضرية صغيرة بالنسبة للعامة، فإن "الحياة الأسرية والصدقة هي الحياة في حد ذاتها"، بينما بالنسبة للطبقة الوسطى والبرجوازية الصغيرة، "تصبح الأسرة شكلا عرضيا لتلبية الاحتياجات الطبيعية،" قد تأخذها من الطبقة التي تعيش في المناطق الحضرية. البرجوازية هي التي تمارس الهيمنة في المدن: "فقط الطبقات العليا، الأغنياء والمثقفون هم الناشطون في الفضاء العمومي الحضري. وقد وضعوا المعايير التي يجب أن تتشكل بها ثقافة الطبقات العمالية الدنيا،

---

<sup>1</sup> Jan Lin and Christopher Mele-The Urban Sociology Reader Second edition- First published 2005 by Routledge- Taylor & Francis Group- London and New York, USA-UK

ويتضح من نظرية تونيز أنه يتصور توسيع العزلة الفردية والعائلية، فالشرط المسبق لظهور "البروليتاريا الحضرية" هو تجريد عامة الناس من الأشكال الاجتماعية التقليدية لـ "Gemeinschaft" وحياة المدينة أو Gesellschaft يحكمان على عامة الناس بالموت والانحلال؛ والارتباط بمن يشاؤون لأي غرض سطحي، حيث تسود علاقات الإرادة العقلانية المحسوبة وغير الشخصية في هذا الإجراء الذي يتم القيام به لتحقيق غايات متوقعة، ويتم التعامل مع "الأخر" على أساس مصطلحات محسوبة وسطحية بدلا من الوحدة العضوية المميزة لحياة . Gemeinschaft أصبح الأفراد مستقلين بوعي ذاتي وهوية اصطناعية في Gesellschaft، هذا الانفصال عن حياة المجتمع في مجموع السكان يستلزم آليات جديدة للرقابة الاجتماعية الذي يعبر عن حقيقة الحياة القاسية وغير الطبيعية في المدينة.

يشتمل عرض تونيز للرأي العام على بعض أوجه التشابه مع معالجة دوركهايم للحقائق الاجتماعية من حيث أنه يعتبر مواجهة الفرد بقوة خارجية، ولكن ليس المجتمع هو الذي يقيد الفرد به، بل الهيمنة الطبقية، يكتب تونيز أن "الرأي العام" ينتقل بسهولة من المطالبة بالحرية (للطبقات العليا) إلى الاستبداد (ضد الطبقات الدنيا)، للتأرجح بين استخدام التصنيف الرسمي للإشارة إلى الأشكال الاجتماعية الدائمة، واستخدامها لتوصيف ثقافات الطبقة التاريخية المحددة، ولا تُستخدم لغة الطبقة أبدا عند الحديث عن Gemeinschaft، بالنسبة إلى تونيز، كان توسع المجتمع البرجوازي يعني تفكك الثقافات الموجودة مسبقا بدمج عامة الناس في سوق العمل العالمي، والطبقة التجارية من البرجوازية الحضرية، هي التي تبادرت وتؤثر على خضوع البلد كله والمدينة لهذا النظام غير الشخصي الذي لا يرحم.<sup>1</sup>

#### 4-جورج زيمل "الميتروبول والحياة العقلية"

يعتبر المنظر الألماني جورج زيمل أحد أهم أقطاب التنظير للسوسيولوجيا الحضرية، والتراجيديا الحضرية، واهتم بقضايا تتعلق بنتائج ظهور المدينة الصناعية، والموضة والمال، فبالنسبة له استلزم التقدم التكنولوجي تطوير أنظمة فرعية اجتماعية واقتصادية معقدة؛ لاستيعاب تنفيذ المستحدثات التي سهلت

<sup>1</sup> DAVID A. KARP, GREGORY P. STONE, WILLIAM C. YOELS, NICHOLAS P. DEMPSEY- Being Urban Sociology of City Life, Third Edition -Praeger An Imprint of ABC-CLIO, LLC- 2015- California- United States- P22



ترابط مكونات المجتمع.<sup>1</sup> "وبالنسبة للحياة الاجتماعية والعلاقات في الميتروبول؛ تنقلص أكثر لتصبح مجرد علاقة شخص /نقود/شخص، خاضعة للحساب والاستراتيجيات ضمن تشيئ الرباط الاجتماعي الذي يقع في قلب الاستراتيجية الثقافية للحدثة رغم أن النقود حسب زيمل ضرورية للتبادل التجاري لكنها تسحب الأفراد في المدينة ضمن علاقات اجتماعية ضعيفة".<sup>2</sup>

كان زيمل مهتما أكثر بإثبات أن الثقافة الحضرية هي ثقافة الحدثة. في عمله 'The Metropolis and Mental Life'، عمل زيمل على العديد من الموضوعات كالمدينة كموقع للفرد المنعزل والوحيد، المنزوع من الروابط الاجتماعية القوية: فعلاقات وشؤون المدينة النموذجية عادة ما تكون متنوعة ومعقدة لدرجة أنه بدون الالتزام بالمواعيد الصارمة، فإن الهيكل بأكمله سيتفكك إلى فوضى، ويعتقد زيمل بأن هناك أشكال ثقافية حضرية مميزة ولكنها مترابطة، توجد بشكل مميز في المجموعات الحضرية، حيث يتفاعل الساكن الحضري "بعقله بدلا من قلبه"، ويختبئ سكان المدن خلف حاجز من الاحتياط، ونادرا ما يظهرون المشاعر أو يعبرون عن أنفسهم بشكل مباشر للآخرين، وكل هذه السمات متوافقة مع نظرية لويس ويرث. رغم أن عكس ويرث: لم يزعم زيمل أن المدن بحد ذاتها هي التي تسببت في هذه الأشكال الثقافية، على الرغم من أن زيمل قد تم تفسير نظريته في كثير من الأحيان على أنه يفترض وجود صلة سببية بين المدن والحياة الثقافية، كما أن زيمل كان يُظهر أهمية أثر حجم الاستيطان على الحياة الثقافية -وهي وجهة نظر مماثلة لوجهة نظر ويرث بشأن تحليل أهمية الكم- من خلال استحضار اهتمام زيمل بالأرقام، والطريقة التي تؤثر بها الخصائص الكمية كالكثافة السكانية على أنماط التفاعل الاجتماعي في المدينة. و"الميتروبوليس والحياة العقلية" هو مقال يوضح بالتفصيل وجهات نظره حول الحياة في المدينة، بالتركيز أكثر على علم النفس الاجتماعي، والسمة الفريدة للمدينة الحديثة التي تعمل على تكثيف المحفزات العصبية، التي يجب على

<sup>1</sup> TED L. NAPIER - RURAL-URBAN DIFFERENCES: MYTH OR REALITY? OHIO AGRICULTURAL RESEARCH AND DEVELOPMENT CENTER Wooster, Ohio- USA- OCTOBER 1973 –P03

<sup>2</sup> فيليب كابان وجان فرانسوا دورتيه -ترجمة د. إياس حسن-علم الاجتماع من النظريات الكبرى إلى الشؤون اليومية

أعلام وتواريخ وتيارات-دار الفرقد-ط1 - دمشق-سورية-2010م-ص74

سكان المدينة التعامل معها، من البيئة الريفية حيث يكون إيقاع الحياة والصور الحسية أكثر بطئا عن المدينة ذات التنبيه المستمر للحواس من خلال المشاهد والأصوات والروائح. فكان زيميل يحاول شرح ثلاثة مواضيع؛ أولها أثر المال على العلاقات الاجتماعية، ثانيا أهمية الأرقام في الحياة الاجتماعية، وأخيرا الفردية ضد السلطات السيادية للمجتمع، والاقتصاد النقدي للعلاقات الاجتماعية.

فالمدينة الكبيرة أتاحت درجة غير مسبوقة من الحرية الشخصية، من خلال توفير بيئة مجهولة الهوية حررت الأفراد من السيطرة الاجتماعية، مدفوعين بعقلانية تشبه الساعة والعلاقات غير الشخصية، ويقوم الأفراد بحماية أنفسهم من الهجوم اليومي للحياة الحضرية، من خلال عدم المبالاة بالانطباعات الحسية، وتطوير موقف متحفظ تجاه الآخرين. في الوقت نفسه كانوا يتوقون إلى أن يتم تقديرهم؛ وبذلك صاروا يبحثون عن العزاء في الموضات والاستهلاك. ولإظهار أهمية العلاقات السطحية ودورها في إخفاء هوية الأفراد في المدن الحديثة نعطي مثالا برسالة درونكه "ففي وقت مبكر من عام 1846م، كتب الكاتب الاشتراكي إرنست درونكه، وهو صديق مقرب لكارل ماركس في وقت ما، أن عدم الكشف عن هويته في برلين أوجد مساحة من العزلة والمتعة، فيمكن الاستمتاع بالعلاقات خارج إطار الزواج والأنشطة المغرية الأخرى، مما يؤدي إلى تقويض دور الأسرة، وهو للإقرار بأهمية المدينة في إبراز العلاقة بين الفردانية والمجتمع الحضري"<sup>1</sup>.

#### 5-لويس ويرث" الحضرية كطريقة للحياة"

بالنسبة إلى المقدمات النظرية فقد شهد منظرو مدرسة شيكاغو تأثير العلوم الطبيعية على توجهاتهم، بحجة وجود تشابه بين العالم العضوي والعالم الاجتماعي، أي فكرة أن القوانين الطبيعية يمكن تكيفها مع المجتمع؛ وهو شكل من أشكال الداروينية الاجتماعية. و"شبكة الحياة" فيها جميع الكائنات الحية مترابطة، يوجد ترابط بين الأنواع التي تشترك في نفس البيئة التي يبدو أنها نتاج صراع دارويني من أجل الوجود؛ (عدد الكائنات الحية التي يتم تنظيمها، والتحكم في توزيعها، والحفاظ على توازن الطبيعة

---

<sup>1</sup> Moritz Föllmer- The sociology of individuality and the history of urban society- First published online 12 September 2019- Cambridge University press -Urban History (2020), 47, 311–326 doi: 10.1017/S0963926819000877

حيث الناجون من النضال يجدون منافذ في البيئة المادية وفي التقسيم الحالي للعمل بين الأنواع، لقد استتبع التصنيع السريع تحضرا هائلا في أمريكا مرتبط بالهجرة غير المنضبطة من أوروبا، قد جمع بين السكان المحرومين من الجذور الذين لا توجد بينهم "لغة الفصل"، ما شكل فوضى التحضر الكبير ومشكلاته التي كانت في صميم اهتماماتهم، ومنها دراسة الغيتولويرث، وكان المجتمع والحرية القضية الرئيسية التي طرحها الطبقات الوسطى في أمريكا والتي اهتموا بها.<sup>1</sup>

كانت حجة ويرث الأساسية هي أن حياة المدينة تتميز بالعزلة والاضطراب الاجتماعي، وأن هذا يرجع إلى حقيقة أن جميع المدن كانت كبيرة وكثيفة وغير متجانسة، إضافة إلى الأعداد الكبيرة، التباين الفردي، الغياب النسبي للمعارف الشخصية الحميمة، تجزئة العلاقات الإنسانية والمجهولة الهوية، السطحية والعبارة، وما يرتبط بها من خصائص، فتتضمن المدينة الكثافة التنوع والتخصص، وهيمنة الرقابة الاجتماعية الرسمية.

وأهم تأثيرات المتغيرات الحضرية كما وصفها ويرث هي تأثير الحجم: كلما زاد حجم السكان، زاد التخصص وتنوع الأدوار الاجتماعية التي نجدها داخل المدينة -وكذلك تنوع السكان بحد ذاتها؛ لأن السكان يفتقرون إلى هوية مشتركة، فإن المنافسة والآليات الرسمية للرقابة الاجتماعية ستحل محل علاقات القرابة الأساسية كوسيلة لتنظيم المجتمع؛ لأن العلاقات الإنسانية مجزأة، هناك زيادة في إخفاء الهوية وتجزئة التفاعل الاجتماعي. يمكن أن تكون هذه التأثيرات محررة (يتمتع المرء بمجهولية أكبر ويمكنه أن يفعل ما يحلوه) ولكنها قد تؤدي أيضا إلى تشوه وفوضى اجتماعية. أما عن تأثير الكثافة: فتؤدي الكثافة السكانية المتزايدة في المناطق الحضرية إلى تكثيف تأثيرات الحجم السكاني الكبير، وزيادة المنافسة بين الأفراد والجماعات، وبالتالي تخلق الحاجة إلى التخصص، كما تنتج الكثافة الأكبر قدرا أكبر من التسامح للعيش عن كثب مع الغرباء ولكنها أيضا تخلق ضغوطا أكبر؛ حيث تتواصل المجموعات التي لا تشترك في هوية مشتركة مع بعضها البعض. وتؤدي المنافسة المتزايدة إلى الاستغلال المتبادل، بينما تؤدي زيادة الكثافة إلى

---

<sup>1</sup> J.R. MELLOR- URBAN SOCIOLOGY IN AN URBANIZED SOCIETY- First published in 1977 this edition published in 2007 -Routledge- Routledge & Kegan Paul London, Henley and Boston- printed in Great Britain.

الحاجة إلى ضبط التحفيز المفرط. بالنسبة لتأثير عدم التجانس: للأفراد في المدينة اتصال منتظم مع الأشخاص والجماعات التي تختلف عنهم في نواح كثيرة: العرق، والحالة الاجتماعية، تؤدي زيادة عدم التجانس إلى زيادة التسامح بين المجموعات حيث يتم كسر الحواجز العرقية والطبقية.

"تزداد إخفاء الهوية وتبدد الشخصية في الحياة العامة، وزيادة الحجم والكثافة وعدم التجانس للمناطق الحضرية يترك لنا بيئة حضرية حيث يكون الأفراد منعزلين ووحيدين، حيث تم تقسيم المجموعات الأولية كالأُسرة، ويخضع الفرد لتأثير وسائل الإعلام والحركات الاجتماعية الجماهيرية حيث يجب على الفرد "إخضاع بعض من هذه الفردية لمطالب المجتمع الحضري الأكبر".<sup>1</sup>

فحدد لويس ويرث أربع خصائص للنظام الحضري أو الحضرية هي عدم تجانس السكان، والتخصص في الوظيفة، وإخفاء الهوية وعدم الشخصية أو توحيد السلوك الاجتماعي. فيعد لويس ويرث الحضرية أسلوب حياة حضري للمجتمع الحضري، يتميز بتعارض للمعايير والقيم، من خلال التغيير الاجتماعي السريع، ومن خلال زيادة التمايز الاجتماعي، وزيادة الحراك الاجتماعي، من تأثيرات مستويات أعلى من التعليم والدخل، ومن خلال التركيز على الممتلكات المادية والفردية، وعدم الشخصية في العلاقات يهدم التواصل الفعلي بزيادة الضوابط الاجتماعية الرسمية، فتشير كلمة "مدينة" لمنطقة تتميز بالحجم والكثافة والتنوع الاجتماعي أو اللاتجانس، بينما تشير الحضرية إلى مجموعة معقدة من العلاقات الاجتماعية الرسمية في المدينة.

## 6-الفروق بين خصائص المجتمع الريفي والمجتمع الحضري

تعتبر حكاية فأر المدينة وفار الريف في حكايات ايسوب الإغريقي "Aesop's fable" تعبيراً قديماً يصف الحياة في المدينة والريف؛ والخوف وانعدام الامن الذي يحس به قاطن المدينة مقارنة بقاطن الريف، تم سرد الاختلافات بين المدينة والبلدة في هذه الحكاية وإعادة سردها على مدى أجيال، على الرغم من جذورها

---

<sup>1</sup> Mark Gottdiener- THE NEW URBAN SOCIOLOGY- Ray Hutchison- Published by Westview Press- 2011- 4th end- P57

في العصور القديمة، إلا أن قصة فأر المدينة وفأر الريف قد طورت صدى كبيرا مع ظهور الصناعة؛ والنمو السريع للمدينة الحديثة المعقدة التي دفعها التصنيع، بل أصبحت الأفكار الراسخة في المقارنة بين المدينة والبلدة مركزية في أساطير الحداثة. "وأثارت اهتمامات إيسوب الكثيرين بما في ذلك علماء الاجتماع؛ وعلماء الأخلاق والفلاسفة والروائيين والفنانين منذ الثورة الصناعية، فكان من المهم السؤال عما إذا كانت نوعية الحياة في المدينة تختلف جوهريا عن تلك التي تعيشها القرى، فإذا كان هناك اختلاف فتميز ما إذا كان أحدهما أفضل من الآخر أم لا ولماذا".<sup>1</sup>

يمكن تقسيم معظم المجتمعات إلى قطاعات ريفية وحضرية، تختلف ظروف الحياة؛ وبالتالي أشكال التنظيم الاجتماعي في هذه القطاعات اختلافا كبيرا عن بعضها البعض، ويعرف المقصود بالقرية وبالمدينة في كيفية التفريق بينهما بالضبط من وجهة نظر علم الاجتماع. ظهرت القرى كجزء من فهم المجتمع للتغيرات الرئيسية في البنية الاجتماعية؛ الناتجة عن الانتقال من طرق الحياة البدوية القائمة على الصيد وجمع الطعام والزراعة العابرة، إلى شكل أكثر استقرارا للحياة، ومع تطور أشكال الزراعة المستقرة -أو الأشكال التي لا تنطوي على الانتقال من مكان إلى آخر- تغير الهيكل الاجتماعي أيضا، فخلق الاستثمار في الأراضي والابتكارات التكنولوجية في الزراعة بإمكانية إنتاج فائض وشيء يفوق ما هو مطلوب للبقاء على قيد الحياة، وهكذا كانت الزراعة المستقرة تعني أن الثروة يمكن أن تتراكم؛ وهذا أيضا جلب معه اختلافات اجتماعية، كما أدى التقسيم الأكثر تقدما للعمل إلى خلق الحاجة إلى التخصص المهني.

يذكر العالم البريطاني انتوني غيدنز في كتابه "علم الاجتماع" لقد عاش البشر على الأرض لنحو نصف مليون سنة، كانت الزراعة هي الأساس للمستوطنات الانسانية المستقرة التي يبلغ عمرها حوالي اثني عشر ألف عام فقط، تعود الحضارات إلى ما لا يزيد عن ستة آلاف سنة، "وإذا فكرنا في كامل فترة الوجود البشري حتى اليوم، لكانت الزراعة قد ظهرت في الساعة 11:56 مساءً والحضارات في الساعة 11:57 أما تطور المجتمعات الحديثة سيبدأ في الساعة 11:59 و30 ثانية فقط، ومع ذلك ربما حدث قدر كبير من

<sup>1</sup> Deborah Stevenson - cities and urban cultures - Open University Press Maidenhead .Philadelphia- 2003 -

التغيير في الثلاثين ثمانية الأخيرة من يوم الإنسان"<sup>1</sup>. شكلت كل هذه التغييرات معا ظهور القرية كمستوطنة سكانية قائمة على شكل معين من التنظيم الاجتماعي، فمن الناحية الاقتصادية والإدارية، عادة ما يتم التمييز بين المستوطنات الريفية والحضرية على أساس عاملين رئيسيين: الكثافة السكانية ونسبة الأنشطة الاقتصادية المتعلقة بالزراعة؛ وبالتالي فإن المدن والبلدات لديها كثافة سكانية أعلى بكثير-أو عدد الأشخاص لكل وحدة. ومعظم البلدان المتقدمة هي الآن حضرية بشكل كبير، كما أن التحضر هو الاتجاه السائد في البلدان النامية؛ ويمكن أن يكون أسرع أو أبطأ، وتشير تقارير الأمم المتحدة إلى أنه بحلول عام 2007، ولأول مرة في تاريخ البشرية، ارتفعت النسبة من أقل بقليل من 11 في المائة في عام 1901م إلى ما يزيد قليلاً عن 17 في المائة في عام 1951م، ويوضح تعداد عام 2001م أن ما يقرب من 28 في المائة من السكان يعيشون في مناطق حضرية.<sup>2</sup>

ويمكن إجمال أهم الفروق الريفية-الحضرية التي وردت في عدة نظريات كما يلي:

1- الحياة في المجتمع الريفي بسيطة للغاية وانعكست في طريقة المعيشة واللباس والعادات الغذائية والمأوى والأخلاق أما المجتمع الحضري فإن الحياة في المدينة ليست بسيطة ولكنها معقدة للغاية.

2- لدى الناس في المجتمع الريفي تجانس وبالتالي يتمتعون إلى حد ما بنفس الوضع الاجتماعي بينما ينتمي سكان المدينة إلى طوائف ومعتقدات وديانات وثقافات مختلفة، وبالتالي لا يتمتعون بنفس المكانة الاجتماعية.

3- لم يكن هناك مجال كبير للتنقل المهني في المجتمع الريفي، غير أنه يوجد في المدن العديد من المهن لذا فإن التنقل المهني موجود أكثر.

<sup>1</sup> GIDDENS, Antony. Sociology. Fourth edition. Polity Press-Oxford, United Kingdom- 2004- p: 40

<sup>2</sup> Social change and social order in rural and urban society chapter two- UNDERSTANDING SOCIETY- pp: 22-49-p38;39

4- في المجتمع الريفي لعبت العائلة دورا مهما ومسيطرًا؛ أما في المدن تملك العائلات سلطة ليست بالقوية، والعديد من الوظائف التي كان لها دور فيها؛ تم أخذ تلك المسؤوليات العائلية التي اعتادت أداءها من قبل مؤسسات اجتماعية وجمعيات أخرى .

5- لا يوجد تغيير سريع في القرى وبالتالي لا توجد ضرورة للتكيف الاجتماعي، بينما في المدن يجب أن يكون هناك تنقل سريع وقدرة على التكيف لتلائم الحياة السريعة المتغيرة باستمرار .

6- في المجتمع الريفي الثقافة عميقة جدا ومهمة، أما في المدن يصعب العثور على ثقافة نقية أو متجذرة، مرحب بجميع الثقافات والتراث الثقافي فوق كل شيء آخر .

7- في المجتمع الريفي لا يوجد تقسيم للعمل، أما في المجتمع الحضري يوجد دائماً تقسيم للعمل والتخصص في تخصص الوظائف .

8- المجتمع الريفي لا يعطي الاحترام الواجب والصحيح للمرأة، لكن تتمتع المرأة في المجتمعات الحضرية بمكانة اجتماعية عالية نسبياً.

9- أحب الناس في هذا المجتمع الريفي الطبيعة والخيرات الطبيعية، كانوا متدينين وخائفين من الآلهة أما في المدن ليس لدى الناس وقت للوقوف والتحديق في الطبيعة، إنهم ليسوا متدينين بل أكثر عقلانية ومادية ويميلون للعلمانية.

10- في المجتمع الريفي هناك فرص قليلة جداً لتوفير فرص العمل والحوافز، غير أنه توفر المدن الحوافز والتوظيف للناس والعاطلين عن العمل من قبل المجتمع .

11 العلاقات أكثر قرابية وشخصية وعميقة في المجتمع الريفي، بينما في المدينة فهي علاقات سطحية وبنفعية وخاضعة للعقلانية.

12- المجتمع الريفي صغير والكثافة قليلة، عكس المدينة التي تتميز يكبر الحجم والكثافات الكبيرة ما يصعب التقارب والمعرفة الشخصية بين السكان ويزيد من اللاتجانس واللامعيارية، ويزيد الاغتراب فتصبح المدينة فضاء عمومي يجمع مجموعة من الغرباء.

13-بسبب العلاقات القرابية والتداخل بين سكان الريف تزداد العصبية والولاء والرقابة الاجتماعية على الأفراد، بينما في المدينة لا رابط اجتماعي او قرابي يجمع بين أفراد المجتمع الحضري، ومشاعر الولاء والعصبية والانتماء غائبة، فتصبح الشرطة هي المتدخل في فض النزاعات عكس الريف؛ الذي لا يستعين بالمؤسسات الامنية الرسمية لحل نزاعاته بل لكبار العائلات في الريف.

14-بسبب صعوبات العيش في الريف تكون الخشونة هي ما يميز اهل الريف والقساوة، بينما المجتمعات الحضرية كلما زادت تحضرا كلما زادت نعومتها وغابت الخشونة والتوحش من طباعها.

15-يعتبر الطابع الغير الرسمي هو السائد في جميع مناحي الحياة الاجتماعية الريفية بينما الطابع الرسمي هو الذي يميز الحياة الحضرية.

16-تعتبر الاسرة الممتدة والحياة الجماعية المشتركة هي النمط السائد في المجتمعات الريفية، بينما الاسرة النووية ذات طابع حضري بامتياز، والذي يشجعه الفردانية والاستقلالية في المجتمع الحضري.

17-يعتمد المجتمع الريفي في تفسيراته على الاساطير والتأويلات؛ بينما يعتمد المجتمع الحضري على التفسيرات العلمية المنطقية في شرح الظواهر.

18-تقوم المجتمعات الريفية على الاكتفاء الذاتي، بينما المجتمعات الحضرية هي مجتمعات استهلاكية بامتياز، وتستخدم الاستهلاك ليس للضرورة فقط؛ بل لإبراز المكانة الاجتماعية والتميز الاجتماعي عن الأدنى، كما تستعمله للترفيه وقضاء اوقات الفراغ.

19-المجتمعات الريفية صعبة التغيير وتقاومه بينما المجتمعات الحضرية شديدة التغيير والتكيف.

20-المهنة الاساسية في المجتمع الريفي هي الزراعة، بينما الصناعة والتجارة هي المهن الاساسية للمجتمعات الحضرية.

## 7-الخصائص العامة للمجتمع الحضري

أصبح المجتمع الغربي، الذي تهيمن عليه المؤسسات الصناعية التي تركز على المراكز الحضرية، حضريا بشكل كبير في تنظيمه الاجتماعي والاقتصادي، لم يعد من الممكن أن تكون العلاقات الاجتماعية في هذا



المجتمع ذات مغزى مفصولة إلى "حضرية" أو "ريفية". وكان للمدن دورا مهما في المجتمع الغربي، فقد كان ذلك بمثابة موقع لتنظيم الاستهلاك الجماعي: تقديم الدولة للخدمات غير الاقتصادية في جهودها لتأمين إعادة إنتاج قوة العمل الخاصة بالسكان المركزين، فقط في المجتمعات غير الغربية، التي تتميز برأسمالية نامية وليست صناعية متطورة، يمكن أن يستمر التمييز العقلاني بين الريف والحضر<sup>1</sup>.

استمر هذا المنظور للمجتمع الحضري الموحد في السيطرة على التفكير الاجتماعي فيما يتعلق بإمكانية تعريف الحضري، وتم تعديل المنظور وتم الآن رفض "علم اجتماع حضري غير مكاني"، وقد حل مكانها الاعتراف بأهمية الجغرافيا في هيكله طبيعة وتجربة الحياة الحضرية. فقد شددت وجهات نظر متنوعة مثل الماركسية الجديدة المدركة جغرافيا لدافيد هارفي، فرغم أنه قد يكون هناك إجماع على المستوى الكلي على أن المجتمع الغربي يغلب عليه الطابع الحضري، إلا أن هناك أيضا إدراك أنه في بيئات جغرافية محددة داخل ذلك المجتمع، هناك تفاصيل مميزة للعمليات الاجتماعية والاقتصادية، وبعضها فقط "حضري" بالمعنى التقليدي للكلمة والمفهوم. وعندما يتم تقييم مساهمات تونيز وزيمل وويرث، لتحديد ما إذا كان من الممكن الكشف عن بعض الإجماع حول السمات المشتركة للمدن الحديثة، فإن العديد من مجالات الاتفاق ستظهر مباشرة، ويوافق كل من العلماء على أن المدينة كبيرة ولا يجوز لأي مدينة أن تتواجد بدون عدد سكان كبير، يجب أن تحتل المدينة مساحة كبيرة نسبيا، حيث تمتد وظائفها على مساحة كبيرة تتجاوز بكثير الحدود التي حددتها تشريعاتها.

أما بالنسبة لميزات المجتمع الحضري عند سوروكين وزيمرمان فهي الميزات التالية والتي تعطي المزيد من المعنى للمجتمع الحضري وخصائصه العامة:

عدم التجانس: المجتمع الحضري هو مجموعة غير متجانسة، حيث ينتمي الناس إلى عرق ودين ولغة

وطائفة وعتيدة مختلفة

---

<sup>1</sup> Rob Atkinson, Graham Moon- Urban Policy in Brittan the City, the State and the Market- London- MACMILLAN PRESS-1994-p06

العلاقات الثانوية: يتسم المجتمع الحضري بعلاقات ثانوية الناس غير مبالين تجاه بعضهم البعض. قد لا تتم ملاحظة العلاقات وجهاً لوجه أو العلاقات الودية أو الحميمة بين الناس  
الجمعيات الطوعية: جميع الناس في المدينة يقومون بأعمال غير زراعية. هم بالضرورة أعضاء في العديد من الجمعيات التطوعية. وفقاً لمستوى المعيشة، فإنهم يشكلون مجموعاتهم السكنية والمؤسسات والجمعيات المحتاجة .

الحراك الاجتماعي: في المجتمع الحضري، الوضع الاجتماعي ليس تقليدياً ولكنه يعتمد على الوضع الاقتصادي والمستوى التعليمي والموهبة. بمعنى آخر، الذكاء الفردي والموهبة يجلبان التقدم والوراثة ليست مهمة .

الحرية الفردية: في المجتمع الحضري، يتمتع الرجال والنساء بقدر أكبر من الاستقلال، الناس أكثر فردية في مواقفهم، سكان المدينة أكثر انتقائية في اختياراتهم وأكثر فردية في تفضيلاتهم المهنة: يعمل جميع الأشخاص في وظائف غير زراعية، مثل الأعمال التجارية، والتسويق، والمكاتب، والشرطة، والمحكمة، والصناعة والمصنع، واتصالات النقل، والمستشفيات والمؤسسات التعليمية، والمسرح، وسوق المشاركة وما إلى ذلك، لذا فهم بعيدون دائماً عن الطبيعة والحياة البسيطة في الريف.

التحكم الثانوي: في المجتمع الحضري لا يتم التحكم في السلوك الفردي من قبل الأسرة والدين والجوار. يتم التحكم فيه من قبل المنظمات الثانوية، مثل الحكومة والشرطة والمحكمة وما إلى ذلك.  
الافتقار إلى الشعور المجتمعي: هناك نقص في الشعور المجتمعي والشعور بالوحدة ووحدة وسلامة الأسرة والحي في المدينة، في المجتمع الحضري ينشغل الناس بإنجازاتهم الفردية، لذا فهم بطبيعة الحال يتجاهلون الشعور بالوحدة في المدينة.

الفوضى الاجتماعية: المجتمع الحضري لديه عدد من المؤسسات والجمعيات، هم يعملون بشكل مستقل لذلك هناك دائماً صراع ومنافسة؛ وهكذا يتم رؤية الفوضى الاجتماعية والشعور بها .

الأسرة غير المستقرة: لم تعد الأسرة هي الوحدة الاقتصادية والتعليمية والحماية والترفيهية والفعالة، فقدت الأسرة الكثير من سيطرتها على أفرادها، يتم نقل العديد من الوظائف التقليدية للأسرة إلى الوكالات الخارجية، ويقال إن الأسرة الحضرية ليست منظمة بشكل صارم كما في الريف<sup>1</sup>.

\* مما سبق يمكن ايجاز الخصائص العامة للمجتمع الحضري فيما يلي:

1. الحجم: كقاعدة عامة يكون حجم المجتمع الحضري أكبر بكثير من المجتمع الريفي، بعبارة أخرى يرتبط العمران وحجم المجتمع ارتباطاً إيجابياً .
2. كثافة السكان: كثافة السكان في المناطق الحضرية أكبر منها في المجتمعات الريفية. يرتبط العمران والكثافة ارتباطاً إيجابياً،
3. الفردانية: بقدر ما يتعلق الأمر بكثافة المجتمع الحضري، يتم إيلاء أهمية أكبر للفرد أكثر من الأسرة والعائلات النووية أكثر شيوعاً في المناطق الحضرية .
4. الزواج: في حالة المجتمع الحضري، هناك رجحان للزواج عن طريق الحب والزواج بين الطوائف ويتمتع الأبناء والبنات بحرية كبيرة في اختيار شركائهم في الحياة دون تدخل من الأهل والأقارب أو حتى من رئيس القبيلة كما في الريف التقليدي.
5. المهنة: في المناطق الحضرية، تكون المهن الرئيسية صناعية وإدارية ومهنية بطبيعتها، تقسيم العمل والتخصص المهني شائع جداً.
6. التطرف الطبقي: حيث "الطبقة المتطرفة تميز المدينة"، توجد الأحياء الفقيرة للفقراء جنباً إلى جنب مع المنازل الفخمة للأثرياء، وشقق أعضاء الطبقة الوسطى.

---

<sup>1</sup> Dr. Sanjay Deshmukh Vice Chancellor. Dr. Ambuja Salgaonkar, Dr. D. Harichandan Incharge -SOCIOLOGY PAPER - VII / VIII URBAN SOCIOLOGY- November-2015 Publisher: Dr. D. Harichandan Professor-Cum-Director IDOL, University Of Mumbai.p06

7.التباين الاجتماعي: إذا كانت القرى هي رمز التجانس الثقافي، فإن المدن ترمز إلى التباين الثقافي حيث تتميز المدن بتنوع الشعوب والأعراق والثقافات وهناك تنوع كبير فيما يتعلق بالثقافات وبالعادة الغذائية وعادات الملابس وظروف المعيشة والمعتقدات الدينية والنظرة الثقافية والعادات والتقاليد لسكان المدن .

8.المسافة الاجتماعية: المسافة الاجتماعية هي نتيجة المجهولية وعدم التجانس تتسم معظم الاتصالات الاجتماعية الروتينية للفرد في بلدة أو مدينة بطابع غير شخصي ومنقسم، هناك نقص مطلق في المشاركة الشخصية في شؤون الآخرين.

9. نظام التفاعل: حسب جورج سيميل أن البنية الاجتماعية للمجتمعات الحضرية تقوم على مجموعات المصالح، دوائر الاتصال الاجتماعي أوسع في المدينة منها في الريف وهناك مساحة أوسع من نظام التفاعل لكل فرد ولكل مجموعة وهذا يجعل الحياة في المدينة أكثر تعقيداً وتنوعاً، كما تتميز حياة المدينة بهيمنة الاتصالات الثانوية والعلاقات غير الشخصية والعرضية وقصيرة الأجل والفرد في الشارع يفقد هويته فعلياً ويتم التعامل معه على أنه "رقم" له "عنوان" معين .

10.التنقل: إن أهم سمات المجتمع الحضري هي حركته الاجتماعية في المناطق الحضرية، ولا يتحدد الوضع الاجتماعي للفرد بالوراثة أو الولادة ولكن بالجدارة والذكاء والمثابرة.

11.المادية: في المجتمع الحضري، يدور الوجود الاجتماعي للإنسان حول الثروة والممتلكات المادية، لا يتم الحكم على قيمة المواطن الحضري اليوم من خلال ما هو عليه ولكن بما لديه، رموز الحالة في شكل أصول مالية ورواتب وأجهزة منزلية باهظة الثمن لها أهمية كبيرة بالنسبة لسكان المدن.

12.الفردية: يولي سكان المدن أهمية قصوى لرفاهيتهم وسعادتهم يترددون في التفكير أو التصرف

لصالح الآخرين

13.العقلانية: في المجتمع الحضري هناك تأكيد على العقلانية يميل الناس إلى التفكير والنقاش علاقتهم بالآخرين محكومة في الغالب بمراعاة عوامل الربح أو الخسارة، بمعنى أن العلاقة تتم على أساس تعاقدى بمجرد انتهاء العقد تنتهي العلاقة الإنسانية تلقائيًا .

14.عدم الكشف عن هويته "السطحية وانعدام المعرفة الشخصية": تشتهر المجموعات الحضرية بعدم الكشف عن هويتها بحكم الحجم والكثافة السكانية، فلا يمكن أن يكون المجتمع الحضري مجموعة أساسية مثلما في الجماعات الاجتماعية الريفية بل ثانوية، فلا أحد يعرف الآخر .

15.تضارب القواعد والمعايير الاجتماعية: يتسم المجتمع الحضري بتضارب المعايير والدور الاجتماعي حيث تؤدي عوامل مثل حجم السكان وكثافتهم وعدم تجانسهم والتخصص المهني الشديد والبنية الطبقية السائدة في السياق الحضري إلى مثل هذه الحالة في غياب الأعراف الاجتماعية الموحدة والثابتة، يسعى الأفراد أو الجماعات غالبًا إلى تحقيق أهداف متباينة ذلك له نصيب كبير في التسبب في الفوضى الاجتماعية والتضارب.

16.التغيير الاجتماعي والثقافي السريع: التغيير الاجتماعي والثقافي السريع يميز الحياة الحضرية، لأنه تم إهمال الأهمية التي تعلق على العناصر التقليدية أو المقدسة، لقد أحدثت فوائد الحياة الحضرية تغييرات فيما يتعلق بالمعايير والأيديولوجيات والثقافات.

17.الجمعيات الطوعية: أنماط السلوك الطوعية لأن المجتمع الحضري يتميز باتصالات اجتماعية غير شخصية وميكانيكية ورسمية تحدث بين الناس بطبيعة الحال لديهم رغبة قوية في تطوير علاقات اجتماعية حقيقية لإشباع جوعهم للدفع العاطفي والشعور بالأمان لذلك فهم يشكلون جمعيات ونوادي وجمعيات ومجموعات ثانوية أخرى.

18. الرقابة الاجتماعية: في المجتمع الحضري هي في الأساس رسمية بطبيعتها حيث يتم تنظيم محاكم قانون سلوك الأفراد وما إلى ذلك من قبل وكالات أمنية وقانونية حضرية رسمية مثل الشرطة والسجون،

19. علمنة التوقعات: في المدن يتم تخفيف التزامات الطقوس والقرابة ولاعتبارات الطبقة والمجتمع

التي تؤدي إلى المنطق الاقتصادي الذي بدوره يؤدي إلى علمنة النظرة والتوجهات العامة للسكان الحضري.

20. توفر المناطق الحضرية دوافع لتحديث المجتمع ككل وتقبل التغيير والحدثة.

### خلاصة

في علم الاجتماع كان يتم وصف المجتمع الحضري كبناء نظري من حيث الانقسام الثنائي للمجتمع "الحضري مقابل المجتمع الريفي" وكان موضوع الدراسة هو المجتمعات الغربية في القرن الماضي، وبالتالي تأثرت بدايات علم الاجتماع الحضري المبكر بشكل كبير بنظرية المجتمع الحضري في المدينة الغربية الصناعية، وتضمنت الدلالات الثقافية للمجتمع الحضري أو طريقة الحياة الحضرية من هذا المنظور مفاهيم إخفاء الهوية، والطبيعة المؤقتة للعلاقات الاجتماعية والسطحية. وسعت التصورات اللاحقة للمجتمع الحضري إلى تحديد محتوى معين للمجتمع الحضري، والذي لا يمكن اختزاله بمناقضته لأسلوب الحياة الريفية، وُجد أن هذا المحتوى مرتبط بالتطور التاريخي للمجتمع الرأسمالي، وبالتحديد التصنيع الرأسمالي حيث لا يمكن فصل مفهوم المجتمع الحضري عن الأبعاد التاريخية والمادية (أو البيئية) للمدينة. وعندما نتحدث عن المجتمع الحضري باعتباره حقيقة تاريخية، فإننا نتخيل مفهوما أكثر ديناميكية لتشكيل المجتمع الحضري من خلال القوى التاريخية والحركات الاجتماعية، فقد شهد القرن العشرون هيمنة الدور الاقتصادي للمدن ومجتمعات المدينة على أنها "محركات للنمو" لمجتمعات الاقتصادات الوطنية التي تقع فيها. إن انعكاسات نظريات علماء الاجتماع الأوائل تلقي الضوء على المشاعر المعادية للمدن، المدينة العظيمة حاضرة نموذجية لبيئة اجتماعية غير إنسانية ومهيمنة لتونيز، وشعر زيمل أن اقتصاد المال للمدن دمر الحياة الاجتماعية، كما أوضح فيبر وويرث كيف أن التحضر الجماعي أبطأ الفرص أو المشاركة السياسية. إضافة إلى إدانة ماركس وإنجلز لعواقب التحضر في ظل الرأسمالية وتدمير الرابطة الاجتماعية المميزة للمجتمع التقليدي في الريف واستبداله بالعلاقات النفعية في المجتمع الحضري، حيث كان الناس في مجتمعات ما قبل الصناعة التقليدية مجتمعات قبلية، وكان صعود المدينة بمثابة انتقال من البربرية وأدرك

الناس الحرية السياسية والاقتصادية، والتخصص الإنتاجي، لكن التطور الاجتماعي للبشر لم يكتمل حتى تحولت الرأسمالية إلى اشتراكية حسب الماركسية. وتحول المدينة لوحدات استهلاك جماعية وتغيير وظيفة الإنتاج في المراحل السابقة ينبأ عن خطورة سيولة الثقافات وفقدان الأصالة الحضرية في المدن، وتحديدًا المدن التي تحارب للحفاظ على أصالتها الحضرية القديمة والعريقة في التحضر، وهي مدن الشرق إن صح تسميتها بذلك، فهي نماذج مدنية بعيدة في خصائصها عن المدن الصناعية الغربية الرأسمالية، بنيت على أسس المحافظة وسيطرة الدين على الحياة الاجتماعية، وهو ما ينبأ عن عجز النماذج النظرية الغربية عن فهم وتحليل الحضرية في تلك المدن المحافظة على أصالتها، والحاجة لأطر نظرية جديدة مفسرة لظاهرة المدينة والحضرية؛ في المدن غير الغربية نابعة عن فهم عمق المجتمع المحلي، وتحليل البنى الاجتماعية وطرق إنتاج وإعادة إنتاج القيم الثقافية للحفاظ على أصالة الثقافة.

## الفصل الثاني: الثقافة الاستهلاكية الحضرية

تمهيد

1-الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية

2-تاريخ الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية

3-التنظير السوسيولوجي الكلاسيكي للثقافة الاستهلاكية

4-التنظير للثقافة الاستهلاكية بين بيير بورديو وشارون زوكين

5-ثقافة الطبقة الوسطى والثقافة الاستهلاكية

6-الفئات الاجتماعية (المرأة والطفل) وتأثيرها على الممارسات الاستهلاكية

7-الاستهلاك في الجزائر والطبقة الوسطى الحضرية الجزائرية

خلاصة



## الفصل الثاني: الثقافة الاستهلاكية الحضرية

### تمهيد

إذا كنا نسعى لفهم الثقافة اليوم، فسنواجه كثيرا من التعقيدات، الثقافة التي كان يفترض أنها تمتلك التماسك والنظام، لتمكينها من العمل كأساس لتشكيل الهويات المستقرة، لم تعد تبدو قادرة على أداء هذه المهمة بالشكل مناسب، وأصبحت الروابط بين الثقافة والهوية أكثر إشكالية مع زيادة وتنوع مصادر الإنتاج الثقافي، ويمكن ربط ذلك بعملية العولمة والحدثة؛ التي غالبا لا تؤدي إلى تجانس وتوحيد الثقافة، بل توفير مساحات جديدة لتصادم الثقافات. كان الاتجاه في الدراسات الاجتماعية والثقافية هو الانتقال من فهم الحياة الاجتماعية من خلال البنى والأنظمة بجانب الشعور المتزايد بالتنوع الثقافي، فلم يعد من المناسب تصور الثقافة ككل متكامل. إن الطريقة التي يستهلك بها الافراد والمجموعات الاجتماعية السلع والخدمات؛ تتعلق بمصفوفة من مواقف الهوية الاجتماعية التي خلالها يستعمل الرمز، وبالتالي يمكن استهلاكها بعده طرق مختلفة، بهذا يكون الاستهلاك قوة انتاجية تخلق وتعيد خلق المعنى، وتدعم الممارسات والقيم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويضمن المعنى الرمزي للسلع أن الاستهلاك يمكن أن يعمل على إعادة التفاوض على قيمة السلع الأساسية باستخدامها هي ومعناها، في هذا الفصل سيتم الولوج لعالم الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية، وأهم النظريات السوسيولوجية التي اهتمت به كنتيجة للتغير الاجتماعي والحدثة.

### 1- الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية

"يعرف الاستهلاك لغويا بأنه العملية التي يتم بها هدم المواد واستغلالها واستخدامها، او دمجها وتحويلها إلى شيء آخر جديد"<sup>1</sup> بالنسبة لمفهوم الاستهلاك فله عدة معان ربما تكون أسهل طريقة للتمييز بينها هي النظر في وظيفة الاستهلاك، وهناك ثلاثة أنواع من الغايات أو "القيم" التي توجه الاستهلاك: قيم

---

<sup>1</sup> Арсенюк Анастасія- CONSUMPTION AND SOCIETY- Institute of Sociology, Psychology and Social Communications, (Ukraine, Kyiv)-

التبادل، وقيم الاستخدام، وقيم الهوية." أما عندما يتحدث الاقتصاديون عن الاستهلاك فإنهم عادة ما يقصدون شراء منتج ما، وما يهمهم هو قيمته التبادلية وسعره. يمكن النظر إلى نشاط الاستهلاك على أنه أي نشاط يتضمن اختيار وشراء واستخدام وصيانة وإصلاح والتخلص من أي منتج أو خدمة، بذلك يتم لفت الانتباه إلى حقيقة أن الاستهلاك ليس فقط للسلع التي يتم تصنيعها في الإنتاج الصناعي، ولكن أكثر في مجتمع ما بعد الصناعة للخدمات والمعرفة والأفكار<sup>1</sup>.

كما يمكن تعريف الاستهلاك على "أنه إنفاق القيم الملموسة وغير الملموسة لتلبية بعض الطلبات"، فيتبع جورج ريتزر وصف ماركس لتصنيف السلع الاستهلاكية على أنها إما "كفاف أو ورفاهية"، ويدعي ريتزر أن أدوات الاستهلاك تمكن الناس من الحصول على السلع والخدمات، كما أنها تستغل الأشخاص من خلال إبقائهم تحت السيطرة. بعبارة بسيطة يعني الاستهلاك "أن يكون لديك سلعة أو خدمة، لامتلاكها ولاستخدامها أو التخلص منها من أجل تلبية احتياجات معينة". في العصور المبكرة عندما طُرح مفهوم الاستهلاك لأول مرة، ظهر الاستهلاك للإنسان على أنه طبيعي وبسيط؛ مع مرور الوقت ابتعد الاستهلاك عن إشباع الاحتياجات واكتسب وظيفة تحديد الوضع الاجتماعي. "وفي الواقع الاستهلاك أمر لا بد منه للرفاهية الاجتماعية، والمنافسة هي أداة فعالة لتعظيم الرفاهية الاجتماعية".<sup>2</sup> ويمكن النظر أيضا إلى نشاط الاستهلاك على أنه أي نشاط يتضمن اختيار أي منتج أو خدمة وشراءه واستخدامه، صيانتها، إصلاحه أو التخلص منه، "فيرى وايرد أن الاستهلاك يشمل مجموعة من الممارسات التي تسمح للناس بالتعبير عن هويتهم، وللتعبير عن ارتباطهم بالفئات الاجتماعية ولتجميع الموارد، لإظهار الفروق الاجتماعية، وضمان المشاركة في الأنشطة الاجتماعية المختلفة للطبقات. والطريقة التي يمثل بها ما نستهلكه علامة على التميز"<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> - David C. Thorns -The Transformation of Cities Urban Theory and Urban Life - PALGRAVE MACMILLAN-, New York- USA- First published 2002-p121

<sup>2</sup> -Aytekin FIRAT-Kemal Y. KUTUCUOĞLU-Isıl ARIKAN SALTIK3-Özgür TUNÇEL--CONSUMPTION, CONSUMER CULTURE AND CONSUMER SOCIETY-Journal of Community Positive Practices, XIII (1) 2013- PP182-203-P183, 184

<sup>3</sup> David Thorns -The Transformation of Cities Urban Theory and Urban Life- First published 2002 by PALGRAVE MACMILLAN- New York, USA.p:121

وهناك نوع ثالث من الغرض من الاستهلاك لم يتم تناوله في الأدبيات الاقتصادية، وهو تعزيز هوية المرء إن الأدبيات الاجتماعية لديها بعض الإدراك لهذا الأمر وهو جزء لا يتجزأ من تحليل فيبر للوضع الاجتماعي، ومفهوم فيبيلين للاستهلاك المظهري، ومفهوم بورديو للتمييز الأسلوب ، والحالة ، وتحديد المجموعة ، وما إلى ذلك ، وهي جوانب من قيمة الهوية ، حيث يختار الناس عرض السلع أو الانخراط في مجالات مختلفة من الاستهلاك بهدف التعبير عن هويتهم والمشاركة في أنشطة معينة ، مرغوبة لقيمتها الاجتماعية والرمزية ، ووضع المستهلك في دائرة اجتماعية، يبدو أن هذه القيم غير قابلة للاختزال ، ويمكن الحصول عليها بدرجات مختلفة من خلال الانخراط في مجالات الاستهلاك المختلفة والطرق التي يحقق بها الناس هذه القيم.<sup>1</sup> "وقد أشار فيبر إلى الاستهلاك على أنه مذهب المتعة، في عمله "الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية"، ودوركايم كان متشائماً من المفهوم، فقد كان يعتقد أنه إذا أطلق المجتمع الحديث، وخاصة الاقتصاد، رغبات المستهلك اللامحدودة، فسيؤدي ذلك إلى تدمير النظام الأخلاقي في المجتمع".<sup>2</sup>

أما الاستهلاك في عالم الحداثة فإنه يدعم الصور والأصوات والمشاهد والروائح في العالم المعاصر؛ وأصبحت فرص الاستهلاك المتزايدة السمة المميزة لحياة القرن 21م، والعلاقة بين الاستهلاك والحياة الحضرية مكون مركزي في تطور المجتمع الاستهلاكي، والمدن نقاط مهمة يحدث فيها الاستهلاك الفردي والجماعي على نطاق واسع، والمدن نفسها مستهلكة للأرض والطاقة. إن المدينة المعاصرة يتم تعريفها من خلال الاستهلاك وهي إنتاج الاقتصاد الاستهلاكي ما بعد الصناعي ويتم تعريف المدينة المعاصرة من خلال الإيمان بالاستهلاك فمانويل كاستيلز كان يفكر في المدن الفوردية ووصفها كمساحات للاستهلاك الجماعي.

---

<sup>1</sup> Catherine Marsh Roger Burrows and -Consumption and Class Divisions and Change -

- Palgrave Macmillan- First published in the United State of America in 1992- p18

<sup>2</sup> John Lukacs -Chapter 2 Sociology of Consumerism: Towards a Theoretical Exploration "In modern world the production of consumption becomes more important than the consumption of production"-p38

ورسالة السلطات في المدينة توجه رسالة واضحة أن الاستهلاك هو الذي سيشكل مستقبل مدننا وهو متأصل في كل الرؤى والسياسات.<sup>1</sup>

ومن هنا جاءت الفكرة بأن النزعة الاستهلاكية لم تصبح مجرد نشاط أو تسلية فقط؛ بل وأصبحت "طريقة حياة"، وهذا يكشف لنا أن هناك أبعاد أيديولوجية لنمو المجتمع الاستهلاكي؛ وللسلع والخدمات المشبعة بمعاني رمزية؛ تساعدنا على التواصل وبناء هويتنا للمكانة الاجتماعية، وتميز ارتباطنا بالجماعات الاجتماعية، المساحات والأماكن ورفع شارات الاستهلاك ك (شعار تسوق حتى تسقط You until shop drop<sup>2</sup>).

"إن ثقافة المجتمع هي مجموع معتقداته المشتركة، قواعده، قيمه، طقوسه، لغته، تاريخه، معرفته وطابعه الاجتماعي. بينما الثقافة الاستهلاكية: فيشير هذا المصطلح إلى حد ما إلى فكرة أنه منذ السبعينيات أصبحت المجتمعات الرأسمالية الغنية: أكثر تركيزاً على الاستهلاك أكثر من الإنتاج، فتشير ثقافة المستهلك إلى كل من اهتمام المواطنين بجوانب الاستهلاك في حياتهم -اهتمامهم بالطعام الفاخر والأزياء وتحسين المنزل وما إلى ذلك - وإلى الصناعات التي تطورت لتلبية هذا الذوق، وتعد البرامج التليفزيونية التي توضح كيفية ارتداء الملابس أو إجراء "ترتيبات للمنزل" جزءاً من ثقافة المستهلك، مثلها مثل مجلات التزيين والمكملات في الصحف المخصصة لتحسين نمط الحياة"<sup>3</sup>.

والثقافة كلمة معقدة لكن يمكن إقران أربعة معانٍ رئيسية لها؛ وهي "أولاً: تراكم من العمل الفني والذهني، ثانياً: الصبرورة التي يحصل بها الارتقاء الروحاني والذهني، ثالثاً: القيم العادات، المعتقدات، الممارسات الرمزية التي يوظفها الإنسان في الحياة، رابعاً: الطريقة الكلية المعتمدة في الحياة، وتضم الأكل وأصناف الطعام، الرقص، الشعر، الموسيقى، نوع الرياضات، وقد تمتد لأبعد من ذلك لتشمل طرق

---

<sup>1</sup> Mark Jayne-Cities and Consumption-Routledge-the Taylor & Francis-LONDON and NEW YORK-UK andUSA-2006-p02,03

<sup>2</sup> Mark Jayne-ibid-p04

<sup>3</sup> Steve Bruce and Steven Yearley-The Sage Dictionary of Sociology - SAGE Publications-First published 2006-London-p59,48

التخلص من النفايات، والثقافة كطريقة للحياة هي في العموم مسألة عادات، وهي ما تفعله مرارا وفعله قبلك ويفعله من بعدك".<sup>1</sup>

كما يمكن تعريف الثقافة الاستهلاكية بأنها نظام وممارسات يسود فيه استهلاك المنتجات التجارية، وهو أيضا نظام يتم فيه نقل القيم الثقافية القائمة والمعايير والطرق العرفية للقيام بالأشياء من جيل إلى جيل، أي إنه يتم من خلال ممارسة الاختيار الشخصي الحر في المجال الخاص للحياة اليومية، كما ترتبط الثقافة الاستهلاكية أيضا بفكرة الحداثة، أي بعالم "لم يعد يحكمه التقاليد بل التدفق".<sup>2</sup> ويعتبر ستيفن مايلز "الاستهلاك ظاهرة ثقافية والسلع الاستهلاكية هي الأدوات الأساسية لإعادة إنتاج تلك الثقافة".<sup>3</sup> إن الثقافة الاستهلاكية لها دور في إعادة إنتاج الممارسة الاجتماعية، حيث يتضح الدور غير المرئي عادة للأشياء المادية وأهميتها؛ في انجاز الروتين اليومي بشكل مؤقت عندما تثير الابتكارات التكنولوجية أو تتيح تغييرات في كيفية تحديد المهام وانجازها، وفي كيفية تنظيم الناس لوقتهم. حيث يمكن القول إن الأجهزة المنزلية مثل غسالات الاطباق، أفران الميكروويف والثلاجات؛ أعادت تشكيل وتصميم المطبخ ومعناه، وأعادت تشكيل ترتيب وتنظيم الاعمال المنزلية، ومثل هذه الأمثلة الملموسة للتأثيرات المادية هي التعبير الأكثر وضوحا عن العلاقة المسلم بها بين الحياة اليومية والأشياء التي تجعلها ممكنة.<sup>4</sup>

## 2-تاريخ الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية

لقد سعى القرن التاسع عشر إلى تعزيز حرية الإنسان وفرديته (التي ترتبط بتقسيم العمل)، وإنجازاته التي تجعله فريدا، ولكن في نفس الوقت تجعله أكثر اعتمادا على النشاط التكميلي للآخرين؛ قد يكون نيتشه قد رأى النضال الدؤوب للفرد كشرط أساسي لتطوره الكامل، بينما وجدت الاشتراكية الشيء نفسه في قمع

---

<sup>1</sup>تيري إيغلتن-ترجمة: لطفية الدليبي-الثقافة-دار المدى للإعلام والثقافة والفنون-بيروت، دمشق-لبنان، سوريا-ط1-2018-ص35.

<sup>2</sup>SINGH, P.,R., Consumer Culture and Postmodernism in Postmodern Openings, Year 2, No. Five, Vol. 5, March, Year 2011- p61

<sup>3</sup> Steven Miles- Social Theory in the Real World- First published 2001- SAGE Publications- London-UK-p60

<sup>4</sup> Elizabeth Shove. Matthew Watson-The Design of Everyday Life-Martin Hand and Jack Ingram-1<sup>st</sup> -BERG-Oxford. UK-New York. USA-2007-p03

كل المنافسة، ولكن كان الدافع الأساسي نفسه يعمل، أي مقاومة الفرد إلى أن يتم تسوية تلك المنافسة وابتلاعها في الآلية الاجتماعية والتكنولوجية.<sup>1</sup>

"وحدث التطور السريع غالباً في المدن والمناطق الحضرية، مع ظهور المدن والعواصم الأوروبية الكبرى. فلم تكن الرغبة في الاستهلاك جديدة بالضرورة وفقاً لماكينديريك، ولكن القدرة على القيام بذلك كانت كذلك".<sup>2</sup> والأصل في تطور ثقافات المستهلكين، أنه يجب على الناس تغيير عقليتهم وطريقة تفكيرهم في الاستهلاك أحد الأشياء الرئيسية التي يجب على ثقافات المستهلك القيام بها، من أجل التطور هو تشجيع الناس على التخلص من مفاهيم القرون الوسطى حول الزهد وتقليل الاستهلاك حيث كان عالم اللاهوت جون كالفن (1509-1564) هو من هاجم الزهد الذي كان مرتبطاً في ذلك الوقت بالفكر الكاثوليكي، في كتاباته يعتقد أنه إذا أردنا فقط أن نمر عبر الأرض، فلا شك في أننا يجب أن نستخدم مثل هذه البركات التي ستساعدنا بدلاً من أن تؤخر رحلتنا.<sup>3</sup> كما يرى كالفن أن أولئك الذين لديهم ثروة وسلع مادية يجب أن يُنظر إليهم على أنهم يحققون رغبات الله، يجب أن يُنشأ كمبدأ أن استخدام عطايا الله لا يكون خاطئاً؛ عندما تكون موجهة إلى نفس الغاية التي من أجلها خلقها الخالق؛ لأنه خلقها لمصلحتنا وليس لإصابتنا. يضيف كالفن أنه يجب علينا التفريق بين المتطرف الزاهد ونقيضه، حياة الشراهة والإفراط حيث يركز المتطرف الزاهد على الامتناع عن ممارسة الجنس، مما يقلل من الحياة إلى ضرورتها في حين أن نقيضها، الأكل والشرب الشرهين، يصرف انتباه الناس عن مهمتهم الأساسية بسبب الحاجة إلى التركيز على حياتهم الروحية، كما يشرح أيضاً كالفن، بأن "الدقة في أثاثنا، ومساكننا، وملابسنا" بالإضافة إلى أنواع مماثلة من السلوك يصرف انتباه الناس عن واجبهم الأكثر أهمية وهو الحاجة إلى الاعتناء بأرواحهم.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> DONALD N. LEVINE -Georg Simmel "ON INDIVIDUALITY AND SOCIAL FORMS" - THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS -CHICAGO AND LONDON – 1971-P324

<sup>2</sup> Wouter Ryckbosch Bmgn -Early Modern Consumption History Current Challenges and Future Perspectives Low Countries Historical Review | Volume 130-1 (2015) | pp. 57-84-p62:

<sup>3</sup> Arthur Asa Berger-The Objects of Affection Semiotics and Consumer Culture- - PALGRAVE MACMILLAN - New York-USA- First published in 2010-p36

<sup>4</sup> Arthur Asa Berger-opcit-p36

تمت مناقشة أفكار كالفن في عمل عالم الاجتماع الألماني ماكس فيبر، الذي يقدم في كتابه "الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية" فحصا عميقا لتأثير الأخلاق البروتستانتية على تطور الرأسمالية في المجتمعات الحديثة. "فبدأ اللاهوت البروتستانتى كما اعتنقه كالفن في ثني الناس عن قيمة الزهد والفقير، وإقناعهم بأن الله يريد أن يستمتع الناس بالحياة، وأن الاستهلاك كان موحى به من الله؛ واعتنق كالفن نوعا مختلفا من الزهد عن ذلك الذي أصدره اللاهوت الكاثوليكي في العصور الوسطى، فقام كالفن بتمجيد العمل الجاد واستخدام الوقت بشكل مريح، حتى يتمكن الناس من كسب المال وبالتالي يكونون قادرين على الاستهلاك كما أراد الله أن يفعلوا. ووفقا لفيبر أدى اللاهوت الكالفيني إلى توفير قوة عاملة مجتهدة، ممن اعتقدوا أن مكانهم في المجتمع كان أمرا يتعلق بالعناية الإلهية، كما أوضح كالفن أن التوزيع غير المتكافئ للثروة هو نتيجة "العناية الإلهية"، التي توفر راحة كبيرة للأثرياء لأن هذا الرأي يبرر وضعهم، وتعتقد هذه النظرية بأن الجهود المبذولة لتحسين حياة الفقراء غير مثمرة، لأنها تتعارض مع العناية الإلهية، هذه الفكرة القائلة بأن الأثرياء "يستحقون" أن يكونوا كذلك لأن ثروتهم مستوحاة من إلهام إلهي؛ لا يزال لديها العديد من الأتباع حتى اليوم. "ويمكننا القول إن التسوق يصبح بطريقة غير واعية ومقنعة عملا مقدسا".<sup>1</sup>

وأثناء الحرب العالمية الأولى وبعدها، أعاد المستهلكون المنظمون صياغة الصورة الليبرالية الجذرية للمستهلكين المنظمين ذاتيا، والتي حررتها التجارة الحرة من هيمنة الدولة، الائتمانات، الأسعار المرتفعة والجوع اليومي، إلى رؤية للمستهلكين الأصحاء والموظفين المحميين بواسطة الدولة، ضد الراغبين وتقلبات السوق وندرته والبطالة والمرض، متابعة الشراء السياسي المتغير لرغيف التجارة الحرة وحليب الرفاهية، إذن هو أيضا تركيز الانتباه على الديناميكيات الأوسع للتغيير في تاريخ سياسة المستهلك.<sup>2</sup>

ضمن علم الاجتماع العام ظاهرة الاستهلاك اعتادت أن تكون مرتبطة إما بالنقد العام للحدثة ضمن تقاليد ما يسمى "مدرسة فرانكفورت" أو لما بعد الحدثة حول ثقافة الاستهلاك "consumer culture"،

<sup>1</sup> Arthur Asa Berger-optic-p37,38

<sup>2</sup> Martin Daunton and Matthew Hilton The Politics of Consumption Material Culture and Citizenship in Europe and America - Berg -New York –USA First published in 2001 –p130

ومنذ نهاية الثمانينات من القرن 20م (سنوات1980م)، صار للاستهلاك منظور سوسيولوجي، حيث تم الاهتمام فيه بعملية وظاهرة الاستهلاك نفسها؛ وبحد ذاتها بعيدا عن نقد الحداثة.

في كتابهما الأكثر تأثيرا وشهرة حول "عالم البضائع" دوغلاس و ايشروود يؤكدان أن النماذج النفسية والاقتصادية للسلوك الاستهلاكي هي ما يخبرنا بجزء من قصة الاستهلاك، كما أن للاستهلاك تأصيل اجتماعي وطبيعة رمزية، هذا إضافة إلى أن التحاليل السوسيولوجية للاستهلاك يمكن أن تساهم في المناقشة حول التحولات الصناعية بتكملة النظرة والآفاق الفنية التقنية الشاملة فيما بعد الفوردية وسلسلة انتاج استهلاك، الإنتاج الحداثي والممارسات الاستهلاكية، وكيف تظهر تفضيلات المستهلك في الحياة اليومية، ففي أعمال بورديو حول الاستهلاك1984م، يعتبر التمييز الحدود الطبقيّة، والتنافس بين الجماعات الاجتماعية كآلية رئيسية خلف السلوك الاستهلاكي.<sup>1</sup>

لقد ظهر حدث مهم تمثل في حماس جامح للإنجليز بخصوص الاقمشة القطنية، وأقمشة الشاش المستوردة من الهند والتي كانت غالية وأكثر طلبا بين النخبة، كما كان هناك زيادة ضخمة في نسب استيراد بعض الأغذية مثل السكر والشاي والقهوة، فمثلا بالنسبة لتاريخ السكر واستهلاكه في بريطانيا بالنسبة للمؤرخ SYDNEY MINTZ في كتابه السكر والسلطة مكانة السكر في التاريخ المعاصر في عام 1100 م، دخل السكر إلى إنجلترا، وفي عام 1900 م أصبح السكر فعليا في نظام الوجبات اليومي للطبقة العاملة والعامّة، التي التحقت بركب النخبة في عاداتها الاستهلاكية؛ وتحولت تلك المواد من رفاهية للنخبة إلى مادة أساسية للحياة اليومية الجماهيرية. كما دخلت هذه المنتجات من ملابس وشاي وقهوة وغيرها من مناطق بعيدة عن أوروبا؛ وصارت منتجات تجارية جماهيرية للعامّة، كان من أول تأثيرات عولمة الثقافة الاستهلاكية؛ أو

---

<sup>1</sup> Xander Olsthoorn and Anna J. Wiczorek-UNDERSTANDING INDUSTRIAL TRANSFORMATION Views from Different Disciplines-ENVIRONMENT & POLICY-VOLUME 44-Springer-Netherlands-2006-p44



التأثيرات العالمية لها يعبر عن ذلك المؤرخ SYDNEY MINTZ بقوله استهلاك تلك المواد من قبل المستهلكين البروليتاريين؛ سجل نقطة تحول في التاريخ الغربي.<sup>1</sup>

ويوضح المؤرخان Braudel وMc.Cracken بداية اهتمام الحضارة الغربية بالموضة في القرن 16م عهد الملكة اليزابيث (1533/1603م)، حيث كان بداية مفهوم الموضة وظهورها ضمن الطبقة الوسطى في آخر ربع من القرن 16م في بريطانيا، وقبل هذا الوقت كان الاستهلاك شأنا عائليا؛ فقبل الثورة الصناعية في القرن 18م ما يستهلكه الناس كان يصنع من قبل العائلة، أو أشخاص مقربين ولهم علاقات اجتماعية قرابية، عائلية وشخصية، حيث كانت البلدات تملك محلات يمكن شراء أشياء منها، لكن هذه المحلات تميل إلى أن تكون امتداد لورشات عمل ومعامل الحرفيين. أصبح ضمن أسلحة السلطة السياسية، والسيطرة الملكية وموضتها، وكان الاستهلاك لمنظمة معنى يربط الجسور بين الأجيال. والسلع كانت تختار بسبب قابليتها وقدرتها على النمو ولتصبح أكبر قيمة مع تقدمهم في السن. وكان كل حدثي وجديد يعتبر من علامات الشهرة والشيوخ، وأصبح النبلاء الاليزاباثيون يقضون وقت أقل مع عائلاتهم؛ وأكثر وقت لتأمين وحماية مكانتهم من المنافسة الاجتماعية. طبعاً ليست أول مرة يستخدم الاستهلاك في المنافسة الاجتماعية، لكن ما ظهر فيها بعد في التاريخ الأوروبي كان غير مسبوق خلال القرن 17 و القرن 18م، هذا الاستهلاك التنافسي انتشر من خلال البلاط لخلق مؤسسات جديدة، وإرساء الأساس لثقافة استهلاكية، التي هي ثقافة ببساطة لا تستخدم الاستهلاك كأداة ووسيلة في نظام الحالة، لكن الاستهلاك يصبح قيمة، والمؤرخون يخبروننا حول الزيادة وظهور قيم الاستهلاك خلال العهد الاليزابيثي و بلاطها ووصفوا الانطلاقة الدراماتيكية في القرن 18م، فاستحكمت الموضة وأنظمتها خارج البلاط بين العامة، كانت من الاحداث المهمة في تلك الثورة الاستهلاكية في ذلك القرن.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> SIDNEY W. MINTZ-SWEETNESS AND POWER THE PLACE OF SUGAR IN MODERN HISTORY-PENGUIN BOOKS-New York-U.S.A-London - England-1985

<sup>2</sup> Douglas J. Goodman and Mirelle Cohen- CONSUMER CULTURE A Reference Handbook- CONTEMPORARY WORLD ISSUES-Library of Congress Cataloging-in-Publication Data-Santa Barbara, California-Denver, Colorado- Oxford, England-2004-p07

خلال تلك الفترة كان التجار الأرستقراطيين قد بدأوا بملأ منازلهم بالسلع المستوردة الأجنبية، اللوحات السجاد الشرقي، خدمات الشاي الصيني، والأثاث المصنوعة من الخشب الاستوائي، كما اهتموا بالديكور الخاص بغرف الأكل وغرف النوم. كما اهتموا باستمرار المواد المصنعة الحديثة والجديدة، ومنتجات الغزل النسيج، الفخار، الزجاج والورق. ثم أصبحت تلك المنتجات ميسورة في متناول اليد لدى الطبقة الأدنى كالفلاحين والعمال؛ وظهرت في منازلهم كثافة استهلاكية جديدة، هذا الظهور السريع للسلع الاستهلاكية وتغيراتها، كان بسبب الثورة الصناعية، فمن الخطأ الاعتقاد بأن الثورة الصناعية حدثت بمعزل عن الثورة الاستهلاكية. فالمستهلكون المهتمون بالموضة يشترون كل ما هو جديد وحديث، وهو ما يجعلهم مهتمين بآخر المنتجات المصنعة؛ أكثر من الحرف التقليدية والصناعات اليدوية البسيطة والتقليدية، وسيشترون النماذج الجديدة والموضات؛ بدل الانتظار القديم الذي ينتظر الاستبدال بعد سنوات من الترقيع.<sup>1</sup>

خلال القرن 17م و 18 م التجديد والتنوع في كل مكان، والتغيرات كانت حركا على سكان المدينة الأثرياء، أما الفقراء والقاطنين في القرى والأرياف الصغيرة؛ مازالوا يتسوقون مثلما فعل اجدادهم بالضبط، ونشأت فجوة واسعة بين المختصين في سوق الرفاهية، والمحلات التجارية في مدن كلندن وباريس، والتي تلبى الموضة بين التجار في الأرياف والقرى، الذين كانوا يوفرون الاحتياجات الأساسية والتقليدية للعملاء المألوفين؛ من ذوي القرابة. فكرة التسوق اخذت بالتغير بشكل كبير، والوقت المقضي في السوق أو المحل مأخوذ من تقييمات المعارف والمهارات، واخلاص وأمانة مالكي المتاجر والمحلات، والنقاش حول السعر في التسوق لم يصبح بعد شكل من الترف والرفاهية. مع توسع البيع بالتجزئة كان هناك أيضا تحول مع نهاية هذه الفترة التي بلغت لثورة في البيع بالتجزئة، وشكل المحل تغير وتحول بفعل نوع جديد من التقنيات في البيع، وتم تسجيل ظهور الائتمان المسجلة والثابتة بدل الأسعار القابلة للمساومة، بدأت المحلات باستخدام العروض لجذب الزبائن، وخلق رغبات جديدة. كما بدأت باستعمال تقنيات جديدة للبيع بالتجزئة وليس

<sup>1</sup> Douglas J. Goodman and Mirelle Cohen-ibid-p10

مجرد [متاجر عامة واسعة] فحسب. أصبحت تلك المحلات شيء مختلف تماما وظهرت متاجر متعددة الأقسام بالتزامن مع وقائع وظهور ثورة البيع بالتجزئة في فرنسا الولايات المتحدة، وبريطانيا أواخر القرن 19م، أدى الى التنافس حول أي بلد سيشهد ميلاد المتجر متعدد الأقسام، وسميت اغلبها بالاسم الفرنسي للأسواق الجديدة (BON Marché) الذي افتتح سنة 1869م كأول متجر متعدد الأقسام<sup>1</sup>.

السنوات	Early Departement Stores أوائل المتاجر متعددة الاقسام
1670م	Hudson's Bay Company شركة خليج هدسون في أمريكا الان هي متجر متعدد الأقسام
1830م	David Jones في سيدني استراليا تاجر من ويلز بريطانيا تميز بالأسعار الثابتة.
1846م	A.T. Stewart's Marbles place فتح في نيويورك أمريكا.
1857م	Macy's في نيويورك أمريكا.
1863م	Whitely's of London واجتلي لندن 1872 اصبح عالمي و عشر محلات في احياء لندن
1869م	Bon marché of France افتتح في فرنسا
1877م	John Wanamakers نوع جديد من المحلات افتتح في فيلاد يلفيا أمريكا
1881م	Marchell Field شيكاغو - أمريكا 1885 henrys Charles - لندن 1904 Mitsokoshi
1904	أقدم متجر ياباني.
1907م	Globus اول متجر في Switzerland -1909 Gordon Selfridge افتتح في لندن.

\*جدول رقم (01) يخص أوائل المتاجر متعددة الأقسام في العالم<sup>2</sup>

إن الممارسات الاستهلاكية المصنفة كرفاهية أثارت بالفعل مخاوف أخلاقية في العصور القديمة، حيث كان ينظر إليها على أنها تهديدات للنظام الاجتماعي والأخلاقي؛ ويذكر شاما 1987م في تحليله للثقافة الهولندية في القرن 17م في كتابه بعنوان "THE EMBRASSMENT OF THE RICHES"؛ عن مخاوف الوفرة المفرطة وأن الاستهلاك المفرط له عواقب مدمرة.<sup>3</sup> وضمن تاريخ الاستهلاك نجد أن المجتمعات انخرطت في الاستهلاك واشترت أشياء وخدمات أو تبادلتها ووهبتها أو استعملتها، ولكن في سياقات محددة، وتطورت

<sup>1</sup> Douglas J. Goodman and Mirelle Cohen-ibid-p14

<sup>2</sup> Douglas J. Goodman and Mirelle Cohen- ibid –p150

<sup>3</sup> Léna Pellandini Simányi- Consumption Norms and Everyday Ethics- 1st -PALGRAVE MACMILLAN- London-UK-2014

دراسات الاستهلاك في الأصل من خلال التركيز على "الاستهلاك الجماعي" والمخلوق السلبي الذي خلقتة الصناعات الثقافية والاعلان، حيث المستهلك فيها غير راض دائما مضطرب ، قلق وممل على حد تعبير كريستوفر لاش، لكن في اخر عشرين سنة حسب وجهة نظره تغير الأمر وأصبح المستهلك نشطا، ومواطننا عقلاانيا في خطابه، وظهر المستهلك الواعي، وأصبحت حقوق المستهلك نقطة مرجعية للأفراد والسلطات العامة على حد سواء".<sup>1</sup>

تميل نظريات التحديث إلى الادعاء بحدوث تحول تاريخي في تكوين العلاقات الاجتماعية، ناجم بشكل أساسي عن القوى التي حددها ماكس فيبر بالتقدم التكنولوجي، وتقسيم متزايد للعمل وترشيد دورات الإنتاج، وتدجين الطبيعة، وإنشاء نظام عمل، بالإضافة إلى زيادة تنقل الأشخاص والسلع والمعلومات بشكل عام، وعملية التغيير الاجتماعي مرتبطة بانتشار الفردانية.<sup>2</sup> كانت أذواق وديناميكيات الاستهلاك جامدة إلى حد ما، وتميل إلى إعادة إنتاج النظام الاجتماعي القائم، وأدى توطيد المجتمع الحديث والحراك الاجتماعي النسبي الذي يميزه إلى إحداث تغييرات مستمرة، وأسرع من أي وقت مضى في أنماط الحياة، ويمكن أن يرتبط المجتمع الاستهلاكي بالانتشار الواسع لمجموعة متنوعة من السلع (التي حدثت في موجات مختلفة: على سبيل المثال، السلع الاستعمارية مثل السكر في القرنين السابع عشر والثامن عشر، والأقمشة والملابس في القرن التاسع عشر، والسيارات والسلع والتكنولوجيا المحلية في القرن العشرين).<sup>3</sup> "ولاحظ المؤرخ الألماني وميبلر في وقت مبكر من عام 1975 وجود "أبجدية ثنائية" تعمل كطريقة لتصوير الفجوة بين العصور ما قبل الحداثة والعصر الحديث، وتشمل الثنائيات التي اكتشفها وميبلر في كتابات منطري التحديث سمات المجتمع مثل أن الأنماط التقليدية للاستيطان كانت ريفية وأصبحت مجتمعات محلية حضرية ومتجانسة

<sup>1</sup> Frank Trentman -The Making of The Consumer» knowledge, power, and Identity in the modern world» -1<sup>st</sup> -BERG-Oxford, UK-New York, USA-p02

<sup>2</sup> Jonathan Everts, Peter Jackson -Modernisation and the practices of contemporary food shopping - Environment and Planning D: Society and Space 2009, volume 27, pages 917 ^ 935-p920

<sup>3</sup> Roberta Sassatelli- Consumer Culture History, Theory and Politics- SAGE Publications- London- UK- First published 2007-p10.

ومستقرة غير متجانسة ومتنقلة، في حين أن الاقتصاد الذي كان يعتمد في يوم من الأيام على الكفاف الريفي، أصبح مدفوعًا في العصر الحديث بالتكنولوجيا الصناعية"<sup>1</sup>.

بالنسبة للانتقال من الحداثة إلى ما بعد الحداثة؛ فما بعد الحداثة فيه الاستهلاك يصبح مركزا على المعاني الرمزية المرتبطة بالأشياء والخدمات؛ أكثر بكثير مما كان عليه في العصور السابقة، ويُقال إن الجوانب الأخرى لما بعد الحداثة تشمل تحطيم وحدة الأشكال الثقافية المهيمنة سابقا؛ مثل الكلاسيكية أو الحداثة. أما على مستوى الفرد والجماعة تشير أطروحات ما بعد الحداثة إلى انهيار النظم الطبقية التقليدية المميزة للفترات السابقة، بدلا من ذلك يعرف الناس أنفسهم على أنهم أعضاء في مجموعات تسعى إلى تأسيس هوياتهم عن طريق رموز مميزة من اللغة ، واللباس ، والديكور المنزلي لتمييزهم، ويتم التأكيد أيضا على الطريقة التي يصبح بها الاستهلاك قصير الأجل ، أي أن هناك زيادة في السيولة في أنماط الاستهلاك بسبب معاني رمزية تتغير بسرعة، حيث يتجاهل الأفراد الجماعات ويتبنون مجموعات جديدة؛ مع وجود نمط استهلاك ما بعد فوردي واضح والذي وفر القاعدة الاجتماعية لنمو حساسية ما بعد الحداثة وثقافة المستهلك المعاصرة.<sup>2</sup>

"ويمكن ربط ظهور مطاعم الوجبات السريعة وبطاقات الائتمان فيما بعد الحداثة ووسائل الاستهلاك بظهور العقلانية في المجتمع الحديث، (كما يشير كل من ماكس فيبر وجورج زيمل، ورايت ميلز) في إطار العولمة أو الأمركة حاليا، كما لا ننسى الابتكارات ذات الصلة بوسائل الاستهلاك بما في ذلك التسوق في المتاجر والمراكز التجارية الكبيرة، ومراكز التسوق الالكترونية، المتزهات، سفن الرحلات البحرية، كازينوهات القمار، الإعلانات التجارية، والتسوق في الكتالوجات حيث يمكن مناقشتها تحت عنوان ما بعد الحداثة"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - Everts, J. In addition, Jackson, P. -Modernisation and the practices of contemporary food shopping- Environment and Planning D: Society and Space, 27 (5). pp. 917-935-2009-p921.

<sup>2</sup> Roger Burrows and Catherine Marsh- Consumption and Class Divisions and Change- Palgrave Macmillan- First published in USA- 1992 -p06

<sup>3</sup> George Ritzer-The McDonaldization Thesis Explorations and Extensions- SAGE Publications-. Thousand Oaks. New Delhi- London- First published 1998-p117

وتميزت فترة (1880-1930م) وهي فترة الحداثة بأنها تعبر عن الرغبة في الأشياء المادية وولادة ثقافة المستهلك والاستهلاكية؛ من خلال انتشار الإنتاج الضخم والمشاركة الجماهيرية في الاستهلاكية، وتحول الحداثة نفسها الى سلعة في خوض تجربتها.<sup>1</sup> أما عن الحداثة المتأخرة (1930-1975م) فكانت عشرينيات القرن الماضي في ذروة ما بنته الثقافة الاستهلاكية حول خمسين عاما وعقد الانفجار، العقد الذي ربط فيه المستهلك الاستهلاك بالتحديث (1920-1932)، اعتماد الاستهلاك التحديث حيث كان من المقرر تحديث العالم من خلال الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية، فأصبح الإعلان والتسويق لا يبيع السلع الاستهلاكية فحسب؛ بل يبيع الاستهلاكية كطريق مشرق إلى الحداثة، وكطريقة للحياة، عرضت تلك الإعلانات الناس على تحديث أنفسهم، منازلهم، وسائل نقلهم وكل تفاصيل حياتهم، فكانت السلع النموذجية لهذه الفترة تدور حول مكننة الحياة اليومية بالآلات، والماكنة التي تشتغل بالكهرباء مثلا والسلع المعمرة من غسالات، ثلاجات، تلفاز، مكائن كهربائية وسيارات... الخ. أصبحت الأسرة وحدة مهمة في الاستهلاك في العهد الفوردي. "رغم الأزمة التي حدثت في 1929م وانهيار وول ستريت، ومع الأزمة التي عرفتها مدن أمريكية والذي يسمى "White Flight" وهي هجرة من الأحياء والمدن الداخلية نحو الأطراف والأرياف، بعد نزوح السود والجماعات العرقية الأخرى من داخل وخارج الولايات المتحدة والمشاكل الناتجة عن العنصرية العرقية جعلت نسبة 4.4% من البيض الذين سكنوا المدن ينزحون للأطراف والأرياف في تكتلات أكثر، كما قام سكان جماعات البيض بالابتعاد عن أحياء المهاجرين والسود؛ وخاصة الفقراء منهم، فتغيرت المدينة ووجهها، وتأثر الاستهلاك بتغير المشهد الحضري في المدينة".<sup>2</sup>

"أصبحت المساحات الجديدة معدة ومصممة لاحتجاز المتسوق والمستهلك لفترة أكبر؛ بتوفير سبل الراحة فيه من حدائق، شلالات، مطاعم فخمة مريحة، أثاث أنيقة، صالات اكل، واحترام الخصوصية الثقافية للمستهلكين في الأطراف، والتواصل الاجتماعي الذي تعززه مراكز التسوق للجماعات بدلا من الأفراد، والتحكم التام في الجو العام، والترويج له كمنطقة ثقافية، وتوفير مناطق سوق محترمة للمحترمين،

<sup>1</sup> Mark Jayen-opcit-p41

<sup>2</sup> Mark Jayne -ibid-p41

الحد من وجود المراهقين من طرف الامن، وحظر التجوال خلال السبعينيات و الثمانينيات من القرن الماضي، حيث أصبحت مراكز تسوق آمنة ومطلوبة، وأماكن ترفيه واسعة، أنيقة ومحترمة وحدائية، نظيفة وعالية الجودة، ومتعددة الخيارات، وأصبحت منافذ إقليمية مهمة جدا ومتخصصة بسكان الضواحي؛ السياح، وسكان المدن الباحثين عن الامن والراحة".<sup>1</sup>

إن التعزيز للسيطرة السياسية، الاجتماعية والثقافية البرجوازية تساهم في تشكيل وجه المدينة، وتطور مشهد المدينة الحديثة، وأصبح الاستهلاك نافذة لما يدور العالم حوله، وتحديدًا كيف يختبر الآخرون وينظرون إلى الذات، والهوية والانتماء والتميز عن المجموعات الاجتماعية الأخرى، وأفكارهم عن الأماكن التي يعيشون فيها، فلم تتجسد ثقافة الاستهلاك ببساطة من النجاح الصناعي والفكري للفكر الحديث؛ بل أصبح المستهلك وتجربة الاستهلاك جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية الحديثة. وهيكل تنظيم المدينة نفسها.<sup>2</sup> وترتبط أهمية الثقافة بظهور اقتصاد رمزي معني بصنع الصور وتوزيعها، والحركة نحو ما بعد الحداثة مرتبط بظهور تلك الطبقة الوسطى الجديدة التي تميل إلى الارتباط بثقافة ما بعد الحداثة والاستهلاك، هؤلاء هم المسؤولون التنفيذيون والبرجوازيون الجدد؛ الذين يعملون في قطاع التحويل، التصميم والتسويق، والوسطاء الثقافيون الجدد، والعاملون في العرض والتمثيل والسلع والخدمات الرمزية، والاعلام والإعلان والعلاقات العامة والتسويق أهم، وهدف النماذج من إنتاج ثقافة ما بعد الحداثة؛ حيث يتميزون بالمراقبة الذاتية المستمرة والوعي الذاتي، وتعويض النقص في الاستثمار في الخيارات الذاتية وأسلوب الحياة، ويجعلهم ذلك مستهلكين للموسيقى، العطلات والأزياء، وتضفي الشرعية على الوضع والامتياز الذي توفره منهم.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Steven Miles- Spaces for Consumption "PLEASURE AND PLACELESSNESS IN THE POST-INDUSTRIAL CITY"- First published 2010-SAGE Publications-London-UK.

<sup>2</sup> Mark Jayne-ibid-p44-45

<sup>3</sup> Mark Jayne-ibid-p54

وارتبطت المدن منذ فترة طويلة بالاستهلاك، والنزعة الاستهلاكية توسطت الاقتصادات الحضرية الحداثية، لكن في مدينة ما بعد الحداثة يساهم الاستهلاك وادراكه في عملية التغيير الاجتماعي، إذا كان التمييز الاجتماعي؛ يمكن تتبعه من حيث أنماط الاستهلاك، وكذلك المدن وإعادة ابتكارها يتم إعادة بنائها من خلال الاستخدام المتعمد للاستهلاك كآلية للتغيير، ودور الاستهلاك في مدينة بعد الحداثة لا يقلل من أهمية الروابط التاريخية بين المدينة والاستهلاك خلال فترة الحداثة السابقة. "وجود المتاجر الكبرى والمعارض والمساحات الاستهلاكية الحضرية؛ بمثابة تذكير حي للتفاعل بين الاستهلاك والحياة الاجتماعية الحضرية، فالمدن كانت الآلات المنتجة للثروة. كانت دراسات المدينة والاستهلاك جزئية واقتصادية المنحى، لكن مدرسة شيكاغو سيطرت بنظرية الأماكن المركزية، وسيطرت على جيل كامل من الدراسات الحضرية، وكانت النظرية معنية بدراسات مؤسسات الاستهلاك (تجارة التجزئة والخدمات)، وتم استخدامها بطريقة مفيدة للإظهار المبادئ الاقتصادية؛ التي يمكن من خلالها فهم التشكيل المكاني للأماكن الحضرية"<sup>1</sup>.

هناك شيء واحد مؤكد هو أن هناك رأي واسع النطاق بأن الاستهلاك يلعب دورا مهما في ظهور ثقافة ما بعد الحداثة، ويعتمد الاجتماع على الاعتراف بأن الاستهلاك أصبح أكثر أهمية لصفاته الرمزية؛ أكثر من دوره الفعلي في قيمة الاستخدام، ويقول المنظرون أن الاستهلاك أصبح حجر الزاوية الجديد لقانون ثقافي جديد، في عالم انهارت فيه تصنيفات الاجتماع القائمة على فئات ثابتة؛ مثل الطبقة، الجنس والعرق، أصبح الاستهلاك أساسيا حيث كل شيء يمكن أن يكون عنصرا استهلاكيا، بما في ذلك المعنى والحقيقة و المعرفة والهوية والذات، حيث يذكر فيثروستون في كتابه ثقافة المستهلك وما بعد الحداثة، بأن في عالم ما بعد الحداثة كل شيء ممكن، يمكن أن نكون من نريد طالما نحن قادرو على الاستهلاك، وتم ذلك من خلال توفر العنصر الجمالي في الحياة اليومية، حيث يكون الأسلوب الجيد، الذوق والتصميم جزءا من حياتنا اليومية، حيث يقوم الوسطاء الثقافيون بقيادتنا نحو الايمان به، وبناء حياتنا، هوياتنا وأنفسنا، وينعكس ذلك من خلال الاستهلاك، و يصبح من الصعب التمييز بين الفروق والحدود التي تشكل فهمنا لما يشكل

---

<sup>1</sup> Steven Miles and Ronan Paddison-Urban Consumption: A Historiographical Note - Urban Studies, Vol. 35, Nos. 5- 6, 815- 823, 1998-p821



فئات؛ مثل الطبقة والجنس والعرق، وأكثر ضبابية ومطموسا. والمركزية في هذه العملية. "كما يذكر لاش بأنها إزالة للطابع المادي للأشياء، وانتصار العلامات والرموز والذي يؤدي إلى عدم الاستقرار والمطابوعة وسيولة الثقافة، وانحياز داخلي للاختلاف بين التمثيل والواقع (reality and représentation)".<sup>1</sup>

أصبح ربط تجربة ما بعد الحداثة بالبنى الاجتماعية أو المواقع البنيوية للجماعات الاجتماعية على سبيل المثال: الطبقة العرق والجنس لم يعد موجودا، فتعمل تجربة ما بعد الحداثة على شرح اختفاء الفئات الاجتماعية واستبدالها بثقافة المستهلك، حيث يمكن شراء ولبسها حسب الرغبة في ذلك، والتجربة تعتمد على الوصول للسلع الاستهلاكية، والقدرة على بناء حياة الفرد على طول نموذج الحياة الاستهلاكية، والسكن في مساحات وأماكن معينة داخل المدينة، ثم وجب طرح سؤال عن حجة أن التمايز الاجتماعي القائم على التصنيفات الحداثية؛ قد تم استبداله بنظام جديد قائم على النزعة الاستهلاكية.<sup>2</sup>

بعد ظهور المتاجر الكبرى متعددة الأقسام	قبل ظهور المتاجر الكبرى متعددة الأقسام
-الشراء اختياري يصبح مجرد النظر ممكنا -تعميم فائق بيع كل متجر متعدد الأقسام مجموعة واسعة من السلع -البيع فيها استجابة لتوافر كميات كبيرة للسلع منتجة من قبل المصنع -توجد منافس كبيرة بين المتاجر الكبرى متعددة الأقسام -أسعار ثابتة المساومة مستحيلة -سلع تركز على رغبات وشهوات تتركز على اعلان عنها لنجاح التجارة فيها -التسوق ممكن - التبادل وارجاع السلع مستحيل وغير ممكن وغير متاح -متمحور حول الاستهلاك	-الشراء الزامي النظر ممنوع -تخصص فائق حيث بيع كل متجر نوع واحد من السلع -البيع بالتجزئة محكوم بنظام النقابة عدد محدود من السلع المتاحة في النظام الحرفي -لا توجد منافسة بين أعضاء المجموعة -الأسعار ثابتة المساومة الزامية -سلع تركز على احتياجات حيث لا يتم الاستهلاك والترويج لها -التسوق مستحيل -التبادل وارجاع السلع ممكن -متمحور حول الإنتاج

<sup>1</sup> Mark Jayne-opcit-p55

<sup>2</sup> Mark Jayne-ibid-p55,56

- الشراء يكون محليا من تلك المنطقة في المدينة - الخصائص الشخصية للبائع غير مهمة نسبيا - الفضاء عموما للرجال	- الشراء يجذب المشتريين من كل انحاء المدينة - خارجها - يجب تطابق الصفات للبائع مع الصورة المروج لها للمتجر - خلق مساحة جديدة للمرأة المتسوقة والعاملة فيه - يمكن شراء الهوية الثقافية للطبقة الوسطى الجديدة من الرف
---	--

### \*جدول رقم (02) يبين أهم التغييرات الحاصلة قبل ظهور المتاجر الكبرى وبعد ظهورها

#### 3-التنظير السوسيولوجي الكلاسيكي للثقافة الاستهلاكية

حتى ثمانينات القرن الماضي كان الاستهلاك موضع تجاهل على نطاق واسع في العلوم الاجتماعية، لكن صار موضوع اهتمام بسبب أن تصرفات الناس وتوقعاتهم كمستهلكين؛ قد لعبت دورا هاما في الحياة الاجتماعية، وأن الاستهلاك لم يعد مجرد فكرة لاحقا لعمليات الإنتاج، حيث تتناقض هذه الفكرة مع نظرية علم الاجتماع الكلاسيكي التي رأت أن الانتاج وليس الاستهلاك له تأثير مركزي على طبيعة الحياة الاجتماعية. "واقترح علماء الدراسات الثقافية هؤلاء أن دراسات الاستهلاك يجب أن تركز الانتباه على الطبيعة الرمزية للسلع والخدمات من أجل فهم المعاني الكامنة وراء الاستهلاك، وفهم خيارات الاستهلاك ليس فقط كأداة ولكن باعتبارها معبرة عن المشاعر والرغبات"<sup>1</sup>.

تتعامل نظريات المستهلك الحديثة مع الخبرات، الدوافع، والأسباب التي تجعل الناس يشترون الأشياء، ولماذا تشتري مجموعات مختلفة من المستهلكين أشياء مختلفة. ركزت معظم دراسات الاستهلاك على الجوانب التواصلية للإشارات والرموز فيما يتعلق بالفئات الاجتماعية حيث يصف بورديو على سبيل المثال، الاستهلاك و "الذوق الجيد" كطريقة للطبقات الاجتماعية العليا لتمييز نفسها عن الطبقات الدنيا،

<sup>1</sup> Stanley Blue -CHAPTER 27- The Sociology of Consumption - the Cambridge handbook of sociology, volume 2 -17 May 2018 - pp 265/274- p268

ويوضح أيضا كيف تشكل الأحياء السكنية وتموقعها في المناطق الحضرية بهذه الطريقة جزءا من بنية القوة الرمزية للمجتمع. ولفترة طويلة إلى حد ما ركز البحث حول الاستهلاك الثقافي على الأساس الطبقي للاستهلاك عالي المستوى، والقيمة المميزة التي لعبها في إعادة إنتاج البنية الطبقية، وافترض هذا التقليد البحثي أن المحور الرئيسي لفضاء نمط وأساليب الحياة؛ يتشكل من التعارض بين الثقافة رفيعة المستوى والثقافة الشعبية.<sup>1</sup>

ولكن من الخطأ الإشارة إلى أن ماركس واللاحقين بعده الوحيدون الذين اعترفوا بالاستهلاك كمجال مهم للدراسة، فعلى سبيل المثال حدد كتاب ثورستن فابلن 1899م وزيمل 1907م كيف تطور الاستهلاك على أنه علامة على المكانة الاجتماعية، ثم لاحقا وصف المنظرون المرتبطون بمدرسه فرانكفورت (ادورنو، بنجامين وهوكهايمر 1973م) كيف حفز نمو التصنيع الصناعي تطور المراكز السكانية الحضرية، وعرض الحظر لعدد كبير من السلع، وعملوا على مفهوم ماركس للاغتراب؛ والطريقة التي أكدت بها أن صناعة الثقافة دمجت العمال في المجتمع الرأسمالي، واكدوا أن الرأسمالية قد انتجت وضعا؛ تم فيه تدمير الثقافة الشعبية الحقيقية الاصلية للناس، من خلال ثقافه جماهيرية ذات معايير تجارية عالمية موحدة، وأصبحت الثقافة شيئا يتم صنعه وبيعه؛ تماما مثل أي منتج صناعي آخر من أجل جني الأرباح.<sup>2</sup>

#### \*اسهامات Karl Marx في مجال التنظير للاستهلاك:

كارل ماركس يعتبر أن الانتاج وعلاقة الناس بوسائل الإنتاجية المحدد الاساسي للبنى والعلاقات الاجتماعية، ونظر ماركس إلى أن السلعة هي شيء يجب بيعه وتبادلته وبالتالي لها دور في تحديد الوضع الاجتماعي، ومع ذلك فإن النمط الرأسمالي لتراكم الثروة يتميز بهيمنة الإنتاج للبيع وهو موقف داخل هذا النظام الذي يميز علاقتنا بالسلع. "الماركسية تنتقد المستهلك الرأسمالي بسبب توجهه لتلبية رغباته وشهواته

<sup>1</sup> Rössel, Jörg; Schroedter, Julia H- Cosmopolitan cultural consumption: Preferences and practices in an Heterogenous urban population in Switzerland-2015-pp1/26- DOI: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.02.009-p03>

<sup>2</sup> Steven Miles. Alison Anderson - The Changing Consumer : Markets and Meanings - Routledge ، London and New York- First published 2002-p16-p13

بدل احتياجاته الأساسية والحقيقة، مثل تلبية احتياجات وهمية للسلع المظهرية والبريستيج، والتي تساهم في استمرار الإنتاج الرأسمالي دون توقف؛ وزيادة ثروات الرأسماليين والتبعية لهم".<sup>1</sup>

بينما السلطة بالنسبة لماركس تلعب دورا مهما في الانخراط في الثقافة الاستهلاكية وترمز لقوة الرأسمالية، وتلعب دورا مهما في ربط الفرد بالرأسمالية، وذلك يخلف نوعا زائف حسب ماركس يخفي خلفه حقائق الاغتراب ويخلف عالما تصبح فيه أولويات الفرد خاضعة لمتطلبات السوق ما يمنح سلعة في تجاوز القيمة الاستعمالية، ويمنحها صفات صوفية بحيث يجب معاملتها بنوع من الرجعية والخشوع، واعتبر ماركس الإنتاج وعلاقة الناس في وسائل الإنتاج هي المحدد الرئيسي للبنى والعلاقات الاجتماعية. والطبقة النازحة من العمال الريفيين التي اندمجت في المدينة، شكلت قاعدة جماهيرية للقوى العاملة في نظام المصنع النامي وأثار عدم التجانس الاجتماعي وعدم الشكل الظاهر لهذه الطبقة الاجتماعية قلقا كبيرا له. إن الإمكانيات المتفجرة لهذه الطبقة التي لم تعد مرتبطة بتقاليد المجتمع الإقطاعي السابق ولا مرتبطة بالمجتمع الأكبر من خلال ملكية الممتلكات، جعلت علماء الاجتماع الكلاسيكيين قلقين بشأن هشاشة الروابط الاجتماعية في المدن وماركس نفسه كما لاحظ تطور الطبقة العاملة، فمن ناحية رأى في اقتلاعه من ظروفه الريفية السابقة حافزا ضروريا للتحول النهائي للنظام الرأسمالي، إلا أنه أعرب في الوقت نفسه عن قلقه إزاء ظروف العمل والمعيشة التي يواجهها أفرادها، في السابق ضمننت ملكية الأرض ، التي تنتقل من جيل إلى جيل ، استمرار هيمنة بعض النخب في مجتمع أوروبا، ولكن مع تطور هذه الأشكال الجديدة من الملكية ، كانت الطبقة الوسطى الناشئة ، المتمركزة في المدن ، تكسب الثروة بمعدل سريع، بصفتهم من الأثرياء الجدد ، فيحاولون شق طريقهم إلى محميات طبقة النبلاء التقليدية؛ وأصبحت المدن الساحات التي اتخذ فيها الصراع على المكانة شكله الأكثر وضوحا.

**\*الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية عند Thorstein Veblen:**

<sup>1</sup> Mark Paterson – Consumption and Everyday Life – Routledge- Taylor & Francis Group- New York- USA-1<sup>st</sup> 2006-p01

ألهمت نظرية فابلن للبحث عن المكانة واستكشاف كيفية التعبير عن هذه المكانة والذوق من خلال الاستهلاك وكيفيات الاستهلاك من خلال الطبقة والجنس والعمر. اقترح فابلن مفهوم "الاستهلاك المظهري"، والذي يشير إلى الإنفاق الباذخ على السلع؛ لمجرد التباهي بالثروة وليس لأي منفعة أساسية للسلع نفسها، من أجل النهوض في المجتمع؛ يحاكي الناس في الطبقات الدنيا أنماط استهلاك طبقة النخبة. وتُظهر المجموعات ذات المكانة الأعلى تفوقها من خلال الاستهلاك المظهري، وتحاول الطبقات الدنيا مواكبة ذلك من خلال محاكاة الاستهلاك، والحسد باعتباره تعبيراً اجتماعياً عن المشاعر لم يعد خطيئة بعد الآن، ولكنه محفز اقتصادي ثمين ويعتقد Belk بأن الحسد الحديث "حميد" وليس "خبث"، لأن الحسد يمكنه شراء السلع المرغوبة لتعزيز المكانة؛ وليست هناك حاجة لإيذاء الآخر المحسود<sup>1</sup>.

يعطينا فابلن أدلة مهمة لفهم كيف أن القيم التقليدية للولاءات القبلية التنافسية والضيافة غير المشروطة والكرم، تنجو من التحديث بل وتصبح مبالغاً فيها في أنماط الإنفاق الباهظة، لا سيما في الاحتفالات الاجتماعية والاحتفالات الدينية الهامة. هناك اختلافات اجتماعية على طول الخطوط الثقافية (مثل التراث الحضري مقابل التراث البدوي)، والخطوط الدينية، والتقليدية مقابل الحديثة. خلفية فابلن وتجربته في التناقض الصارخ بين الحياة الريفية التقشفية؛ وحياة المدينة الثرية؛ تجعله مرشحاً محتملاً لشرح التغييرات التي تأتي مع ظهور ثقافة المستهلك العالمية في دولة نامية.<sup>2</sup> وقد جاءت نظرية فابلن في موجة الانتقاد الذي وجهه الماركسيون لفكرة حرية الشخص في اختيار المنتج الذي يستهلكه، وتبين أن الفرد يقوم بشراء سلعه لإشباع حاجة أو رغبة، تتأثر تأثيراً كبيراً بالجماعة التي ينتمي إليها ذلك الفرد، إضافة إلى أن الفرد يتطلع إلى أنماط استهلاكية؛ وعادات شرائية خاصة بطبقات اجتماعية عليا، وبالنسبة لفابلن فممارسات المستهلك تتأثر بالبحث عن المركز والمكانة الاجتماعية، بواسطة شراء السلع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Weiwei Zhang -opcit-p03

<sup>2</sup> Mohammed Al Dossry- Consumer Culture in Saudi Arabia: A Qualitative Study among Heads of Household- University of Exeter as a Thesis for the degree of Doctor of Philosophy in Sociology -September 2012-p66

<sup>3</sup> أ.د. لونيس علي-سلوك المستهلك مدخل متكامل-دار التنوير-الجزائر-ط1-2014-ص 18

## \*الاستهلاك والمجتمع الاستهلاكي عند Jean Baudrillard

جان بودريار في السياق ما بعد البنيوي، يركز على أن الاستهلاك ليس لغة، ولا تشكل الملابس أو الطعام نظام إشارات يشبه اللغة؛ يمكن قراءته وفك تشفيره بنفس الطريقة من قبل جميع أعضاء نفس الثقافة، فيتحول التركيز إلى دور الاستهلاك في تكوين وصراع الهويات الاجتماعية، وعلى مادية الاستهلاك. أما إسهام جان بودريار كان حول الإعلان وثقافات المستهلك فقد كان أحد أهم علماء الاجتماع الفرنسيين في القرن العشرين الذي يخصص الجزء الأخير من كتابه نظام الأشياء للإعلان، لأهميته في ثقافات المستهلك. "ويساهم الإعلان في مجمله في كونه عديم الفائدة وغير ضروري، إنه دلالة محضة ثم إنه لا يساهم بأي شيء في الإنتاج أو في التطبيق العملي المباشر للأشياء، ومع ذلك فهو يلعب دورا لا يتجزأ في نظام الأشياء، ليس فقط لأنه يتعلق بالاستهلاك، ولكن أيضا لأنه هو نفسه يصبح شيئا يجب استهلاكه وبالتالي، فإن الإعلان يبيع الاستهلاك وهو في حد ذاته موضوع استهلاك، لكن بودريار يعتقد بأن هذه الادعاءات ليست حاسمة، ويجب أن نفهم أن الأهم؛ هو أن الإعلان يقدم "فكرة مهيمنة" من الاحتياجات (على نحو أكثر دقة الرغبات) والإشباع"<sup>1</sup>. وتم استبدال الرأسمالية بمجتمع استهلاكي يتميز بانتشار العلامات، والفن المعاصر وثقافة الإشارة، فهو مجتمع محاكاة يعتمد على الأشكال الجديدة للتكنولوجيا والثقافة، وتأخذ العلامات الآن حيزا خاص بها، وتصبح المحددات الأساس للتجربة الاجتماعية، وتحل الإشارات والرموز محل الواقع ويتم تجربة العالم من خلال الصور (المحاكاة)؛ إلى الحد الذي يختفي فيه الحقيقي كشيء مختلف عن الصورة، ويتم إنشاء عالم من الواقع المفرط، حيث يتم محاكاة كل شيء في العالم، بمعنى أن النماذج التي تم إنشاؤها بواسطة الصور تحل محل الواقع، بالنسبة لبودريار فإن الصدمة الثقافية الناتجة عن ما بعد الحداثة هي التي تشرح الطريقة التي تعمل بها المجتمعات المعاصرة؛ ويعتقد منظرو ما بعد الحداثة بأنه في الستينيات

<sup>1</sup> Arthur Asa Berger-The Objects of Affection Semiotics and Consumer Culture- - PALGRAVE MACMILLAN - New York-USA- First published in 2010-p46،47

، كان هناك قطيعة في تفكيرنا، وهو تغيير كبير للطريقة التي نظر بها الناس إلى العالم، وأنظمة التفكير القديمة التي وجهت الناس<sup>1</sup>.

أما عملية ديمقراطية الرفاهية فكانت حول خلق تشكيلات مرحلة التبذير والاسراف التي استُخدمت لإدامة أجواء التساهل والانغماس، وخلق الرغبات بدلا من تلبية الحاجات، فبودريار يرى أن الاحتياجات البشرية لا تُرضى ولا تتحقق أبدا، والاستجابة لمنطق "الرغبة" بدل الحاجات حيث في عالم الموضة توجد كل الأشياء؛ مثل الغسالات والأدوات المنزلية والرفاهية، وتشير تلك البضائع دوما إلى أنها يمكن أن تحقق كل رغبات المستهلك، لكن فعليا لا تفعل كل ذلك؛ وينشئ عن ذلك سيولة للرغبات والمعاني التفاضلية، وإنشاء ما سماه هو هلوسة جمالية للواقع. ولوسائل الاعلام دور مهم في تلك التمثيلات؛ والاستهلاك جزء من السطحية؛ حيث تستمر تلك الهلوسة، وبالنسبة لبودريار لم يتبقى أي واقع فقط رمز يمكن تفسيره "لم يعد الامر متعلق بالتمثيل الخاطئ للواقع؛ بل يتعلق بأن الواقع لم يعد حقيقة"<sup>2</sup>. "فيرى أن الاستهلاك شيء مرتبط ارتباطا وثيقا ليس بالمستهلك الفردي؛ ولكن بالنظام الاقتصادي الكلي، فيصبح الاستهلاك جزءا من نظام الاتصالات"<sup>3</sup>.

#### 4-التنظير للثقافة الاستهلاكية بين بيير بورديو وشارون زوكين

\*الاستهلاك: الهابيتوس والذوق، الطبقة والتمييز عند بيير بورديو « Pierre Bourdieu » :

مفهوم بورديو عن "الهابيتوس" يساعد في فهم أساليب تشكيل وتحديد نمط الحياة وأنماط الاستهلاك، أما "التمييز" عند بورديو؛ هو دراسة طويلة تدمج اهتمام ماركس وفابنن القوي بالطبقة الاجتماعية. استند من ماركس على مفهوم التمييز البنيوي بين الطبقات، وأخذ من فابنن الرغبة في إظهار التمييز، فيجعل بورديو هذه الفروق الطبقيّة أكثر مرونة من خلال التمييز بين شكلين من رأس المال؛ دفع

<sup>1</sup>Arthur Asa Berger - Marketing and American Consumer Culture-A Cultural Studies Analysis - Palgrave Macmillan- USA -2016- p48

<sup>2</sup> Mark Jayne-opcit-p56

<sup>3</sup> Peter Corrigan-The Sociology of Consumption an Introduction -SAGE Publications London-UK- First published 1997-p17

القيمة النقدية من رأس المال الاقتصادي، ورأس المال الثقافي (الوضع، والقيمة المجتمعية)، يمنح مهن معينة مثل التعليم والطب مكانة أعلى في المجتمع؛ من خلال مقادير روايتهم وأنماط استهلاكهم. ففي فرنسا يتمتع المعلمون والمحاضرون بمستوى عال نسبيا من رأس المال الثقافي، بينما يتلقون مستوى أقل من رأس المال الاقتصادي، أما في بريطانيا السباكون مثلاً يقعون في الاتجاه المعاكس؛ حيث يتمتعون بمستوى مرتفع نسبيا من رأس المال الاقتصادي، ولكن دون تحقيق التأثير أو الاحترام أو المكانة الاجتماعية التي ينطوي عليها رأس المال الثقافي. يعتقد بورديو أن رأس المال الثقافي رغم ارتباطه غالبا برأس المال الاقتصادي إلا أنه يتم تعزيزه في نمط حياة الطبقة.<sup>1</sup>

استخدم بورديو وقدم أعمال كل من زيمل وفابلن، واستخدم الأبحاث التطبيقية والتجريبية الميدانية لفهم أنماط الاستهلاك في فرنسا، حيث أظهر بورديو كيف أن الأهمية الاجتماعية للاستهلاك لا تكمن فقط في التعبير عن الاختلافات بين المجموعات الاجتماعية المختلفة، وكيف يوجد دور تكويني في تحديد تلك الاختلافات بين المجموعات الاجتماعية المختلفة؛ ولكن في وجود دور تكويني في تحديد تلك الاختلافات، وبالتالي يصبح الاستهلاك مورد ثقافي يدعم الحياة اليومية. وحول مفهوم التمييز بورديو 1984م فهو يعتقد بأننا مدفوعون بالحاجة لإنشاء وحماية وإعادة إنتاج نمط اجتماعي للتفضيلات، تركز على الاختلاف الطبقي؛ وهذه الطبقات المختلفة متعلمة بشكل مختلف لأخذ الأفضلية، ومنافع قراءتهم الرمزية للعالم، ومن خلال امتلاك رأس المال الثقافي تظهر الطبقات المهيمنة تفوقها بالوصول إلى الثقافة العليا، والاستهلاك الأعلى الأفضل والأرقى؛ وبالطبع يعد الوصول إلى الموارد الاقتصادية أمرا أساسيا لاكتساب الموارد الثقافية. لكن بورديو يعتقد بأن المعايير الاجتماعية والثقافية للفرد ليطمح في التحكم واكتساب رأس مالي ثقافي؛ ومن خلال الاستهلاك يمكن للفئات الاجتماعية تمييز بعضها البعض، ويتم صياغة رأس المال الثقافي المتراكم من خلال الاستهلاك، العلامات، الرموز، الأفكار والقيم. وأحد العناصر المركزية في فكر بورديو حول الاستهلاك ليست مجرد نتاج الهياكل الاجتماعية؛ بل هي بالأحرى تفاعل بين الأفراد والمجتمع،

---

<sup>1</sup> MARK PATERSON ibid- p43



والظهور من خلال مفهوم العادة أو الهابيتوس، والتي هي المعرفة اليومية التي تكتسبها من التجربة الروتينية، ومنها نتعلم السلوك المناسب والملئم.

كما قام بورديو بدمج ومزج كلاسيكيات علم الاجتماع ماركس وفيبر أيضا، وقدم من خلال الاستهلاك وصفا للحفاظ على البناء الطبقي في المجتمع الفرنسي، الذي يذكرنا بفكرة زيميل وفابلن؛ عن تداعي سلع المكانة في التسلسل الهرمي الاجتماعي، لكن وجهة نظر بورديو تختلف مع ذلك عن وجهة نظرهم. بينما يقترح فابلن أن الاستهلاك قد استحوذ على الاختلافات الأخرى كوسيلة مهمة للتمييز الاجتماعي، يعتقد بورديو بأن الفروق تتجسد في "الهابيتوس" ويتم استيعابها في التصرفات والممارسات، لم يكن بورديو وحده الذي يقترح أن الاستهلاك يستخدم للحفاظ على خطوط التماس بين الطبقات الاجتماعية، ولتحديد الفروق الاجتماعية، فتفضيلات الاستهلاك تعكس الفروق الاجتماعية الرئيسية، والتي تستخدم للتوضيح سواء الوقت (فستان السهرة، ثوب النوم)، المكان (الأوبرا، حفلة الروك) وطبيعة الأحداث (الزفاف، الجنائز)<sup>1</sup>.

استخدم بورديو بيانات التحقيقات الخاصة بالملكيات الفرنسية؛ للمستهلكين الفرنسيين والتفضيلات في الفنون ونماذج اللباس والاكل والطبخ، بورديو برهن كيف أن المعرفة برموز وشيفرات المكانة الاجتماعية، وقواعد المقبول اجتماعيا؛ تسمح وتوجه للمستهلكين العرض والذوق في السلع المقبولة اجتماعيا والمرغوبة، وبالتالي يسمح بإنشاء تمييزهم الاجتماعي عن بقية الطبقات والاذواق.

ونظرية بورديو عن الذوق هو أنه مفتاح التمييز الاجتماعي، والتكاثر الثقافي والاجتماعي، كان تركيزه على مدن فرنسا في الستينيات والسبعينيات، حيث كرست النخبة الحضرية امتيازها؛ من خلال الفرص التعليمية التي توفرها المدارس الكبرى، ومن خلالها تتم تنمية رأس المال الثقافي. غالبا ما تضمنت اهتماماتهم تفضيلا للأشياء "الصعبة"، التي لم يكن من السهل الوصول إليها وهو ما يسمى الجمالية الكانطية، بالنسبة لبورديو كانت أهمية هذه العملية أنها كانت استراتيجية واعية للتكاثر الاجتماعي من خلال التمييز الثقافي، وهي فكرة يتردد صداها مع العديد من ممارسات النخبة في القرن الثامن عشر، بما في ذلك الالتحاق

---

<sup>1</sup> Kaj Ilmonen -A Social and Economic Theory of Consumption-Translated by David Kivinen- by PALGRAVE  
MACMILLAN-New York-US- First published 2011-p06

بالجامعة والقيام بجولة كبرى؛ واكتساب الصفات المهذبة؛ وتجميع وقراءة في مكتبة مهذبة؛ واكتساب فهم للهندسة المعمارية والكلاسيكيات. يمكن اعتبار هذا من أشكال الاستهلاك الدفاعي، الذي يهدف إلى تعزيز المكانة الاجتماعية ضد توغلات الأنظمة الدنيا، ويتكرر في محاولات الطبقات الوسطى لتأمين الاحترام؛ من خلال الثقافة المادية، والممارسات الاجتماعية الراقية في المدينة.<sup>1</sup>

نظرية بورديو ركزت على الفروق بين البرجوازية والبرجوازية الصغيرة والطبقة العاملة، ويوضح كيف أن تفضيلات الذوق في المجالات المختلفة مثل الفن والطعام والرياضة والملابس والأثاث تعتمد على رأس المال الاجتماعي والاقتصادي، وعلى المكانة الاجتماعية التي تحتلها في المجتمع. إن ما يميز ذوق البرجوازية هو أنها تتطلب مستوى عال من رأس المال الاقتصادي أو الثقافي، لتكون قادرة على استهلاك المنتجات المحددة اللازمة لجعل البرجوازية متميزة عن الطبقات الدنيا. في المقابل يتسم ذوق الطبقة العاملة بذوق الضرورة، وعلى الرغم من أن العديد من عائلات الطبقة العاملة تتمتع اليوم بظروف اقتصادية أفضل؛ إلا أن الذوق المعتمد على الضروريات لا يزال يعمل من خلال الهابيتوس الخاص بها، ويتسم ذوق البرجوازية الصغيرة بالرغبة في اتباع ذوق البرجوازية، ولكن مع الحد الأدنى من رأس المال الاقتصادي والثقافي.<sup>2</sup>

يرى بورديو إذن أن الذوق يصنف الناس، فالاستهلاك وأساليب الحياة تنطوي على اختلاف في الذوق والحكم، وهذا الاختلاف يصنف أذواق الناس وحكمهم على الأشياء، ويجعل هناك فوارق وحواجز وطبقات، فمن الواضح أن مجموعة متجانسة مهنية أو طبقياً لها عادة أذواق متجانسة، وأسلوب متجانس في الحياة والممارسات الاستهلاكية، الأمر الذي يجعل من الممكن رسم خريطة العالم لأذواق وأساليب الحياة؛

---

<sup>1</sup> JON STOBART, MARK ROTHERY -Consumption and the Country House - Oxford University Press-UK-First Edition published in 2016-P11

<sup>2</sup> Kirsten Gram-Hanssen ، Claus Bech-House, Home and Identity from a Consumption Perspective- Danielsen -Housing, Theory and Society Vol. 21, No. 1pp-17–26. P19

والمعرفة بالسلع الجديدة وبقيمتها الاجتماعية والثقافية، وكيفية استخدامها بشكل مناسب، فالثقافة أمر ضمني والمسألة ليست مسألة نوعية ما نرتديه من ملابس ولكن كيف نرتديها".<sup>1</sup>

استحوذ عمل بيير بورديو على اهتمام خاص، بسبب تحليله للطريقة التي ولّد بها رأس المال الثقافي معرفة بالذوق المشروع والمرغوب والصراع حوله، والذي تم حوله التصنيف الاجتماعي، حيث يظهر بورديو ثلاث أنواع من رأس المال: "الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي"، تكمن أهمية رأس المال الاقتصادي في نشوء الطبقات وهو يشمل الدخل والميراث والأصول النقدية. ثانيا حدّد بورديو أهمية رأس المال الثقافي لهوية الطبقة الوسطى، وأخيرا أشار لأهمية رأس المال الاجتماعي لبناء الطبقة والذي يعتمد على الموارد. وقد يحمل أفراد الطبقة آثار طبقاتهم فيحمل أفراد الطبقة العاملة علامات فقرهم على أجسادهم مثل المرض وانعدام الثقة والحرمان والعدوان، فالطبقة هي الثقافة الحية التي يمكن ربطها بالمدينة، حيث تتميز حياه الطبقة العاملة بالعمل والعيش فقط، والثورة والحساسية البرجوازية هي التي تهيمن على الفضاء الحضري، وتعيد إعادة انتاج الطبقة العاملة أيضا، كما تعيد انتاج الفروق ذاتها التي يأملون في تجاوزها، والبناء الخطابي للفصل الطبقي يعتمد على اساليب الحياه اليومية، وطرق المثي والتحدث، وارتداء الملابس، تجعل من الصعب على أفراد الطبقة العاملة النجاح في شركة للطبقة الوسطى، أو الحصول على وظائف احترافية أو ادارية أو مهنية.

أما بالنسبة للفروق بين أذواق الأفراد في مختلف الطبقات الاجتماعية، فيتبنى أولئك الأفراد استراتيجيات تمكنهم من اكتساب رأس المال الثقافي المطلوب؛ لتأمين مواقع معينة في التسلسل الهرمي الاجتماعي، ومن خلال اتباع نهج في تكوين الذوق؛ يستطيع بورديو إظهار أنه يمكن أن يكون هناك تغذية راجعة للأذواق من أسفل إلى أعلى السلم الاجتماعي، فقد تتبنى الطبقات العليا في بعض الأحيان أذواق من هم في أسفل السلم الاجتماعي؛ من أجل الالتفاف على أفراد الطبقة الوسطى الطموحة، الذين يجدون صعوبة في المنافسة؛ بسبب عدم كفاية مخزون رأس المال الثقافي. "وخلال فترة ما بعد الحرب يُقال إن

---

<sup>1</sup>بمعمر فاطمة-أسلوب الحياة وتأثيره على ثقافة الاستهلاك عند الشباب-أستاذة مساعدة قسم (أ) بمعهد العلوم

الإنسانية والاجتماعية (قسم علم الاجتماع) المركز الجامعي بغليزان-ص ص: 1-10-ص: 02

المستهلكين أصبحوا أقل وضوحا في عرض ثروتهم، مما كانوا عليه في أيام فابلن، ومع ذلك فقد ثبت أنه حتى خلال فترته أدرك فابلن أن قطاعات الطبقة العليا من الطبقة الحاكمة كانت تمارس التعقيد في سلوكها الاستهلاكي، بالنسبة لجميع الطبقات الاجتماعية، ولا يُفترض أن يكون الاستهلاك المظهري فعلا واعيا، بل معيارا للحشمة يمارس ضغطا اجتماعيا على سلوك الأفراد".<sup>1</sup>

إذن طبقا لبورديو فإنه في سياق المجتمع الرأسمالي القائم على المستهلك والاستهلاك، تصبح حقيقة الطبقة نفسها وسيطا، شيء يتم تعلمه وفهمه من خلال أشكال معينة من ممارسات الاستهلاك، فيما يتعلق بمجموعة معينة من السلع والخدمات، ويترتب على ذلك وفقا لتفسير بورديو أن مثل هذه التجارب الطبقيّة تظل مع الفرد دوما، وتستمر في تشكيل هويته حتى عندما يصبح أكثر قدرة على الحراك الاجتماعي.<sup>2</sup>

بالنسبة لبورديو يكمن أحد أهم أدوار الاستهلاك الثقافي؛ في الفروق التي يخلقها بين أفراد المجتمع، فمن خلال تطوير ذوق لسلع ثقافية معينة، نبي هوية لأنفسنا، وأدرك بورديو أن هذه الهوية هي مؤشر على الطبقة، حيث يرتبط الاستهلاك الطبقي والثقافي ارتباطا وثيقا، على الرغم من أنه يمكن لأي شخص أن يستهلك أشكالا مختلفة من الثقافة، إلا أن اكتساب "الكفاءة الثقافية" ضروري لفتح رموز المعنى الثقافي المرتبطة بالسلع الثقافية، والوصول إلى الكفاءة الثقافية محكوم بالطبقة الاجتماعية، ومن خلال العلاقات مع الآخرين في طبقتنا نتعلم قواعد الذوق الثقافي، واعتقد بورديو أن النخبوية في ممارسات الاستهلاك الثقافي؛ هي الطريقة التي يميز بها كبار المهنيين والخبراء أنفسهم، وفي تتبع الاستهلاك الثقافي بمرور الوقت، يعتقد بيترسون مثله بأنه على الرغم من أن الذوق النخبوي للسلع الثقافية؛ كان يتوافق سابقا مع تمييز رفيع المستوى، إلا أنه لا يتعين عليه ذلك دائما.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Andrew B. Trigg-Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption- Journal of Economic Issues, Vol. 35, No. 1 (Mar. 2001), pp. 99-115 Published by Association for Evolutionary Economics Stable-p113.

<sup>2</sup> Andy Bennett- Culture and Everyday Life - SAGE Publications- London- First Published 2005- p63

<sup>3</sup> Conner, Cassidy\*- The Relationship between Social Class and Food Consumption Patterns»- «Culinary Omnivorousness AllTheses-(2008)- [https://tigerprints.clemson.edu/all\\_theses/324](https://tigerprints.clemson.edu/all_theses/324) P06

يرى بورديو أن ممارسات الاستهلاك مميزة بختم الشرعية الثقافية؛ والتي يُنظر إليها على أنها الأكثر "دقة"، وهي تلك التي تشترك فيها الفئات الاجتماعية التي لديها معظم الموارد (المادية والرمزية)، والمهارات الثقافية والمعرفة المعتمدة، التي تمكنهم من الاعتراف بممارساتهم على أنها شرعية.<sup>1</sup>

وقام بورديو بتأسيس الفروق والتناقض بين "ذوق الفخامة" عند الطبقات الأعلى و "ذوق الضرورة" للطبقات الدنيا، وسلط الضوء على كيفية تحديد السلطة لحدود ثقافية معينة، لتصبح وسيلة للتضامن والاختلافات بين الناس، ووضع نظام شامل لتصنيف الممارسات، ضمن مفهوم الهابيتوس؛ التي تم تطويرها بمرور الوقت والأجيال، ويتم تفعيل الهابيتوس عموماً دون تفكير.<sup>2</sup>

فوفقاً لبورديو نظراً لأن الطبقات العاملة مقيدة بالثروات المنخفضة لرأس المال الاقتصادي والثقافي، فإنهم يطورون ذوقاً لتلك السلع المتاحة لهم ويرون أنها ضرورية وعملية، ويفرضون تلك الغير متوفرة ويرون أنها باهظة، وتناهى الطبقات العليا بنفسها عن "ذوق الضرورة" بل تطور "ذوق ما لا لزوم له" (على سبيل المثال، الفن التجريدي)، وتكافح حول ما يعتبر ضرورياً وما يعتبر استهلاكاً زائداً عن الحاجة، ثم يكون بمثابة ساحة معركة لاشعورية للتمييز الاجتماعي والثقافي.<sup>3</sup>

هل يميز رأس المال الثقافي الذوق؟ ناقش بورديو العلاقة بين رأس المال الثقافي والاستهلاك، وقدم فكرة الذوق في علم اجتماع الاستهلاك، واعتقد بأن الذوق يتم إنشاؤه من خلال رأس المال الثقافي، فيتم تدريب الأشخاص الأغنياء برأس المال الثقافي على تقدير الفنون الجميلة، والموسيقى، والإعجاب ببعض المنتجات دون غيرها. فقط عندما يمتلك شخص ما الكفاءة الثقافية -الرمز- يمكنه فك شفرة معنى العمل الفني.

---

<sup>1</sup> Arnaud Frauenfelder -Consommations de viande, distinctions et régulations sociales- carnets de bord -no 15 -2008- pp : 60-63-p60

<sup>2</sup> Pierluigi Musarò -Food consumption and urban poverty: an ethnographic study- - Italian Sociological Review, 3 (3), pp. 142-151-p143

<sup>3</sup> Stanley Blue -ibid- p270

بالنسبة لأنواع رأس المال عند بورديو هناك ثلاث أنواع: الأول رأس المال الاقتصادي "ماذا تملك"، الثاني رأس المال الثقافي "ماذا تعرف"، والثالث رأس المال الاجتماعي "من تعرف"، أما عن التمييز الاجتماعي فقد طرح بورديو سؤال ماهي المحددات الاقتصادية والاجتماعية للذوق؟ فأذواق الطبقات الشعبية تتميز باختيار ما هو ضروري، اللباس النظيف، البسيط والممارسات الشعبية ضرورة اقتصادية واجتماعية، ومتواضعون من حيث المبدأ ورفض الاندماج مع البرجوازية الصغيرة ودعم الرجولة والقوة ورفض الأنوثة، وهي ممارسات لها علاقة بوضعهم الاجتماعي وأعمالهم التي تحتكم للقوة البدنية كأحد ابعاد الرجولة.<sup>1</sup>

وفقا لنظرية بورديو يتم تمثيل رأس المال الثقافي بالسلع الثقافية والأشياء المادية مثل الكتب واللوحات والأفلام والموسيقى والألات المفضلة، ويمكن الاستيلاء عليها ماديا باستخدام رأس المال الاقتصادي، ورمزا من خلال رأس المال المتجسد. يوفر رأس المال الثقافي في حالته المؤسسية، أوراق اعتماد ومؤهلات أكاديمية تخلق "شهادة الكفاءة الثقافية التي تمنح حاملها قيمة تقليدية وثابتة ومضمونة قانونا فيما يتعلق بالسلطة"، يمكن بعد ذلك استخدام هذه المؤهلات الأكاديمية كمعدل تحويل بين رأس المال الثقافي والاقتصادي. طوال نقاشه فضل بورديو التنشئة بدلا من مناقشة الطبيعة والفطرة، ويذكر أن قدرة الفرد تتحدد من خلال الوقت ورأس المال الثقافي المستثمر فمهما من قبل محيطه، والذي يمثله أسرته وشبكته التعليمية، أي لا يمكن للعائلات التي لديها رأس مال ثقافي إلا أن تنتج ذرية بقدر مساو من رأس المال الثقافي، تماشيا مع تفكير بورديو فإن جميع مظاهرنا الثقافية؛ مثل ذوقنا في الملابس والطعام والشراب والموسيقى والسينما، لا تعتمد علينا بشكل فردي ولكن على خلفيتنا الاجتماعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> -Dan Jurafsky & Yoshiko Matsumoto -Think 53: Food Talks- Bourdieu's Distinction-Tuesday- May1, 2017

-PIERRE BOURDIEU-La Distinction Critique sociale du jugement-Pensée sociologique. XXe siècle-P07

<sup>2</sup> Sandra ponzanesi -The Postcolonial Cultural Industry: From Consumption to Distinction-FRAME No. 28.2

كان أحد نقاط التشكك هو مدى إمكانية تعميم تحليلات بورديو من نموذج الحالة الفرنسية أو ربما الحالة الباريسية إلى -على الأقل- أمريكا الشمالية، فلم يتم تمييز أفراد الطبقات الاجتماعية العليا بشكل واضح بأذواقهم الجمالية الدقيقة ومستوياتهم<sup>1</sup>.

### \*الاستهلاك عند الباحثة شارون زوكين «Sharon Zukin» :

الاستهلاك بالنسبة لزوكين هو عملية اجتماعية ثقافية واقتصادية في اختيار السلع، وهذه العملية تعكس فرص وقيود الحداثة؛ التي تعتبر الاستهلاك كمجال مؤسسي، بحيث يربط المؤسسة الاقتصادية والمؤسسة الثقافية، ويساهم في تغييرات واسعة النطاق في البناء الاجتماعي. تنتقد زوكين المنظرين الكلاسيكيين في دراستهم لموضوع الاستهلاك وتعتبرها مجرد ملاحظات أنثروبولوجية عامة، بدلا عن كونها دراسات إمبريقية ممنهجة، وتعتبر موضوع الاستهلاك مجال مؤسسي، حيث جعل الاستهلاك من الرجل والمرأة وحتى الطفل في مجتمع الحداثة يصبحون مستهلكين. وعملية الانتقال من الاستهلاك يعبر عن مستوى اجتماعي وأسلوب عيش انتقالي إلى اقتصاد السوق، وتحرير السوق، ومحدودية تدخل الحكومة في السوق الحرة" حقل مؤسسي؛" يساهم في تعقيد الحياة الحضرية، ويستخدم في التحكم في المستهلك وتوجهاته، حيث وثقت الأبحاث التدرج في تطوير حقل مؤسسي للاستهلاك الجماهيري ناتج عن السلع الاستهلاكية، النصوص والمواقع، ومحلات بيع بالتجزئة، والمحلات المشهورة والصحف اليومية حيث تجعل المستهلك في تواصل مستمر مع السلع وجعل الاستهلاك النموذج القدوة.

والتغير في أذواق المستهلكين مرتبط مع استراتيجيات أعمال المنتجين، المستوردين والمصدرين، وهذا يخلق براديجم لدراسات عولمية للاستهلاك، تربط التجربة اليومية والترابط البنيوي، وهذا النوع من الأبحاث المفصلة يبين الترابط المعقد للاستهلاك مع السياق الاجتماعي، والدراسات في الصناعات الاستهلاكية توضح الارتباط بين الانتاج والاستهلاك، وتبرهن كيف أن توجهات المستهلكين للسلع يتم بناءه اجتماعيا. وتستعير مصطلح الذوق من بورديو في قضية الهوية والاستهلاك وارتباطهما بالذوق وأسلوب الحياة، حيث أن أنظمة

<sup>1</sup> tak wing chan and john h. goldthorpe- Social status and cultural consumption- Introduction-p04

وأساليب الممارسات التي من خلالها الافراد يصنفون أنفسهم؛ أصناف السلع الاستهلاكية الأقل أو الأكثر مرغوبة أو المطلوبة أو المقبولة، وذات قيمة معينة من التي يتعاونها أو يملكونها.<sup>1</sup>

تستطرد زوكين النقاش حول التحقيقات التي أجراها بورديو، وتركز على التغير الحاصل في الوقت الحالي منذ تلك التحقيقات، وبأن الانتباه إلى التصميم الجمالي صار أمراً عادياً ومألوفاً في عمليه الإنتاج، وصار من الصعب رسم خطوط للتمييز بين ذوق طبقه العاملة التي لها وظيفه مادية، وذوق الطبقة البرجوازية الرمزية، لكن تبقى أعمال بورديو مهمة، ودورها مفيد لحديثه وتأكيدده لدور "الوسطاء الثقافيين"، وتزايد عدد المشاركين في وسائل الاعلام، التسويق، الاشهار، السياحة والموضة، وبقية الأشكال من السلع الرمزية والخدمات المتاحة، مع اهتمامه بتحسين الذات، الوقت، المال، والطاقة لتكريس اتقان رموز الحالة الاجتماعية، حيث تظهر هذه الطبقة الوسطى الجديدة؛ وتتميز الاستهلاك على نموذج معين ومرغوب.

كما أدرجت نقطة مهمة حول ما يمنحه المجتمع الاستهلاكي في مجال الحريات الفردية، حيث تحدثت عن المطاعم والمقاهي التي منحت للمرأة مساحة للجلوس والخدمة، على قدم المساواة مع الرجل؛ وطاولات للتجمع لأداء الوظائف المنزلية مثل مطاعم ماكدونالدز، واعتبرت أن أماكن الاستهلاك ربما في بعض الأحيان فضاء للتمكين الاجتماعي، والحريات الفردية والمساواة الاجتماعية. وركزت في دعوتها لدراسات الاستهلاك أن تكون مغلقة ومفصلة في منتجات الاستهلاك، والنصوص والمواقع التي تساهم في توقع الاستهلاك بين تقاطع تغير البنى الاجتماعية والممارسات الثقافية.

لقد طبقت فيرغسون التحليل التاريخي حول بداية تاريخ فن الطهي كنوع من الاستهلاك، وزوكين كيفته لدراسة تطور التسوق في الولايات المتحدة الأمريكية منذ 1870 م إلى الحاضر، وقدمت التسوق على أنه حقل مؤسسي؛ من خلال الابتكارات في نظام الاستهلاك الجماهيري لمجلات البيع بالتجزئة، ثم مواقع الويب في الآونة الأخيرة، وذلك عائد إلى التحولات في البنية الاجتماعية والثقافية الاستهلاكية، بالاعتماد على تقسيم المجال المؤسسي إلى فضاءات ومساحات اجتماعية ومواقع للاستهلاك، واللغة المستعملة أو دليل المستهلك

<sup>1</sup> Sharon Zukin- Jennifer Maguire-ibid-p173, 176,181



والقصص، وسرد تجارب التسوق. وتستخدم مصادر ثانوية لتتبع التغيرات في استراتيجيات الأعمال التي توسع مؤسسات البيع بالتجزئة بمرور الوقت، وتوفي طابع الديمقراطية في الوصول إلى السلع الاستهلاكية، وكانت تعتمد إجراء مقابلات معمقة مع عدد صغير من المتسوقين من مختلف الأعمار، والأعراق والطبقات الاجتماعية، لمعرفة مختلف الأذواق والتوجهات.<sup>1</sup>

كما تناولت زوكين قضايا مهمة إضافة للاستهلاك؛ وهي قضايا متعلقة بسياسات التحسين والتجديد التي طالت المدن، وغيرت توزيع الطبقات الاجتماعية في المدينة، حيث كما أشارت اتبع الصناعيون سياسات حضرية للحفاظ على ربحهم، وضمان الهيمنة والسلطة على الطبقة العاملة، وتوجيه أوقات فراغهم وترفيهم لتحسين أرباحهم؛ من خلال ترويض المساحات الاجتماعية، الوقت الذي يتم فيه تمثيل الحداثة تجارياً، واستغلالها لنشر الثقافة الاستهلاكية.

توجد صراعات بين صانعي الذوق كما توضح زوكين في عمل ممتاز عن "Loft living"، والذي يبحث في أدوار "رأس المال والثقافة في التغيير الحضري" في نيويورك، وأظهرت أن القوى القوية والسلطة أرسدت معايير جديدة للذوق؛ في الفن وكذلك في الحياة الحضرية. إن ربط فكرة رأس المال الرمزي بالبحث عن تسويق ثراء رمزي لديه الكثير ليخبرنا به عن ظواهر حضرية مرتبطة بالاستهلاك مثل التحسين، وإنتاج المجتمع (حقيقي، أو متخيل، أو ببساطة معبأ للبيع من قبل المنتجين)، وإعادة تأهيل المناظر الطبيعية الحضرية، واستعادة التاريخ مرة أخرى بشكل حقيقي، متخيل، أو ببساطة إعادة بروزه، كما أنه يساعدنا على فهم الشكل الحالي للزخرفة والديكور باعتباره من الرموز الخاصة بالتمييز الاجتماعي، وليس مؤكداً من أن هذا هو ما كانت تفكر فيه جين جاكوبس عندما أطلقت نقدها للتخطيط الحضري الحديث والاهتمام باحتياجات "عدم تجانس القرويين والحضرين وثقافات الذوق".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Sharon Zukin – Jennifer Maguire- ibid-p173

<sup>2</sup> David Harvey- The Condition of Postmodernity An Enquiry into the Origins of Cultural Change - Blackwell Publishers Massachusetts, USA-- First published 1990- P82

ثورستن فابلن كان أول اقتصادي يناقش الاستهلاك من حيث الممارسات الاجتماعية كناقدا اجتماعي، باستخدام الملاحظات الأنثروبولوجية العامة بدلا من البحث التجريبي، ودرس الدور البارز الذي تلعبه المرأة في العملية الاستهلاكية فكتب عن "الطبقة المرفهة"، والتمييز بين الطبقات الاجتماعية الذي استعان به بورديو بعده في التحليل،<sup>1</sup> لتعتمد على تحليلاته ويؤثر فيما بعد على زوكين في توصيفها للعمليات الاستهلاكية.

## 5-ثقافة الطبقة الوسطى والثقافة الاستهلاكية

ظاهرة الطبقة الوسطى ظاهرة العصر الرأسمالي، وتم استخدام التسمية لأول مرة في بريطانيا بحلول نهاية القرن الثامن عشر، للإشارة لأولئك "الذين لديهم نوع من التعليم المرتفع نسبيا؛ وظائف غير يدوية وبعض الممتلكات، وبعض السمات التي يسعون للحفاظ عليها". تشمل رواد الأعمال والتجار من أصحاب المتاجر الصغيرة إلى المتوسطة وذوي الياقات البيضاء؛ واكتسبت هذه المجموعة زخما جنبا إلى جنب مع نمو القطاع الثالث من الخدمات، التي تطورت على حساب الزراعة والصناعة، وتأخذ عدة اعتبارات منها أنماط الاستهلاك في التصنيف، فلديهم ميل للعمل أكثر من المجموعات الأخرى للسعي باستمرار لتسليق السلم الاجتماعي، يستهلكون الكثير ويخططون للشراء قبل عملية الإنفاق، ويوفرون المال لذلك، أما الطبقة العاملة فهي لا تمتلك أي من تلك الممتلكات ولكن تملك بعض المهارات البسيطة.<sup>2</sup> "فأدى ذلك لحاجة الطبقة الوسطى إلى إبعاد نفسها عن حياة الطبقة العاملة؛ واحتواء ممارسات استهلاك الطبقات العاملة في المناطق المهمشة في المدينة، فضلا عن استبعاد ثقافة الطبقة العاملة من الاستهلاك الحضري؛ الذي يهيمن عليه البرجوازي، وهذا يفسر عدم استعمار الطبقات الوسطى لممارسات الاستهلاك وأماكنها لدى الطبقة العاملة،

<sup>1</sup> Sharon Zukin and Jennifer Smith Maguire -Consumers and Consumption- -Annual Review of Sociology, Vol. 30 (2004), pp. 173-197Published by: Annual Reviews Stable URL:

<http://www.jstor.org/stable/29737690>. Accessed: 01/04/2014 07:07-p175

<sup>2</sup> CHRISTOPHE JAFFRELOT-PETER VAN DER VEER- Patterns of Middle Class Consumption in India and China- First published in 2008 by SAGE Publications India- New Delhi-p11

وتجنب محاكاتها، في كل مناحي الحياة اليومية، من لباس وأكل وتسوق وقضاء وقت فراغ<sup>1</sup>. الصراع من أجل السيطرة البرجوازية على ثقافة استهلاك الطبقة العاملة؛ حتما أصبحت السمة المميزة لتطورات الحداثة و ما بعد الحداثة، واقتراح كروميستون إن المنظرين سعوا عموما إلى تصور هذه العلاقة بين الاتجاهات المتعلقة بالاستهلاك والتحليل الطبقي بطريقتين أولا: في الروابط بين ممارسات الاستهلاك وتكوين الطبقة، وثانيا في التساؤل عن المدى الذي أحدثه التحول إلى قطاع الخدمات والعمالة في تغيير علاقات العمل وتجربة العمل، وهذا الأخير يمثل منظور ما بعد الحداثة؛ ويركز على عواقب انهيار الهوية والوعي الطبقي، ما يشترك فيه هذان النهجان هو الرأي القائل بأن الطبقات الاجتماعية تتكون جزئيا من خلال الممارسات الثقافية، بما في ذلك أنماط الاستهلاك، رغم وجود هذه النظرة في أعمال فابلن وسيمل وبورديو؛ إلا أن الضعف في نظرتهم هو الفشل في التعامل مع الهويات الاجتماعية خارج ثقافة استهلاك الطبقة الوسطى، فهناك ظروف اجتماعية ونفسية تضمن أننا نحكم مكانتنا في العالم، وتعزز رغبتنا في الوفاء بمعايير الحياة الكريمة التي يولدها ويمارسها أي مجتمع، إذا الحياة العادية هي حياة مليئة بالاستهلاك والناس منشغلون به وبالخيارات المعروضة والتجارب، "فالملل هو شكوى شائعة لدى الفقراء، ففي مجتمع الاستهلاك يتم تعريف الحياة السعيدة بأنها مؤمنة ضد الملل؛ مع وجود شيء جديد دائما للشراء في المجتمع الاستهلاكي، يعترف الفقراء أنهم معيبون مقصرون ومستهلكون غير ملائمون، ويتفاقم فقرهم مع تفاقم ثراء الأغنياء"<sup>2</sup>.

لقد كان متجر متعدد الأقسام عالم الطبقة الوسطى بامتياز وثقافتهم معروضة فيها، مع ازديادهم، مناسباتهم، طموحاتهم، أساليب حياتهم على الرفوف، طاولات وأرضيات المتجر، وأصبحت تلك المتاجر الناقل الأساسي والرئيسي لتحقيق التجانس الاجتماعي ونقل قيم وثقافة الطبقة الوسطى. وفعلت ذلك

---

<sup>1</sup> - Mark Jayne-opcit-p104

<sup>2</sup> Steven Miles- Spaces for Consumption PLEASURE AND PLACELESSNESS IN THE POST-INDUSTRIAL CITY - opcit-p101, 102

بخفض الأسعار لمستوى يجعل من السلع عناصر استهلاكية جماعية، ونشرت ثقافة الطبقة الوسطى تنوع من الطبقة الأساسية أو الأولية الثقافية. فعلمت تلك المتاجر الناس كيف يلبسون، كيف يجب أن يؤثثوا منازلهم، وكيف يقضون أوقات فراغهم، ووضحت مُثل وقيم الطبقة الوسطى وأهدافهم، وبينت ووضحت كيف يعيشون إذا كانوا ناجحين؛ أو أرادوا النجاح، وأرادوا الظهور بمظهر الناجحين. "لم يكن الأمر مجرد تثقيف للمستهلكين حول كل ما هو جديد وحضري وحدائي، بل هي معلومة ضرورية للطبقة الوسطى، وتضمن ذلك الإعلان وتطويره كصناعة في حد ذاته، لاسيما مع الظهور الكتالوجات للطلبات البريدية؛ التي لاقت رواجاً وشعبية متزايدة وسمحت بعرض هائل ومذهل للبضائع في المنازل مثل: كتالوجات Montgomery Ward و Sears و roebuck والذين وجهوا أيضاً اعلاناتهم للمستهلكين الريفيين، ولسكان المناطق النائية وأصبح الكتالوج وثيقة ثقافية جد مهمة"<sup>1</sup>.

ومع ظهور تلك المتاجر متعددة الأقسام أصبحت الطبقات الوسطى في المدن الكبرى والقرى الصغيرة متشابهة ومتقاربة الأسلوب، بسبب تلك الكتالوجات والإعلانات، والحج للمتاجر في وسط المدن، وأصبحت الطبقات الوسطى تشارك نفس الثقافة، ولأول مرة نرى ظهور فئة تُعرف من خلال الاستهلاك، وفي نفس الوقت والفترة كان هناك تحول كبير في الإعلان والاشهار من خلال الملصقات، كتيبات الإعلان وألواح الإعلان عن الأكل. لقد ترجمت قيم وعادات الطبقة الوسطى إلى سلع قابلة للتسويق، في شاشات العرض في المتاجر، الإعلانات والكتالوجات. فمن خلال تلك المتاجر أصبحت ثقافة الطبقة الوسطى هي ثقافة المستهلك؛ وهو عامل الجذب لتلك المتاجر.<sup>2</sup> فأدى الازدهار الملحوظ الذي طال أمده؛ إلى جعل ثقافة الطبقة الوسطى التي تباع في المتاجر الكبرى في متناول الطبقة العاملة، وقدمت الثقافة الاستهلاكية نفسها على أنها الطريقة التي يمكن من خلالها استعادة المجتمع المضطرب وإعادة بناءه، وأصبح الاستهلاك والمواطنة الديمقراطية أكثر في الخطاب الرسمي والشعبي. لقد عملت الطبقة الوسطى الجديدة بجد إن لم يكن أصعب من الطبقات

<sup>1</sup> Douglas J. Goodman and Mirelle Cohen-ibid-p21

<sup>2</sup> Douglas J. Goodman and Mirelle Cohen-ibid-p22

الوسطى التقليدية، حيث دعمتهم متطلبات الحياة الجديدة إلى قضاء ساعات طويلة، مقابل تعزيز حياتهم المهنية الفردية، كما لعب الاستهلاك الفردي دورا أكبر في حياة الناس وإحساسهم بذاتهم.

أدى تآكل الأسرة الأبوية التقليدية إلى ازدهار مجموعة متنوعة من ترتيبات المعيشة: الأزواج المثليين، والعزاب، ورفاق السكن لفترات طويلة، والنزلاء؛ والعائلات التي انفصلت بسبب الطلاق وأعيد تشكيلها، وتنافست الأحلام الحضرية الجديدة مع الانتقال إلى القرية والتنقل، نمت أهمية الرغبة في تقليل التنقل عن طريق الاقتراب من العمل، ونما الطلب على الإسكان جنبا إلى جنب مع عمليات التحسين؛ التي شهدت استيلاء أصحاب الموارد الاقتصادية على أحياء انتقائية منخفضة الدخل، وساهمت في ظاهرة الشراء مقابل التأجير. ومكنت إعادة صياغة الفروق التقليدية بين الذكور والإناث؛ كلا الجنسين من تكريس أنفسهم لثقافة الطعام والديكور المنزلي، فكان بناء نمط الحياة المناسب جزءا مهما من بناء الأسرة، وتغيرت طقوس الطهي والأكل، حيث عبر الناس عن أنفسهم من خلال أنماط التسوق الغذائي، وزيارات المطاعم، وأدوات المطبخ، وتملق الطهاة المشهورين، وبناء الجسم في منازلهم، مما أفسح المجال لأشكال جديدة من المشاركة، وأنماط الاستهلاك وأساليب الحياة الحضرية<sup>1</sup>.

في أواخر خمسينات القرن الماضي كان علماء الاجتماع يفهمون حداثة الطبقة الوسطى من منظور عملية حتمية للتحديث الاقتصادي، كانت الباحثة هيلدريد غيرتز من الأوائل الذين قاموا بأبحاث ميدانية بين الطبقة الوسطى الحضرية الاندونيسية؛ وكانت من أوائل من ميزوا بوضوح بين الطبقة الوسطى باعتبارها اجتماعية حضرية المكانة ذات بناء ثقافي، والطبقة الوسطى من الناحية الاقتصادية البحتة، وبالتالي فئة إحصائية في تحليلاتها للبنية الاجتماعية الحضرية، وما يلفت النظر في أبحاثها ويستدعي قراءة معمقة ما تصفه هي " القطب الوحيد للبعد الثقافي أو النمط الثقافي الواحد"، ويسمى الثقافة الحضرية الكبرى للنخبة الحضرية الاندونيسية، والذي يضم رموز الحالة للطبقة الوسطى مثل: اكتساب التعليم العالي، التعامل باللغات الأجنبية، وتجربة السفر الى الخارج، والسلع الغربية الفاخرة مثل ماركات السيارات

<sup>1</sup> Jacqueline Botterill- Consumer Culture and Personal Finance Money Goes to Market- PALGRAVE  
MACMILLAN London- Uk-1<sup>st</sup> published 2010-p140

العالمية. وذكرت أن أعضاء الطبقة الوسطى في المناطق الحضرية يُعرَّفون أنفسهم على أنهم موظفون (pegawai)، يطمحون لأن يصبحوا منخرطين وأعضاء في الثقافة الحضرية الفرعية، وهو ميل نهائي للطبقة الوسطى، لكن المعرفة التفصيلية للحياة اليومية للطبقة الوسطى، والاهتمامات والتوجهات الثقافية لم تكن متاحة إلا من خلال الروايات ووسائل الاعلام المطبوعة، واليوميات وأشكال أخرى من التوثيق الشخصي. وظهور طبقة وسطى جديدة في اندونيسيا خاصة مدينة جاكرتا يتلخص في عنصر مهم وهي تطلعاتهم المادية، والتوجه نحو الاستهلاكية، ويعكسه خصصة وسائل الاستهلاك، ورفض اقراض الممتلكات مثل السلع الاستهلاكية المعمرة للجيران، وهو ما يظهر تناقض حاد مع القديم والتقليدي، حيث يصبح انتاجهم لرأس المال الثقافي هو نفسه "نمط الحياة"، وبالنسبة لأصول الطبقة الوسطى في اندونيسيا فإن الخطاب الأساسي بين هذه المجموعات؛ هو الخطاب القائم على "حادثة" الطبقات الوسطى، وافتقارها إلى الأصول والجذور التاريخية.<sup>1</sup> فعادة ما يتم تصوير الأفكار عن "ثقافة المستهلك" على أنها تشكلت بين سكان المدن من الطبقة الوسطى، الذين "تعلموا" أساليب الاستهلاك من خلال صور السلع الصادرة من خلال الدعاية الرأسمالية. وانتشرت تلك الأساليب الاستهلاكية فيما بعد بين الطبقات العاملة، التي تحصلت على الدخل الكافي لذلك في أواخر القرن التاسع عشر وما بعده، وأصبحت تلك الأفكار عالمية تقريباً في الغرب منذ عشرينيات وثلاثينيات القرن الماضي، عندما أصبحت الأجهزة المنزلية والسيارات من السلع الاستهلاكية الحديثة النموذجية منتشرة في تلك المجتمعات، "ويوافق ماكيندريك باحثين آخرين شددوا على انتشار أنماط الاستهلاك من المستهلكين الأرستقراطيين إلى المستهلكين من الطبقة الوسطى".<sup>2</sup> فكانت الثقافة الاستهلاكية هي ثقافة الطبقة الوسطى بامتياز.

## 6-الفئات الاجتماعية (المرأة والطفل) وتأثيرها على الممارسات الاستهلاكية

<sup>1</sup> Lizzy VAN Leuven -lost in mall an ethnography of middle-class Jakarta in the 1990s - Kilt Press Leiden - Printed in the Netherlands-2011-P 10-09.

<sup>2</sup> P D Glennio, N J Thrift -Modernity, urbanism, and modern consumption- Gnvifonmont and Planning D: Society and Spnco, votumo 10, pages 423-443-28 February 1992-p426

تعتبر ممارسة الاستهلاك والتسوق من البقالة أول تجربة للكثيرين تراعي النوع الاجتماعي، حيث تتحمل النساء غالبا مسؤولية عاطفية وتجريبية خاصة؛ فيشارك الأطفال التجربة، ويقودون أيضا عمليات الشراء داخل المتجر، لذلك يعتبر التسوق من البقالة موقعا اجتماعيا وعاطفيا مهما، يمكن من خلاله ملاحظة مشاركين بالغين وأطفال في الممارسات الثقافية، وبالتالي مجال خصب لاستثمار الخبرات الاجتماعية؛ التي تم اكتسابها من خلال ممارسات الاستهلاك عند تشكيل البالغين والأطفال أنفسهم كأسر مستهلكة، وتعتبر حلقة تعطي نظرة ثاقبة على البناء الاجتماعي للواقع والاقتصاد غير الرسمي. "فعرف علماء الاجتماع الأطفال بحلول أواخر التسعينات على أنهم فرصة تسويقية لا تقاوم بسبب التأثير الكبير على قرارات الشراء، بحيث يمكن وصف العائلة بأن جزء كبير مما تفعله هو الاستهلاك العادي، ولفهم العائلات وسلوكياتهم الاستهلاكية، لابد من التركيز على عمليات التبادلات الاستهلاكية اليومية والممارسات المتبادلة بين أفراد الأسرة، وعملية انتاج القبول والانتماء؛ بالموازاة مع الاختلاف والاقصاء ومعايير الترتيبات الاجتماعية<sup>1</sup> والتعامل مع النوع الاجتماعي والثقافة المادية في المجال المنزلي كما تصفه سارة بينك في دراستها "المنزل كموقع للاستهلاك: ممارسات الغسيل اليومية وإنتاج الجنس"، بأنه يمكن تعزيز حسابات الاستهلاك الجنسانية من خلال تقديم فهم واستكشاف التجارب الحسية للاستهلاك، وتقدم تطورات نظرية مهمة لدراسة الاستهلاك المنزلي من خلال الإشارة إلى تشغيل الجنس، وأهمية الحواس في ممارسات الغسيل اليومية. كما تفحص ويلسون كوفاكس عملية وإنتاج العلاقة الحميمة من خلال فعل الاستهلاك. أما إيرين سييراد في دراستها "الجنس في اللعب: اختلافات الديكور بين غرف نوم الأولاد والبنات"، تعتمد على الموضوعات المترابطة بالتاريخ والتسويق من خلال دراسة عملية النوع الاجتماعي في تصميم واستهلاك غرف نوم الأطفال، فتعتقد سييراد بأن الفروق بين الجنسين في غرف نوم الأطفال قد تكثفت بدلا من تخفيفها، وهو أمر مثير للاهتمام نظرا للتطورات السياسية المتزامنة، والتي تعزز تكافؤ الفرص بين الجنسين، بالإضافة إلى كيفية تأثير الديكور في غرف النوم على تكوين الجنس من الطفولة وحتى سن الرشد، فتعزز تلك الدراسات الفروق بين الجنسين

---

<sup>1</sup> Daniel Thomas Cook-Lived Experiences of Public Consumption Encounters with Value in Marketplaces on Five Continents-PALGRAVE MACMILLAN- New York, N.Y- London- First published 2008-p93.98

في التوجهات العامة والذوق الاستهلاكي تحديداً، وتعطي أهمية لتلك الفروق الجنسانية في الاختيارات والممارسات الاستهلاكية.<sup>1</sup>

فالنوع الاجتماعي محرك مهم لعملية الاستهلاك في المنزل وخارجه، والمرأة والطفل حسب نتائج الدراسات السابقة ذكرها عنصران مستهدفان في العملية الاستهلاكية، ومتلقيان سلبيان يشاركون في انتشار النزعة الاستهلاكية والتواطؤ في المجتمع الاستهلاكي المتواطئ، فالمرأة قادت التحول نحو النزعة الاستهلاكية، وتغير النظام الاجتماعي وتقاليد الهيمنة في المجال المنزلي من الهيمنة الذكورية للذكر المسيطر، إلى الهيمنة الأمومية وتثبيت الأدوار التقليدية للذكر الذي كان عنصر مهم في عملية الإنتاج سابقاً، وحولت النساء فضاءات الاستهلاك إلى فضاءات للتمكين الاجتماعي، والوقوف على قدم المساواة مع الذكور من خلال اقتحام فضاءاتهم.

فالأطفال غالباً متلقون سلبيون للثقافة؛ وما زالوا في مرحلة الاستعداد للحياة، وهو الموقف الذي يخلق فجوة واسعة بين الأجيال، فيتحركون بنشاط ورغبة كبيرة خلال الحياة اليومية كمستهلكين، وبذلك يتجنبون قاعدة أن الاستهلاك للبالغين فقط، واختيار التركيز على الطريقة التي يتفاعل بها الأطفال والبالغين أثناء قيامهم بالعمليات الاستهلاكية، والتعاون والتفاعل أو الاختلاف والمعاني من خلال ممارسات الاستهلاك، والتفاوض والتوقعات.<sup>2</sup> فلا تُحدث تفاعلات بين البالغين والأطفال حول الاستهلاك في الولايات المتحدة مثلاً بعضاً من "السهولة الخالية من الاحتكاك"، تحت أقل من القيود المتصورة للتسلسل الهرمي للأجيال والرأسمالية المعاصرة، وتوقع أن تتحمل النساء مسؤولية العمل العاطفي وكذلك العمل المنزلي في الأسرة، كلها تجتمع للإجبار على التسوق في بعض الأماكن بدلاً من البعض الآخر في أوقات معينة دون سواها، التسوق من البقالة إلى جانب ممارسات الاستهلاك العادية الأخرى هي ساحات استهلاك حيث يمكننا

---

<sup>1</sup> EMMA CASEY- LYDIA MARTENS- Gender and Consumption Domestic Cultures and the Commercialization of Everyday Life- Ashgate- England- 2007-p08

<sup>2</sup> Daniel Thomas Cook -Lived Experiences of Public Consumption Encounters with Value in Marketplaces on Five Continents -ibid- p99-100



مشاهدة الأطفال والبالغين يتعاونون بنشاط، ويتفاوضون معهم ، أو يقاومون بعضهم البعض.<sup>1</sup> وهذا يعطينا فكرة عن انعكاس أدوار التنشئة الاجتماعية وعن اتجاه تلقين الهايتوس؛ من الأسرة للطفل فتتجه اتجاهها معاكسا أحيانا في عصر الاستهلاك، ويتلقن الكبير قيم استهلاكية من الصغير، وسيولة قيم الاستهلاك بين الأجيال وتغيرها دوما.

رغم التغير في القيم الاستهلاكية في عصر الحداثة وما بعد الحداثة وزيادة مساحات التمكين الاجتماعي للمرأة إلا أن جانيت وولف مثلا تعتقد في طرحها أن المرأة غائبة عن الأدب النقدي للحداثة، وعن أداء دور مهم في العملية الاستهلاكية؛ لأن تركيزها ينصب بشكل كبير على المجال العام، وشارع المدينة المزدهم، وتجربة الفلانوور (العاطل المتسكع)، وعالم السياسة والعمل وفي المجالات التي وفقا لها، تم استبعاد النساء منها، ومن هنا إهمالها من قبل منظري الحداثة، فيتزامن حبس المرأة المتزايد في المجال المنزلي خلال القرن التاسع عشر مع تطور نظام علم الاجتماع الجديد، الذي يُعنى بتصنيف وتفسير الظواهر المتغيرة للعالم العام الحديث، وتفهم المساهمات الأدبية أيضا الحداثة على أنها مرتبطة بشكل فريد بالمدينة. إن أنشطة وعمل المرأة حتى عندما لا تكون محصورة في المنزل، تكون غير مرئية إلى حد كبير في مجالها الخاص، إن أدب الحداثة يتجاهل المجال الخاص وإلى هذا الحد يظل صامتا عن موضوع "المجال الأساسي للمرأة"، على الرغم من أن وولف تقرباً أن النساء تم تزويدهن بمساحة عامة جديدة نتيجة لظهور المتجر متعدد الأقسام.<sup>2</sup> ورغم مقولات النسوية لكن لا يمكن الجزم والتأكيد بأن دور المرأة غير مهم في التغيرات الجديدة في مجال الاستهلاك وهي النوع المؤثر والاهم في حلقة العملية الاستهلاكية، إضافة للطفل الذي منحه مجالات الاستهلاك دور مهم في اتخاذ قرارات استهلاكية تخصه، وحتى تخص الأسرة ككل وعنصر مؤثر في القرارات العائلية وتوجيهها للنزعة للاستهلاك.

<sup>1</sup> Daniel Thomas Cook -Lived Experiences of Public Consumption Encounters with Value in Marketplaces on Five Continents -ibid- p106

<sup>2</sup> Pasi Falk and Colin Campbell -THE SHOPPING EXPERIENCE - SAGE Publications London · Thousand Oaks · New Delhi- London -First published 1997-p57

## 7-الاستهلاك في الجزائر والطبقة الوسطى الحضرية الجزائرية

صعود الاستهلاك الحديث في شمال الكرة الأرضية؛ وبشكل متزايد في جنوب الكرة الأرضية، بسبب نشر الثورة التجارية الحديثة المبكرة فكرة أن الأفراد يمكن أن ينخرطوا في التعبير عن الذات، والبحث عن المتعة، وتطوير هويات فريدة من خلال الاستهلاك. حيث جعلت التجارة والتصنيع والتحضّر على نطاق واسع السلع المصنّعة الحديثة متاحة لعامة السكان، وبدأت عملية ديمقراطية الاستهلاك التي استمرت في الشمال العالمي وإلى حد ما في الجنوب العالمي. وشهدت أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين تغييرات كبيرة في الإعلان العلامات التجارية والتسويق والتجزئة والائتمان، فبدأ الإعلان والتسويق كوسيلة لإبلاغ المستهلكين بوجود منتج أو شركة معينة، مع توسع تقنيات الاتصال والبحث عن المستهلكين، أصبح الإعلان والتسويق وسيلة أكثر تطوراً ونجاحاً لإقناع المستهلكين بشراء السلع أو الخدمات، استهدف المعلنون مجموعات المستهلكين بدقة متزايدة، واكتسب المصنعون معرفة أكبر بالأسواق المستهدفة، بدأت العلامة التجارية جنباً إلى جنب مع الإعلانات وتم تصميمها في البداية لضمانة العملاء بجودة منتجات شركة معينة. وبحلول نهاية الحرب العالمية الثانية أصبحت العلامات التجارية تتكامل أكثر مع الإعلان والتسويق وركزت "رسالة" العلامة التجارية بشكل أكبر على الحالات العاطفية التي يمكن للمعلنين ربطها بمنتج معين.<sup>1</sup>

لقد تمت دراسة توزيعات إنفاق العائلات الجزائرية من قبل الديوان الوطني للإحصائيات، بين فترتي 1967م و2000م وتحليل كيفية توزيع نفقات المستهلك الجزائري على مختلف السلع الاستهلاكية، بين سلع معمرة وسلع غير معمرة، فوجدت الدراسة أن أغلبية الدخل العائلي موجه لاستهلاك الضروريات منها مواد غذائية، فتراوحت قيم الانفاق بين 41.96% كحد أدنى و58.46% كأعلى نسبة، ما يعني أن نصف الدخل موجه للاستهلاك الغذائي، وتلاه الانفاق على الملابس والأحذية والأثاث، وتراجع السكن لآخر الأولويات بين المرتبة الرابعة والخامسة، ثم مخصصات للاستهلاك غير الدائم طويلة الأجل وهي تضم مثلاً: الصحة والنظافة والتجميل ونفقات المقاهي والفنادق والترفيه، وهذا يعطي قراءة عن ضعف وانخفاض مستوى

<sup>1</sup> Joel Stillerman-The Sociology of Consumption "A Global Approach"- Polity Press-Cambridge, UK-Malden, USA -First published in 2015 –p44

الدخل للمستهلك الجزائري، لتغطية كل النفقات بين الضروريات والكماليات مقارنة بالمستهلك في دول أخرى.<sup>1</sup>

ضعف مستويات الدخل لدى المستهلكين الحضريين والريفين الجزائريين منذ ما بعد الاستقلال جعل نسب البروليتاريا أكبر في كل المناطق، فقد كان الدخل هو المحدد الاقتصادي الأهم لنمط الاستهلاك، فعجز المستهلك عن مواكبة المجتمع الاستهلاكي العالمي رغم كونه يعتمد الاستيراد بدل التصدير، وتراوحت نسب الواردات بالضرورة في المواد الضرورية وليس الكمالية، وهذا لضعف القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري وقلة الدخل، رغم دخول النظام الاقتصادي الجزائري الوتيرة الاقتصادية العالمية بعد سقوط الاشتراكية والقيادة الأحادية للرأسمالية العالمية للأنظمة الاقتصادية العالمية للدول، وتدهور الأوضاع زاد بعد نزوح الريفيين نحو المدن بعد فترة العشرية السوداء، والتي كانت في بدايتها لأسباب أمنية ثم تحولت لطريقة ينتهجها الريفيون الباحثون عن لقمة العيش في المدينة، ولتحسين ظروفهم المعيشية عن السابقة، ما جعل الأرياف الجزائرية فارغة وتراجعت عن أداء دورها في تحقيق الاكتفاء الذاتي الغالب لفترات تاريخية سابقة، وتحول الريفي كمهاجر إلى المدينة من منتج في مجال الفلاحة والرعي، إلى مستهلك للخدمات الحضرية خاصة بعد فشل سياسة التصنيع في المدن الجزائرية، ودخلت المدن الجزائرية في نمط المدن العالمية المستهلكة.

في تحليل للبروليتاريا الحضرية في الدول النامية والمدن العربية أوضح محمد الجوهري أن العمال الصناعيين شأنهم شأن المثقفين ظاهرة حضرية، بل تقتصر في الغالب على المدن الكبرى دون سواها، وتنتمي الغالبية من هؤلاء العمال إلى أصول ريفية؛ حيث يتمكنون من خلال اقامتهم الحضرية تبني تصورات وأفكار عامة، ومحاولة التكيف مع متطلبات العمل الصناعي. وإذا ما حاولنا تحديد معالم البناء الطبقي الحضري في دول الشرق الأوسط، قد نجد صعوبات بتنوع معايير المكانات الاجتماعية، بحيث يصعب تحديد الخطوط الطبقيّة الأساسية، والاعتماد على الملكية والدخل غير كاف، إذ تتدخل الاعتبارات الدينية والأخلاقية والقبلية والثقافية في التكوينات الطبقيّة؛ لكن يمكن الاعتماد على المهنة كوسيلة لتحديد البناء الطبقي في

<sup>1</sup> بن عطية محمد-دراسة استهلاك العائلات الجزائرية ما بين 1969م و2005م-مذكرة مقدمة لنيل ماجستير تخصص

مدن الشرق الأوسط والعربية عموماً، بسبب أهمية المهنة فهي تعكس مستوى التعليم، وترتبط بالدخل، رغم أن المجتمعات الحضرية التقليدية في الشرق الأوسط كانت تنقسم إلى طبقتين: الأولى هي العليا التي تضم الحكام وكبار ملاك الأرض، والبرجوازية التجارية ورجال الدين الأثرياء، أما الثانية فكانت الدنيا التي تكاد تضم بقية سكان المدن.<sup>1</sup>

يمكن تقسيم الطبقة الوسطى في البلدان النامية عموماً وفي الجزائر تحديداً إلى نوعين: طبقة وسطى تقليدية وهي التي كانت قبل الفترة الكولونيالية، وطبقة وسطى جديدة بعد الكولونيالية تواجدت أساساً في المناطق الحضرية. يرى الباحث خالد بوهند في كتابه "النخب الجزائرية 1892-1942" أن الطبقة الوسطى التقليدية الموجودة قبل الاحتلال الفرنسي شملت برجوازية المدينة، من مجالات القضاء والدين والإفتاء، والإمامة إضافة للتجار والحرفيين، والاعيان كما لا ننسى الأشراف الأرستقراطية الريفية وهم الأجواد ونبلاء السيف والمرابطون، شيوخ الزوايا، الأغاوات، والمحاربون... أما بالنسبة للطبقة الوسطى الحضرية الجديدة فقد كانت غالباً نتاج المدرسة والتعليم الفرنسي، والتي استلمت النضال السياسي فيما بعد، وبسبب تضرر البرجوازية الحضرية التقليدية والتي وصلت لمصير قريب من الانقراض بسبب الهجرة إلى المشرق طوال القرن 19م، بعد الاحتلال واستمرت لبدايات القرن 20م إلى المغرب الأقصى وتعويضها بالبرجوازية الحضرية الأوروبية التي احتلت منازل الحضر العرب والأتراك وأحياءهم، فقد انخفض سكان حاضرة تلمسان مثلاً من 21 ألف نسمة من الحضر- المور والكراغلة منهم 3 آلاف نسمة أوروبيون؛ واستمروا في الانخفاض بسبب الهروب والهجرات، وافرغت المدينة من سكانها الحضر الأصليين؛ واستبدلهم وتدمير وتغيير وجه المدن الجزائرية بالطابع الحضري الفرنسي بدل الإسلامي، فتعرضت المدن للتحديث وفرض العصرية على الجزائريين، فانهار المنتج المحلي والعملية، وتعرض للكساد بسبب المنافسة للمنتج الأوروبي الحديث، وهذا ما أضرب بما تبقى من الحضر ومستواهم الاقتصادي والاجتماعي، كما تبرجت طبقات وافدة جديدة للمدن من

<sup>1</sup> د. السيد الحسني-المدينة دراسة في علم الاجتماع الحضري-دار المعارف-القاهرة-مصر-الكتاب 37-ط2-1981-ص:307

الأرياف، فتغير الوجه الأصلي للمدن وأفرغت من محتواها؛ وانهار طابعها العمراني الأصيل وتدهورت اقتصاديا واجتماعيا.<sup>1</sup>

أما الطبقة الوسطى في الجزائر بعد الاستقلال جاءت كملء للفراغ الذي خلفه المستوطنون الأوروبيون في المدن، وحاجة الدولة الجديدة إلى مسيرين وخبراء خلق فرص متزايدة بتشجيع التعليم حتى في الطبقات العمالية الأدنى، فكانت الدولة الحاضنة والراعية للطبقة الوسطى الحضرية الجديدة، ونمت في ظل القطاع العام، ما سمح بالحراك الاجتماعي وتحسين المستويات المعيشية للطبقات الأدنى لتصبح الطبقات الوسطى الجديدة، لكن تراجع الاشتراكية وأزمة ثمانينات القرن العشرين غير المسار لتشجيع القطاع الخاص أكثر والدخول في نظام اقتصاد السوق، ما أثار مخاوف بظهور طبقة رأسمالية جديدة، توسع الهوة بين الطبقات الاجتماعية، وتشجع على إبراز الفروق الاجتماعية وتحديدها بشكل أكثر صرامة، ما يجعل النسيج الاجتماعي يهتز ويتغير، وتغير القيم من الإنتاج إلى الاستهلاك نقطة تحول مرت عليها كل المجتمعات الرأسمالية في الحداثة وما بعد الحداثة، ما جعل الطبقة الوسطى التي نمت في ظل رعاية القطاع العام تتراجع وبدأت فعلا بالتراجع، وما هو معروف أنه كلما زادت نسبة هذه الطبقة كان المجتمع أكثر ميلا للاستقرار، وهي مؤشر على مستوى التقدم والتنمية في المجتمعات، لأنها تخفض نسب التصادمات بين الطبقات السفلى والعليا، وتُفضل التمييز وإظهار الفروقات الطبقيّة والالتزام بتلك الحدود. تعتبر الطبقات الوسطى الحضرية في دول العالم الفئات المستهلكة، والتي تشجع على تكوين ثقافة استهلاكية لتمييز نفسها وتعزيز مكانتها الاجتماعية، والتعبير عن هويتها من خلال استهلاك كل ما هو عصري ومختلف وغالبا غربي، فالنخبة دائما قلقون بشأن وضعهم الاجتماعي، لذا يتبنون العديد من الممارسات الاجتماعية للسماح لأقرانهم بالتعرف عليهم، ويُعرف دور حاجة المستهلكين إلى التفرد في مجال الاستهلاك على أنه "سمة السعي وراء التمييز بالنسبة للآخرين، من خلال اقتناء السلع الاستهلاكية؛ والتصرف فيها بغرض تطوير وتعزيز الصورة الذاتية للفرد والصورة الاجتماعية".

<sup>1</sup> خالد بوهند-النخب الجزائرية: 1892-1942-المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات-قطر-ط1-2020.

يعتقد أن الأثرياء الجدد في العالم لهم ثقافة تمييزية، فقد يبدوون في السفر إلى الخارج للتعرف على الأنماط الغربية، لذلك يفضلون الانتقال إلى هذه المجتمعات ذات الطابع الأجنبي لإظهار ثروتهم وقوتهم للحصول على المكانة، أما ذوي الوضع الأقل امتيازاً يسعون أيضاً لشراء الكماليات بسبب الحسد، وأيضاً لمحاولة التكيف مع أنماط الحياة في المدن الأكثر حضرية، في المقابل يركز الأثرياء الجدد المنخفضي رأس المال الثقافي على العلامات التجارية الشهيرة ويتبعون الذوق العام، يختارون العناصر ذات العلامات التجارية المعلن عنها في وسائل الإعلام، ويتابعون المنتجات الفاخرة ذات الشعارات الملحوظة، فهم يخافون من التخلف عن الثقافة الجماهيرية، لذا يفضلون شراء وارتداء الملابس العصرية، لكن تطبق الطبقة المتوسطة العليا حساسية جمالية رسمية على منتجاتهم الاستهلاكية، وذوق رفيع في اختياراتهم وغير مبتذل.<sup>1</sup>

### خلاصة

تحوي طقوس وممارسات الاستهلاك خمسة تأكيدات، أولاً: أن زيادة الاستهلاك يعني فقدان الاصالة، ثانياً: فعل الاستهلاك هو فعل حر الاختيار، ثالثاً: علاقة الاستهلاك والإنتاج متناقضة كون الاستهلاك في جوهره أكثر سطحية، رابعاً: شهد الاستهلاك الجماعي ارتفاعاً في الرغبات غير المنطقية التي حلت محل قيم سابقة أكثر نفعية وعقلانية في الثقافة المادية. خامساً: أن الزيادة في الاستهلاك يجب أن تتعارض مع المشاركة في الإنتاج، تكمن الفكرة في أن البشرية في فترة سابقة عاشت في علاقة وطيدة مع العالم من حولها، لكنها ابتعدت الآن.

---

<sup>1</sup> Weiwei Zhang-opcit.

## الفصل الثالث: المدينة فضاء عمومي للاستهلاك الحضري

تمهيد

- 1-ممارسات أساليب الحياة الحضرية والثقافة الاستهلاكية الحضرية
- 2-العلاقة التاريخية بين تطور التجارة وتشجيع أساليب الاستهلاك الحضري
- 3-الهندسة الحضرية الرأس مالية لفضاءات واماكن الاستهلاك في المدن
- 4-الموضة والتسوق تجارب للاستهلاك وقضاء وقت الفراغ
- 5الاصالة الحضرية والتحسين الحضري لفضاءات الاستهلاك في المدينة
- 6-العولمة والنزعة الاستهلاكية في العوالم الثلاث
- 7-المدينة العالمية والقيم الاستهلاكية الحضرية للمجتمع الاستهلاكي المتواطئ

خلاصة

## الفصل الثالث: المدينة فضاء عمومي للاستهلاك الحضري

### تمهيد

تساعدنا دراسة الاستهلاك والمدينة على فهم عالم الحداثة من كل نواحي الحياة؛ المتعلقة بالسياسة، الحكم، إعادة الهيكلة الاقتصادية، التوظيف، نوع المساحات والأماكن التي تطورت في مدننا، والتغيرات في المجال اليومي للحياة الاجتماعية والثقافية، ويتيح ذلك تصور ووصف التغيرات الحضرية، وترسيخها في المعارف التي تشكلها جميعا، وتشاركها في حياة المدن بطرق فريدة، فيقف الاستهلاك عند تقاطع عدة مجالات مختلفة من الحياة اليومية. ودراسة الاستهلاك والمدن يساعدنا في فهم نوع المساحات والأماكن والفضاءات التي نشأت في مدن الحداثة، والتغيرات الاجتماعية للحياة الاجتماعية والثقافية، بما فيها أماكن قضاء وقت الفراغ؟ أين وكيف نزين منازلنا؟ وأين وماذا نأكل؟ وأين نذهب في العطلة؟ وأين ومتى نقوم بالتسوق؟ وكيف وماذا نلبس؟ وكيف نزين ملابسنا؟ فيتيح تصور ووصف التغيرات الحضرية، فالاستهلاك محرك للتغيير الاقتصادي والاجتماعي، ومكون نشط في بناء الفضاء والمكان؛ ودوره مهم وحيوي في بناء الهويات واغاط الحياة الحضرية.

### 1- ممارسات أساليب الحياة الحضرية والثقافة الاستهلاكية الحضرية

شهد سكان الحضرة ثورة استهلاكية على مستويات متعددة، فيما يتعلق بالمستوى المادي للمعيشة، فقد أدى النمو الاقتصادي المستدام؛ إلى زيادة الإنفاق بشكل كبير على مشتريات المستهلكين الاختيارية، واستهلك سكان المدن بحماس المواد الغذائية ذات العلامات التجارية العالمية، ومقاطع الفيديو الموسيقية والأزياء، كما أصبح توزيع الدخل غير متكافئ أكثر، لذلك يؤكد بعض العلماء على المعايير الإقصائية والاستغلالية السلبية للثقافة الاستهلاكية الجديدة؛ التي لا تُرى إلا أكثر من خدعة للرأسمالية؛ أو علامة على كل ما هو سلبى حول حياة المدينة ما بعد الاشتراكية، وعلى مدار عقد التسعينيات من القرن الماضي، شهد سكان الحضرة ثورة استهلاكية على مستويات متعددة، وضاعف النمو الاقتصادي الكلي الدخل



الحقيقي وزادت جميع الأسر من مستوياتها المعيشية تقريبا بشكل كبير، وزادت مشتريات المستهلكين التقديرية.

أصبحت الكماليات السابقة مثل الثلاجات، أجهزة التلفزيون الملونة، والغسالات من الضروريات المنزلية؛ وبحلول نهاية القرن ولدت الإعلانات عن الهواتف المحمولة، العطلات الخارجية والسيارات العائلية، فزادت إيرادات وسائل الإعلام المملوكة للدولة، وقدمت النخبة السياسية بحماس نموذج تنمية ليبرالية جديدة، حُدد فيها الاستهلاك الشخصي كمحرك أساسي للنمو الاقتصادي، واختيار المستهلك الفردي باعتباره حافزا لمزيد من الكفاءة والابتكار؛ وكسوق استهلاكي جديد مهم للقرن الحادي والعشرين.<sup>1</sup> والثقافة الرفيعة ظهرت لسبب واحد هو احباط الرغبات، "فيتم تحديد رقعة انتمائك بمدى قابليتك للاستهلاك كما يوضح باومان في مناقشته للمستهلك المعيب أو غير الكامل، حيث يوضح أن الفقر في عالم المنتجين والموظفين والعمال و الفقر في مجتمع المستهلكين مختلف إلى حد كبير حيث الحياة ومشاريعها مبنية حول خيارات المستهلكين بالأمن والعمل والمهارات المهنية والحرف والمهن، والسؤال المطروح يتمركز حول كم يستطيع الفرد ان يستكشف من الحرية من خلال مجال الاستهلاك حيث مفاهيم المواطنة وتركيزها متأصل على الحقوق والواجبات التي يمكن حسب Wood و Isin أن توفر حقلًا موازنا لقراءة مفرطة التبسيط للاستهلاك كحرية".<sup>2</sup>

إن انتشار الاكل في المطاعم مثلاله أثر على جوانب أخرى من العادات الغذائية؛ فتناول وجبة رئيسية بعيدا عن المنزل على أساس عرضي، أصبح الآن جزءا من تجربة الغالبية العظمى من الناس، فهو جزء من اتجاه طويل الأجل نحو المطالبة بالمساواة، لأن تناول وجبات متقنة في الخارج كان يقتصر في الغالب على الطبقة الوسطى الحضرية، وكان نشاطا ذكوريا أكثر حتى الخمسينيات من القرن الماضي. زادت نسبة إنفاق الأسرة على الغذاء المخصص للطعام الذي يتم تناوله بعيدا عن المنزل بشكل متزايد منذ عام 1960م،

<sup>1</sup> Deborah Davis- Urban Consumer Culture- the China Quarterly, 2005-pp692-709-p692

<sup>2</sup> Steven Miles-Spaces for Consumption PLEASURE AND PLACELESSNESS IN THE POST-INDUSTRIAL CITY- First published 2010-SAGE Publications-London-UK-p15-20

كنسبة من جميع نفقات الأسرة، على الرغم من الزيادة الكبيرة في الدخل الحقيقي، مما يشير إلى أن تناول الطعام في الأماكن التجارية قد يستمر في الحصول على حصة قليلا من إجمالي الاستهلاك. وهو بالفعل نشاط ترفيهي مهم للغاية وقد يتم دمجها بشكل روتيني أكثر كنزهات لأغراض ترفيهية، في حين أنه قد يكون هناك مساحة أكبر للوجبات التي يتم تناولها لأسباب تتعلق بالراحة، بدلا من تلك المرتبطة بالمناسبات الخاصة حيث يتم الاحتفال بالطعام والرفقة؛ وهو المعنى الحالي لهذه الممارسة بالنسبة لسكان المدن، ربما كان للمطعم تأثير محدود على عادات استهلاك الأكل أو العلاقات الاجتماعية أثناء استهلاك الطعام، لكن انتشار المطاعم في المدن كان في سياق التحولات الثقافية العالمية الأوسع.<sup>1</sup>

إن السيطرة على المدينة ومحاولات ذلك من قبل البرجوازية الحضرية هي السمة الأساسية لتطور مدينة الحدائق وبعد الحدائق، وأدى ذلك لطرد الطبقة العاملة إلى مناطق مهمشة من المدينة، وإبعادهم عن أماكن الاستهلاك الخاصة بهم؛ لكن بقيت بعض المجالات الاستهلاكية مثل الكرنفالات؛ مكان تداخل وتقاطع حيث يهرب أفراد الطبقة العاملة من أتعاب الكدح والعمل الشاق، حيث كانت في البداية مناسبة لا طبقه يتمتع بها الجميع، لكن التوترات الطبقيّة أصبحت أكثر بروزا تدريجيا، وقامت موجه رفض برجوازية لها ومن الأفضل التخلص منها حسبهم؛ فهي مساحة للجريمة والنشل والتجاوزات الأخلاقية للعمال والفقراء، وظهر حقد على الحرفيين والعمال الكادحين منذ القرن الثامن عشر، ولم يحدث انفصال تام عن تلك الأحداث من قبل البرجوازية عن ثقافته عامة الناس، بعد القرن الثامن عشر بسبب جاذبية المدينة العصرية انقسم النبلاء كتقليديين متسامحين، وبرجوازية حضرية رافضة لكل ما هو شعبي وفوضوي وعام، وهو أمر غير متعلق بمدينة غربية أو غير غربية، فالمدن العالمية أصبحت فضاءات عمومية لاستعراض أساليب الحياة من خلال مجالات الاستهلاك، والثقافة الاستهلاكية الحضرية التي كانت سمة مميزة للطبقات الوسطى الحضرية العالمية.

---

<sup>1</sup> Alan Warde and Lydia Martens -Eating out Social Differentiation, Consumption and Pleasure -THE PRESS SYNDICATE OF THE UNIVERSITY OF CAMBRIDGE- First published in printed format 2000-p225

## 2-العلاقة التاريخية بين تطور التجارة وتشجيع أساليب الاستهلاك الحضري

لقد تسلل الرأسماليون عبر فضاءات الاستهلاك الحضرية وباعوا أساليب الحياة الحضرية، عبر نوافذ العرض في المحلات والمراكز التجارية والأسواق، وكانوا يبيعون رموز المكانة الاجتماعية من خلال الموضة، ومدى مواكبتها للنخب الحضرية، فتنافست تلك النخب على اقتناء آخر الصيحات في كل مجالات الاستهلاك، واستفاد التجار والرأسماليون من فكرة بيع أسلوب الحياة وكرسوا آليات لبقاء النخب وفيه للأساليب الاستهلاكية العصرية بشتى الوسائل الإعلامية والترويجية، فزادت رساميلهم وأرباحهم، وتواصل نهب الجيوب وتعظيم الواردات الاستهلاكية، فكانت التجارة في المدن ثغرة استغلوها لبيع منتجاتهم المادية والثقافية

وركز تاريخ الاستهلاك كمجال على صنع الهوية الاجتماعية للمستهلكين ورغباتهم، كأفراد أو كجزء من المجتمعات التي يتم تحديدها عادة حسب الجنس أو الطبقة أو العرق، كما أن التاريخ الحضري يعترف بأن التغيرات في سلوك المستهلك كانت مهمة مثل تغيير أنماط الإنتاج في تحديد التطور الحضري، ويقدم تحليلاً أكثر تعقيداً للتغير الحضري، بالنسبة للولايات المتحدة في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية وفر الاهتمام بالاستهلاك طريقة لتصوير العلاقة المتطورة بين المدن وضواحيها، سواء كيف تطورت الضواحي أو تطور المدن في الاستجابة للتغيرات في محيط الضواحي.<sup>1</sup> وفي العقود الأولى من القرن التاسع عشر أصبحت المقارنة بين شوارع التسوق في باريس ولندن عنصراً أساسياً في حسابات السفر الإنجليزية والفرنسية، في عام 1810م امتدح الكاتب الفرنسي بروجود "عظمة" وروعة متاجر لندن باعتبارها "إحدى السمات الخاصة" للعاصمة البريطانية، وأعجب المسافرون الإنجليز بشدة بالأروقة والبضائع الرائعة في القصر الملكي، كما أشاد المسافرون بالتبادل المتزايد لابتكارات البيع بالتجزئة الحديثة بين العاصمتين. "وظهرت تقنيات البيع بالتجزئة الحديثة وثقافة المستهلك الحديثة؛ فظلت القضية الأساسية لتوسيع علم التأريخ حول تجارة التجزئة والتسوق في أوروبا الغربية. واعتقد معظم المؤرخين بأن ما يسمى بـ "ثورة البيع بالتجزئة"، وخاصة

<sup>1</sup> LIZABETH COHEN- IS THERE AN URBAN HISTORY OF CONSUMPTION. - JOURNAL OF URBAN HISTORY, Vol. 29 No. 2, December 2003 87-106 DOI: 10.1177/0096144202238869-p87,105

ظهور المتجر متعدد الأقسام منذ عام 1850م، كان لحظة "الانطلاق" النهائية لتجارة التجزئة الحديثة والمجتمع الاستهلاكي، مثل الأسعار الثابتة، ونوافذ المتاجر المزينة ببذخ، وممارسة التسوق من أجل المتعة قد تم تطويرها بالفعل في القرن الثامن عشر، وفي بعض الحالات قبل ذلك بكثير".<sup>1</sup>

في عام 1881م ظهرت إبل تحمل أكشاك إعلانية في غراند بوليفارد في باريس، واجتذبت حشودا من سكان المدينة الذين أخذوا في التزايد، لكن الشرطة منعت بيع وتكاثرتلك الأبل في جميع أنحاء مدن فرنسا، واحتج دينيس تابين في صحيفة Le Clairon على ذلك كون تلك كانت أحد أكثر الاختراعات إثارة للاهتمام في عصرنا، وربط ذلك بالحملة العسكرية الكارثية على الجزائر، وكون الجمل رمز لإفريقيا وهو ما أخرج السلطات، وهي دعاية غير مرغوب فيها في شارع مهم في باريس، يزوره مشاهير من العالم ويعطي صورة مهمة للشوارع الباريسية، وأهمية الحفاظ على الحشود وتنظيم المرور والترفيه فيها لعكس صورة المدينة العالمية الحديثة، في الفترة 1820م إلى 1848م شهدت ثورة مواقع الاستهلاك الحضري والبيع بالتجزئة وتقنيات البيع، تطور المناطق الأساسية الحضرية للتسوق والسياحة والترفيه، وتم توسيع مجال الاستهلاك الحضري بشكل جماعي لكل من الرجال والنساء، وشكل انتاج طبقات تمثيلات استهلاك أكدت على التسوق كنشاط راقى للترفيه الحضري، وتم تعديل مفاهيم الثقافة الشعبية والثقافة الرفيعة والتي حددت توجهات الموضة، وحشدت القيم وأنماط الحياة مما زاد من تعقيد تعريفاتها والحدود بينها، وتطورت طرق الدعاية والبيع لمصانع العطور والملابس، والمتاجر المتخصصة والمعاني الثقافية المرتبطة بهذه المواد الاستهلاكية، مع حلول عام 1840م أصبحت مدينة باريس عاصمة الترفيه والموضة وعاصمة الحداثة.<sup>2</sup> أدت إعادة تعريف الفضاء الحضري إلى تفضيل الرؤية والاستهلاك، ورافقها انتشار موسع للتمثيلات المرئية والنصية للاستهلاك كنشاط حضري ضروري، ومهد للطبقات الوسطى والعليا ظهور مجال حضري جديد للاستهلاك. على الرغم من أن

<sup>1</sup> Jan Hein Furnée, and Clé Lesger -The Landscape of Consumption Shopping Streets and Cultures in Western Europe, 1600-1900 -PALGRAVE MACMILLAN- New York-USA- First published 2014-p01

<sup>2</sup> H. Hazel Hahn -Scenes of Parisian Modernity Culture and Consumption in the Nineteenth Century - PALGRAVE MACMILLAN - United States- First published in 2009-p01,08

تصوير أنماط الحياة كان موجها إلى حد كبير للطبقة الوسطى الحضرية، فإن "La Maison Aubert" و "magasins de nouveautés" مثلا كانت تستهدف "جميع الطبقات" التي كانت شائعة في فرنسا، ثم إن تأثير المستهلكين المعتمدين على الطبقة والجنس وغيره؛ قد أثروا بقوة على مسار تطور الثقافة الاستهلاكية مع الرأي القائل بأن تطور الحداثة التجارية الحضرية شكّل تعايشا مع التنمية الصناعية والاقتصادية بدلا من أن يكون ناتجا عنها.<sup>1</sup>

ولتوفير درجة من السياق التاريخي من المهم تسليط الضوء على الظروف التي بموجها ظهرت مراكز التسوق كأحد المحاور الأساسية للبيئة الحضرية، ولا يمكن فهم الفضاءات الاستهلاكية دون فهم أوسع للتطور التاريخي للاستهلاك، فقد كان هناك نقاش واسع حول ما إذا كان الاستهلاك تأثيره على المجتمع ظاهرة مدنية أو ظاهرة تاريخية طويلة الأمد، يشير Braudel إلى أن ظهور الاستهلاك غير مقيد بالحداثة ولا بعملية التصنيع؛ التي قد طورت علاقات التبادل بأسلوب رفيع وراقي ومتطور حتى قبل التصنيع، على هيئة الأسواق الفرنسية في القرن السابع عشر والتي شكلت نقطة محورية لتطوير المراكز الحضرية، وهو ما يوضح الطريقة التي تنوعت جذورها في التجارة بالنسبة للنزعة الاستهلاكية الحداثية. إن أعمال والتر بنجامين عن "الأروقة" مهمة لتبرير ذلك مثلما ذهب بترسون فإن بنجامين عند دراسته للأروقة في باريس وصَفَهَا بأنها متاجر صغيرة على نوافذ زجاجية، وشوارع مغطاة بالزجاج للحماية من العناصر الخارجية كالمطر والرياح والثلج، وهدف الأروقة حديثة فقد قدمت للمستهلك المدينة على أصولها، عالم حيث كل شيء فيه متاح ويمكن الوصول إليه؛ ومثلما أشار باك موريس للأروقة بأنها عالم حيث فيها المرأة من الطبقة الوسطى تستطيع التعامل مع الأبعاد الرمزية للنزعة الاستهلاكية، وبذلك فإن فضاءات الاستهلاك تقدم للمستهلك موقعا للأحلام الفردية والجماعية، حيث حتى مشهد الفضاء نفسه يمكن استهلاكه، إضافة للأفكار هناك نقاط مهمة في مناقشة قضية تطور التسوق وهي "département store"، تطور المتاجر المتعددة الأقسام في القرن 19م؛ حيث بالنسبة لكوريغان هدف الأخيرة أنها مظهر من مظاهر إضفاء الطابع الرسمي

<sup>1</sup> H. Hazel Hahn –ibid -p15,42

للاستهلاك، حيث الأسعار تصبح ثابتة و الدخول مجاني، و فيها لا أحد مجبر على شراء شيء، كما جعلت هذه المتاجر المستهلك أكثر سلبية من السابق، وهو مجبر على قبول الأسعار المعروضة، "ويشير كوريجان إلى أن هذه المتاجر سمحت للمتسوقين بالتواجد في حالة تشبه الحلم، والمستهلك فيها مفتون بالأدوات والأشياء الجذابة المحيطة به، وكان هذا إضفاء للطابع الديموقراطي على الرفاهية، وتطور المتاجر للمخازن متعددة الأقسام، وبتطوير البنية التحتية للنقل بالتغيرات في تخطيط المدن في القرن 19م، مما جعل الأمر سهلاً لنقل البضائع والمستهلكين على حد سواء في جميع انحاء المدينة".<sup>1</sup>

"لم يعيش إميل دوركهايم طويلاً بما يكفي لرؤية وصول السوبرماركت في فرنسا، كما أنه لن يشهد توسعها في بيع المواد الغذائية بالتجزئة؛ المسمى السوق الضخمة ذات الخدمة الذاتية. وبعد استيعاب إملات برناردو تروجيلو، معلم الأعمال في ولاية أوهايو والمعروف باسم "بابا التجارة الحديثة"، صمم مطورو كارفور مؤسسة لبيع المواد الغذائية بالتجزئة غير مسبوقه من حيث الحجم والأسلوب: 2500 متر مربع، بحجم 450 مكاناً لوقوف السيارات، وعدد كبير من انواع المواد الاستهلاكية (الملابس، والأجهزة المنزلية، والبزيرين منخفض التكلفة) ووسائل الراحة (كافيتريا، ومخبز، وعمال التنظيف) حيث لم يتم تجميعها بنفس الطريقة تماماً في أي مكان آخر، لقد عرضوا ملاهي وألعاب السيرك التي استضافتها شخصيات تلفزيونية، مثال مبكر على المشهد الجماهيري الذي سيصبح في النهاية سمة مميزة لما بعد الحداثة".<sup>2</sup> فأصبح الترويج للفن، الطعام، الموسيقى، الأزياء والرقص عبر "نافذة المتجر" الحضرية، وتحدد الصور الاستهلاك اللافت للنظر للمدينة على أنها مكان ممتع للعيش والعمل، واعترافاً بالتعدد الطبقي والعرق في مدينة ما بعد الحداثة، ويتم تحويل تقاليد الطبقة العاملة والاحتفالات العرقية إلى سلعة في سرديات الترويج للمكان، حيث تتغاضى عن الاختلاف في حدود المعقول، وفي اقتصاد ما بعد الصناعة أصبح التأطير الرمزي للثقافة

<sup>1</sup> Steven Miles- Spaces for Consumption PLEASURE AND PLACELESSNESS IN THE POST-INDUSTRIAL CITY-  
opcit-p101

<sup>2</sup> - David J. Alworth -Supermarket Sociology -New Literary History. Volume 41. Number 2. Spring 2010. pp.  
301-327-p301

أداة قوية؛ حيث يتشابك رأس المال والثقافة، قدم المُنظّر الحضري والتر بنجامين صورا مؤثرة للممرات الباريسية النموذجية، مع العديد من المتاجر والنوافذ التي تعرض سلعا فاخرة، ووصف بنجامين هذه المقاطع بأنها "مناظر طبيعية للاستهلاك"<sup>1</sup>.

إن نافذة المتجر التي تتشكل بالإعلان، يؤر ممارسات المستهلك الحضري، هي أيضا مواقع "العملية الاجتماعية"، تلك الاتصالات وتبادل القيم التي من خلالها المجتمع بأكمله يتجانس من خلال التثاقف اليومي المستمر لمنطق الموضة الصامت؛ والمذهل في المدينة، تلك المساحة المحددة التي هي نافذة خلف شفافية زجاجها، على المسافة والوضع المعتم للسلعة أيضا موقع علاقة اجتماعية معينة، يتم تقديم الأشياء والمنتجات في مشهد مهيب، وهذا التبادل الرمزي الصامت بين الشيء المعروض والنظرة، هو بوضوح دعوة للتبادل الحقيقي داخل المحل، والاتصال الذي يتم إنشاؤه على نافذة المتجر ليس بين الأفراد والأشياء بقدر ما هو اتصال بين جميع الأفراد، ليس من خلال التأمل في نفس الأشياء؛ ولكن من خلال القراءة والتعرف على نفس نظام العلامات؛ ونفس رمز القيم الهرمي، إنه التثاقف الذي يتم في كل لحظة وفي كل مكان في الشوارع، على اللوحات الإعلانية ولافتات النيون، وهكذا تغلبت نوافذ المتاجر على إيقاع العملية الاجتماعية للقيمة؛ فهي اختبار مستمر للتكيف مع المحيط، فالمتاجر الكبيرة هي نوع من ذروة هذه العملية الحضرية، ومختبر إيجابي وأرض اختبار اجتماعي، "حيث كما كتب دوركهايم في الأشكال الأولية للحياة الدينية، تعزز الجماعة تماسكها"<sup>2</sup>.

فكانت المتاجر تاريخيا هي المروج لأساليب الحياة الحضرية المرغوبة والرائجة، ودراسة تلك الأساليب الحياتية ينبأ عن مدى التمايز الطبقي في المدينة، واستبعاد طبقة على حساب أخرى، فمن خلال دراسة أساليب الحياة التي تهتم بالروتينات التي المكررة يوميا، والرتابة والأمور المسلم بها والأنشطة الاستهلاكية

---

<sup>1</sup> Daniel Thomas Cook and J. Michael Ryan -Consumer Culture, History of -PAOLO MAGAUDDA- The Wiley Blackwell Encyclopedia of Consumption and Consumer Studies, First Edition. Edited by 2015 John Wiley & Sons, Ltd. Published 2015 by John Wiley & Sons, Ltd- DOI: 10.1002/9781118989463.wbeccs055-p04

<sup>2</sup> Jean Baudrillard- the Consumer Society- "Myths and Structures-Sage- London- England, 1998-p167.

الحضرية حسب الذوق والمكانة، فهناك مجموعة كاملة من الأنشطة الاستهلاكية التي تتم في مساحات وأماكن مختلفة داخل المدينة، وتساهم في بناء أنماط الحياة الحضرية والهويات وأشكال التواصل الاجتماعي، والاستهلاك الروتيني والمتكرر؛ مثل الولاء للعملية التجارية والطريقة التي يتم بها التصرف في فضاءات الطعام، فأشكال الاستهلاك هي أنماط السلوك المعتادة والمتكررة وليست اختيارات واعية للناس، وتظهر ممارسات الاستهلاك أنها مركزية في أكثر الأنشطة اليومية العادية، لكن في ظل هيمنة ثقافة الاستهلاك يمكن للأفراد استخدام ممارسات الاستهلاك لبناء هوياتهم، والتفاوض وتجربة العالم من حولهم بطريقة إبداعية.

### 3-الهندسة الرأس مالية لفضاءات وأماكن الاستهلاك في المدن

في خريف عام 1932م كانت شيكاغو في خضم أسوأ أزمة اقتصادية في التاريخ الأمريكي: ما يقرب من واحد من كل أربعة بالغين قابلين للتوظيف كان بلا عمل، وكانت خطوط الخبز ممدودة، وحذر مسؤولو المدينة من احتمال اندلاع أعمال شغب. يبدو أن اقتصاد المدينة وثقافتها السياسية، وهياكلها الاجتماعية الأساسية مهياة للتغيير بشكل كبير، ولم يكن أحد يعرف ما هي الاختلافات التي ستأخذها هذه التغييرات، بينما أغلقت العديد من الشركات أبوابها للأبد في السنوات الأولى من الكساد، اتخذت شركة "National Tea Company" إحدى أقدم وأكبر شركات البقالة في شيكاغو مسارا مختلفا: حيث أعادت تصميم 250 من متاجرها بشكل كبير، ووصف روبرت راسموسن عضو مجلس إدارة الشركة، الثلاجات الجديدة اللامعة، والإضاءة الحديثة، والتصنيفات الرائعة من اللحوم، المنتجات، السلع المعلبة، الأطعمة المعلبة، والسلع الأساسية وقال إن "متاجر الأطعمة الفائقة" الجديدة هي "جنة ربة المنزل"، جاء ادعاء راسموسن لدعم الأفكار حول محلات البقالة، النساء والمجتمع الاستهلاكي، فأصبحت رؤية ما تريده النساء مهما لشركة الشاي الوطنية، ولتجارب النساء في تسوق للطعام، وفي البيع بالتجزئة بشكل عام، اعتمدت المتاجر الكبيرة الموحدة التي سيطرت على مشهد البيع بالتجزئة؛ بعد الحرب العالمية الثانية على تحول هائل في الطرق التي سعت بها النساء لإطعام أسرهن، خلال معظم القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، بحلول أواخر



الستينيات للقرن الماضي أصبحت المتسوقة في السوبر ماركت رمزا للانفصال السياسي المزعج، وعدم الرضا الذي تغذيه حياة الطبقة الوسطى.<sup>1</sup> فيثيرستيفن مايلز نقطة مهمة وهي أنه على العالم المتقدم التعامل على المدى الطويل مع عملية تخفيض التصنيع، في عالم حيث المدن تكافح لبناء هوية (رغم أنه غالبا ينكر كثقافة) أصبح غير مقاوم بالنسبة لصانعي السياسات، المطورين الاقتصاديين والمخططين، وعملية الابداع تخلق لتتزوج مع عالم السوق؛ لذلك فكل مجهود لتكون فردا يمكن حله فقط لو جزئيا من خلال عالم السوق والتجارة، لم تعد المدينة مجرد تعبير عن من نحن ومن نكون؛ بل لا أكثر ولا أقل من أماكن تلاقي خبرات الاستهلاك، تجارب وخبرات تربطنا وتقيدنا تماما بالأولويات الرأسمالية التي تدعم معايير مجتمعنا ، وكما يقول غرايك الفضاءات والأماكن أين يتم الاستهلاك هي مهمة بقدر المنتج والخدمات المستهلكة، يحدث الاستهلاك داخلها ومنتظم فيها، والهدف من انشاء فضاءات للاستهلاك مرتبطة بالخدمات والاستهلاك النظري، والمنتجات الثقافية مجالات دوران رأسمال الثقافي تفعل ضمن نطاق اعدادات التمويل، وما نتعامل معه الآن هو ما سمته شارون زوكين: "التضمين المكاني" (فضاءات لمجالات الاستهلاك)، حيث الرأسمالي الثقافي فقط رمزي في الطبيعة؛ بل يلعب دورا ماديا مهما، حيث يخلق قيمة اقتصادية في حد ذاته.

والاستهلاك ضمن حدود النظام العالمي هو دائما استهلاك هوية، محدودة بين تعريف الذات ومجموعة الاحتمالات المقدمة من السوق الرأسمالية، والمقولة القديمة "أنت ما تأكل" هو توصيف مبتذل وشعبي لوجهة النظر الإنسانية، وبالنسبة للأكل هو فعل توصيف ذاتي كما هو كل الاستهلاك، ويتم تقويض الأصالة من خلال التثبيث. ومنذ عدة سنوات كانت هناك إعادة تصور لمعلومات الإنتاج وخصوصا الاستهلاك، واعتبارها أكثر من مجرد جوانب مادية للعيش باتباع خط من الحجج والأسباب؛ والتي تبدأ بادراك أن السلع هي لبنات بناء عوالم الحياة ويمكن فهمها بشكل أكبر، إنها مكونات للذات وعوالم

---

<sup>1</sup> Tracey deutsch- Building a Housewife's paradise "Gender, Politics, and American Grocery Stores"- the University of North Carolina Press- 2010- USA-p01

اجتماعية، ومنه فإن ممارسة الهوية تشمل ممارسة الاستهلاك وحتى الإنتاج.<sup>1</sup> وتصبح فكرة أن المدن والمساحات الموجودة داخلها تقوم على استهلاكها ولاسيما بصريا، أماكن تاريخية ومباني فنية وبيئية، بمرور الوقت يمكن أن تستنفذ عن طريق استخدامها، بذلك أصبحت حياة المدينة موجهة بشكل متزايد نحو الاستهلاك، وبالتالي فإن الطريقة التي تترجم وتلائم بها -أي نستهلكها- للمساحات الحضرية ترتبط بتجربتنا في الحياة اليومية ومفاهيم القيمة والاستخدام والمعنى. وتبني الرأسمالية الاستهلاكية بشكل غير متساوي، وقدرتنا على الانخراط في المجتمع الاستهلاكي، فالمدينة الحداثية تتميز بالصراع والانقسام الاجتماعي والمكاني والاستهلاك المظهري، وبالتالي يتم تهميش عدد كبير من الناس واستبعادهم من المدينة؛ لأنهم غير قادرين على المشاركة في الثقافة الاستهلاكية بالطريقة وبالقدر الذي يرغبون فيه، ومع ذلك فإن هناك فكرة سائدة بأن المدينة يمكن أن توفر فرص غير محدودة للمستهلكين من الطبقات الوسطى، وبالتالي فرض الرقابة الحضرية الاجتماعية عبر دينامية ثقافة المستهلك الحضري رغم أنه قد تكون مبالغ فيها، وهناك مزيج متنوع من الفئات الاجتماعية الشاغلة ماديا ورمزيا، وتنتج المعنى وتخلق الانتماء في المساحات والأماكن، فالاستهلاك في الرأسمالية العالمية عنصرا أساسيا في هيكله التفاوض في الحياة اليومية الحضرية. "فمثلا لندن اكتسبت دور مذهل كموقع للرأسمالية الجديدة، وكمترربول فيه فضاء استهلاكي ونمو متسارع للأسواق الاستهلاكية، ما زاد من قيم العقارات والايجازات، وكانت التطورات مادية ورمزية في ان واحد، وإذا كان رأس المال قاد الى تراكم الثروة؛ فهو أيضا مصدر للحرمان الاجتماعي لفئات اجتماعية حضرية أخرى، فأصبحت المدينة موقعا لأعمال الشغب والتشرد في الشوارع وانهيار التصنيع، والفقر وانعدام الأمن والجمود، فشكلت هذه التصورات المتناقضة للحياة الحضرية جزء من تجربة العديد من المهنيين؛ الذين نظموا التحولات في الاستهلاك".<sup>2</sup> بعد الصراع الطبقي الحضري؛ كانت هناك سلسلة من المناقشات حول الطبيعة الجندرية

---

<sup>1</sup> Mike Featherstone-Global Culture Nationalism, Globalization and Modernity- Sage Publications- London-UK-1<sup>st</sup>1990-p314,327

<sup>2</sup> Frank Mort-Culture of Consumption "Masculinities and social space in late twentieth-century Britain" -1<sup>st</sup> Rutledge-London and New York-1996-p149

للفضاء العام الحضري والتمكين الاجتماعي للنوع، حرية التجول في الشارع والانغماس في الزحام، كما لاحظت هيلاري رادنر في مداخلتها "تجوال في المدينة"، حيث أصبح مشهد الشارع صورة جديدة قوية للأنوثة الحضرية، فتستمد تمثيلات المرأة العصرية التي ظهرت في مجالات الموضة مجموعة معينة من صور المدينة، التي تنطوي على اختلاط ثقافي بين الناس والعلامات، وحياة الشوارع المثيرة والمزدحمة والمتنوعة، فتم التعامل مع المدينة كموقع للتمثيل أو التنكر والتواصل الاجتماعي، وهو موضوع نجده أساسيا في تصور ريتشارد سينيت للفضاء العمومي الحضري، واعتماد المدينة فضاء للتمكين الجندري والاجتماعي. ومع انتشار المتاجر الكبرى والمتعددة الأقسام، تحول فضاء المتجر والاستهلاك فيه محل للتمكين الاجتماعي، وتلاشي الفروق الجنسية بين الرجل والمرأة، ومن خلال توظيف النساء وفرت تلك المتاجر الكبيرة الأموال وزادت الأرباح، ورغم تدني الأجور وفرص التقدم الضئيلة؛ إلا أن النساء تقدمن بالآلاف للعمل، بعدما كان يُعتقد أن المرأة تنتمي للمنزل، وبحلول الحربين العالميتين كان أكثر من نصف إجمالي القوى العاملة في المتاجر المتعددة الأقسام في كندا مثلا من الإناث، وطورن عادات مكان العمل الخاصة بهن، وحاولن تحسين ظروف عملهن وأجورهن؛ من خلال تكوين نقابات لجعل أصحاب العمل أكثر عرضة للمساءلة.<sup>1</sup>

إن سياسات الرأسمالية في الهندسة الحضرية لفضاءات الاستهلاك ساهم في التمكين الاجتماعي الجندري للنوع الاجتماعي؛ لكن بالمقابل توسيع الفوارق الطبقية، وزيادة تراكم رأس المال للطبقة العليا، وتهميش الطبقات الدنيا فأصبحت مراكز المدن الكبرى أوكار للبرجوازية الذواقة، والراغبة في التمييز والاختلاف عن الأدنى منها في سلم الترتيب الاجتماعي، وتكثيف قيم رهبة المكان والفضاء الاستهلاكي الفخم في استبعاد الطبقات الفقيرة والعمالية، وتعميم تلك السياسات عبر الشركات متعددة الجنسيات والعبارة للقارات، بالأخص ذات الصيغة الاستهلاكية المتبنية للماركة العالمية، فصارت مراكز المدن أماكن استبعاد وطلب للتجانس الطبقي، باستبعاد فقرائها تحديدا بعد سياسات التحسين الرأسمالي لمعظم مراكز المدن الكبرى.

<sup>1</sup> Donica Belisle -Retail Nation Departement Stores and the Making of Modern Canada -UBC Press -Canada-Vancouver-Toronto-2011-p159

#### 4-الموضة والتسوق تجارب للاستهلاك وقضاء وقت الفراغ

لقد انتشرت إعدادات المستهلك في جغرافية الوجود لعدة قرون، وأدى ظهور نمط الإنتاج الرأسمالي إلى تكثيف كمية هذه الإعدادات، حيث بدأ نصف القرن الماضي متفجرا بشكل خاص من حيث إنشاء طرق جديدة لجذب المستهلكين وأموالهم، وشهد القرن الماضي ظهور "كاتدرائيات الاستهلاك" كما يسميها ريتزر؛ وهي بيئات مذهلة ذات طابع مميز، للتسوق والترفيه، اجتذبت الجماهير والمستهلكين من النخب بشكل جماعي.

أما في الآونة الأخيرة ظهرت ما تسميه الباحثة شارون زوكين "المناظر الطبيعية للاستهلاك؛ وهي المواقع التي تشمل كاتدرائيتين أو أكثر للاستهلاك تسمح بالناس وتشجعهم بل وتجبرهم على الاستهلاك، فممارسات الترفيه والتسوق أنتجت وأعدت إنتاج مساحة للمستهلكين، في حين أنها تشكلت بنفسها من خلال تلك المساحات".<sup>1</sup> وإذا تم التقاط صورة كاتدرائية الاستهلاك بشكل أفضل من خلال صورة مركز الضواحي أو خط الرحلات البحرية أو المطعم ذي الطابع الخاص، فإن أفضل طريقة لالتقاط مشهد الاستهلاك هي صورة شارع لاس فيغاس مثلا بنيفادا، وهي مجموعة من إعدادات المستهلك التي تعمل لتوليد طاقة المكان التي لا يمكن اختزالها في مكان واحد، حسب زوكين "فإننا نشهد الآن ظهور مناظر طبيعية للاستهلاك مخصصة في المقام الأول لأهداف الاستهلاك، هذه هي الأماكن الأولى التي يستهلك فيها الناس السلع والعلامات التجارية وأنماط الحياة والهويات، ثانيا فقط الأماكن التي يعمل فيها الناس ويعيشون فيها كمقيمين على الرغم من ارتباطها الحتمي بالعمل لإنتاج الاستهلاك، لا تجتذب الناس كأماكن للعمل (أو "الإنتاج") بل كأماكن للاستهلاك".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> -Jon Stobart, Andrew Hann and Victoria Morgan-Spaces of Consumption Leisure and shopping in the English town, c.1680–1830 - Routledge- in Great Britain by The Cromwell Press, - First published 2007-p189

<sup>2</sup> S. Ratneshwar and David Glen Mick-Inside Consumption Consumer motives, goals, and desires- Routledge- published in the Taylor & Francis e-Library - New York- USA- First published 2005-p292. 295

لقد بحثت دراسات مختلفة في كيفية تأثير الاستهلاك الفني في حياة سكان المدن والزوار على حد سواء، في زوج من الكتب عن الحياة الليلية الحضرية، اكتشف ديفيد جرازيان الطرق التي يستهلك بها الناس المدينة من خلال الخروج إلى النوادي وأماكن السهر الليلية، يوضح أنه بالنسبة للعديد من المستمعين، تعد الموسيقى بُعداً حاسماً في تجربة شيكاغو مثلاً حيث يعتقد بأن البلوز يُنظر إليه على أنه جزء من التجربة "الأصيلة" لشيكاغو، ونوع من الوجوه الأساسية المحلية لثقافة المدينة، نظراً لأن المرء قد يذهب إلى نيو أورلينز للاستمتاع بـ Dixieland و jambalaya، أو البحث عن الشواء و R & B في ممفيس، فيُنظر إلى موسيقى البلوز على أنها وسيلة مهمة يمكن من خلالها تجربة شيكاغو، على قدم المساواة مع رحلة إلى واجهة البحيرة أو تناول البيتزا، وتبيع المدينة موسيقى البلوز للمقيمين والسياح على حد سواء، كما ترعى حكومة المدينة عروض موسيقى البلوز في مركز شيكاغو الثقافي، وتستضيف مهرجاناً سنوياً كبيراً في Grant Park، بل وتقدم جولة حافلة تعتمد على موسيقى الجاز والبلوز؛ من بين عروضها لجولات الجوار المحلية.<sup>1</sup> فقد سعى المخططون الحضريون لإدخال الفضاءات الاستهلاكية في كل تصاميمهم؛ ووضعوا السياسات في المدينة لتشجيع الدخول في عقلية الاستهلاك فيها هو كل شيء، والعبء الملقى على الاستهلاك كعنصر مهم قد يأخذ من المدن ميزاتٍها ويجعلها لا تختلف عن بعضها البعض، وبالتالي توفر مساحات الاستهلاك وسيلة أساسية لإعادة التأكيد على رؤية خاصة حول ما يدور حول مجتمعنا، لكن إذا كانت هذه الرؤية غير قابلة لتحقيق إطلاقاً، فالمخاطر على بيئتنا الحضرية كبيرة وحقيقية، نتعطش لأنواع الهروب التي خلقت الاستهلاك لمنحها، وتذوقنا معنى الحرية التي منحها الاستهلاك مع علمنا أنه لا يمكن أن يفي بوعده، فمدينة الإنتاج هي مدينة الماضي ومدينة الاستهلاك هي مدينة الطموح؛ مدينة الحاضر والمستقبل.

وبالنسبة للكثير من تجربتنا في المدينة تعرف من خلال التسوق، وكما لاحظت زوكين أننا نختبر السوق كحرية، ونشعر أن التسوق يقدم نطاقاً من خلالها يمكننا اختبار وتجربة الاختيار، وإرضاء الذات، وبالنسبة لزوكين التسوق هو العائق الطبقي الجديد؛ في جهة هو يوفر الحرية مع الآخر، وفي الجهة الثانية التسوق

<sup>1</sup> DAVID A. KARP, -GREGORY P. STONE, WILLIAM C. YOELS, AND NICHOLAS P. DEMPSEY- Being Urban A Sociology of City Life - RRAEGER-California- USA -Third Edition2015-p263

يستهلك حياتنا ويجلب لنا أقل رضا. المزيد من السلع للبيع لكننا أبدا لا نجد ما نريد (ليس ما نحتاج) بالضبط، فالتسوق هو تجربة ثقافية عميقة والتي هي على المستوى الفردي تبدو إبداعية، حول كل حاشية أو ركن في المدينة؛ هناك وعد آخر لم يتم الوفاء به بالسعادة والرضا، "فالتسوق هو كيف نلبي حاجتنا الملحة كالاقتصادية والاختلاط، لنشعر أننا جزء من الحياة العامة". "إن خيارات التسوق تظل متأثرة بقوة بعوامل تشمل الدخل، العمر، الطبقة والجنس، ومساحات البيع تنطوي على تفاعل معقد بين الأشخاص والأماكن والسلع، حيث يملك المستهلكون مشاعر ممزوجة بالرغبة والاشمئزاز أحيانا، ويكُونون تجارب عاطفية للتسوق. وهناك اختلافات كبيرة بين المجموعات الاجتماعية والاقتصادية مثل: ملكية السيارة، الوضع الوظيفي، العمر وحجم الأسرة لكن ليس العرق، ونوع المواقع التي يترددون عليها ونوعية المشاعر اتجاه تلك الأماكن والتجارب التي خاضوها في التسوق فيها، بين الإيجابية والسلبية على أساس تجارب التسوق السابقة".<sup>1</sup>

"ويُنظر إلى الدافع الرئيسي لعمليات إعادة الهيكلة الحضرية الحالية للاستهلاك؛ على أنه صعود الطبقة الوسطى الجديدة، وعادة ما تسكن المساحات الحضرية الجديدة للعمل الطبقات الوسطى الجديدة التي تشتري "حسا أنيقا مبنيا على إحساس بالدراية العملية حول خصوصيات السلع الموضعية". فارتداء العلامة التجارية وتفسيرها يعتمد بدرجة أقل على الفروق التقليدية القائمة على رأس المال الاقتصادي للمستهلكين والمكانة الطبقيّة، وبدلا من ذلك على أشكال مختلفة من الكفاءة والانقسامات الطبقيّة، ثقافات التذوق هذه نفسها مجزأة ومقسمة حسب الفئات العمرية والطبقيّة المختلفة، ولكنها تعتمد على معرفة معينة حول ما هو موجود وما هو غير موجود، كما أنها تشكل مجموعات من الذوق، ولا تتمحور حول الموضة فحسب بل تشمل الموسيقى والرقص والنوادي".<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> - Peter Williams-Nigel Berkeley-Phil Hubbard-& David Clark-Consumption, exclusion and emotion: the social geographies of shopping-Social & Cultural Geography-Routledge Taylor & Francis Group Vol. 2, No. 2, 2001-pp203/220-p204.217

<sup>2</sup> Louise Crewe and Jonathan Beaverstock- Fashioning the City: Cultures of Consumption in Contemporary Urban Spaces - Vol. 29, No. 3, pp. 287-308, 1998, p291,301

قد تقدم مناطق مثل مراكز التسوق؛ تجربة استهلاك خالية من المتاعب وأمنة ونظيفة، ولكن يمكن القول إنها تقدم أيضا سلعا قياسية، تم إنتاجها في ظروف عمل مروعة، وأدت إلى تآكل قدرات بائع تجزئة صغير مستقل، ويتم تكرارها في جميع أنحاء العالم؛ وفيما يتعلق بالاستهلاك فإن إحدى الطرق التي يتجلى من خلالها التحسين ماديا؛ هي من خلال ظهور متاجر ومحلات المصممين الحضرية، التي تبيع سلعا باهظة الثمن، ثم إن إدراج منافذ البيع بالتجزئة هذه على أفق المدينة؛ يستبعد على الفور نسبة كبيرة من سكان الحضر، لأن ذوي الدخل المحدود لا يستطيعون التسوق هناك، وبهذه الطريقة تستبعد الطبقات العاملة خارج هذه المناطق.<sup>1</sup> أما عن قضاء وقت الفراغ، يمثل نشاط الاستهلاك للنخبة الحضرية ما يقوم به المستهلكون في أوقات فراغهم كنوع من الترفيه، والسلع والخدمات المستهلكة الموجهة لذات الغرض، ويعتبر ذلك معيارا من معايير قياس الثراء، واستعمال جزء كبير من الأجر للاستهلاك الترفيهي، ووجود حرية الاختيار التام والاستقلالية فيما يستهلكونه، مقارنة بذوي الدخل المحدود والخيارات المحدودة في عوالم الاستهلاك.<sup>2</sup> وقضاء وقت الفراغ في التسوق سمة محبذة لدى النساء في المدينة، فقد أصبح دور المرأة هو شراء السلع بالنسبة للمجال المنزلي، فقد تمت تنشأة النساء (ولا سيما من الطبقات الوسطى) كمشتريات أساسيات لسلع المنزل والأسرة، واكتسبت النزعة الاستهلاكية احتراما جديدا من خلال عملية تدجين للبرجوازية والنخبة الحضرية، فكلمة Bourg التي تعني المدينة أصبحت تسمية السكان الحضر في المدن الأوروبية في العصور الوسطى وهي أصل كلمة برجوازية، وكانوا أساسا مكونين من أغنياء المدينة ممن لديهم حرف وصنائع مثل الخَبز، النجارة، الحدادة، وبعض الصناعات الأخرى، والبقالة والتجارة بالإضافة لما سبق؛ مهمة في تحديد أصالة سكان المدينة وانتمائهم للبرجوازية الحضرية، والمالكين لمعظم رؤوس الأموال والمحلات

---

<sup>1</sup>Joanne Massey- Public consumption : à private enterprise La consommation publique : une entreprise privée ? Belgeo Revue belge de géographie - Date of publication: 31 March 2003 pp63-78p -03.04

- National Committee of Geography of Belgium, Société Royale Belge de Géographie- URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/15305>- DOI : 10.4000/belgeo.15305-p04

<sup>2</sup> Paul Ransome-Work, Consumption and Culture Affluence and Social Change in the Twenty-first Century- SAGE Publications-London-UK-1<sup>st</sup> 2005-p183

في المدن، بينما يشتغل لديهم الفقراء من الطبقة العاملة الكادحة، ثم في عهد الصناعة أصبحت تلك البرجوازية المالكة للمعامل والمصانع بأنواعها، وكبرت مكانتها الاجتماعية موازاة مع الطبقة الحاكمة، وطبقة رجال الدين والسياسة، وشكلوا النخبة الحضرية، ثم ظهرت بعدها طبقة وسطى متسلقة جديدة من ذوي الياقات والمتعلمين، والتي نافست الطبقات العليا وحاولت محاكاة أساليب حياتهم، في الاستهلاك في شتى مجالات الحياة اليومية، من لباس وأكل واختيار أماكن الارتياح خارج المنزل.<sup>1</sup>

أما بالنسبة لموضوع الأكل خارجا كممارسة استهلاكية لقضاء وقت الفراغ، فقد أصبحت رموزا للحياة الحضرية، هناك من يرى الأكل خارجا بأنه أصبح مقياسا ثقافيا، وانتشار أماكن تناول الطعام في المدينة أحد أكثر السمات المرئية والمثيرة للاهتمام في العمران المعاصر، فالأسرة وغرف الشاي، الوجبات السريعة، ومطاعم المأكولات الراقية والطعام في جميع أنحاء العالم، فضلا عن التخصصات الغذائية المحلية ومطاعم الذواقة، الباعة المتجولين والمقاهي بأنواعها؛ ليست سوى عدد قليل من معالم الطعام التي يمكن العثور عليها في المدن، وأصبحت عوامل الجذب هذه أكثر من مجرد أماكن لتناول الطعام، بالتالي من الواضح أن تناول الطعام بالخارج هو وعاء للعديد من الممارسات، الأعراف، القواعد الاجتماعية والثقافية، التي هي جزء من تجربة الطعام في المطعم، فالمطاعم من أكثر الأماكن الحضرية في المدن انتشارا، والالتزام بالتفرد والأزياء الراقية في أماكن تناول الطعام العصرية؛ وانتشار الثقافات الغذائية العالمية هو جزء من مشروع تمييز الطبقة الوسطى.

الأهم هنا هو أنه في كل من هذه المجالات المتميزة والمترابطة، تُحدث الثقافة الاستهلاكية الحديثة المتأخرة تغييرا كبيرا، يمكن رؤية هذه التحولات سواء كانت ظاهرة أو خفية، إذا نجحنا في التحقيق في تأثير النزعة الاستهلاكية على كل من الطبيعة المادية والبنوية للفضاء الحضري، وأيضا على مستوى المشاعر الشخصية الفردية والأنماط الخفية للسلوك والأشكال الجديدة والمتميزة من الذاتية، التي يعجلها ويولدها

---

<sup>1</sup> Juliana Mansvelt-Geographies of Consumption- SAGE Publications- London -New Delhi- London-UK- First published 2005-p34



المجتمع الاستهلاكي؛ فيجب أن نتناول أولاً مسألة كيف يمكن تصور المدينة، أو بشكل أكثر دقة "التجربة الحضرية" بشكل فعال، فكل مدينة لها طابعها الخاص وشعورها وأجوائها الخاصة، فبعضها أنيق، وبعضها قبيح، بعضها مخيف، وبعضها عادي، بعضها مخطط ومُشعب بإيديولوجيات مفروضة، في حين أن البعض الآخر أكثر عضوية ويدين بتكوينه المكاني للتضاريس الطبيعية، ومع ذلك فإن الجميع بغض النظر عن الإيديولوجيا السياسية أو الخصائص الوطنية والثقافية، لديهم شيء واحد مشترك على الأقل: من الاصطدام الثقافي الناجم عن أي تركيز كبير للناس والصناعة ورأس المال، ينشأ اجتماع للمشاعر والانطباعات والعواطف التي بشكل جماعي تشكل التجربة الحضرية.<sup>1</sup>

### 5-الاصالة الحضرية والتحسين الحضري لفضاءات الاستهلاك في المدينة

تكمن أهمية أذواق المستهلكين في تجربة حضرية "أصيلة"، سواء كانت هذه الأذواق شهية فعليا للطعام العرقي "الحقيقي والأصيل"، أو تلبية للجوع للتماهي مع التاريخ، وليس من قبيل المصادفة أن الكثير من التمدن العالمي المهيمن مرتبط بالاستهلاك، فقد ساعدت ثقافة الاستهلاك العديد من الرجال والنساء على تحقيق سلامهم مع المدينة للأفضل أو الأسوأ، وقامت بتهدئة المساحات في المدينة لإعدادهم للنمو. "فهناك ديناميكية مماثلة تتمثل في بناء مدينة مشتركة، وإعادة تحويل القرية الحضرية إلى سلعة استهلاكية، في شنغهاي وطوكيو ولندن ونيويورك والعديد من المدن الأخرى حول العالم".<sup>2</sup>

زوكين ترى أن الصراع على الأصالة تنطوي على آليتي الهيمنة وممارسات المقاومة، وهي فئة من الأحكام الجمالية التي يتحكم فيها القاطنون للمدينة، من خلال تعزيز قصص النمو السائدة ونشأة المدينة، والفاعلون في السلطة يرسمون رغبة الناس في البحث عن الأصالة؛ من خلال إنتاج فضاء رمزي للسلوكات الحضرية المقبولة، وقد تصل إلى المطالبة بحق الأصالة في المدينة؛ بسبب الإقامة الطويلة والاستخدام

<sup>1</sup> Keith Hayward-CITY LIMITS: CRIME CONSUMERISM AND THE URBAN EXPERIENCE -Cavendish Publishing-First published in Great Britain 2004-p01

<sup>2</sup> SHARON ZUKIN- Changing Landscapes of Power: Opulence and the Urge for Authenticity-. International Journal of Urban and Regional Research- Volume 33- June 2009 -pp543-532p551

والعادة، ويحدث ذلك لمنع مزيد من الزحف، وافساد للفضاء الأصلي، وتخفيف التوتر بين المجموعات النازحة والأصلية.<sup>1</sup>

"كما تندد زوكين بخطورة التحسين على القضاء وتدمير الأماكن الحضرية الأصلية، وتتساءل عن إمكانية وجود وقوانين تسمح بإنشاء ضوابط استخدام الفضاء؛ التي تسمح للهياكل القديمة والجديدة بالوقوف معاً لمدينة أصيلة، ومناقشة مسألة أشكال الملكية الممكنة والبديلة؛ كي لا نجازف بتدمير الأماكن الحضرية الأصلية، التي لا تزال قائمة. وهناك علاقة بين المدينة وظهور الفئات المهمشة اجتماعياً باعتبار توجه زوكين ماركسية، ترى أن المدينة محور إعادة إنتاج الرأسمالية كغيرها من الماركسيين، وعدم المساواة الطبقيّة وفقاً للنقد الماركسي؛ ولا يمكن اعتبار الملامح الرئيسية للتجربة الحضرية نتائج لعوامل أيكولوجية؛ مثل حجم المدينة كما طرح منظرو مدرسه شيكاغو؛ ولكنها كانت تعبيرات ثقافية بأسلوب الإنتاج الرأسمالي، حيث تسعى الطبقات العليا بنشاط للسيطرة على بيئاتها؛ وعزل نفسها عن الآخر الحضري".<sup>2</sup>

يؤدي التحسين إلى إعادة تعريف ثقافي محدد للمنطقة، والذي يعتبر أنماط الاستهلاك ورأس المال الثقافي ونمط الحياة كمبادرين للتحسين،<sup>3</sup> فتلعب مساحات الاستهلاك دوراً مهماً في التحسين؛ وتحول النسيج الحضري والاجتماعي للمدن إلى مواقع تراكم رأس المال بعد انتشار التحضر بالصيغة النيوليبرالية (الرأسمالية الجديدة)، والمشاركة في أسلوب الحياة الحضرية يوضح كمية الاستهلاك للسلع المادية والثقافية بشكل جلي. والاهتمام بأساليب الحياة أدى إلى ظهور وتنامي فضاءات استهلاك جديدة واضحة وجلية، مثل مطاعم المأكولات الجديدة وفنون الطهي والمعارض الفنية والمقاهي العصرية، وانتشار هذه الفضاءات

---

<sup>1</sup> Zukin Sharon- changing landscapes of power: opulence and The Urge for Authenticity- International Journal of Urban and Regional Research -pp543, 553-

And -Sharon Zukin - consuming Authenticity from outposts of difference to means of exclusion – cultural studies-2008 – p724, 748

<sup>2</sup> Deborah Stevenson –opcit-p7,8

<sup>3</sup> CAMILLA PERRONE-GABRIELE MANELLA-LORENZO TRIPODI-Emerlad-EVERYDAY LIFE IN THE SEGMENTED CITY -United Kingdom – North America – Japan -India – Malaysia – China-July 2010 in Florence-vol11-p225

الاستهلاكية واختراقها للأحياء الهامشية والفقيرة بشكل أكثر بكثير من مواقع تداول رأس المال، وأصبحت فضاءات للاستهلاك الثقافي، حيث تلعب دور ضمن الاستراتيجيات العولمية للتنافس الحضري، حيث تعمل هذه الفضاءات مثل المقاهي كمكونات في الاقتصاد الثقافي؛ فهي أماكن حيث يتم استهلاك المحتوى الرمزي للطعام والشراب في وقت واحد، والتواصل في الأماكن العامة، حيث الاستهلاك والتواصل في الفضاءات العمومية معا.

إن التحسين الحضري والتحويل وفق الديالكتيكية أو الجدلية؛ هو الطريقة التي يتم فيها انتاج الفضاء من خلال العلاقات الاجتماعية والمساهمة في تشكيلها، وغالبا انتقال مطاعم ومقاهي راقية يساهم في تغيير مكانية السكان في تلك الاحياء المتدهورة، حيث تعمل ميكانيزمات التحسين على تشجيع الابداع والاستهلاك الثقافي، وتسليع الثقافة والفقير، والمطاعم الأصيلة الراقية للمساهمة في السياحة والترويج لها محليا وعالميا. وفي السياق الحالي فضاءات الاستهلاك هي استراتيجية جد مهمة لقيادة وتوجيه التجديد الحضري وإنتاج رأس المال، وهذه المطاعم والمقاهي العصرية تشجع كما يفترض بها أن تجلب انتباه واهتمام الطبقة المبدعة والخلاقة، القطاع العمالي المبدع لقيادة التطور الاقتصادي للمدن ما بعد الصناعية، وفي نفس الوقت الأصالة تم تسليعها حيث انتقلت فضاءات استهلاكية جديدة إلى أحياء تاريخية للطبقات العمالية، أو أحياء الاثنيات والعرقيات في المدينة؛ كما تسميها شارون زوكين: "التدجين بالكابتشينو".

"تعتمد آليات ومناهج التحسين كثيرا على الافتراضات الضمنية حول طبيعة ممارسات الاستهلاك الحضرية، ربما يكون أمرا لا مفر منه في الوقت الحاضر في غياب نظرية استهلاك مقبولة، والتي يبدو أن تطويرها سيعتمد على تفسير لعملية التمايز الاجتماعي في ممارسات الاستهلاك، حاليا تعد معظم المناهج نسخة فرعية من نهج الإنتاج، مع التركيز على الوضع الطبقي للمُحَسِّنِينَ، ورؤية نمط الحياة الذي تطوره هذه الفئات باعتباره تعبيرا واعيا ونشطا عن هويتهم الطبقيّة".<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> A. Wardo -Gentrification as consumption: issues of class and gender-Environment and Planning D: Society and Spnco, 1991, votumo 9, pngoa 223-232-p:225

لم تعد المدينة كما تقول زوكين أماكن ديموقراطية؛ يتم فيها احتضان الجميع والتسامح معهم، بل أصبحت مراكز للتجارة والاستهلاك، يتحمل تكاليفها الطبقات الأعلى والوسطى، ويتوافقون مع قواعد الطبقة في مظهرها وسلوكها، وتصميم المدينة كمركز تجاري ومساحة للاستهلاك، يجمع الناس معا من خلال نقاط وفضاءات استهلاكية في كل الزوايا، ونقاط التقاطع، الممرات الطرق والمطاعم، ومراكز التسوق العمومية.<sup>1</sup>

يعتقد ويلسون وكيل أن الفقراء هم الطبقة المبدعة الحضرية الحقيقية، والذين يضطرون لخلق وابداع استراتيجيات للبقاء والمنافسة في المناطق الحضرية المكلفة، وللبقاء على قيد الحياة وملاأ الوظائف المنخفضة الأجور، والتي غالبا ما تكون في قطاع الخدمات، مما يسمح ببناء اقتصاد المدن التنافسية على مجموعة من العمال الضعفاء والمستغلين بسهولة، ويعتقدان أن تثقيف هذه الطبقة الإبداعية وتجديد إبداعها يتطلب أن تبقي السياسة العامة الفقراء غارقين في الفقر، وتُدار هذه الطبقة مكانيا ويتحكم فيها، وهذا اتجاه مشؤوم في الخطاب والممارسة في مجال السياسة الحضرية العامة؛ وخاصة عند النظر إلى تحويل الفقر إلى سلعة في المدن، ويجب أن يستمر في وجود الفقراء في تلك المناطق وعدم ازاحتهم إلى الهامش، واستغلال ابداعهم في السياسة الحضرية، واللقاء بين الزائر والسائح مع الساكن الأصلي ومنهم الفقراء القاطنين لتلك المناطق، والذين يستغلون في تلك المجالات؛ حيث يمكن تحويل تناول الطعام مثلا إلى لقاء مع السكان الأصليين، الذين يشتركون في مساحات الاستهلاك، ويتم توظيفهم كعمال في انتاج وتقديم الطعام داخل هذه المساحات من الاستهلاك، "الفقير يمكن التحكم فيه واستخدامه كمنتج ثقافي؛ ويمكن تسليعه للإشهار بشكل من أشكال سياحة الفقير، والتحكم في التحسين وتوجيهه بسبب خطر تشريد وانقراض الفقراء من تلك الاحياء"<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Michael Sorkin and Sharon Zukin- After the World Trade Center rethinking New York city- Routledge Taylor & Francis Group – New York\* London- 1<sup>st</sup>2002-p164

<sup>2</sup> Katherine Burnett –commodifying poverty gentrification and consumption in Vancouver's Downtown Eastside- urban Geography- Routledge Taylor& Francis group- vol 35- n02-2014-pp157-176-p 165

عندما تكون الكثافة السكانية أكبر، والمتاجر والفضاءات الاستهلاكية المتاحة أكبر، يصل المزيد من المحلات وتفتح سلسلة متاجر، مما يزيد الإيجارات فوق المستوى الذي يمكن للعديد من الرواد تحمله، ولا يمكن فصل هذه الديناميكيات الاجتماعية عن القضايا المعقدة للطبقة الاجتماعية؛ ورأس المال الثقافي والعرق، والتحديات التي تشكلها كل من الهوية وتكوين المجتمع. تميل البوتيكات والمحلات في الأحياء المحسنة إلى دعم مصالح السكان الأكثر ثراء؛ وفي ظل الظروف الحالية للعملة، فإنها توفر قاعدة مادية لأنواع جديدة من الكوزموبوليتية التي تتجاهل التعبيرات القديمة عن التجانس العرقي والتناقض مع الأشكال الثقافية، بما في ذلك فضاءات الاستهلاك، التي تجسد الهويات منخفضة المكانة. كما أنها تشير إلى المطورين من القطاع الخاص والوكالات الحكومية أن الهي جاهز لاستثمارات أكبر وإعادة تطوير أكبر؛ هذه المخاطرة بتعطيل الحياة الاجتماعية المحلية قد تزيد نفور وتشرذم السكان على المدى الطويل، كل هذه الأسباب تجعل من الضروري تغيير السياسة العامة التي تفضل في حماية المتاجر المحلية طويلة الأجل، مع تعزيز نمو مجموعات البيع بالتجزئة الجديدة، على الرغم من أن الإيجارات هي التي تحدد من يعيش في الحي، وليس السلع والخدمات الاستهلاكية، فإن الحق في المدينة والأصالة يمر عبر الحق في التسوق هناك.<sup>1</sup>

قد يبدو في البداية أن الاستهلاك ليس عدسة جديدة التي من خلالها نرى التغيرات في المشهد الحضري (النظرية المادية للمدن)، لكن للتذكير بعمق مصطلح الإنتاج؛ وكيف اخترق اللغة والتصور للتاريخ الحضري؟ ونتحدث عن المدينة قبل الصناعية ثم المدينة الصناعية، ثم مدن الشركات ومدينة الخدمات والمدينة بعد الصناعية... الخ، أصبحت سبب وجود التحسين الحضري السريع؛ بعض الأحياء الفقيرة كسلعة ومجال من مجالات خيارات وتوجهات المستهلك الحضري لتذوق الجديد والأصيل في تلك الأحياء، رغم أنها مهمشة وفقيرة، وانتشرت فيها سياحة الفقر كما تسميها كاترين بيرن، وبمساعدة من مواقع السوشل ميديا والتقارير عن الانترنت وحتى في الخطاب المستخدم في مقالات الجرائد، أصبحت من أحياء القاطنين الحضريين ذوي الدخل المنخفضة إلى أحياء يتجلى فيها أعقد أشكال التحسين، وهذا الاتجاه نحو سياحة وتسليع الفقر،

---

<sup>1</sup> Sharon Zukin- New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City - CITY & COMMUNITY- 1 March 2009- pp47،64-p62

وتحسين وضعيئة المهمشين والفقراء، الذين ينزحون بسبب غلاء المعيشة والتنمية الحضريئة لأحيائهم، والقضاء على الفقر والجريمة فيها، وتشجيع السياحة العالمية نحو تلك الأحياء المحسنة.<sup>1</sup> فأحد أهم أهداف التحسين والتنمية الحضريئة ؛ تحسين وتخطيط المساحات الثقافية، وتحسين المستوى الثقافي للسكان الحضري أي تحسين رأس مالهم الثقافي.<sup>2</sup> فتمثل المطاعم مثلاً روح المدن والمناطق والمجموعات العرقية، فقد جعلت ماكدونالدز مثلاً جميع المتاجر التابعة لها علامة تجارية متطابقة في جميع مدن العالم، وجعلت المدن عالمية وموحدة في نمطها الاستهلاكي، وساهمت في تقويض الثقافات الأصيلة في المدن.<sup>3</sup>

## 6- العولمة والنزعة الاستهلاكية في العوالم الثلاث

إن الحاجة إلى أسواق دائمة التمدد، وقادرة على استيعاب المنتجات؛ تطارد البرجوازية على المستوى العالمي، فقد اسبغت البرجوازية على الإنتاج والاستهلاك في كل بلد، عبر استغلالها للسوق العالمية (شخصية كوزموبوليتانية)، وبدلاً من الحاجات القديمة التي كانت تجد في كل بلد ما يشبعها، فنجد رغبات جديدة، يتطلب اشباعها الحصول على منتوجات أراض ومناخات. "إن الأسعار الرخيصة هي ما تقصف بها الأمركة أسوار الصين وتجبر الأمم على الاختيار بين الانقراض وتبني نمط الإنتاج البرجوازي، ويفرض عليهم أن يكونوا هم أنفسهم برجوازيين".<sup>4</sup> ويُعتَقَد بأن "النزعة الذاتية الاستهلاكية" المميزة قد نشأت في القرن الماضي مع ظهور المجتمع الاستهلاكي.<sup>5</sup> فالتجربة الاستهلاكية متأصلة جداً في أنماط الحياة المعاصرة، بحيث يمكن

<sup>1</sup> Lizbeth Cohen-Is There an Urban History of Consumption?- JOURNAL OF URBAN HISTORY, Sage Publications- Vol. 29 No. 2, December 2003- pp87-106

DOI : 10.1177/0096144202238869

<sup>2</sup> Roger W. Caves-Encyclopedia of the City- Routledge Taylor & Francis Group-London and New York Group- p160

<sup>3</sup> Cecilia Leong-Salobir- Urban Food Culture-Sydney, Shanghai and Singapore In the Twentieth Century- Palgrave Macmillan -2019-p09

<sup>4</sup> مايكل دينينغ-ترجمة: أسامة الغزولي-الثقافة في عصر العوالم الثلاثة عالم المعرفة-المجلس الوطني للثقافة والفنون والأداب-الكويت-يونيو 2013-ص34

<sup>5</sup> Daniel Thomas Cook, Laura J. Miller, Juliet B. Schor, Joel Stillerman The Sociology of Consumers and Consumption – American Sociological Association - July 12, 2011-pp1-25-p08

القول إن القدرة على الاستهلاك؛ أو في الواقع عدم القدرة على الاستهلاك تؤثر تقريبا على كل جانب من جوانب ما نقوم به وكيف نقوم به، وهناك قضية مهمة وهي التوتر بين السيطرة والاختيار، بين المقاربات التي ترى المجتمع الاستهلاكي كمؤامرة عالمية يجب مقاومتها، وتلك التي تعتبره مثلا للحرية التي يجب الاحتفاء بها.

وبالنسبة للعمولة: "فهي مصطلح يستخدم الآن بشكل شائع؛ لوصف تأثير العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من العوامل، نتيجة لانتشار الشركات متعددة الجنسيات، وتطوير العلامات التجارية العالمية، والتوسع السريع في تقنيات الاتصال، وتشير العمولة بالنسبة لروبرتسون إلى التكامل الاقتصادي والسياسي والثقافي للعالم والوعي المتزايد في العالم ككل".<sup>1</sup>

فيذكرنا بوافانتورا دو سوسا سانتوس في اسهاماته إلى أنه لا توجد عمولة واحدة، بل عمولة بصيغة الجمع، أو بكلماته: "العمولة هي العملية التي ينجح بها ظرف أو كيان محلي " فأعطى أربعة أشكال من العمولة. أولا المحلية العالمية: عمولة الشركات عبر الوطنية، وأمركة ماكدونالد، وامتداد اللغة الإنجليزية كلغة مشتركة. ثانيا العمولة المحلية: آثار العمولة المفروضة على الدول المحيطية مثل إزالة الغابات، وسياحة التراث، وجيوب التجارة الحرة. ثالثا الكوزموبوليتانية: وتطوير التحالفات العالمية من خلال المنظمات غير الحكومية، والجماعات البيئية، والاتحاد العالمي للنقابات العمالية، والحوارات بين الشمال والجنوب. رابعا التراث المشترك للبشرية: طبقة الأوزون، الأمازون، القارة القطبية الجنوبية، التنوع البيولوجي، الفضاء الخارجي حيث يُنظر إليها على أنها مسائل عالمية توحدنا جميعا<sup>2</sup>.

وعن دور الرأسمالية في العمولة فلقد أدرك معظم المنظرين الاجتماعيين في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين؛ ضرورة إعطاء دور مهم للأنماط النموذجية للدوافع في تفسيراتهم لأساليب عمل الرأسمالية، والأحداث المحيطة بالثورة الصناعية في الإنتاج أو الاستهلاك. تم تحديد بعض الدوافع على أنها

<sup>1</sup> Mohammed Al Dossry-opcit-p102

<sup>2</sup> Mike Featherstone, Scott Lash – Space of Cultures City, Nation, World-SAGE Publications Ltd- London • Thousand Oaks • New Delhi-UK-1999-p09

تكمُن في قلب السلوك الذي دفع في الحالة الواحدة رواد الأعمال إلى تبني مواقف حديثة تجاه العمل والمال، والذي دفع الأثرياء الجدد إلى الانخراط في الاستهلاك المستمر للسلع الكمالية. "فرأى سومبارت أن الدافع الكامن وراء استهلاك سلع فاخرة جديدة يكمن في الإثارة الجنسية، أما فابلن اعتبر أنه نابع من حسد الأثرياء، وما يرتبط به من رغبة في الانخراط في السلوك المحاكي لثقافتهم، في حين ركز فيبر على دور أفكار الواجب المستوحاة من الدين والحاجة المرتبطة بها".<sup>1</sup> فاهتمت الدراسات الثقافية خاصة بعد الحرب العالمية الثانية بالنقاش حول طبيعة التغير الاجتماعي والثقافي، في محاولة لمعالجة التفكك في الثقافة التقليدية وخاصة الثقافات الطباقية التقليدية، وتسجيل تأثير الأشكال الجديدة للثراء والمجتمع الاستهلاكي على البناء الاجتماعي.<sup>2</sup> وخلال أواخر عشرينيات القرن الماضي حارب العديد من تجار التجزئة الألمان بقوة انتشار أساليب البيع بالتقسيط الجديدة باعتبارها "أمريكية"، وهو استيراد غير مرحب به مما كان يُنظر إليه على أنه قادم من "الأرض الكلاسيكية للائتمان الاستهلاكي"، فقال أحد المعلقين في إحدى المجلات التجارية أن ألمانيا لم تكن "مستعمرة اقتصادية" للولايات المتحدة، ويجب أن تدعم "الأساليب الألمانية" للدفع النقدي القوي، بدلا من الركوع أمام "المعبود الأمريكي" للازدهار بخطتها الائتمانية المغربية، لقد مرت ثمانون عاما وأصبحت ألمانيا الآن مجتمعا استهلاكيا متطورا، ومع ذلك لا يزال موضوع الائتمان الاستهلاكي؛ يكشف عن مخاوف عميقة بشأن التغيير الاقتصادي والثقافي الذي يأتي من الخارج، لا تزال التقارير المتعلقة بارتفاع مديونية الأسر في ألمانيا وأماكن أخرى في أوروبا؛ تستدعي في كثير من الأحيان صورة المجتمعات الأوروبية التي تقترب من "الظروف الأمريكية" للديون الاستهلاكية غير المستدامة. وطوال القرن العشرين وعبر البلدان المتقدمة في أوروبا الغربية وشرق آسيا وأمريكا الشمالية، دار جدل حاد حول مؤسسة الائتمان الاستهلاكي وأثاره على تجار التجزئة والمستهلكين والاقتصادات ككل، على الرغم من أن الأوروبيين والآسيويين ناقشوا أشكال الائتمان الاستهلاكي الجديدة على أنها "واردات أمريكية" خلال فترة ما بين الحربين وحتى قبل الحرب

<sup>1</sup> Jonathan Friedman Consumption and Identity-OPA Taylor & Francis e-Library- First published 1994-p17

<sup>2</sup> Martyn J.Lee- Consumer Culture Reborn The cultural politics of consumption - Routledge-Taylor & Francis e-Library -London and New York-1<sup>st</sup> 1993— p50



العالمية الأولى ، فإن الجدل حول مديونية الأسر في السنوات الأخيرة لا يزال من حيث "الأمركة"؛ يشير إلى أن أنماط إقراض المستهلك والاقتراض؛ لم تتقارب تماما بأي حال من الأحوال<sup>1</sup>.

وشهدت التسعينيات نموًا كبيرًا في البحث والكتابة حول المجتمع الاستهلاكي، ومن بين هؤلاء فإن كتاب جورج ريتزر *The McDonaldization of Society* هو الأكثر شهرة، فأعاد ريتزر النظر في فكرة فيبر عن الترشيح، حيث يعتقد فيه بأن مطعم الوجبات السريعة قد حان ليحل محل البيروقراطية كنموذج، تناول قضايا "ما بعد الحداثة" لنمط الحياة والعمولة وجماليات المستهلك والسلع. ويعتقد البعض بأن "الذات الاستهلاكية" المميزة قد نشأت في القرن الماضي مع ظهور المجتمع الاستهلاكي، وهو الخلاف الذي أثار جدلاً بين أولئك الذين يرون أن المجتمع الاستهلاكي انفصال عن الماضي، وأولئك الذين نظروا إليه على أنها استمرار، فبرزت السلع الاستهلاكية، والتجارة، في عمليات العمولة ولعدة قرون. يستمر العمل في هذا المجال في اتجاهات جديدة، مع إجراء بحث حول كيفية تكوين الاستهلاك لمدن العالم مثلًا.<sup>2</sup> فكتب جورج ريتزر عن عمليات تحويل عالم الاستهلاك إلى ماكدونالد؛ اعتمادًا على تحليلات ماكس فيبر حول العقلانية في المجتمع المعاصر، افترض وجود ثلاث عناصر أساسية في عملية التحويل تلك: العنصر الأول هو الكفاءة، أو اختيار الوسائل المثلى لتحقيق غاية، أما العنصر الثاني في عملية ماكدونالد العالم هو القابلية للحساب، فتتضمن التركيز على الأشياء التي يمكن حسابها وتحديدها كميًا، وهذا يعني الميل إلى التأكيد على الكمية بدلًا من الجودة، والعنصر الثالث في ماكدونالد العالم هو القابلية للتنبؤ ويتضمن الترشيح في الاستهلاك بذل جهود لضمان إمكانية التنبؤ من وقت أو مكان إلى آخر، في مجتمع عقلائي، يريد الناس أن يعرفوا ما يمكن توقعه في جميع الأماكن وفي جميع الأوقات.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Jan Logemann -The Development of Consumer Credit in Global Perspective : Business, Regulation, and Culture -PALGRAVE MACMILLAN-New York-USA -First 2012.p01

<sup>2</sup> Daniel Thomas Cook, Laura J. Miller, Juliet B. Schor, Joel Stillerman- The Sociology of Consumers and Consumption – American Sociological Association July 12, 2011-pp 1\_25-p07.08

<sup>3</sup> George Ritzer- The Weberian Theory of Rationalization and the McDonaldization of Contemporary Society" Chapter 2" - CLASSICAL SOCIOLOGICAL THEORY- pp : 41-59-30/06/2007-p47,49,50,58

أما عن تأثيرات العولمة الاستهلاكية في دول آسيا كدولة كوريا الجنوبية، فلم تنتقل العلوم الاجتماعية والوعي العام لمناقشة القضايا الاجتماعية حتى أوائل التسعينيات من موضوع عدم المساواة في توزيع الدخل، الذي كان شائعاً في ثمانينيات القرن الماضي، إلى أنماط الاستهلاك لمختلف الفئات الاجتماعية والنزعة الاستهلاكية كثقافة؛ أو أيديولوجية أو نمط حياة. وأصبح من الواضح أن النزعة الاستهلاكية بجميع أشكالها المتنوعة، أصبحت جزءاً من الواقع اليومي لكوريا الجنوبية. وحتى قبل أزمة العملة الآسيوية وما تلاها من ركود اقتصادي عميق بدأ في يوليو 1997م والذي أثربشدة على كوريا الجنوبية، كانت أزمة وسائل الإعلام الكورية الجنوبية المطروحة أن "مستوى الاستهلاك يرتفع بسرعة". تتزايد بشكل حاد نفقات الاستهلاك في التزلج والجولف وتناول الطعام بالخارج، والميل لشراء ثلاجات أو سيارات أكبر حجماً ينمو بشكل كبير، كما أن البضائع المستوردة تخترق الأسواق المحلية بشكل خطير، فحذرت وسائل الإعلام الكورية من ارتفاع مستويات الاستهلاك والتكاليف البيئية، حيث أن الكم الهائل من استهلاك الطاقة والتخلص من القمامة في كوريا الجنوبية كانت مؤشرات لا يمكن استيعابها في التوسع الاستهلاكي، على الصعيد الوطني الكوري، ومن السمات الرئيسية للاستهلاك المعاصر بالطبع التوسع في الأنشطة الترفيهية، فأصبحت العديد من الأنشطة الترفيهية متكاملة بشكل لا ينفصل عن سلوكيات الاستهلاك مثل التسوق وتناول الطعام في الخارج والسياحة والرياضة.<sup>1</sup>

أما في الصين فقد برز الاستهلاك كأهم الوسائل للتعبير عن الهوية والمكانة الاجتماعية، فقد مكنت النزعة الاستهلاكية الناس من إعادة تعريف أنفسهم ووضعهم الاجتماعي من خلال الاستهلاك وأسلوب الحياة، إضافة للربحية في التحكم في المساحة المحلية للفرد والتعبير عن الفردية بطرق مبتكرة. فلا يدخر الصينيون وخاصة الطبقة الوسطى أي نفقات، وذهبوا إلى أبعد الحدود لوضع بصماتهم على أماكن معيشتهم. ونشأ هذا التركيز على امتلاك الذوق الفردي باستمرار عند مناقشة الاستهلاك، سواء كان ذلك في الموضة أو الطعام أو التصميم الداخلي أو السفر، بين مهنيي الطبقة الوسطى، وبرزت الفردية كمثال مثالي

---

<sup>1</sup> Chua Beng-Huat - Consumption in Asia Lifestyles and identities Edited- First published 2000 by Routledge- London and New York- UK/USA-p61

مهم يجب السعي لتحقيقه. يمكن للفردانية كمثال ثقافي أن تكون دليلاً على الحداثة المتسارعة، وأدى انتشار وسائل الإعلام إلى تسريع التدفق العابر للحدود لصور الحداثة بشكل كبير، بالإضافة إلى خلق الرغبة في شراء أنواع جديدة من السلع، إضافة إلى التمييز الاجتماعي، فقد شهد العقد الماضي تحول المتخصصين والمهنيين من الطبقة الوسطى إلى متسوقين متحمسين وانتقائيين، ويصف الكثيرون ممارساتهم الاستهلاكية بأنها مستوحاة من ذوقهم الفردي، ويحرص الأفراد من الطبقة الوسطى في الصين على تمييز أنفسهم عن مجموعات الدخل المماثلة الأخرى، مثل البافاهو (طبقة الأغنياء المنفجرين الجدد) ومن أجل القيام بذلك، يستهلكون سلعا ذات تصميم جمالي بديل، ويتابعون أنشطة ترفيهية موجهة نحو الأفراد بدلا من المجموعات الكبيرة.<sup>1</sup>

هناك دليل دولي مهم وعالمي على الحداثة المعولمة، وهي أن مراكز التسوق تحتل مرتبة هامة في قائمة المعالم الحداثية الهامة التي تحدد العصر الحديث، حيث كانت المؤسسة التجارية بمثابة علامة على التقدم والتحديث لعقود، اذن فالاستهلاك ظاهرة عالمية؛ فحتى دول متقدمة مثل اليابان والصين التي تنتهي للعالم الشرقي بدل الغربي كعمالقة التنمية الآسيوية، لم تسلم من الخوض في دوامة الاستهلاك والمجتمع الاستهلاكي، ففي اليابان المعاصرة مثلا لا أحد محصن منها، ولا حتى الرهبان في معابدهم. لكن أنماط الاستهلاك تختلف اختلافا كبيرا، فبينما يستهلك المزارعون منتجات اليابان الصناعية بالإضافة إلى ثمار أعمالهم، فإن الاستهلاك الشامل -الاستهلاك المنغمس بشكل مكثف كطريقة حياة -هو تجربة حضرية بحتة في المدن اليابانية، وسكان المدن هم الأكثر احتمالا لتحديد وخلق أنماط حياتهم من خلال الاستهلاك، هذه الحقيقة الأساسية لها نتيجتان اجتماعيتان؛ أولا يجب تحليل الاستهلاك الجماعي نفسه كظاهرة حضرية، ثانيا يترتب على ذلك أن طبيعة علم الاجتماع الحضري والكثير من الأنثروبولوجيا الحضرية قد تغيرت؛ إذا نُظر إلى بنى وإيقاعات الحياة الحضرية على أنها نتجت إلى حد كبير من خلال السعي وراء الاستهلاك، "فيجب أن يُنظر إلى الاستهلاك في اليابان الحداثية في محيطها الحضري، ويجب أن تُفهم المدن ليس فقط من

<sup>1</sup> Jacqueline ELFICK - Class Formation and Consumption among Middle-Class Professionals in Shenzhen - Journal of Current Chinese Affairs 1/2011: pp 187-211-p207

الناحية المعمارية أو كمواقع للإنتاج، ولكن أيضا باعتبارها ساحات للاستهلاك، في حين أن اليابان تمتلك مدنا وثقافات حضرية تاريخية قديمة، لكن المدن الكبيرة في الوقت الحاضر تتزامن مع نمو ظاهرة التصنيع؛ وما جاء بعدها من ثقافة صناعية"<sup>1</sup> "فيقع الاستهلاك الياباني في سياق ما بعد الحداثة، وهو مألوف ولكنه مختلف بشكل مقلق، ثم إنه مجتمع مشحون بشكل شبه آلي، ولكن بطرق غير مألوفة، ويعبر عن إحساس تتفاعل فيه القيم الجمالية والنظام الاجتماعي بشكل مستمر، ويعزز الاستهلاك الإحساس بالذات الشخصية ويؤكد أنها اجتماعية من خلال العضوية المشتركة؛ في أخوية التسوق في مواقع الاستهلاك المعاصرة، يُفترض أنماطا جديدة للذات، والعلاقات بين الأشخاص"<sup>2</sup>.

كما رافق التوسع الحضري السريع في العالم عموما وفي مدن افريقيا النامية خصوصا؛ تحول كبير في النظم الغذائية، وأكد توماس ريردون وزملاؤه أن ذلك التحول مدفوع بثورة "السوبرماركت"، التي سيطرت على امدادات التغذية وتسويقها من قبل سلاسل محلات السوبرماركت الدولية والمحلية، والدافع كان تطوير أسواق حضرية جديدة، والريح للسوبرماركت المتعدد الجنسيات والمحلي، وفكرة حتمية الثورة في السوبرماركت في افريقيا مدفوعة بسيطرتها على الجزء الشمالي، واجتياح الجنوب بدءا من أمريكا اللاتينية؛ وقوتها وانتشارها الذي سيشمل حتما افريقيا.<sup>3</sup> ويتم إلزام وتشجيع الدول النامية بشكل متزايد بتعلم لغة التقدم والتحديث، وأن يصبحوا متعلمين في القوانين المرتبطة بها من خلال بناء مراكز التسوق كعلامة على التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وتشجيع استهلاك مراكز التسوق باعتباره الخلاصة المعمارية لرأسمالية الشركات، قد حل محلها في الأهمية كرمز للعولمة ودلالة على التقدم الاقتصادي والاجتماعي للامة. وفي خطاب العولمة يعتبر مركز التسوق على أنه ضرورة حضارية متطورة وحديثة؛ بغض النظر عن

---

<sup>1</sup> John Clammer-Contemporary Urban Japan- A Sociology of Consumption- 1997-Blackwell -Massachusetts -USA1997-p26

<sup>2</sup> Rob Shields-LIFESTYLE SHOPPING The Subject of Consumption - by Routledge، London-UK- First published in 1992-p14

<sup>3</sup> NDEYAPO NICKANOR, LAWRENCE KAZEMBE, and JONATHAN CRUSH AND JEREMY WAGNER -The Supermarket Revolution and Food Security in Namibia - Printed by Print on Demand, Cape Town-First published 2017-P01

مدى ملائمتها للتكوينات الاجتماعية والحضارية والاقتصادية القائمة المقاومة، ويتم الترويج لمركز التسوق في المدينة كنقطة مرجعية. ما يعني أن مراكز التسوق تتبع معيارا دوليا، ولا تحتاج للتوافق مع هيكل السوق المحلي الحالي وزرعها في المدينة بشكل كامل، على الرغم من أن المركز التجاري لا يتناسب دائما بالسياقات الحضارية؛ ولا يتم الترحيب به إلا أنه يظل ناجح اجتماعيا واقتصاديا لأولئك الذين يمكنهم تحمّل تكاليف المشاركة في العالم الاجتماعي المعروض داخل جدرانها؛ ولن يستطيع الاستثمار فيه.<sup>1</sup> لقد تشكلت فعليا سوق جماهيرية عالمية للسلع بحيث يمكن أن تصل أشكال التسليح إلى كل منزل وموقد، وتم تعزيز الرغبة في هذه الأشياء من خلال انتشار الإعلانات ذات الصلة، وظهور التصاميم التي تستهدف الأسواق العالمية الكبيرة.<sup>2</sup> فأصبح الاستهلاك والعولمة وجهان لعملة واحدة وهي خدمة بقاء الرأسمالية، وهيمنة قيمها على المستوى العالمي وفقدان الثقافات لأصالتها وسيولتها.

#### 7- المدينة العالمية والقيم الاستهلاكية الحضرية للمجتمع الاستهلاكي المتواطئ

مدننا هي التي تمثل ماذا وأين تستهلك؟ والمدينة في الحقيقة ليست إلا فضاء الاستهلاك، حيثما تعبر عن ذاتنا كمواطنين في المجتمع الاستهلاكي، في قلب المدينة المعاصرة وفي أيديولوجيا المدينة؛ تساءل الباحث ستيفن مايلز في كتابه فضاءات للاستهلاك عما إذا كان تسليح مدننا يسلمها هوياتها الحقيقية جدا، ويحولها إلى مستنسخات، والذي يخبرنا شيئا عميقا عن طبيعة النزعة الاستهلاكية كأسلوب حياة، وفي نفس المستوى مدينة الاستهلاك هي بيئة عمرانية مبنية كما يقول الباحث الروسي إيغان تشيشيغولوف، في بحثه المحوري المنشور سنة 2006م أن هندسة عمرانية جديدة تعبر عن الجوهر الحقيقي للحضارة الجديدة، ولا يعبر عنها حقيقة سوى الهندسة العمرانية الرأسمالية، فالهندسة العمرانية هي إحدى الوسائل البسيطة للتعبير عن الزمان والمكان، وتعديل الواقع وتوليد الاحلام حسب تعبيره. تأكيد فكرة تشيشيغولوف الروسي حول رؤية

<sup>1</sup> Suzi Mirgani-Target Markets "International Terrorism Meets Global Capitalism in the Mall" Collaboration with the Center for International and Regional Studies- Qatar- 2017-p30,31

<sup>2</sup> P D Glennio, N J Thrif -Modernity, urbanism, and modern consumption -Gnvifonmont and Planning D : Society and Spnco, volumo 10, pages 423-443-p324

عن مدينة المستقبل التي قدمها سنة 1953م، مدينة الاكتشاف والمغامرة، الاثارة والمتعة التي لم تتحقق أبداً، وما ظهر بدلاً عنها هي مدينة اعتبرت النزعة الاستهلاكية هي المغامرة الفعلية والرفاهية وفق شروطها الخاصة، المدينة التي تعيش فيها ليست نتاج رغبات إنسانية، بل هي صرح يعبر عن فشل التقدم البشري المزعوم، ولكن على هذا النحو مدعومة من الهندسة المعمارية الرأسمالية، فالمشروع الأيديولوجي للرأسمالية العالمية هو إقناع الناس بالاستهلاك ليس لإرضاء حاجات أيديولوجية أو احتياجات أساسية أخرى؛ بل لإرضاء رغبات مصطنعة ومفتعلة (مختلفة)، من أجل استمرار تراكم رأس المال للربح الخاص، "وضمان إدامة النظام الرأسمالي واستمراره للابد". فإذا كنت تتجول في وسط أي مدينة عالمية، فإن نمط حياة المستهلك موجود في كل مكان.<sup>1</sup>

تسويق المدينة نفسها كسلعة في مدن ما بعد الاستعمار، والدول النامية اخذت مسارات اتجاهات تطور الرأسمالية الغربية، وتشجيع الاستهلاك بنية الاستهلاك، تتشكل وفقاً للحاجة إلى استيعاب كميات كبيرة؛ وأنواع متزايدة من السلع وعرضها، وتداخلت التحولات الاجتماعية والثقافية الإضافية للثورة الصناعية، مما أدى لتحول جذري في العلاقة بين الناس والأماكن والمنتجات، وحتى القرن التاسع عشر كانت القوة الرأسمالية متمركزة بشكل أساسي في الانتاج على المصنع والعمل، ومنذ الجزء الأول من القرن 20م، لاسيما في البلدان الرأسمالية المتقدمة؛ تحولت السلطة أكثر نحو الاستهلاك. "بالنسبة لتطور الأروقة تم تخصيص العديد من المنتزهات لجعلها أكثر جاذبية للسائحين، وتوفير الراحة الجسدية من الشمس والمطر، بمرور الوقت مع تغطيه الممرات بحلول القرن 19م تم بناء الممرات المغطاة في عدة اتجاهات من المدن، وازداد عددها وشعبيتها؛ وازدهرت أبرز الأروقة في باريس ولندن، حيث كانت الشوارع الضيقة للمدن مثالية لربط الممرات المغطاة لتوفير تجريره تسوق مفيدة ومريحة وممتدة، واصبحت مناطق جذب للتسوق." وأشار والتر بنجامين في دراسته أن الأروقة كانت تضاء ليلاً لتستمر عمليه التسوق ليلاً في ساعات الظلام، وتلك الممرات كانت مهيئة لأثارة الرغبات، وكانت مكان حماية للأثرياء من مخاطر المدينة، المتاجر متعددة الاقسام لم

<sup>1</sup> Eckhardt, G. M. and Bardhi, F.-New dynamics of social status and distinction- City Research online- (2019).

تنمو عضويا مثل الأروقة؛ بل مدروسة ومنضبطة، فتم محاكاتها في جميع مدن العالم".<sup>1</sup> المستهلكون في عالم الاستهلاك ليسوا ضحايا في المجتمع الاستهلاكي؛ بل متواطئون فيه وهذا التواطؤ يكمن في لب العلاقة بين الفرد والمجتمع والذي يحدد طبيعة العلاقة بين الفرد والمدينة، فالمدينة العامرة تعبر عن نضال الفرد أن يكون فريدا، وفي نفس الوقت جزء من مجموعة اجتماعية، وإظهار استعداد الرأسمالية لدعم هذا المأزق والورطة كما يثبت ذلك جورج زيمل في عمله الميتروبوليس والحياة الفكرية 1950م، إن المعيارية في العلاقات في المتروبول محدودة بالحاجة إلى علاقات مجهولة في السوق، وغير معلنة ومستعارة (مزيفة) مثل المدن التي طورت في أوائل القرن العشرين، لتلبية وإرضاء رغبات السكان النفسية والاجتماعية، وبهذا المعنى يلعب الاستهلاك دور الظواهر الوسيطة التي تحدد وتبين العلاقة بين الذات والمجتمع، فالتعابير الحضريّة للاستهلاك تربطنا بالمنطق السائد والمسيطر، والذي بالضرورة يعوض ابداعنا باحتوائه عن عمد ضمن حدود الاستهلاك، وهذه هي الفرضية التي تجدد هندسة الاستهلاك.<sup>2</sup> إن اكتساب وتَمَلُّك الثقافة المادية جزء لا يتجزأ من البناء؛ والتفاوض على العوالم والهويات الاجتماعية، ويفترض أن اقتناء السلع والبضائع أساسي وسط أسر المجتمعات الرأسمالية؛ كما لاحظ كاريي (Carrier) في مناقشته للهدايا في المجتمعات الصناعية المعاصرة، حيث صرح بعبارة وهي "أن الأسرة توجد لأن أفرادها يلائمون السلع التي يتم استهلاكها".<sup>3</sup>

أما بالنسبة لمدن العالم الثالث خاصة الإسلامية منها، والعريقة في التحضر فكانت تواجه أزمة تصدع الهوية، وفقدان الأصالة الحضريّة، بتحولها وتلقمها لقيم المجتمع الاستهلاكي العالمي المتواطئ، خاصة بعد الاستعمار؛ فقد تسارعت وتيرة تلقف أساليب الحضريّة الغربيّة، والفردانية، مقابل التخلي عن قيم التواصل الجمعي الحميمي التي ميزت الحواضر العربيّة العريقة والأصيلة في التحضر، فإن كانت مدن مثل

---

<sup>1</sup> Suzi Mirgani-ibid-p49,50,52

<sup>2</sup> Steven Miles-Spaces for Consumption PLEASURE AND PLACELESSNESS IN THE POST-INDUSTRIAL CITY-  
opcit-p2,3,4

<sup>3</sup> Daniel Miller-Material Cultures «why some things matter» - 1<sup>st</sup>-1998-UCL Press-Taylor& Francis Group-  
London-p73

بكين التي تعد أعرق مدن الصين في الحضرية والتمدن، لكونها عاصمة الصين التاريخية طوال قرون، تواجه خطر فقدانها قيم الاستهلاك الصيني التقليدي المحافظ، والاستهلاك التقشفي المحبذ كما يسميها الباحثون من أمثال واي واي زانغ، وتفضيل نخيما الحضرية لأساليب الاستهلاك العالمية ذات الذوق الفخم، خاصة للطبقات الوسطى الصاعدة والجديدة في التحضر، فهل يمكن لمدن إسلامية كمدينة تلمسان عاصمة التحضر في المغرب الأوسط لأزيد من عشر قرون، أن تتخلى عن قيم المحافظة والأصالة والدخول في قيم المجتمع الاستهلاكي المتواطئ كما يسميه ستيفن مايلز، خاصة بتغير التركيبة السكانية الأصيلة وتزايد نسب الغرباء فيها بعد عمليات التحضر السريعة، التي لم تكن موجهة بعقلانية، واستبدال قيم المحافظة والأصالة والتقشف المظهري المحبذ بقيم استهلاكية عصرية عالمية، واستيراد مشكلات المجتمعات الاستهلاكية العالمية كمشاكل التعامل مع النفايات المتزايدة، والتدهور البيئي والعمراني والتي لم تعرفها المدينة سابقا، وزيادة قيم الاستهلاك التمييزية والاستهلاك المظهري التفاخري المميز للمجتمع الانتقالي بين المرحلة الريفية والحضرية، بممارسة عنف رمزي على الهابيتوس الحضري الأصيل للسكان الحضر الأصليين في المدينة؛ من قبل الساكنين الجدد الباحثين عن المكانة المميزة.

### خلاصة

كما يؤكد ستيفن مايلز فضاءات الاستهلاك توفر نقطة محورية مادية بحتة؛ لكل التحولات الحاصلة، تعتمد على زيادة نقص التقاليد، وخلع المدينة من أصولها وأصالتها، وترميمها في ايدي السوق والمتاجرة، لذا كل اعتراف بزوال مجتمعنا المحلي بواسطة القياس الذاتي والإنسانية والتفرد وحب النفس، وهو نوع من اخضاع الذات والمكان إلى إرضاء ذاتي لعقيدة الاستهلاك. فننتظر منها أن تقدم لكن لن تقدم ولن تستطيع وذلك بسبب استمرارها في أن تقدم لنا أن الهدف الأساسي كمستهلكين وما ننتظر أن يفعله لنا المجتمع الاستهلاكي، هو تذوقنا الحريات التي خلقت الاستهلاك، وورطنا أنفسنا في تلك العملية. وسبب استمرار وجود الاستهلاك كأيدولوجيا أنه يُقدم لنا كحل وحيد لنتائج ضعيفة لحدثة فاشلة.



## الفصل الرابع: الحضرية في مدينة تلمسان " المجال العام للدراسة "

تمهيد

- 1-الموقع والخصائص الطبيعية لمدينة تلمسان
- 2-مدينة تلمسان قبل الدخول الإسلامي
- 3-مدينة تلمسان في العهد الإسلامي (من 767م-1069م)
- 4-حاضرة تلمسان في عهد المرابطين (1079م-1143م)
- 5-مدينة تلمسان في عهد الدولة الموحدية(1143م-1235م)
- 6-حاضرة تلمسان الزيانية (1230م-1517م)
- 7-مدينة تلمسان في العهد العثماني(1517م-1842م)
- 8-مدينة تلمسان في العهد الفرنسي (1842م-1962م)
- 9-الخصائص العامة وتركيبية السكان في مدينة تلمسان المعاصرة
- 10-الحَضْرَ في مدينة تلمسان «تصنيف وألقاب كبرى العائلات الحضرية»

خلاصة

## الفصل الرابع: الحضرية في مدينة تلمسان "المجال العام للدراسة"

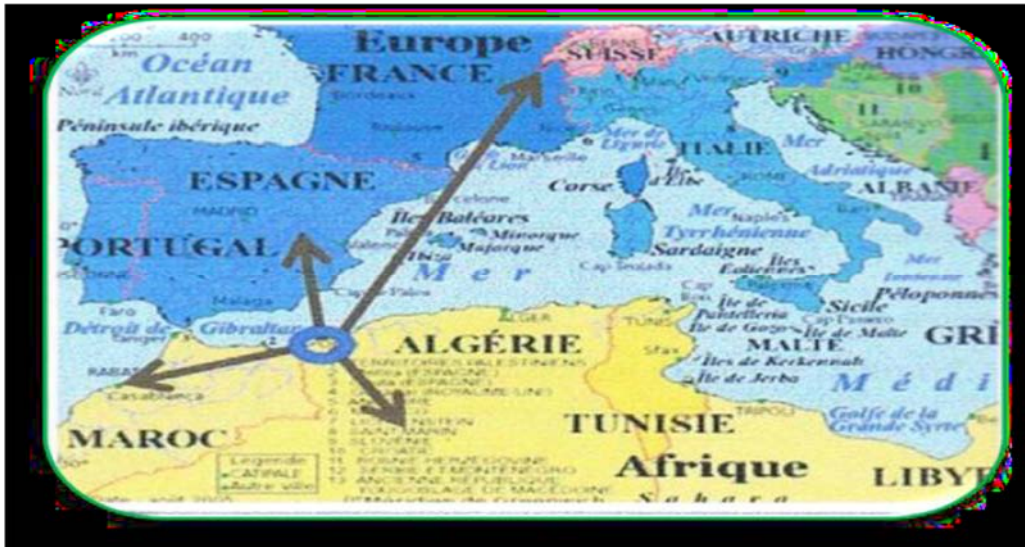
تمهيد:

تعتبر مدينة تلمسان حاضرة إسلامية ذات طابع شرقي إسلامي في العمران، وفي أساليب الحياة الاجتماعية والثقافية، استمرت لقرون كعاصمة للمغرب الأوسط، ومركزا للحضرية فيه، مر عليها عدة حكام وسلاطين منذ دخول الإسلام شمال إفريقيا، واستحدثوا فيها سياسات وأساليب تسيير حضرية، مستمدة من علاقاتها الوطيدة بالمشرق والأندلس، فكانت أحد أكبر الحواضر الإسلامية العريقة التحضر، مثلها مثل مدينة فاس في المغرب الأقصى، وغرناطة في الأندلس، ودمشق والقاهرة في المشرق، وكانت مركزا اقتصاديا، ثقافيا، وعلميا مهما ومرغوبا في القرون الوسطى، وظهرت على ملامح سلاطينها مظاهر التفوق النخبوي والرخاء، خاصة الحكام والسلاطين الزيانيين الذين أدخلوا المدينة في عصورها الذهبية، وتأثرهم بالعلاقات مع الجيران في الأندلس والمغرب الأقصى، رغم تأثير الحروب والنزاعات التي مرت عليها، فقد بقيت محافظة على ثقافتها وأصالتها الحضرية، وجمعت بين أسوارها تعايش عدة أعراق وإثنيات، ما يدل على درجة عالية من اللاتجانس المميز للمدن العريقة التحضر، كما ظهرت مظاهر الرخاء والنعومة والترف في شتى مجالات الحياة بداية من اللغة الحضرية؛ وصولا إلى التنظيم الحضري الدقيق. لكن وضع الحاضرة تغير خاصة بعد دخول العثمانيين؛ وساءت أكثر ووصلت للتدهور والتقويض الثقافي بعد دخول الفرنسيين إليها، وتغيرت ثقافتها ووجه المدينة الأصيل مع وصول الحداثة والتغيير، وهذا ما سيتم طرحه والاهتمام به في هذا الفصل.

### 1-الموقع والخصائص الطبيعية لمدينة تلمسان:

تقع ولاية تلمسان في الشمال الغربي للجمهورية الجزائرية وهي ولاية ساحلية؛ يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط وعين تموشنت، ومن الجنوب ولاية النعامة، ومن الشرق ولاية سيدي بلعباس، ومن

الغرب الحدود المغربية، وتقع على خط 13° غرب خط غرينيتش وترتفع عن سطح البحر بحوالي 830م.<sup>1</sup> بمساحة اجمالية تقدر ب 9020كم. إن الموقع الطبيعي الممتاز ووفرة المياه والخصوبة ساعدت في تشجيع استقرار التجمعات الإنسانية في المدينة منذ القديم.<sup>2</sup> "فيتوفر موقع مدينة تلمسان على المسطحات المائية، بحكم التكوينات الجيولوجية التي تخزن كميات هائلة من مياه الامطار، بالإضافة إلى وادي متشكّنة الذي يمر بجنوب المدينة وبشرقها، وعلى الرغم من الجبال المتقطعة المحيطة بتلمسان، فإن لها ممرات سهلة تربطها بالساحل ، فقد كانت لها طرق حيوية نحو موانئ هنين ووهران وأرشقول، وهو الشيء الذي زاد من أهميتها فازدهرت اقتصاديا، وانتعشت فكريا وتطورت عمرانيا ونمت ديموغرافيا، لأن موانئها تقرب من موانئ الاندلس وتقابلها؛ ولا تبعد عنها إلا بمسافة يوم وليلة، ولقد جعلها موقعها المميز هذا تفتح أبوابها لتجارة أوروبا وتجار المغرب والمشرق، كما تمتاز مدينة تلمسان بخاصية استراتيجية بحيث تقع في مكان تقاطع الطريقتين التجاريين الهامين في بلاد المغرب: هما الطريق الرابط بين الشرق والغرب نحو فاس، وطريق يصل الشمال والجنوب نحو بلاد السودان."<sup>3</sup>



<sup>1</sup> صبرينة نعيمة دحماني-الأثار الإسلامية المدنية بمدينة تلمسان " إحصاء وجرّد وتحليل دراسة تمهيدية لوضع الخارطة الأثرية"- مؤسسة كنوز الحكمة-بن عكنون-الجزائر-د.ط-2020-ص13

<sup>2</sup> فتيحة الواليش -الحياة الحضريّة في بايلك الغرب الجزائري في القرن الثامن عشر-رسالة مقدّمة لنيل الماجستير في التاريخ الحديث-جامعة الجزائر-1993/1994-ص:38

<sup>3</sup> عبد العزيز فيلاي-تلمسان في العهد الزياني الجزء الأول-دار موفم والنسر والتوزيع-الجزائر-2002-ص:87

## صورة رقم (04): تبين خريطة وموقع مدينة تلمسان<sup>1</sup>

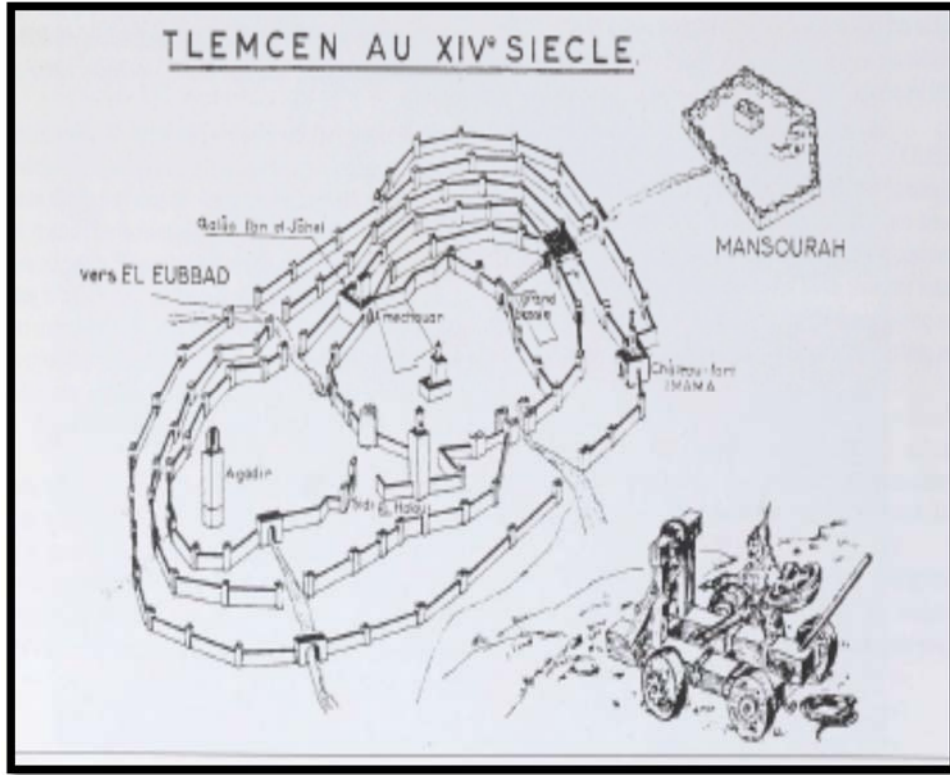
من خلال دراسة الأبواب ومواقعها بالنسبة لمدينة تلمسان فإنها كانت موضوعة وفق أهداف دفاعية لتعطيل الهجمات الخارجية؛ إلى جانب وجود أسوار أمام الأبواب وخاصة الأبواب الضعيفة منها، وكان أمام كل باب ضريح لولي صالح اعتقاداً من أهل المدينة أنه سيحرس الباب، يمكن ترتيب الأبواب كما يلي: باب الجياد، باب تافرانت، باب سيدي بومدين (أو باب الرباط)، باب زير، باب الزاوية، باب سيدي الحلوي، باب سيدي البرادعي، باب البايك أو باب قارة سليمان، باب سيدي سعيد، باب وهران، باب القرمادين، باب إيلان، باب سوق، باب ولاد سيدي الإمام، باب كشوط، باب سيدي بوجمعة، باب فاس، باب الخميس، باب الحديد، باب تويتة، باب الرجا، باب اسلام.<sup>2</sup>

الأبواب اخذت أسماء بعض الأولياء الصالحين إضافة لأغراض تجارية ومالية، حيث كان التجار يدفعون الضريبة عند بعض الأبواب على المنتوجات الريفية، وكان غرض الابواب عسكرية أكثر منها اقتصادية أو اجتماعية. يذكر أنه يوجد في تلمسان أبواب منها باب القرمدين باب الخميس باب الخوخة باب الرواح باب الحديد باب التويتة باب القيصرية باب سيدي بومدين باب الجياد وأبواب أخرى مندثرة أما ما كتبه الكتاب والمؤرخون فإنهم يختلفون في تعدادها. إلى جانب جملة من الابواب مازالت أسمائها متداولة إلى اليوم؛ منها ما هي قديمة ومنها ما أحدثته السلطات الفرنسية التي وصل عددها إلى حوالي ثلاثة وثلاثين باباً، كباب الربط، وباب سيدي أبي جمعة، وباب الجغيلة، وباب السكة، وباب درب السمار، وباب البرادعي، وباب سور الحمام، وباب الزاوية، وباب تازة، وباب وهران، وباب الجنوب، وباب فاس، وباب سيدي أبي مدين، أو معسكر وباب الشمال. ويذكر ابن خلدون أنه لما كانت المدينة للقرار والمأوى وجب أن يراعى فيها دفع المضارب بالحماية من وطارقها، وجلب المنافع وتسهيل المرافق لها، فأما الحماية من المضارب فيراعى

<sup>1</sup> Habitat individuel aux performances environnementales à Tlemcen- Chapitre 04 : Approche Urbaine-p63

<sup>2</sup> Abdessamed chiali, Mahiaoui Abdelatif- Analyse Urbaine du Noyau historique de Tlemcen- 2003/2004-p26

لها أن يدار على منازلها جميعا سياج الأسوار، وأن يكون وضع ذلك في ممتنع من الأمكنة؛ إما على هضبه متوعرة من الجبل وانا باستدارة بحر أو نهرها.<sup>1</sup>



صورة رقم (05): تبين أسوار تلمسان القديمة في القرن الرابع عشر من كتاب<sup>2</sup> Louis Abadie

بالنسبة للمخطط العام لمدينة تلمسان فهي تحوي حارات ودروبا عتيقة، ومساجد ومنازل قديمة، فنادق حمامات أسواق وقيساريات، تذكر الباحث صابرين نعيمة دحماني في كتابها الآثار الاسلامية المدنية بمدينة تلمسان مجموعة من المعالم الاثرية في مدينة تلمسان القديمة؛ ومنها المنازل كمنزل سيدي الحباك، منزل مرابط المقرئ، محمد ديب بن عزوز، المشور، لاغا الوكيل الحجيج، السلطان، الرمانة، شعلي، أما الحمامات فنجد حمام بنت السلطان، حمام أكادير، حمام بن قطيطة، الحفرة، الصباغين، بنويس، الربط، مولاي يعقوب، إسماعيل بن سليمان، حمام العباد، أما الاسواق فنجد أقدمها وهو القيصرية بمركز المدينة الاقتصادي، ودخل مصطلح القيصرية العربية من اسم قيصر أو قيصرية؛ ويعني سوق صغير مخصص

<sup>1</sup> د. صبرينة نعيمة دحماني-الآثار الاسلامية العسكرية بمدينة تلمسان- " احصاء وجرّد وتحليل"-دار كنوز الحكمة-الجزائر-

د.ط-2020-ص:14-72-73

<sup>2</sup> Louis Abadie- Tlemcen Au Passé Retrouvé-Editions Jacques Gandini-1994-p06

لبيع سلع معينة، ليحرف الاسم من قيصر إلى قيسارية بمرور الزمن، إضافة إلى أسواق مندثرة من بينها نجد سوق الغزل، سوق الخرازين، السراجين، البرادعية، البلاغجية، والصاغة والعطارين... الخ<sup>1</sup>.

أما مدينة تلمسان مركز الولاية والمدينة العتيقة؛ تمتد كمنطقة محمية على مساحة 51 هكتار، تلمسان بالبربرية تيلمسان جمع تيليماس التي تعني جيب من المياه، تشهد على ثراء المنطقة بالموارد الطبيعية اللازمة لإنشاء المستوطنات البشرية وتنميتها من الناحية الزمنية، مرت تلمسان بثلاثة عصور عظيمة هي فترة ما قبل الإسلام مع الحضارة الرومانية والبربرية، ثم فترة القرون الوسطى التي تزامنت مع ظهور الإسلام مع الإدريسيين، ثم التأكيد مع المملكات البربرية والإمبراطورية العثمانية، وأخيرا فترة الاحتلال الفرنسي فكان لكل فترة تأثيرها على التكوين المادي والاجتماعي الثقافي لتلمسان.

تلمسان الحاضرة الإسلامية العتيقة هي عبارة عن نسيج عمراي كثيف ينتظم حول مركز اقتصادي (القيصرية)، ديني (الجامع الكبير) وكذا التاريخي والثقافي (قلعة المشور). يتميز النسيج التقليدي للمدينة العتيقة بمنازل ذات فناء داخلي يتوسط المسكن (وسط الدار) مع مدخل منعطف. يفتح بواسطة أقواس أو ممرات محمية. المنازل ليس بها فتحات هذا الأخير على دروب ضيقة يتم الإعلان عنها أحيانا للخارج لمن حافظه على أصالتها، أو مع فتحات أو حتى بشرفات لها مستوى أو مستويين حتى أكثر عندما يكون لها واجهات تطل على الأزقة المستحدثة أيام الاستعمار، وكذا الموجودة في مركز التسوق (القيصرية) والساحات الكبرى. الدرب هو الوحدة الأساسية للحى. يمكن لدربين إلى ثلاث دروب أن تنتظم حول ساحة أين يتربع مسجد الحى للصلوات الخمس. هذا الأخير قد يحوي مئذنة أو لا. تؤدي الطرق الرئيسية إلى مواقع بوابات المدينة: باب السجان، باب سيدي بومدين، باب الجياد، باب إيلان، باب سيدي البرادعي، وباب الحديد، إلخ... بالإضافة إلى المحلات التجارية نجد في المدينة العتيقة فنادق، حمامات، أفران تقليدية، نساكين وجل الحرف اليدوية الأخرى.

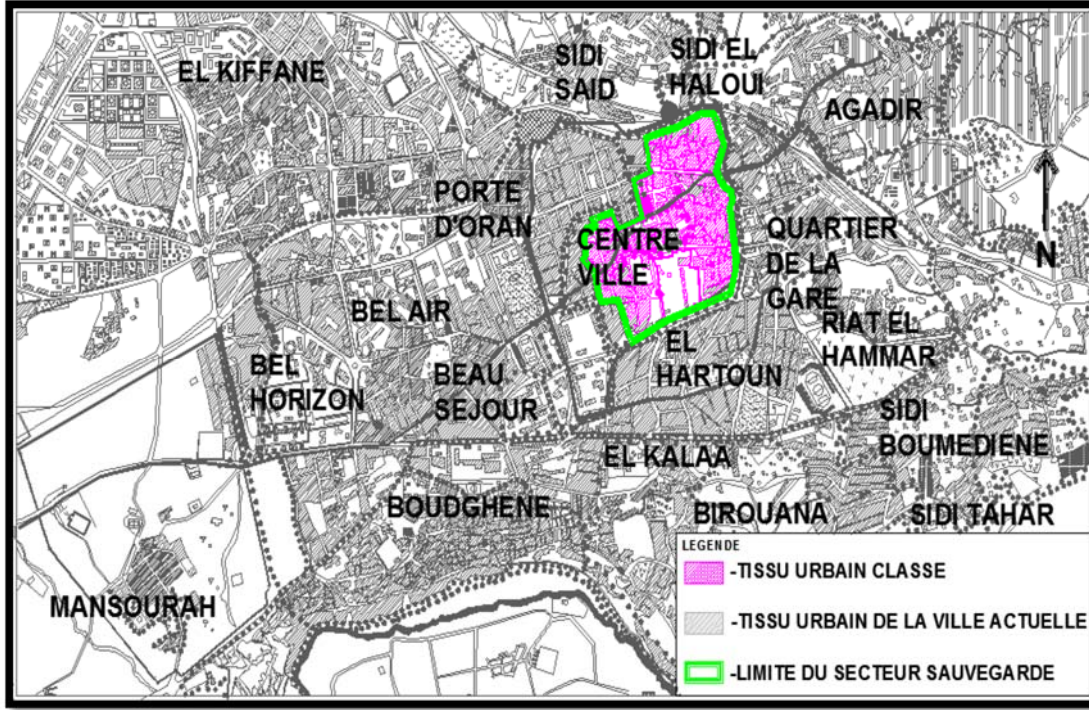
<sup>1</sup> د. صبرينة نعيمة دحماني- الآثار الإسلامية العسكرية بمدينة تلمسان- " احصاء وجرّد وتحليل -"مرجع سبق ذكره.

- سلطت المرحلة الأولى من مشروع المخطط الدائم لحفظ واستصلاح القطاعات المحفوظة للمدينة العتيقة لتلمسان الضوء على عدد معين من القيود التي تعرقل التطوير العمراني للمدينة، كما أن التحقيقات التي أجريت في المرحلة الأولى جعلت من الممكن تأكيد العناصر الرئيسية لمشكلة التنمية
1. المركزية الحضرية وضيق المركز القديم: فقد المركز القديم وظائفه المتعددة ودوره في الإنتاجية الاقتصادية ويتعرض لضغوط من وسط المدينة
  2. جدرانها والأسوار: مشاكل التعدي على الآثار
  3. هجرة السكان وإفقارهم: فقدت المدينة العتيقة محتواها الديموغرافي المتوازن ومعظم السكان من ذوي الدخل المنخفض
  4. هجر المساكن الكبيرة وتدهور المساكن: تم إغلاق العديد من المنازل الكبيرة وهجرها. أدى تعقيد المشاكل الخاصة بالملكية وكذا طريقة استعمال المساكن إلى تدهور البيئة المبنية
  5. فقدان الطابع التراثي التقليدي: تم الآن تجديد المباني بأحدث الأشكال والمواد. الميل إلى الحفاظ على الطابع التقليدي للمباني قد انتهى
  6. عدم وجود وثيقة تخطيط قانوني مناسبة: لم تستفد المدينة القديمة لتلمسان من وثيقة قانونية قادرة على الحفاظ على محتواها التراثي مع السماح بتطور إيجابي لبيئتها المبنية والتطوير المناسب لمساحاتها غير المبنية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>المخطط الدائم لحفظ واستصلاح القطاع المحفوظ للمدينة العتيقة لتلمسان (في إطار مراجعة المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير) -مديرية الثقافة-ولاية تلمسان-مركز الدراسات التقنية ARCADE تلمسان-الجزائر-2020





الخريطة رقم(03): تبين حدود المدينة القديمة لتلمسان والأحياء المجاورة لها.<sup>1</sup>

2-مدينة تلمسان قبل الدخول الإسلامي:

بوماريا هو الاسم القديم واللاتيني لمدينة تلمسان والذي يعني البساتين الكثيرة أو مدينة البساتين "بستان الفواكه"، والحدائق والأشجار، كانت المدينة أهلة بالسكان قبل مجيء الرومان وسكنوا القلعة وبودغن، ثم أصبحت مستعمرة ومركز عسكري روماني أطلقوا عليه اسم بو مارية، ولم يبق لهم فيها من آثار إلا القليل في مدينة أغادير القديمة، بالقرب من ضريح سيدي الداودي وقبور رومانية قريبة من مئذنة اغادير، وبعد الرومان احتلها الوندال ثم البيزنطيون وأخيرا الدخول الإسلامي إليها في القرن الثاني الهجري<sup>2</sup>. لقد عمد الرومان لجعل أغادير (تعني القلعة في البربرية) قلعة عسكرية لمراقبة القبائل البربرية التي رفضت الوجود الروماني، ونقطة أخيرة للدفاع عن الأراضي الرومانية ضد موريتانيا الطنجية، فكانت

<sup>1</sup> Hamma, W., Djedid, A., Ouissi, M.N., 2016. Délimitation du patrimoine urbain de la ville historique de Tlemcen en Algérie, *Cinq Continents* 6 (13), pp. 42-60-p46

<sup>2</sup> بريشي درويشي-تطور المسكن الإسلامي في مدينة تلمسان-رسالة مقدمة لنيل الماجستير فنون شعبية-جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان-2011/2012-ص:55.



محاطة بأسوار وأبواب ومخازن، واستغلوا الأراضي الفلاحية وزادت أهميتها بفضل بيئتها الخصبة ومناخها المميز، ثم اجتاحتها بعدها الاحتلال الوندالي إلى أن استرجعها الرومانيون الكاثوليك، الذين حكموا المدينة من الربع الأخير من القرن الخامس الميلادي إلى فترة دخول المسلمين بقيادة عقبة بن نافع.<sup>1</sup>

### 3-مدينة تلمسان في العهد الإسلامي (من 767م-1069م)

في القرن السابع الميلادي، بدأت الفترة الإسلامية في مدينة أغادير في عام 671م تحديدا بدخول عقبة بن نافع شمال افريقيا بالتحالف مع قبائل مغراوة، تم تحديد بداية الاحتلال الدائم للمغرب العربي من قبل العرب، بلغ الفتح الإسلامي تلمسان عام 675م بعدما كانت تلمسان تحت حكم قبائل زناتة ومغراوة البربرية. وفي عام 790م احتل الادارسة تلمسان، وبأفولهم حكمها الفاطميون إلى 1075م، وبعدها المرابطون في 1079م.

### 4-حاضرة تلمسان في عهد المرابطين (1079م-1143م):

في عام 1079 بدأت الفترة المرابطية مع يوسف بن تاشفين مؤسسها وابنه علي بن يوسف، في عام 1082 أسس الزعيم المرابطي يوسف بن تاشفين مدينة تاقراوت (التي تعني "المعسكر" باللغة البربرية)، والتي اندمجت مع المستوطنة القديمة والتي تسمى الآن أغادير، فأصبحت منذ ذلك الحين تعرف باسم تلمسان (تيلمسان)، وبدأ المرابطون بتنظيم المدينة الجديدة، بإنشاء الأحياء السكنية فيها، ثم تنظيم الوظائف والحرف والصنائع فيها، وبنوا المساجد والمدارس. بتراجع دور المرابطون الريادي في المدينة انتقلت السيطرة على تلمسان من المرابطين إلى الخلافة الموحدية في منتصف القرن الثاني عشر حوالي 1143م.<sup>2</sup>

### 5-مدينة تلمسان في عهد الدولة الموحدية(1143م-1235م)

<sup>1</sup>سليمة يحيوي-الدراسة الواقعية في تحديد الهوية التاريخية الجغرافية للمدن الجزائرية "تلمسان نموذجاً"-حوليات

التاريخ والجغرافيا-العدد 03-رقم 05-2012-ص ص: 242-258-ص: 248

<sup>2</sup> Trudy Ring, Robert M. Salkin, Sharon La Boda -International Dictionary of Historic Places: Middle East and Africa-Volume 4- Taylor & Francis- 1994- p702

تليها في عام 1143م الفترة الموحدية التي أسسها عبد المؤمن بن علي، وهي فترة تؤكد فيها توسع حضرة تلمسان الاقتصادي والحضاري.

فقد صرف الموحدون اهتمامهم إلى تشييد القصور والأسوار وحشد الناس للعمران، واتخاذ الصروح والاحتفال في مقاصد الملك؛ واتساع خطة الدور في الحاضرة التي اعتنوا بها جيدا وبعمارتها وبدورها الحضاري، ونشروا التصوف بتلمسان، ونشطوا الحركة الثقافية عبر تعميم التعليم الاجباري في الكتاتيب والزوايا.<sup>1</sup>

#### 6-حاضرة تلمسان الزيانية (1230م-1517م)

الفترة المزدهرة لتلمسان امتدت من القرن الثالث عشر إلى القرن السادس عشر تحت حكم سلطة سلالة الزيانيين ستجمع هذه السلالة في المغرب الأوسط، مناطق تمتد من ملوية وراء وجدة إلى بجاية . بعد نهاية حكم الموحدين في ثلاثينيات القرن 13م، أصبحت تلمسان عاصمة الزيانيين (1230-1517). نجح الملك الزياني يغمراسن بن زيان في دمج أغادير وتاجرات في مدينة واحدة وأطلق عليها اسم تلمسان، وحكمها السلاطين الزيانيون المتعاقبون لقرون، وخلال هذه الحقبة كانت تلمسان واحدة من أكثر المدن حضارة في العالم، كان علمها عبارة عن هلال أبيض وسط حقل أزرق، وخلال العصور الوسطى لم تكن تلمسان مجرد مدينة تجارية تربط الطريق "الساحلي" عبر المغرب العربي مع طرق القوافل العابرة للصحراء، ولكنها ضمت أيضا مركزا تجاريا أوروبيا ساحليا.

في ذروة نجاح الملوك الزيانيين في النصف الأول من القرن الرابع عشر، كانت تلمسان مدينة كبيرة يبلغ عدد سكانها قرابة 40.000 نسمة، كانت تضم العديد من المدارس الدينية المعروفة، وأصبحت المركز الفكري الرئيسي للمغرب الأوسط. في السوق حول الجامع الكبير بمركز مدينة تلمسان القديمة باع التجار الأقمشة الصوفية والسجاد من الشرق، والعبيد والذهب من جميع أنحاء الصحراء من مالي والسودان،

<sup>1</sup>حنينة طيبش-التفاعل الثقافي بين حاضرتي تلمسان وفاس في العهد الموحد-مجلة إحالات-المجلد 03-العدد 02-2021-

والأواني الفخارية المحلية والسلع الجلدية، ومجموعة متنوعة من البضائع البحرية المتوسطية "التي أعيد توجيهها" إلى تلمسان بواسطة القراصنة، بالإضافة إلى الواردات الأوروبية المتوفرة، وازدهرت البيوتات التجارية المتمركزة في تلمسان؛ مثل المقري والتي لديها مكاتب فرعية منتظمة في مالي والسودان. في وقت لاحق من القرن الرابع عشر، سقطت المدينة مرتين تحت حكم السلطان المريني أبو الحسن علي (1337-1348) بعد الغارات على المدينة، هو وابنه أبو عنان، في المرتين وجد المرينيون أنهم غير قادرين على الحفاظ على المنطقة ضد المقاومة المحلية حيث صمد سكان مدينة تلمسان في الحصار، ومع ذلك يبدو أنها كانت بمثابة بداية النهاية فعلى مدى القرنين التاليين كان الزيانيون وحكمهم في تلمسان تابعاً لإفريقية (حيث حكمتها السلالة الحفصية) والمغرب الأقصى تحت حكم المرينيين)، أو أراغون عندما استولى الأسبان على مدينة وهران من المملكة عام 1509، ودفع الضغط المستمر من الأمازيغ الإسبان لمحاولة هجوم مضاد ضد مدينة تلمسان (1543م)، والتي اعتبرتها البابوية حملة صليبية، فشل الإسبان في الاستيلاء على المدينة في الهجوم الأول على الرغم من أن الضعف الاستراتيجي لتلمسان تسبب في تحول ثقل المملكة نحو قاعدة القرصنة الأكثر أماناً والأكثر تحصيناً في الجزائر العاصمة، وورد أن حاكم تلمسان تلقى نصيحة من نائب يهودي يُدعى "أبراهام"، الذي فتح في زمن محاكم التفتيش أبواب تلمسان للاجئين اليهود والمسلمين الفارين من إسبانيا، ويقال إن إبراهيم قد دعمهم بأمواله الخاصة وبتسامح ملك تلمسان.<sup>1</sup>

#### 7-مدينة تلمسان في العهد العثماني(1517م-1842م)

لقد تراجع دور مدينة تلمسان الحضاري في العهد العثماني عما كان عليه سابقاً "بداية العصر الحديث بدخول الإسبان الغرب الجزائري، واحتلال المرسي الكبير سنة 1505م ووهران 1509م؛ فقدت مدينة تلمسان أهميتها، وما زادها تقهقراً وتدهوراً، انطوائها تحت لواء الحماية الإسبانية سنة 1512م، بقبول من ملوكها بني زيان المتخاذلين؛ الذين رضوا بدفع الجزية السنوية للإسبان بوهران. وقع الانشقاق

<sup>1</sup> James Curry -The disintegration of political unity in the Maghrib, in Joseph Ki-Zerbo & Djibril T Niane (eds.) - (1997)General History of Africa- vol. IV: Africa from the Twelfth to the Sixteenth Century -(abridged Ed.) UNESCO. And Univ. Calif. Press.

بين الحاكم الزياني والمجتمع التلمساني، مما أتاح الفرصة لعروج بالتدخل في تلمسان والعمل على السيطرة عليها، بحجة تلبية نجدة التلمسانيين المسلمين، من طغيان الزيانيين وأسيادهم الاسبان، وبالتالي افتكاك قلعة من قلاع المسلمين؛ من قبضة الاحتلال الاسباني<sup>1</sup>.

في سنة 1554م خلعت الإمبراطورية العثمانية السلالة الزيانية الحاكمة لتلمسان، ووفرت الحماية للمدينة حيث أصبحت تابعة للسلطان العثماني في اسطنبول، وكانت تلك بداية تراجع وتقويض دور مدينة تلمسان كعاصمة للمغرب الأوسط، وتراجع دورها الحضاري والتاريخي بسبب التهميش الذي طالها وعدم إيلاء اهتمام لها من السلطة العثمانية، والصراع الداخلي بين الاتراك والسكان الحضر الاهالي الذين كانوا مزيجا سابقا بين العرب والامازيغ البربر، وبين الموريسكيين الفارين من محاكم التفتيش في إسبانيا وممالك الاندلس التي سقطت تباعا، فكانت الأفضلية الفروع الموريسكية التي تم دعمها من السلطة الزيانية لما جلبوه من الأندلس والتأثير الحضاري الهائل على المدينة، وهمشوا في المقابل الحضر ذوي الاصول العربية والامازيغية، وكان ذلك سببا لقيام العديد من الصراعات والتمييز بينهم في المدينة، وتزواج الاتراك مع الموريسكيين والفارين من الاندلس وكان زواج سياسي من اقتصادي ثقافي واجتماعي؛ كان مسيطرا سابقا على المدينة ومقربا من السلطة الزيانية الحاكمة منذ القرن 12م، بسبب استعانة الملوك الزيانيين بالمعماريين والعلماء الاندلسيين، وكانت لهم الأفضلية والحضوة عند الملوك، مما زاد من تهميش الحضر الأهالي من الأمازيغ والعرب، وزاد ذلك بدخول الاتراك الذين فضلوا التزواج مع الموريسكيات، ونتج عن ذلك التزواج الكراغلة، وهم أبناء ذلك التزواج، رغم أهميتهم ومكانتهم لكن كانوا في المرتبة الثانية بعد الاتراك في المدينة، فلم يختلطوا بالعنصر المحلي وكان طموحهم تقلد مناصب عليا مثل الاتراك والاعتراف بهم كعناصر تركية، وشكلوا معا "برجوازية المدن وطبقة وسطى ميسورة الحال، تمارس التجارة وتشتغل في المهن والوظائف التجارية والزراعية كملاك أراضي، وكمستثمرين في الزراعة وأحيانا بوظائف إدارية متوسطة. وكانت أفضل الأراضي الزراعية والممتلكات من نصيب الاتراك وأبنائهم الكراغلة أو القراغلة في مراجع أخرى. وهذا ما

<sup>1</sup> بلبروات بن عتو -أضواء حول مدينة تلمسان خلال العهد العثماني. الحوار المتوسطي-01(01) -ص ص: 74-82-ص:74

تسبب في ظهور فتن وصراعات بين الحضر الأهالي والأتراك والكراغلة، فكانت فترة توتر وصراع غير معلنة وفترة حساسية بسبب ذلك التمييز، ففي تلمسان كان الكراغلة يشكلون أغلبية، ويؤلفون شبه حكومة خاصة بهم؛ ويتقاسمون المدينة مع الحضر، ولهم صلاحيات كبيرة ويجمعون الضرائب من المناطق الجبلية المجاورة، مثل جبال بني سنوس وبني رافاس وطرارة أو ترارة، وكان الأتراك كما يقول عثمان خوجة يخشون على سلطتهم فيفضلون وضع ثقتهم في اليهود؛ على أن يضعوها فيمن يزاخمهم في السلطة أو يهددهم بالاستيلاء على الحكم من السكان المحليين والأهالي.<sup>1</sup>

#### 8-مدينة تلمسان في العهد الفرنسي (1842م-1962م)

عندما استولى الفرنسيون على الجزائر العاصمة عام 1830م أصبحت تلمسان مركزا للمقاومة المحلية ضد الفرنسيين؛ بقيادة الأمير عبد القادر وقيادات محلية من الحضر الأهالي، لكن الحاكم العثماني آنذاك سلم مفاتيح قلعة المشور للفرنسيين وفضل تسليمها للفرنسيين على تسليمها لقيادة الثورة المحلية، التي وقف معها الحضر الأهالي لبعض الوقت، لكن أصبحت مستوطنة فرنسية منذ 1842م؛ بعد سقوط المقاومة وصارت في النهاية ملاذا لقضاء الإجازات للمستوطنين الفرنسيين، الذين تركوا بصماتهم على الهندسة المعمارية للمدينة وثقافتها جنبا إلى جنب مع تأثيرات الوافدين والمحتلين الآخرين للمدينة؛ على مدى قرون طويلة وثقافات عديدة ودخيلة عنها، فبدأت الفترة الاستعمارية فيها عام 1842م باحتلال الفرنسيين لتلمسان وانتهت عام 1962م باستقلال الجزائر.

#### 9-الخصائص العامة وتركيبية السكان في مدينة تلمسان المعاصرة

تتكون مدينة تلمسان من خليط أجناس متعددة تشكلت بشكل تدريجي طوال قرون وهي:

-الحضر الأهالي: (العرب والبربر): العنصر البربري متمثل في القبائل البربرية التي كانت تسكن المنطقة، وهي قبائل زناتة، زواغة ونفرة وجراوة، بعد نزوح الأعراب إلى المغرب، تعرب بربر زناتة واختلطوا

<sup>1</sup>أرزقي شويتم-دور الكراغلة في الجزائر أثناء الفترة العثمانية (1519-1830م) -مجلة أفكار وآفاق-المجلد 03-العدد 04-

بالعرب، فتركوا لغتهم وصاروا يتكلمون لغة العرب، غير أنها بقيت ممزوجة بألفاظ وعبارات بربرية. وبعد فتح العرب لشمال افريقيا شهدت هجرات لعدة قبائل عربية مثل بنو هلال، بنو وعزان، وأولاد سيدي العبدلي، وبنو غزلي، وبنو ورنيد، وبنو هديل، وغيرها من القبائل المعروفة في المنطقة إلى يومنا هذا.

-الموريسكيون: وهم المهاجرين من الأندلس الذين شردوا من بلدهم في أواخر القرن التاسع وطيلة القرن العاشر للهجرة، أي أواخر القرن الخامس عشر، وطيلة القرن السادس عشر للميلاد والتجأوا إلى تلمسان بعد عبورهم البحر المتوسط وتعرضهم للأخطار ومقاسات مشاق الهجرة. فقد عُرف الأندلسيون بحضارتهم وتفوقهم في العلوم والفنون والحرف التي بلغت ذروتها آن ذاك، لذا كان لجوؤهم لتلمسان نعمة كبيرة على أهلها إذ نشروا حضارتهم، فازدادت بذلك تلمسان في التقدم والرقى في جميع الميادين، وخاصة أن الحكام والسلاطين الزيانيين قربوهم إليهم قبل محاكم التفتيش بقرنين، حتى صارت مدينة تلمسان تضاهي أعظم العواصم العربية الإسلامية.

-الأتراك وأحفادهم الكراغلة: بعد الاستيلاء العثماني ودخول الأتراك لمدينة تلمسان، تزوج جنود الإنكشارية بالنساء الحضريات التلمسانيات، بعد استقرارهم في مدينة تلمسان، ونتج عن ذلك التزاوج الكراغلة أو الكولوغليين، وهم الحاملون لنصف جنسية تركية ونصف عربية، رغم أنهم كانوا في الترتيب الاجتماعي بعد الأتراك غير المختلطين، والذين كانوا غالبا حكاما واداريين وأحيانا تجارا قدموا من مناطق مختلفة في الدولة العثمانية<sup>1</sup>.

-أجناس أخرى: المسيحيون، اليهود، الأعاجم من آسيا الوسطى، بلاد الشام، وشرق وجنوب أوروبا كانت معايير التمايز الاجتماعي للنخب الحضرية في مدن شمال افريقيا في العصور الوسطى تعتمد على الجاه، الانتماء العرقي والمعياري الثالث هو تقاطع بين الأول والثاني ويعتمد التعليم والمهنة ودرجة التمتع بالحرية، بدأت العصبية في الثلاثي وتبلورت علاقات المصلحة الفردية أكثر، وكانت النخب الحضرية

<sup>1</sup>نادية بولقدام-لهجة تلمسان بين أمس واليوم-مجلة الذاكرة-العدد 05-ص ص: 265-284-ص: 267، 266.

تمثل في العلماء والتجار، وبقي العلماء تابعين للسلطة السياسية وأدوات في يدها، للدفاع عن شرعيته وحكمه<sup>1</sup>. ولا يختلف الأمر في مدينة تلمسان "غرناطة إفريقية" كما يسميها الباحث فوزي سعد الله فأثار الأندلس والموريسكيين الذين استعان بهم ملوك وسلطين الدولة الزيانية؛ غلبت في عاداتهم ثم تزاوجهم مع الأتراك العثمانيين والذي اعتبر تزاوج سياسي بالاقتصادي الاجتماعي كونهم وجدوا الموريسكيين نخبة المجتمع التلمساني، وحتى اللهجة الحضرية التلمسانية قريبة جدا لنظيرتها في الأندلس، وكان حين الموريسكيين لأرض الأندلس بعد سقوطها مائلا في تسمية كثير من المناطق والاحواز المجاورة لتلمسان، وتم استخدام تقنيات أندلسية في البناء والصناعة والحرف، بتسميات اسبانية لا تزال إلى هذا اليوم موجودة كمدق ومقابض الأبواب في المدينة والمسماة "الغانجو"، وكثير من الشخصيات المشهورة في تلمسان أندلسية الأصل مثل الولي الصالح سيدي أبي مدين شعيب الإشبيلي"، أحد أكبر رموز الحركة الصوفية في العالم الإسلامي، فاستقطبت علماء وأطباء ومعماريين ومثقفين كبار أندلسيين، شكلوا نخبة حضرية لها حظوة عند السلطة والسلطين في تلمسان لتقدمهم ارثا ثقافيا عظيما، وكان المهاجرون إليها من مختلف الأجناس والأعراق والديانات واحتضنت اختلافهم وتنوعهم، فكانت عاصمة التحضر في المغرب الأوسط<sup>2</sup>.

\*بعد الاحتلال الفرنسي للمدينة تم إفراغ المدينة من سكانها الأصليين وتغيرت التركيبة السكانية؛ بدخول المعمرين الأوروبيين على غرار باقي المدن الجزائرية، ثم تمت بعدها العودة المحتشمة للحضر والمطالبة بأماكنهم، عادت المدينة لتعمر من جديد بالسكان بعد الاستقلال، وبدأت معدلات النمو الحضري في التزايد مع توافد الهجرات إليها خاصة من الأحواز والأرياف المجاورة، لتصل إلى ذروتها في فترة التسعينات، بسبب العشرية السوداء وانعدام الأمن في الأرياف، فشهدت المدينة معدلات عالية من الزيادة السكانية كما يلي:

السنوات	عدد سكان بلدية تلمسان (نسمة)
1998م	130918 نسمة
2004م	144046 نسمة

<sup>1</sup> إبراهيم جدلة-المجتمع الحضري بإفريقية في العهد الحفصي-مطبعة قطيف -قفصة-تونس-ط1-2010-ص: 11,299

<sup>2</sup> فوزي سعد الله-الشتات الأندلسي في الجزائر والعالم-الجزء الثاني-دار قرطبة للنشر والتوزيع-ط1-2016-الجزائر.

154550 نسمة	2009م
174500 نسمة	2014م
195000 نسمة	2025م

-جدول رقم(03): يبين تطور عدد السكان في بلدية تلمسان بين 1998م و2025م<sup>1</sup>



صورة رقم(06): السوق الأسبوعي للحضر قديما في مدينة تلمسان<sup>2</sup>

تشكلت مدينة تلمسان القديمة من المدينة القديمة التي تحيط بها جدران وأبواب، وفق تخطيط حضري يميز المدن الشرقية الإسلامية، يتوسطها المسجد والسوق في مركز المدينة وقيسرية تحوي محلات ومتاجر متعددة المهن، وحولها الأحياء السكنية، محاطة بأسوار وجدران وأبواب، وسكانها الحضري يسكنون ضمن حدود تلك الأسوار والجدران بينما غير الحضرة أو البرانية فهم القاطنون خارج الأسوار، وهو ما يوجد في المدن والحواضر المشرقية كدمشق وحلب ومدن مصرية عتيقة ومدن مغربية كفاس، وكان السكان الذين يقطنون تلمسان خليط من الحضرة من الأمازيغ والعرب والأتراك والكراغلة والأعاجم، اليهود والنصارى، والأحواز كانت المناطق المحيطة بالأسوار القديمة، وتشكلت المدينة القديمة من أزقة ودروب ضيقة ومساكن على الطراز الإسلامي المغاربي، فتميزت مساكن المدن الإسلامية القديمة ومنها مساكن مدينة تلمسان كغيرها من الحواضر الكبرى في المغرب، بعدم وجود أحياء سكنية تفصل بين الطبقات الفقيرة والغنية، فقد كانت

<sup>1</sup> Habitat individuel aux performances environnementales à Tlemcen- Chapitre 04 : Approche Urbaine-p67.

<sup>2</sup> [https://m.facebook.com/Taghrt13?\\_tn\\_=C-R](https://m.facebook.com/Taghrt13?_tn_=C-R)

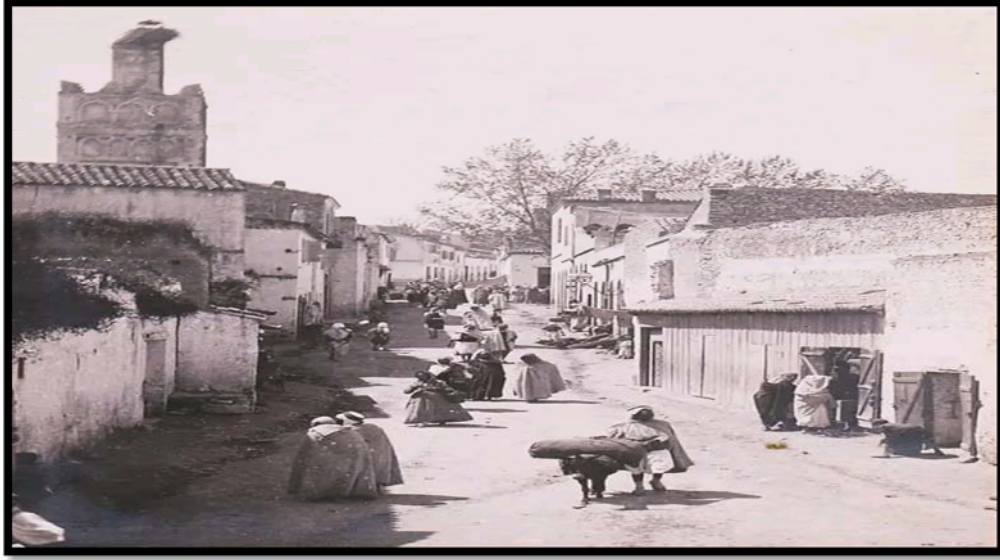


مساكن الفقراء مجاوره لمساكن الاغنياء، لكن أنماط المنازل تخضع للمستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسر التلمسانية الحضرية، كان المنزل التلمساني مربع الشكل غالبا بفناء داخلي، لا يميزه أي مظاهر خارجية جمالية، لكن من الداخل يكتسي مظاهر جمالية مثل الزينة والزخرفة بالزليج في الجدران والتبليط الارض بالرخام، أما الفقراء فكانت منازلهم غير فخمة تستعمل في بنائها أدوات ومواد بناء بسيطة، وكانت المنازل ملتصقة بعضها ببعض، عكس المنازل خارج أسوار المدينة في الأحواز، فقد كانت بعيدة عن بعضها البعض، وتفصل بينها اسطبلات الحيوانات كالمواشي والخيول. الرخاء الحضاري والاقتصادي جعل أهل تلمسان يتأنقون ويتألقون في مساكنهم وملابسهم، وكانت دروب مدينة تلمسان وازقتها ضيقة للحفاظ على حرمة المنازل، كما كانت هذه الاخيرة غير مزودة بنوافذ خارجية؛ وهو النمط السائد في كل الحواضر والمدن الاسلامية القديمة، وتزود أبوابها الخارجية بمدق كبير وصغير لكل منها صوت مميز الأعلى منه للرجال والاسفل للنساء.<sup>1</sup>



صورة رقم (07): تموضع السقيفة في أحد دروب المدينة القديمة كمظهر للتكافل بين الجيران

<sup>1</sup>فائزة مهتاري-المسكن التقليدي في تلمسان خلال العهد الزياني "دراسة تاريخية أثرية"-دورية كان التاريخية-ال عدد28 - 2015-ص ص 93-99.



صورة رقم (08): تبين شارع ابن خلدون بمدينة تلمسان القديمة في بداية القرن العشرين من

صفحة فيسبوك تلمسان الاندلس الموعود<sup>1</sup>

#### 10- الحَضْرَ في مدينة تلمسان «تصنيف وألقاب كبرى العائلات الحضرية».

يعتبر الاعتماد على الألقاب والأنساب لتمييز العائلات الحضرية في مدينة تلمسان كأى حاضرة إسلامية؛ أحد الطرق الشرعية التي يستعملها الحضر لتأكيد انتمائهم للعائلات التلمسانية الحضرية الأصيلة<sup>2</sup>، فهي تورث للأجيال وعليها يكتسب الحضري مكانته وهويته الحضرية في المدينة، واللقب مهم لمناسبات كثيرة أهمها الزواج؛ فالارتباط يتطلب منك ذكر ألقاب عائلتك وعدد أجدادك في المدينة حسب شجرة العائلة التي تتناقلها الأجيال في كل عائلة، كلما كان عدد الأجداد أكبر كانت أصالتك الحضرية أكبر، لأن استقرار أكبر عدد من أجيال العائلة في الحاضرة يعني اكتساب صفات الحضر الأصيلة، أساليب عيشهم وثقافتهم الحضرية الأصيلة. وعمد المؤرخ والكاتب غوتي شريف في كتابه شجرة تلمسان إلى ادراج وذكر العائلات التلمسانية الحضرية، وقسمها حسب ألقابها إلى عائلات عصمية؛ وهي ذات الأصول التركية

<sup>1</sup> [https://m.facebook.com/Taghrart13?\\_tn\\_=C-R](https://m.facebook.com/Taghrart13?_tn_=C-R)

<sup>2</sup> دالي احمد شكيب – الاستراتيجيات القرابية لدى العائلات التلمسانية الكبيرة "الاختيارات والرهانات"-مذكرة لنيل

شهادة الماجستير في الانثروبولوجيا-جامعة تلمسان – 2012/2011-ص: 24

وأحفادهم الكراغلة الناتجين عن زواج تركي بجزائرية، وعائلات جدارية نسبة إلى الجدار الذي كان حول مدينة تلمسان، وكل من سكن داخل المدينة وضمن حدود الجدار رسمي جداريا أو "مَجْدَر" باللهجة الحضرية، وهي ذات أصول مختلطة بين العربية والأمازيغية والموريسكية، وفي هذا الجدول سيتم ذكرها حسب الترتيب:

الحرف	جداري	عصملي
أ	الحصار (أندلسي من إشبيلية)، الغربي، المقاري، ابن مسايب، العشعاش (أندلوسي)، أبو بكر، العبان، أمغار (قائد كبير زناتة)، أبولي (أندلس)، أندلوسي (أندلس).	المشري، الغول (صاري)، أفندي (بن درى، مامي)، إينال التركي، أبي عياد، أباجي،
ب	بدسي، بختي، بهلولي، بركات، بن عبّو، بسّعد، بّگار، بخوشة، بلباشير، بلغيت، بن عمار (أندلسي)، بلحلوش، بلحاج قسام، بنشهو، بندي حسان (من فاس)، بلقيد (اسم الجد الثامن بن يعلى الادريسي)، بن قلاّ (مستغانم)، بن غبريط، بن موسى، بن دحمان، بن حدوش (يدون)، بن أحمد، بن حامد، بندي عبد الله بندي علال، بن قناديل، بن عامر، بن مهدي، بن مرزوق، بن منصور، بن بلال، بن صفية، بن صغير (المشرق)، بن سليمان، بن التاج، بن زاغو، بن زيان أو بنو زيان، بلفطمي، برّحو، بن دي جلول (كرزابي)، بن صالح، بلعربي، بن معمر، برأشد، بن مسلم، بن عصيد، بن شعابيب، بلخلاصي (بوراوي)، بزّار، بن زعزوع، بن دلهوم، بن عولى، بن حابي، بن زطل، بن يحيى، بن دهسى، برحمة، بن بريك، بن زقير، بن حليلة (بن مزونة)، بن قبيل، بلعربي، بن داودي (شيخ البلاد)، بن سهلة، بن يوب (من	بابا أحمد، بغدادلي، بغداددي، باغلي ( خدام الدالية)، بلصكى ( آسيا الوسطى)، بالي ( آسيا الوسطى)، برودي، بركة، بلبان، بجاوي، بدران، (بودغن سطمبولي)، بخشي، بّقال، بن عياد، بلخروبي، بلخوجة، بندي صاري، بندي ويس (بجاوي)، بندرى (فاندي)، بن حبيب، بن ددوش، بن شيبوب (دالي يوسف)، بن تشوك، بن دي مراد مراد، مراد بودية، مرادي، مراد رايس)، بن حاجي (حاجيات، بصطاوي)، بصطوي (بن حاجي)، بن حمدان، بن حميدات، بن قلفاظ ( مختص في دهن البواخر)، بن عصمان، بن سنان، بنسيد، بن سماعيل (ببولنزي)، بن يارو (بوزار، فار الذهب)، بلعلج، بن يلاس (اندلسي)، بن زرجب، بن زنقلي، برّبار (حلاق)، برزوق، بن حمزة، بن مغني (معسكر)، بن حسن صغير، باي موت مورت، بن درمل، بن شعبان، بن سحلية، بن قطيطة، بن علال، باي عومار، بلاوان، بن تركية، بيلم، بيلامي، بيرم، بوشامة، بوشناق ( بوشناق، بودالية)، بركسي (

<p>سنوسي، رقيق، نقاسي، قرمط، دمرجي، داود بريكسي، بقال بريكسي، صاري بريكسي، مصباح بريكسي، زينطوط، بوغلام، بن سحلية، بلابان، فتفتي)، بوضلفة، بويزار، بوزكار، بوعلي، بو علو، بو بلنزة، بودغن، بوعياد، بوكلي حسن، بوجقجي، بورصالي (من بورصة)، بوخويخة، بوغلام، بوحامد،</p>	<p>سيدي بلعباس)، بن قدد، بن نقيم، بريشي، بن جابر، بن ميمون، بن زينب، بن عزة، بن عبد الله، بن ديدي، بن زيزو (تابت)، بن عونله، برزقي، برحيل، بن سغير، بن حولية، بن جابر، بن قرني، بن قديح، بن مّي، بن شقرون، بن ورقة، بنخراز، بن شهرة، بجلاي، بلعسري، بلود (ولهاصة)، براهامي، برهيم، براهيم عثمان، بوفتاح، بوشعور، بومشرة، بو عبد الله، بوعناني (فاس)، بوعناني (فاس)، بويدية، بوغافية، بوحجار، بونوي، بوخلفة، بوصلح، بو يعقوب، بو عروق، بوراوي، بوشريفي، بوشناني، بوزينة (فاس)، بوفلجة، بوراص، بوحجاج، بوريشة، بوغريشة، بوري، بو عقل، بوسعيد، بوسوار، بو طيبة، بوحميدي، بو بو، بوصافي، بورنان، بو حلوي، بودلال، بوبكر.</p>	
<p>تشيعلي، تاج الدين، تركي حساين، تشنار، تريكي، تشوار.</p>	<p>تخليتي، تراري (جبال ترارة)، تابت (بن) تابت، عيناد، هلال، أول، بن زيزو)، تواتي، تيزاوي</p>	<p>ت</p>
	<p>جبلي</p>	<p>ج</p>
<p>حاج سليمان، حاج الدين، حاجيات، حميدو، حمزاوي، حساين، همش، حمدي، حاج عومر، حمّاس</p>	<p>حدّادين، حفاف، حجاج، حلفاوي، حمادوش، حاج قدور، حباي، حبشي، حميمد (سقال أندلوس)، حاج علي، حلو، حساني، حوسيني، حجاري، حدوش (اندلوسي سقال)، حمصي، حسناوي، حوى</p>	<p>ح</p>
<p>خليل و خليل باش</p>	<p>خريس، خلدون، خديم (من الشام)، خدير، ختير.</p>	<p>خ</p>

د	دحاوي، دندان، دقموس (من جبالة بمغنية)، دَيدي بوبكر (سي بكار)	ديب (ديبون، ديابي)، دمرجي (بريكسي)، دايج، دويدي، جعفر (باشا، بجاوي)، دزيري، دغين، دالي (علي، يحيى، محمد، يوسف: يادي وبن شيبوب وبن علال)، دواجي، داود بريكسي
ر	رجع، رشدي، رحمون (آسيا الوسطى)، رياحي	رستان (آسيا الوسطى)، رمضان شاوش (آسيا الوسطى)
ز	زمرى، زنداني، زيتوني، زاوي، زناتي، زردومي	زميرلي، زناقي، زروق، زروقي، زلام
س	سجلماسي (من سجلماسة بالمغرب)، سبع، سايب، سلكة، سقال (من سيسيلية بالاندلس)، ستوت، سماحي (من اليمن)، سبيع (الاندلس)، سني، سباغ، سيدي يعقوب، ساهلي، سباح، سلطاني، ساهل، سفير، سفيسفي (فاس)، سمير	سلعاجي (مرافق دائم للداي)، سطمبولي، سوفي، سليمان
ش	شَيَب الدراع، شفعي، شقرون، شاوش (بن شقرون)، شريف بن موسى، شنتوف، شويخ، شقراوي، شيباني، شربال، شيخ البلاد، شيخي (بلعرج)، الشريف	شريف (قرط شريف، بن قرط، قرطي، الجدة نوبية)، شاوي (سطنبولي)، شرمشيق، شكشو (من أنطولي)، شعال (سوليمان)، شلبي
ص	صمود، صبان	صارود، صبونجي، صاري (باي، علي حاج الدين، لنصاري، بوجقجي، بن صاري، بندي صاري، شرمشيق، سويري)، صرصور
ط	طبال، طفيلي (المشرق)، طالب بن دياب، طايب	طبيجي، طالب، طاولي
ع	عثمان، عقباني وعبادي (اندلسي)، عبوره، عكرمي، عليلي، عمارة (حاج عمارة)، على شاوش، عرباوي، عطار، عياشي، عرباجي، عزوني (اندلسي)، علام	عيادي (بوعباد)، علا شهير

	علال، عدّو، عبد اللاوي، عامر، عيدوني، عشور، عليان	
غ	غسلي (اليمن)، غماري، غمبزي	غمري (باي عومر)، قاور، غرناوط(ألباني)
ف	فخار (حجازي من الأندلس ملقة)، فخيخري، فرفر، فروي، فنطزية	فرالذهب (بوزار، بن يارو)، فتيفتي
ق	قنانش(قرموش)، قراري، قهال، قنيفذ، قلوش، قرموني (من الأندلس من قرمونة)، قيسي، قسيم، قدروسي، قادي	قُرملى، قليل، قرماط، قندوز، قروج، قراجة، قازي (أول، ثاني، بن كربي، بن قازي)، قهواجي (قارة خوجة)، قارة أوزان (وزان من القوقاز)، قادري (بوكلي حسن)، قرط الشريف، قرط بن قرط، قريصلي (من قبرص)، قرصو(ألباني)، قسنطيني، قلايجي (رصاص)، قارة محمد(بوعايد)، قايد سليمان، قبياني أو قنيالي (من قونية)، قارة (علي، مصطفى، محامد، تركي، زعيتري، قارة مصطفى، دويدي، كلاش)
ك	كرزابي، كراوي، كرارطي، كريد، كريم	كاهية، كشايري، كلاش (قارة مصطفى)، كراشي (قارة بشي)، كراش
ل	لهيب، للوت، لبلق، لوكيلي، لوشيدي ودجي (لوشيدي من الحجاز أندلسي ومدلسي أندلوسي)، لحفا، لعقباني (سقال أندلوسي)، لباسي، لباس، لشاوي	لنصاري (صاري)، لعلاّم(بوعايد)
م	منور، مغنونيف (اندلسي)، مهداد، ممون، معروف، منصور، مسيفي (من فاس)، مدلسي (اندلسي من إشبيلية)، مجاجي (مجاجة حرفة الاسبان)، مجاهدي، مجادي، مغيلي، ميراوي (قبيلة مغراوة)، مورو فيداح مورو(أندلسي)، مهاجة، معاشو (من المشرق)، ماحي، مول، مصمودي (من قبيلة مصمودة)، مطالسي، مرسلي، ملوك، مزّان، مراكشي، مشاتي، مولاي سليمان الفريقي،	مزوار (الرقاس أي مسؤول الأمن)، مصلي ميصالي (من منيسة في الأناضول)، مرابط، ملوكة، مهتار، مالطي (من الأناضول)، ملمان (من بورصة)، محجوب (الشرق الأوسط)، ممشي، مامي (أفندي مامي ألباني)، مزار (من آسيا الوسطى، الهند، أفغانستان، باكستان وتركيا)، مير علي (آسيا الوسطى)، محامدي، مصطفى، محبوب، مجار، ميمان، ملياني، مغلّام، مير حسن، ممزالي

	مجدوب، منقوب، مدغري، معاز، منداسي(شاعر)	
ن	نجار، نقادي (قبيلة معقل الفلسطينية)	نبية
و	وزين (المغرب)، وادفل، وجدي، وراد	والي شاوش، ويس
هـ	هدام، هبري	
ي	يبدي، يوسف، يشكور	يلس، يادي

#### جدول رقم (04): تقسيم ألقاب حضر تلمسان حسب كتاب شجرة تلمسان للكاتب شريف الغوتي<sup>1</sup>

كما تم الاعتماد على مصدر ثانوي لجمع ألقاب العائلات الحضرية الأصيلة في مدينة تلمسان، ذلك من خلال شواهد قبور قديمة موجودة في مقبرة الشيخ سيدي السنوسي، وتكرار لقب معين لعدة مرات بتاريخ قديمة تصل لقرن أحيانا؛ يمكن اعتماده كطريقة للتأكد من ألقاب العائلات الحضرية المتجذرة والأصيلة، كون المقبرة من أقدم المقابر التي كان يدفن فيها حضر تلمسان حسب شهادات كثيرة، وحسب تاريخ المقبرة وما هو متعارف عند العامة، ويمكن اعتماده كمصدر ثانوي يؤكد ما ورد في كتاب شريف الغوتي، الذي قام بجمع ألقاب العائلات الحضرية كمجهود شخصي رغم كونه غير أكاديمي؛ لكن في غياب وثائق رسمية أخرى يمكن جمع تلك الألقاب بوسائل متعددة للتأكد من صحة ما يرد في كل مصدر أو شهادة.

الحروف	الألقاب
أ	العشعاشي-المحبوب-الحبالك-الفندي-الطييار-أولاد الامام-إلس-المهور-الحسار-الحاج العربي-الفندي-العقباني-أغا-القرمي-العقباني-أمغار-آتشي-الباي-إينال-أويس-أوشار- أبكير-أبوكر-أبو عياد-أبي عياد-أعمير-أفندي-أباي-الأشاهير-الشريف بن موسى- الوشدي-آيت سليمان-أوجاباش-إينال-أوفريحة-الإدريسي
ب	بخشي-بالي-بن عزوز-بن ديب - بلحاج عمارة-بوعناني-بوعلي- بن منصور-بركوش بورنان-بمراح-بن غوتي- بن سعدون-بالي- بن حبيب- بومدين- بن مرزوق- بريكسي- بن يحيى ثاني- بوخدي- بلحاج- بابا أحمد- بن قودي- بوخاتم- بن قطيطة- بن عمر- بليل-

<sup>1</sup> شريف غوتي-شجرة تلمسان-المطبعة الجهوية-الجزائر-ط2-1993.

<p>بن ويس- بلقايد- بن غبريط- بغدادلي- بن سليمان- بجاوي شاوش- بن يلس- بن علي- بوكلي- بوكلي حسن- بوجمعة- برصالي- بن ضروري- بدران- بن أعمار- بودغن-بوعياذ- بوعافية- براهامي- بن يارو- بن ادريس- بلخوجة- برزوق- بادسي- بن عصمان- بوحامد- بنعمرة- بن علي- بوعنان- بوري- بن ملوكة- بن داني- بولبنزة- بوعبسة- بن العربي- بن لحسن- بندي- بن شنهو- بختي- بوعياذ- بودغن سطمبولي- بابا حامد- بشلاغم- بوحايك- بن علي- بوعلي- بن زرجب- بغلي- بوعايد- بختي- بن علال- بن ديمراد- بن قلفاط- بسطاوي- بلعربي- بوشارب قارة- بن حبيب- بن سليمان- بالي- بلحسن بالي- بوكلي- بن ديمراد- بلخوجة حقيقي- بن غالم- بن عبو- بلقايد- بوجلابة- برزوق- بابا حامد- بوخالفة- بيلام- بسطاوي- بيلامي- بن عبجي- بن قلفاط- بن زنقلي- بدسي- بو عبد الله- بن يتو- بغدادي- بوشامة- بن دحمان- باي عمر- بن زنقلي- بن غبريط- بوري مالطي- بن زرفة- بن دحو- بن سوسان- بن دمرجي- بن رويس- بن دالي براهيم- بن زميرلي- بن شنب- بوشناق- بومرزاق- بن كازي- بن حجي- بشلي- بن دالي يوسف- بن درقال- بن قورطي- بن سيد- بن سحين- بن صمين- بن تريكي- برار- بيرام- بودجقدجي- بن عودة- بودالية- بجاوي شاوش - بن سهلة- بارودي- باغلي- بختوش- بخوشة- بلاسكا- بلحربيط- بلخوجة- بلورقة- بن العليج- بن باجي- بن تشك- بن حمدات- بندي جلول- بن داودي- بن دحمان- بن درة- بندي ويس- بن زاغو- بن زرجب- بن زقير- بن سماعيل- بن سنان- بن شعبان- بن شيبوب- بن قلة- بن قلفاط- بن مرزوق- بن مسايب- بن موسات- بن يارو- بولبنزة- بوبو- بوجنحي- بوحامد- بودالية- بوعياذ آغا- بوعياذ دباغ- بكري- بن صديق- بن دياب- بوجلابة- بيلامي- براهامي- بن شوك- بلحسن بالي- بوفلجة- بن ثابت- بلحاج عمارة-</p>	
<p>تيتساوي-تهامي-تشوار-تركي حسن-تركي حساين-تدلاوي-تيجاني-تريكي-تشافر- تشوكتش-تشيكو-تركي-تركية دردة-تشنار-تشيعلي-ثابت-</p>	<p>ت</p>
<p>ثابت-ثابت اللاوي-ثابت أول-</p>	<p>ث</p>
<p>جبار-جباري-جزيري-</p>	<p>ج</p>
<p>حقيقي-حدو-حامد-حمزة شريف-حميدو-حطاب-حبشي-حاج سليمان-حفيف-حجاج أول-حدوش-حليمي-حجوي-حجاج أول-حاج قاسم-حميمد-حاج سليمان-حاجيات-حمزاوي-حساين-حصار-حموشي-حجاج-حاج قاسم-حفاف-حلفاوي-حمي-</p>	<p>ح</p>
<p>خواني-خديم-خاصة-خزناجي-خوجة-خليل-خريص-</p>	<p>خ</p>



د	ديب-دالي-دالي يوسف-دمرجي-دحاوي-درفاوي-ديبون-دويدي-ديبون-دواجي-دكاك-دالي يحيى
ر	رستان-رقيق-رحال-رحمون-
ز	زكري-زين العابدين-زردومي-زرهوني-زرقة-زايدي-زناتي-زدون-زاوي-زميرني-زيباك-زنداني-زمرجي-زميرلي - زنقلي-
س	سنوسي-سطمبولي-سقال-سجلماسي-سلقة-سلقة-ساهر-ساحلي-سديقي-سيستي-سلامة-سلادجي-سوليمان-سبيع-سايب-سراج-سنوساوي-
ش	شيعلي-شقرون-شاوي بودغن-شايب-شريف-شيالي-شقرون-شاوي-شريقي-شيالي سقال-شلي-شاندركي-شاوش-شاوش رمضان-شوكشو-شرماشيق-بلاغجي-
ص	صبايحي تاني-صراوي-صنهاجي-صاري-صبان-صاري-صاري أحمد-صفار-صفار باتي-صفار زيتون-صارماشيق-صافي بن سليمان-صالح بلخوجة-صديقي-
ط	طبال-طالب-طالب بلعربي-طالب بن ذياب-طوبال-
ع	عبد الله الشريف-عبد اللاوي-علال-عبدلي-عبد الله بدران-عطار-عيناد ثابت-عمارة-عليان-عثماني-عبي-عباس التركي-علي-علي آغا-علي التركي-علي خوجة-عبواز-عبورة-عزوني-عناني-علي شاوش-عبد المومن-عتو-
غ	غمري-غلايبي-غوتي-غرمول-غماري-غرناوط-غنيم-غفور-غورماله-غزلان-غول-غلام الله-غرناطي-غرناطي-غومري-
ف	فخارجي-فار الذهب-فرحان-فاس-فندي-فدماجي-فراج-فكاي-فهام-فخار-
ق	قازي أول-قارج-قوار-قلايبي-قارة-قازي ثاني-قرطي-قهواجي-قورصو-قراوطي-قوار-قلفاط-قلوشة-قصير-قارة حسن-قارة برنو-قشاغلي-قايد سليمان-قلاش-قارة علي-قارة محمد-قارة مصطفى-قارة سليمان-قارة تركي-قاردجا-قوبياني-قرايشي-قلوش-قلوش جديد-قراجة-قرباص-قرماله-قرموني-قرط شريف-قاضي-قرطي-قليل-قيسي-قادة قلوشة-قارة زعيتري-
ك	كباشة-كازي ثاني-كوراد-كاهية-كاهية ثاني-كاهية أول-كرزابي-كولغولي-كاديك-كردغلي-كلاش-كراوتي-كريد-

ل	لاغا الحجيج-لعريجي-لشلاش-لعوج-لعلام-لعجمي-لوجادي-لعزوني-لبلق-لانصارمي- لمامشة-لمداني-لوداج-
م	مراد-ماري الحوتي-مسيردي-مامي-مراد بودية-محمدي-مرابطي-منصوري-مالطي-ماري الحوتي-مسعودي-مزياني-مرابط-مصمودي-مغيلي-مجدوب-مولاي-ملزة-مهني-محجوب- مرابط-مدراوي-مصلي-مراد-مزيان-موفق-ميدون-مدني-مجاوي-مصالي-منصور خوجة- مامشا-ملياني-مصباح-مرسلي-مكي-ماغار-مسيقي-مدلسي-مراح-مرزوق-مزاري-ملوكة- مناحي-مهتار-مهاجي-مورو-موطاس-مول السهول-مولاي سليمان-ممشاوي بورصالي-
ن	ناصرف-نبيه-نابي-نبية-
هـ	هدام-همش
و	ولد شريف-ويسبي-ولد قشماقي-ولد دالي-ولد رويس-
ي	يلس-يوسكار

جدول رقم (05) يبين ألقاب الحضرة من شواهد قبور قديمة في مقبرة الشيخ سيدي السنوسي

#### خلاصة

تأثرت مدينة تلمسان بنمط البناء والعمران الإسلامي المغربي، وثقافتها الحضريّة مزيج من إسهامات ثقافية متنوعة لتركيبية السكان المتنوعة، من الأمازيغ والعرب وهم الحضرة الأهالي السكان الأصليين والأوائل لمدينة تلمسان، ثم الروافد الثقافية والمعمارية للأندلس والموريسكيين، والثقافة العثمانية التركية، ونمط العمران والبناء الفرنسي الأوروبي في أجزاء، مزيج أعطى للأصالة الحضريّة فيها ميزة التنوع والاختلاف وتقبله بين الفئات الاجتماعية، التي شكلت معالم المدينة بشكل تدريجي على مدى قرون، وتأثرت الثقافة الحضريّة بالثقافة العربية؛ في حفظ الأنساب لتمييز السكان وأصولهم كنوع من الشرعية الثقافية الحضريّة الأصيلة.

## الفصل الخامس: الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري التلمساني

تمهيد

- 1- الخصائص العامة لمجتمع الدراسة
- 2- الرأس مال الاقتصادي والملكيات الخاصة لعينة الدراسة
- 3- التغذية المعتمدة والمفضلة لعينة الدراسة
- 4- العلاقات الاجتماعية في المجتمع الحضري وقضاء وقت الفراغ
- 5- معايير اختيار فضاءات وأماكن الاستهلاك
- 6- المطاعم والأكل خارج المنزل
- 7- العناية الداخلية بالجسد؛ الصحة، والجمال الخارجي
- 8- فضاءات الاستهلاك للتمكين الاجتماعي الطبقي والتجارب الثقافية العالمية
- 9- مقارنة نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة والأطر النظرية
- 10- النتائج العامة: "الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري التلمساني"

## الفصل الخامس: الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري التلمساني

### تمهيد

إن الهدف الحقيقي للبحث الميداني الكيفي الذي يعتمد أداة المقابلة بشكل أساسي في جمع المعلومات والبيانات الكيفية؛ ليس فقط استهداف وجذب التصريحات من فم المبحوث، بل الاستماع إليه بشكل أفضل وتركه يتكلم أكثر عن نفسه، مواقفه وعن حياته، ما يسمح للباحث بالتعرف عليه أكثر في فترة إجراء تلك المقابلة، فالكلام والتصريحات تعطي صورة واضحة للباحث عن المبحوث، وتعتبر عن الرأسمال الثقافي والاقتصادي الذي يملكه، كما تعطي صورة عن أساليب حياته وتفكيره، معتقداته وتوجهاته، وتقدير المستوى المادي والمعيشي الذي نشأ فيه سابقا والذي يعيشه في هذا الوقت ، لأن الظروف المادية والاجتماعية تطبع عادات المستهلك؛ ومستواه العلمي والأكاديمي إضافة لوظيفته يهيئان الظروف لممارسات استهلاكية نخبوية رفيعة كلما كانت أعلى، ليصبح فيما بعد منتجا لثقافة استهلاكية تميزه عن الأدنى في سلم الترتيب الاجتماعي.

في هذا الفصل سيتم عرض نتائج المقابلات الميدانية، ثم مناقشتها في ضوء نتائج الدراسات السابقة والنظريات التي اهتمت بالثقافة الاستهلاكية الحضرية؛ والهايتوس الحضري من خلال الذوق الاستهلاكي للطبقة الوسطى الحضرية كميكانيزم للتمييز الاجتماعي، والتعبير عن الهوية والمكانة من خلال الممارسات الاستهلاكية، ملأ الثغرات التي لم تهتم بها النظريات الكبرى في المجتمعات الحضرية ومدن العالم الثالث، ومقارنتها بالمجتمعات المتقدمة التي تلاحق الذوق الاستهلاكي العالمي للنخبة كوسيلة للتميز والتمييز، بتوضيح الملامح العامة للثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري التلمساني؛ للتحقق من الفرضيات التي تم الانطلاق منها والمعتمدة في بناء المقابلات الميدانية ومحاورها، للوصول إلى نتائج توضح الثقافة الاستهلاكية والذوق الاستهلاكي لدى الطبقة الوسطى الحضرية.

## 1- الخصائص العامة لمجتمع الدراسة

مجالات الاستهلاك بشكل عام من التغذية إلى اللباس، نوع الموسيقى المفضلة، قضاء أوقات الفراغ، العناية بالجسد والتجربة الاستهلاكية بشكل عام، تعطي قراءة عن نمط الانفاق والاستهلاك، والمستوى الطبقي للفرد أو الأسرة ومكانتها الاجتماعية؛ بتفاعله مع عوامل أخرى كالمهنة، مستوى التعليم، الجنس والسن؛ أو الدخل. فالغذاء مثلا يعكس ويعيد انتاج العلاقات الطبقيّة بطرق معقدة ومتنوعة، وبطرق لا يمكن التنبؤ بها، والاختلافات الطبقيّة يمكن تحديدها تجريبيا في الاستهلاك، من الممكن أن يميز الميسورون أنفسهم ليس فقط من خلال أنماط الإنفاق الخاصة بهم، ولكن أيضا عن طريق شراء جودة أفضل ضمن أنماط الإنفاق. "فيعتمد الباحثان البريطانيان توملينسون ووايرد مثلا في دراستهم المنشورة في مقال " الطبقة الاجتماعية والتغيير في عادات الأكل"؛ على التحليل الذي يحدد الأطعمة والفئات التي تميل إلى الارتباط ببعضها البعض في مستويات الإنفاق، لتحديد الفروق بين الطبقات العمالية والطبقة البرجوازية في إنجلترا، وهي دراسة تحليلية أجريت على احصائيات جمعت بين فترتي 1968م-1988م؛ لإنفاق مجموعة من الأسر على الأغذية، ويعد الاستهلاك والغذاء على وجه الخصوص مَهْمًا في دراسة الفروق الطبقيّة، والمهنة والدخل تحديدا تعطي قراءة لأساليب الانفاق وكمياتها وتحديد الطبقة، استخدموا مسح لنفقات الأسر والتحليل للإنفاق من خلال فواتير البقالة الخاصة بهم لمدة أسبوع، ووجدوا أن الأكثر ثراء يشترون أغذية عالية الجودة وذلك جانب إضافي للتمييز الاجتماعي. بينما يميل أفراد الطبقة الوسطى لاستهلاك النوعية والصحية، ويستهلك أفراد الطبقة العاملة والفقراء اللحوم المطبوخة(المرتديلا) الجاهزة، والسكريات والاكل المشبع وغير الصحي، وبكميات كبيرة وغير نوعية، والعامل الآخر هو مكونات الاسرة وحجمها؛ فالعدد القليل في الاسرة يعطي قراءة أقل في الانفاق الاسري، ووجود الأطفال وعدمه يشكل فارقا مهما إضافة لعدددهم، لأن الطبقة تصبح محددًا واحدا من بين العديد ؛ وكما يصرح الباحث بن فاين وآخرون "أخبرني ما هي الأطعمة التي تشتريها وسأخبرك بجنسك وعمرك وما إذا كان لديك أطفال أم لا، وعدد الأشخاص في منزلك". تؤدي الاختلافات الكمية في الدخل الى اختلافات نوعية في عادات الاستهلاك، كما هو الحال في تناول الطعام

بالخارج، حيث تعتمد الطبقات الفقيرة على الوجبات السريعة الرخيصة بدلا من المطعم الفاخر، لكن الأمر نسبي فليست كل أنماط الاستهلاك هي انعكاس فوري للاختلافات الطبقيّة، بل قد تعمل أنماط الاستهلاك أحيانا على حجب العلاقات الطبقيّة الأساسية<sup>1</sup>.

جدول رقم (06): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية%	التكرار	الجنس
76%	19	أنثى
24%	06	ذكر
100%	25	المجموع

تمثل نسبة الإناث في مجموعة المبحوثين النسبة الأكبر والتي بلغت 76%، فالمرأة في العملية الاستهلاكية مستهدفة وأكثر فعالية في التعامل مع موضوع الاستهلاك وخاصة المنزلي كما ذكر سابقا في الفصل الثاني، لكن ذلك لا يعني استبعاد العنصر الذكوري الذي يتمحور دوره غالبا في عمليات التسوق اليومي؛ أو الأسبوعي تحديدا في مجال التغذية واقتناء الأكل، وهذا يعطي تنوع في التصريحات والإجابات من كلا الجنسين، ودور كل منهم كزوج من الأزواج المشاركين؛ والتفاعل بين الزوجين في عملية اتخاذ القرارات الاستهلاكية، وما تبين في التصريحات أنه كلما ارتفع الرأسمال الثقافي للزوجين كان الحوار والتشارك في اتخاذ القرارات هو السائد، وكلما انخفضت مؤشرات كالمستوى التعليمي لأحد الزوجين ظهرت الفروق والاختلافات في الذوق الاستهلاكي، كما يؤكد المبحوث في المقابلة الثامنة عشر اختلاف المستوى العلمي والطبقي لزوجته قبل ارتباطهما والذي كان مرتفعا مقارنة به، أظهرت تلك الفروق فهي تفضل دوما أماكن ومنتجات فاخرة، لكن القرار الاستهلاكي في النهاية له وهو من يقرر فالحكم والقرار للرجل في النهاية، لأنه جاء من عائلة محافظة وملتزمة بالعادات والتقاليد، لكن المبحوث في المقابلة الأولى وزوجته كان

<sup>1</sup> Ben Fine, Michael Heasman and Judith Wright- Consumption in the Age of Affluence" the World of Food" - Routledge- London and new York- 1st1996-p:219-220

مستواهما العلمي والطبقي متقارب ومرتفع، فصرح أنه لا مشكلة لديه إن كانت القرارات الاستهلاكية لزوجته؛ فهي أدري وهذا لن ينتقص منه أو منها إن هي قررت أو حكمت على الأمور، فكل المبحوثات المشاركات أكدن على أن أزواجهن أقل اهتماما بالقرارات الاستهلاكية، وبمظهرهم تحديدا فهن يسعين باستمرار لدفعهم للاهتمام بمظهرهم العام بالتناسق، الأناقة، حسن الاختيار والذوق الرفيع، وأكثر ميلا للاستهلاك المظهري التفاخري. والبحث بالنسبة لهن أكثر قبل قرار الاختيار مع تقدير السعر المناسب، وهذا ما يؤكد على أن قرارات المرأة مهمة أكثر في مجال الاستهلاك من حيث اهتمامها بالتفاصيل الدقيقة؛ واختيار الذوق الرفيع لتمييز أنفسهن، والظهور بأفضل شكل للتعبير عن مكانتهن الاجتماعية المرتفعة، وهذا الذي يجعلها مستهدفة دوما كمستهلكة من قبل المنظومة الاستهلاكية.

#### جدول رقم (07): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية%
من 20 سنة إلى 29 سنة	01	4%
من 30 سنة إلى 39 سنة	08	32%
من 40 سنة إلى 49 سنة	10	40%
أكبر من 50 سنة	06	24%
المجموع	25	100%

عامل السن عامل ديموغرافي مهم في تحديد الميولات الاستهلاكية، فمن الممكن الافتراض بأن سن المستهلك وعلاقته بالشراء والتجديد المستمر في الاستهلاك، حيث أشارت كثير من الدراسات لوجود علاقة قوية بين العمر كعامل ديموغرافي والتوجهات نحو الاستهلاك، فغالبا المستهلك المجدد هو في العمر أصغر من غير المجدد؛ وهذا الأخير في الغالب من فئات عمرية أكبر، هذا إضافة لتمييز المستهلكين المجددين باستمرار بزيادة مستوى التعليم، زيادة الدخل الشخصي، وارتفاع المستوى المهني أو الوظيفي، وبمعنى آخر المستهلكون المجددون هم من الطبقات العليا في المجتمع.<sup>1</sup> فكلما كان السن أكبر كلما كانت الممارسات الاستهلاكية

<sup>1</sup>رانية المجني ونريمان عمار-سلوك المستهلك-الجامعة الافتراضية السورية-الجمهورية العربية السورية-2020-ص:199.

للفرد أكثر ميلا للمحافظة وتمسكا بالعادات الاستهلاكية القديمة؛ الأكثر عقلانيةً وميلا للاقتصاد المحبذ، شكلت نسبة الكهول 24% فقط، بينما الفئات العمرية الشبابية شكلت نسبة 72% وهي الفئة الأكثر ميلا للاستهلاك الغير عقلاي والنزعة الاستهلاكية المظهرية في قراراتها الاستهلاكية والتبذير، أكثر انصياعا وتأثرا بتبع صححات وتغيرات الموضة والأذواق الاستهلاكية الرائجة والعالمية، فالفئة العمرية الغالبة للمبحوثين محصورة بين سنتي 1972م و 1991م؛ وهي فترة شهد فيها الاستهلاك العالمي ذروته، وظهرت الموضات الحديثة وتطورت ممارسات التسوق وأدوات الاستهلاك العصرية؛ وأساليب الاشهار والاعلانات عن المنتجات الاستهلاكية، كما شهد العالم التحول من الهيمنة القطبية الثنائية إلى القطبية الأحادية، سيطرة قطب الرأسمالية وظهور المجتمع الاستهلاكي ما بعد الفوردية وما بعد الحداثة؛ الفترة التي اهتمت أكثر بأنواع المستهلكين بدل الطبقات الاجتماعية، وظهور التخصص في الوظائف الصناعية وصعود قطاع الخدمات وذوي الياقات البيضاء وخاصة في الفئات الأثوية، بينما استمرت مدينة تلمسان في التراجع عن الإنتاج والتحول لوظائف خدمية واستهلاكية، كانت فترة التحولات الكبرى في العالم ومدن العالم ككل، فمعظم أفراد العينة عايشت تلك الفترة وعاشت بداية حياتها في فترة تلك التحولات الاجتماعية والاقتصادية في أنظمة الإنتاج والاستهلاك، وهي الفترة التي فقدت فيها الحرف والصنائع وأنظمة الإنتاج المحلية في مدينة تلمسان ريادتها تدريجيا إلى أن اختفت تماما؛ لتتحول لمدينة الاستهلاك العالمية النموذج، وتتخلى عن أصالتها الحضرية وسماتها الحرفية والصناعية التي ميزت أنظمة الإنتاج المحلية التقليدية الخاصة بها.

جدول رقم (08): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي للزوجة

النسبة المئوية%	التكرار	المستوى التعليمي للزوجة
12%	03	ثانوي
88%	22	جامعي
100%	25	المجموع



عامل التعليم مهم جدا في الأصول الاجتماعية للأفراد إن لم يكن الأهم لتحديد رأس المال الثقافي للأفراد، وتراكم المعرفة الثقافية؛ فكلما كان المستوى التعليمي مرتفعا ارتفعت الخبرة الثقافية والمعارف ضمن اقتصاد الممارسات ونظام التبادل؛ في التعبير عن الهوية والمكانة الاجتماعية الأعلى وتحقيقها، وعامل التعليم أهم عامل في تحديد الطبقة الوسطى، فهي الطبقة التي كل أفرادها متعلمون؛ ويمتنون مهن متخصصة طبقا لتعليمهم.

كان مجموع 22 امرأة-من الأزواج المشاركة- من أصل 25 امرأة متعلمات تعليما عال، بنسبة 88% وهي نسبة مرتفعة، وتشير إلى مستوى وعي اجتماعي كبير حول أهمية تعليم المرأة وحققها في ذلك؛ في أوساط مجتمع الحضر في مدينة تلمسان، فبالنسبة للعنصر النسوي التعليم العالي يعني مكانة اجتماعية أفضل لها، وظيفة وحقوقا أكثر واستقلالية مادية أكبر، زيادة في الوعي الاستهلاكي وقرارات عقلانية أكثر، ودخلا إضافيا بذلك تضمن معيل ومستوى اقتصادي واجتماعي أفضل لها ولأسرتها، أما الثلاثة الباقية فتحصلن على تعليم ثانوي ولا وجود لأي أمية بينهن؛ حتى من هن أكبر سنا، وهذا يعني أن تعليم المرأة في أوساط الحضر قديم في المجتمع الحضري التلمساني، وهو مؤشر يعطي قراءة إيجابية عن الرأسمال الاقتصادي والثقافي للمجتمع المحلي.

جدول رقم (09): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي للزوج

النسبة المئوية%	التكرار	المستوى التعليمي للزوج
28%	07	ثانوي
72%	18	جامعي
100%	25	المجموع

التعليم للعنصر الذكوري كان ولا زال أمرا ميسرا وممكنا مقارنة بنظيره للإناث، فيستطيع معظم الذكور في كل المجتمعات رفع مستواهم التعليمي بالتنقل لأماكن وجامعات في مختلف المناطق، وتحسين مكانتهم الاجتماعية والحصول على وظائف مرموقة ومهمة؛ في مراكز التسيير واتخاذ القرار في المؤسسات

الاجتماعية الرسمية، فكان لهم النصيب الأكبر من وظائف الياقات البيضاء مقارنة بالعنصر النسوي بالنظر للمستويات التعليمية العالية لهم، لكن نسبة لا بأس بها من الرجال تقرر الولوج للعمل قبل اكمال المستويات التعليمية العالية، لعدم وجود معيل أو ممول لدراساتهم العليا، ما يضطرهم للعمل لإعالة أنفسهم وتكوين ذواتهم؛ وفي العينة كانت نسبة 28% تمثل فئة رجالية توقفوا عند المستوى التعليمي الثانوي، أغلبهم دخل مجال العمل في التجارة والمقاولات العائلية، كما أن الذين لم يحصلوا على تعليم عال هم فئة من الأكبر سنا حيث كان التعليم العالي أمرا غير منتشر قديما، لأن التعليم الثانوي في ذلك الوقت كاف لندرة المتخرجين من الدراسات العليا، لكن رغم ذلك أغلب فئة الرجال في الأزواج المشاركين متحصلون على تعليم عال بنسبة 72%، لكن تلك النسبة ليست بنفس النسبة لدى الإناث التي تعتبر مرتفعة؛ لكون الفئة النسوية غير مضطرات للعمل أو لإعالة أنفسهن أو عائلاتهن، ما يعطين مجالاً لمواصلة دراستهن العليا بأريحية دون التفكير في الإعالة والمصاريف.

جدول رقم (10): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة للزوجة

النسبة المئوية%	التكرار	مهنة للزوجة
60%	15	قطاع عام
28%	07	قطاع خاص
12%	03	لا تعمل
100%	25	المجموع

يعتبر مؤشر المهنة مع المستوى التعليمي والدخل أهم محددات الطبقة الاجتماعية، وتقديرها يختلف بين الطبقات الاجتماعية، فالطبقات الاجتماعية العمالية تقيم الوظيفة حسب فائدتها الملموسة، بينما الطبقات العليا والبرجوازية فهي تقيم الوظيفة من حيث جماليتها وتميزها عن طريق ذوقها النخبوي، فتقدر الفنون والجماليات بعكس الطبقات العمالية الذي يميز ذوقها الضرورة والحاجة والفائدة المادية الملموسة.

احتضن القطاع العام في الجزائر وظائف وفئات الطبقة الوسطى، من الطب والتعليم والتربية، المهندسين في كل التخصصات، والإداريين والمسيرين وحتى القضاة والمحامين...إلخ، لكن عمل المرأة تحديدا لم يُعرف في الجزائر حتى منتصف القرن العشرين ونهايته، حيث شهد العالم موجات تأنيث للوظائف وتقدير أكبر لعمل المرأة، فتغيرت الظروف الاجتماعية والاقتصادية ووضعيات المرأة في المجتمع الجزائري، وزاد تقدير تعليمها وعملها، فقد بدأ تعليم المرأة لدى الطبقات البرجوازية الجزائرية، وكان حكرا عليهن رغم أن ما هو شائع لدى البرجوازية المحافظة كبرجوازية تلمسان أن المرأة البرجوازية تتعلم لكن لا تعمل، حسب تصريح المبحوثة في المقابلة الثانية والقادمة في أصولها من أسرة برجوازية عريقة "La femme de bourgeois ne travaille pas"، فهو أمر كان شائع بين البرجوازية الحضرية التلمسانية، لكن دخول المرأة بعدها مجال العمل كان أحد أهم مسببات التغير الاجتماعي في البنية الاجتماعية للمجتمع الجزائري خاصة في النسق الأسري، وتغيرت الأدوار والوظائف الاجتماعية للمرأة تدريجيا.

إن اغلب وظائف المبحوثات في عينة الدراسة في القطاع العام، وخاصة أن أغلبهن يملكن مؤهلات علمية أكبر ومستويات تعليمية عالية كما في الجدول السابق للمستويات التعليمية للأزواج، فأغلبهن توظفن في وظائف القطاع العام متوزعة بين التعليم والطب، التمريض والإدارة، بنسبة وصلت إلى 60% بينما توزعت البقية بين اقبال محتشم للعمل في القطاع الخاص 28% وبالأخص في التجارة التي تبقى حكرا على الرجال، بينما 12% الباقية فهن ماكنات في البيت رغم أنهن تلقين تعليما، وهذا يعطي قراءة عن تقدير كبير للعمل من قبل النساء الحضريرات في مدينة تلمسان، والسعي للحصول على تعليم عال وعمل في ظل القطاع العام.

جدول رقم (11): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة للزوج

النسبة المئوية%	التكرار	مهنة الزوج
44%	11	قطاع عام

قطاع خاص	13	52%
لا يعمل	01	04%
المجموع	25	100%

إن كان عمل المرأة أمر مستحدث وجديد في المجتمع، فإن عمل الرجل طالما كان ولا زال ضروري وغيابه يجعل منه من وجهة نظر المجتمع؛ غير مكتمل الرجولة وغير قادر على تحمل مسؤولية إعالة نفسه وأسرته مستقبلا، فقبل الاستقلال كان الرجال في الجزائر يشتغلون بنسبة كبيرة في مجال الفلاحة، وبعد الاستقلال توجهت الجزائر نحو تشجيع التصنيع فخرج الرجال من الأرياف إلى المدن؛ في سبيل البحث عن عمل لإعالة أسرهم من المدن، ودخل معظمهم مجال الخدمات والتجارة والعمل في المصانع، والمسؤوليات التي وقعت على عاتقهم صعبت عليهم مهمة إكمال دراساتهم وتعليمهم العالي، فكانوا أكثر توجهها نحو قطاعات ووظائف لا تحتاج مستويات عالية من التعليم والخبرة في ظل القطاع الخاص.

وما نلاحظه من عينة الدراسة أن أكثر من النصف يمتنون وظائف في القطاع الخاص بنسبة 52%، موزعة بين التجارة ومكاتب المهندسين الخاصة، بينما 44% منهم فضلوا العمل في وظائف القطاع العام، موزعة بين التعليم والإدارة، و04% منهم فهم غير ثابتين في عمل وعاطلون مؤقتا رغم تحصيلهم على شهادات عليا، وهي مهن تحتاج الخبرة الفنية والدراسات العليا والعمل الفكري للطبقات الوسطى، بدل قوة العمل التي تعتمد على القوة الجسدية والعضلية، التي تميز مهن الطبقات العمالية والفقيرة، الذي يميز ذوقها الضرورة والحاجة، والعمل الخاص معروف لدى أجدادهم؛ فأغلبية الحضر كانوا تجارا وحرفيين وصناع، وشجع الحضر العمل الخاص والمقاولات العائلية، وتداولوا المهن والوظائف والحرف أبا عن جد ومنذ القدم لتحقيق الاكتفاء الذاتي.

جدول رقم (12): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة	التكرار	النسبة المئوية%
3 أفراد	03	12%

من 4 أفراد إلى 6 افراد	21	84%
أكثر من 6 أفراد	01	4%
المجموع	25	100%

إن متغير عدد أفراد الأسرة مؤشر يدل على نوع الأسرة وحجمها، ويؤثر على المستوى الاقتصادي للأسرة ومستواها المعيشي، كما يعبر عن وجهة نظر الأفراد وثقافتهم حول الانجاب، فالأسر الريفية هي عائلات ممتدة ذات حجم كبير ومستويات انجابية أعلى، لتقدير العدد الكبير الذي تحتاجه العائلة للعمل والتعاون خاصة في أعمال الفلاحة والحقل، والعلاقات القرابية الدموية القوية بين أفراد العائلة الكبيرة، بينما الأسر الحضرية تتميز أكثر بكونها نوية منفصلة عن العائلة الكبيرة وذات حجم صغير، أقل ترابطاً بالعائلة الكبيرة بفعل تغير مفاهيم العمل والتعاون الجماعي لإنجازه كمقاولة عائلية، مع التحول نحو الفردانية والاستقلالية في المدن.

من نتائج الدراسة الميدانية نجد أن 21 أسرة من أصل 25 أسرة عدد أفرادها بين 4 أفراد و6 أفراد بمعدل طفلين إلى أربع أطفال كحد أقصى، ثم 03 أسر من 25 أسرة صغيرة الحجم بمعدل 3 أفراد كحد أقصى أي طفل واحد، وهذه مؤشرات تدل على عدم تشجيع الإنجاب بأعداد كبيرة وتفضيل التربية الكيفية على الإنجاب الكمي، وهي صفة حضرية بامتياز تعطي قراءة عن مستويات عالية من التحضر، والوعي الإنجابي بالحفاظ على الأعداد القليلة وتفضيل الحجم الصغير للأسرة؛ للتحكم أكثر في المستويات المعيشية، الاجتماعية والثقافية، رغم تأكيد أغلب المبحوثين أنها ظاهرة جديدة في المجتمع الحضري التلمساني، فمعظمهم جاؤوا من أسر كبيرة الحجم نسبياً، والعقلانية في الانجاب أمر جديد ومستحدث في الأجيال الجديدة فقط للتحضر.

جدول رقم (13): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة

النسبة المئوية%	التكرار	الحي
12%	03	المدينة القديمة

بيروانة	01	%04
الكيفان	07	%28
أوجليدة	02	%08
بوجليدة	02	%08
أبو تشفين	03	%12
Bel Air	02	%08
أغادير	02	%08
القلعة	01	%04
تلمسان (لم يذكر الحي بالضبط)	02	%08
المجموع	25	100%

إن مكان الإقامة يؤثر على ثقافة العيش وأساليب الحياة للأفراد، وعلى تكوين رأسمالهم الثقافي من خلال تفاعلهم مع بيئتهم وأفراد المحيطين بهم، فالسكن في حي شعبي ليس مثل السكن في حي برجوازي أو منطقة سكن جماعي جديدة، ولكل حي ثقافة الالتزام بها ضرورية لحصول القبول للأفراد وتجنب الصراع والمشكلات الاجتماعية الناتجة عن الاختلاف؛ في التفكير والعادات نمط العيش والممتلكات المادية، فلا يمكن لبرجوازي أن يركن سيارته الفاخرة في حي شعبي فقير ومهمش، دون استهدافه من السكان المحليين، كما لا يمكن لفرد من الطبقة الشعبية أن يشتري من محل فخم يعرض سلع مرتفعة الثمن في حي برجوازي دون أن يلفت النظر إليه، وهذا هو رأس المال الثقافي الخاص الذي يحمله ويكتسبه كل فرد من محيطه؛ ويرافقه طول حياته حتى ولو تغيرت ظروفه الاجتماعية والاقتصادية لأي اتجاه، فالحراك الاجتماعي لا يلغي الوصم والقوالب التي تنشأ فيها.

من إجابات المبحوثين فإن أماكن إقامة معظم الحضر تتوزع عبر أحياء جديدة نمت حول مركز المدينة القديمة، لأن معظم الحضر غادروا مركز المدينة القديم وباعوا مساكنهم؛ بسبب مشاكل الإرث ومشاكل الحبوس والعقار المعلقة، أو انهيار أجزاء كبيرة من المساكن القديمة؛ حسب نتائج الدراسة التي قام بها مركز

الدراسات Arcade كما سبق ذكره في الفصل السابق الخاص بمدينة تلمسان، وأفرغ مركز المدينة من محتواه الأصلي وسكانه الأصليين، لتغزوا مركز المدينة الطبقات العمالية الفقيرة والنازحين للمدينة من المناطق المحيطة، فتغير وجه المدينة الأصلي وتحول من مركز لاستقرار للحضر إلى منطقة غير نشطة ومليئة بالغرباء والمسكن شبه مهدمة والفاخرة، وأهمل التراث العمراني الأصيل والعريق بسبب إهمال ولا مبالاة وعدم تقدير الغرباء الجدد، وانتشار مظاهر التخريب والتلوث بأنواعه السمعي البصري والبيئي؛ فصار بمعايير حي شعبي.

تتوزع أماكن إقامة الحضر بين أحياء الكيفان بنسبة 28% كأعلى نسبة، ثم القاطنين في المدينة القديمة 12% وبعدها على التوالي بنفس النسب حي بوجليدة، حي أوجليدة، Bel Air، أغادير، تقدر ب 8%، إضافة لأحياء بيروانة والقلعة وأماكن لم يتم ذكرها في وسط المدينة، وهذا يبين كيف أن الحضر تشتتوا في عدة أحياء محيطة؛ جديدة وبعيدة عن المركز، فأصبحوا غرباء أقلية منطوية مشتتة وسط أغلبية من الغرباء والنازحين الجدد للمدينة، وهو ما يهدد الأصالة الحضرية للثقافة الحضرية التلمسانية تحديدا في الأجيال الجديدة، خاصة أن معدل التحضر في مدينة تلمسان يزداد حسب موقع احصائيات المكتب الوطني للإحصاء ONS .

## 2-الرأسمال الاقتصادي والملكيات الخاصة لعينة الدراسة

جدول رقم (14): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى الدخل

النسبة المئوية%	التكرار	مستوى الدخل
28%	07	50000 دج
36%	09	بين 50000 دج و100000 دج
36%	09	بين 100000 دج و200000 دج
100%	25	المجموع

يعد الدخل أهم مؤشر اقتصادي للحالة الاقتصادية والاجتماعية للأفراد والأسر، مؤشر مهم ومحدد للطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد أو الأسرة، ويرتبط بنوع الوظيفة ودرجة ومستوى التعليم، فكلما زاد التعليم كانت الوظيفة أفضل والدخل أعلى، وكلما كان الدخل أكبر كانت القدرة الشرائية أعلى والاستهلاك أكثر، فالأسر التي تملك دخل منخفض تركز على شراء الضروريات وذوقها الاستهلاكي يطبعه الضرورة والحاجة، وعدم الادخار واللجوء للاقتراض والاستدانة لتلبية ضروريات الحياة، بينما الأسر التي تملك دخلاً أكبر تركز على شراء الكماليات وتراكم الثروة، والادخار للمنتجات والخدمات الكمالية كالسفر والنزهات، لكن لا تصل لحد القدرة على استثمار مدخراتها في مشاريع كبرى مثل الرأسماليين والاثرياء.

ويختلف تقسيم مستويات الدخل للطبقات الاجتماعية في مختلف مناطق العالم، فقد يصل في الصين مثلاً عند الطبقة الوسطى بين 1200 و1500 دولار شهرياً، بينما في الولايات المتحدة تغير الدخل للطبقة الوسطى بين سنة 1970م وسنة 2014م بين 54 ألف دولار سنوياً إلى 73 ألف دولار سنوياً بمعدل أعلاه يصل 6 آلاف دولار شهرياً حسب موقع Pew Research Center، والقيمة تختلف بين الدول فلا يمكن العيش بدخل الطبقة الوسطى لدول العالم الثالث في الدول المتقدمة بنفس المستوى، فقد تعتمد دول على حساب استعمال وملكية السيارة كغانا، أو امتلاك شقة في المدينة في الصين؛ كعامل لتحديد الطبقة الوسطى وحجمها، فالطبقة الوسطى تسعى دوماً لتحسين مستوياتها الاجتماعي والاقتصادي، من خلال الحصول على المنتجات والممتلكات والعقارات التي قد تستعين بالقروض للحصول عليها، وهو ما لا يحتاج الأغنياء لفعله ولا الفقراء قادرون عليه أو دفعه، فكلما زاد حجم هذه الطبقة ومدخيلها انتعش الاقتصاد وزادت مستويات الاستهلاك.

كل المبحوثين في هذه الدراسة يملكون مداخيل شهرية بين 50000 دج لكن لا يتعدى 200000 دج؛ تجمع دخل الزوجين معاً أو دخل أحد الأزواج، والتي تعتبر مصدر الإنفاق الرئيسي للأسر أي بين 343 دولاراً



كحد أدنى و1375 دولار كحد أقصى، وهذا يعني ما قيمته 10 دولار يوميا "وهي القيمة التي حددها بيردسال للطبقة الوسطى العربية كاستهلاك وإنفاق يومي في المتوسط".<sup>1</sup>

جدول رقم (15): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود مصادر مالية غير الدخل

النسبة المئوية%	التكرار	مصادر مالية أخرى غير الدخل
04%	01	أرض زراعية منتجة إرث عائلي مشترك إضافة لتأجير شقة
04%	01	تأجير شقة فقط
04%	01	بيع وشراء السيارات
88%	22	لا يوجد مصدر آخر
100%	25	المجموع

إن وجود ملكيات ومصادر مالية غير الدخل يعتبر إضافة ورأسمال مادي إضافي؛ يمكن الاعتماد عليه لتحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأسر، ويعتمد بعض أفراد الطبقة الوسطى عليه لرفع مستواهم ومكانتهم الاجتماعية بزيادة وفورات الأموال للإنفاق الاستهلاكي، لكن 22 من أصل 25 مبحوث صرحوا بعدم وجود أي من تلك الملكيات والمصادر الثانوية؛ وعدم اعتمادهم عليها بل على الدخل فقط، أما 3 الباقين فهم يعتمدون أنشطة غير رسمية كبيع وشراء السيارات بهامش ربح، أو تأجير شقق ومنتجات أراضي فلاحية موروثة عن آبائهم واجدادهم، فأغلب العائلات الحضرية الثرية في تلمسان كانت مالكة لأفضل الأراضي الزراعية.

جدول رقم (16): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود حساب بنكي في أحد البنوك

النسبة المئوية%	التكرار	ملكية حساب بنكي
-----------------	---------	-----------------

<sup>1</sup> الأمم المتحدة "الاسكوا" ESCWA-مرجع سبق ذكره-ص:22

72%	18	لدينا حساب بنكي وحساب بريدي لاستلام الراتب
28%	07	ليس لدينا حساب بنكي نملك فقط الحساب البريدي الجاري لاستلام الراتب
100%	25	المجموع

إن ثقافة إيداع الأموال في الحسابات البنكية ميزة حضرية، تسمح وتقدم خدمات وتسهيلات للزبائن كالدفع الإلكتروني، والحصول على قروض استهلاكية، وادخار الأموال دون القلق على ضياعها أو سرقتها، وهو ما لا تستطيع الطبقات العمالية الحصول عليه كميزات، لقيمة الدخل المنخفض لديهم وعدم قدرتهم على الادخار أو دفع القروض، ولا فائض أموال يخشون عليه من الضياع؛ فما يحصلون عليه كأجر يومي يقومون بصرفه كله لتلبية الضروريات فقط.

ويملك ما نسبته 72% من المبحوثين حسابات بريرية للراتب وحسابات بنكية للاستفادة من خدماتها، بينما النسبة الباقية المقدرة بـ 28% وهم غالبا يشكلون ذوي رأس المال الثقافي والاقتصادي المنخفض في العينة؛ فليس لديهم سوى حساب بريدي جاري لاستلام الرواتب الشهرية.

#### جدول رقم (17): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود قروض بنكية

النسبة المئوية%	التكرار	وجود قروض
88%	22	ليس لدينا قروض بنكية لا نتعامل بها لأنها ربا وهي حرام
12%	03	لدينا قروض بنكية للضرورة ولعدم وجود بديل حلال
100%	25	المجموع

إن تطلع وسعي الطبقة الوسطى إلى الحصول على ممتلكات الرفاهية، تدفعهم للادخار أكثر أو الاقتراض من البنوك لعدم استعمال المدخرات، بفوائد ربوية تعود للبنك الذي يمنح تلك القروض، لكن

أفراد العينة بما أنهم من خلفيات حضرية محافظة دينياً؛ ومسلمة فإنها ترفض الاعتماد على القروض الربوية بنسبة 88%. وحتى إن اضطروا للاقتراض من أقاربهم للحصول على منتجات الرفاهية لأنها محرمة في الدين، بينما القليل منهم بما نسبتهم 12%؛ اضطروا للاعتماد عليها للحصول على سيارة أو شراء شقة لعدم توفر بدائل حلال وهم موظفون في القطاع العام، كما تصرح بذلك المبحوثتان في المقابلة 08 والمقابلة 06 كمثل: "نملك حسابين بنكيين، قرض بنكي للسكن والسيارة، اضطرننا للقرض فنحن موظفان، نملك بعض المدخرات للطوارئ" (المقابلة 06/ أنثى/ 38 سنة/ الزوج رئيس مصلحة في مؤسسة عمومية/ الزوجة متصرف اداري رئيسي/ 4 أفراد).

#### جدول رقم (18): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود مدخرات

وجود مدخرات	التكرار	النسبة المئوية%
طبعاً لدينا مدخرات للطوارئ وشراء احتياجات كالملابس أو السفر	22	88%
ليس لدينا مدخرات لأنه لا يوجد فائض من المدخول	03	12%
المجموع	25	100%

وجود مدخرات يعني مستوى معيشي مرفه، والسعي لتحسين الوضع الاقتصادي وتفادي الصدمات والأزمات الاقتصادية وتجنب الاستدانة، فكلما ارتفعت مدخرات الطبقة الوسطى أعطت مؤشراً على الوضع الاجتماعي والاقتصادي الجيد في المجتمع، وأعطت مؤشراً لانتعاش السوق الاستهلاكية وحركة رؤوس الأموال، ومراقبة الفجوة بين الفقراء والاثرياء وزيادة العدالة الاجتماعية، لضمان استقرار اجتماعي في المجتمع.

أكد أغلب المبحوثين وجود مدخرات لديهم كافية لتفادي الوقوع في الأزمات الطارئة كالمرض أو دفع الفواتير، بينما من يفوق دخلهم 100000 دج فمدخراتهم غالباً للسفر والتزهات، أو لشراء ملابس في مواسم

التخفيضات للماركات العالمية وبلغت نسبتهم 88%، كما تصرح بذلك مبحوثة: "أدخر طبعاً للضرورة والسفر لإسبانيا وفرنسا ولشراء منتجات و سلع منها قد تعجبي أثناء سفري" (المقابلة 05/ أنثى/ 52 سنة/ الزوج مهندس مدني/ الزوجة مديرة حضانة/ 5 أفراد). بينما تقل نسب المدخرات في مواسم المناسبات والاحتفالات كما صرحت المبحوثة في المقابلة 12: "نملك حساب في البنك ليس لدينا قروض، ولدينا قليل من المدخرات، ندخر شهر بشهر، يعني في شهر ندخرو في شهر ثان لا ندخر، خاصة في أوقات ومناسبات مثل رمضان، الدخول المدرسي، أو الأعياد". (المقابلة 12/ أنثى/ 37 سنة/ مهندس دولة/ شهادة تمريض/ مهندس مدني/ ممرضة/ 05 أفراد). بينما 12% منهم صرحوا بعدم امتلاكهم لمدخرات وبأنهم يصرفون الدخل كاملاً، إما بسبب عدد الأفراد الكبير أو لعدم كفايته لوجود مصاريف وفواتير كثيرة وضعف قدرتهم الشرائية؛ بعد أزمة ارتفاع الأسعار وانتشار كورونا وتضررهم منها، ما يعطي تنبؤ عن تدهور الوضع الاقتصادي والقدرة الشرائية للطبقات الوسطى الدنيا بعد غلاء الأسعار.

#### جدول رقم (19): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود سيارة

وجود سيارة	التكرار	النسبة المئوية%
نملك سيارة واحدة	19	76%
نملك سيارتين	02	08%
لا نملك أي سيارة	04	16%
المجموع	25	100%

يعتبر امتلاك سيارة أمراً كماليا بالنسبة للطبقات العمالية وغير ضروري، لكن الطبقات الوسطى في المدن تعتبر امتلاك سيارة أمراً ضرورياً، وكلما كانت أفخم كان ذلك تعبيراً عن مكانة اجتماعية أعلى، فقد يعتمد عليها بعض الباحثين كمعيار لتحديد الطبقة الوسطى في المجتمع، لأنها مؤشر مهم للطبقة الاجتماعية. يملك معظم المبحوثين في الدراسة سيارة وهم 21 مبحوث منهم اثنان يملكون سيارتين استعمالهما بين العمل والعائلة للتنقل والسفر، بينما صرح 04 منهم عدم امتلاكهم لأي سيارة، لعدم قدرتهم على

الحصول عليها ممن يملكون دخلا ضئيلا في حدود 50000 دج، وهم من لا يملك المدخرات لشراءها أو فائض لذلك.

جدول رقم (20): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود سكن

وجود سكن	التكرار	النسبة المئوية%
نملك منزل أرضي	05	20%
نملك فيلا	02	08%
نملك شقة	09	36%
لا نملك سكن نحن نستأجر	01	04%
لا نملك سكن خاص نسكن مع العائلة	06	24%
نملك شقة خاصة لكن نسكن في طابق منزلي مع العائلة	02	08%
المجموع	25	100%

امتلاك مسكن شخصي مستقل في المدينة مؤشر اقتصادي مهم لتحديد الطبقة الوسطى في المدينة، ليس متاحا لكل الطبقة الوسطى لكن أغلبهم يملكون شققا في سكنات عمودية فمن 25 مبحوثا 11 منهم يملكون شقة شخصية، و02 منهم يستأجرونها كمصدر إضافي للأموال، بينما 05 منهم يملكون منازل أرضية عادية، و02 يملكون فيلا غالبا تعود للإرث العائلي، بينما 07 منهم لا يملكون منزل شخصي ويسكنون في طوابق منفصلة في منزل العائلة، الذي يتم بنائه على شكل شقق في طوابق حسب عدد الأبناء المتزوجين أو يستأجرون، وهو نوع من امتداد لنمط العائلة الممتدة في المدينة، لكن ما أكده هؤلاء أن طموحهم هو امتلاك سكن مستقل عن منزل العائلة والانفصال عنهم، وهذا يعطي تنبؤ بتوجه الأسر نحو الانفصال وتشكيل أسر نووية مستقلة تماما، وبذلك يمكن القول أنه ليس الحصول على مسكن شخصي مستقل متاحا لكل فئات الطبقة الوسطى، ولا وجود لأسر تسكن في منازل عائلية كبيرة جماعية بشكلها التقليدي المميز للأسر الجزائرية الممتدة التقليدية.

جدول رقم (21): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود ملكيات شخصية أخرى

النسبة المئوية%	التكرار	وجود ملكيات أخرى
08%	02	أرض-محل
24%	06	محل فقط(تجار)
20%	05	مكتب (مهندسين)
04%	01	حضانة
44%	11	ليس لدينا أي أملاك أخرى
100%	25	المجموع

يملك أكثر من نصف المبحوثين أملاك شخصية تتعلق بمحلات تجارية ومكاتب مهندسين معماريين أو مدنيين؛ خاصة بالعمل وحضانة وهم المشتغلون في القطاع الخاص، بينما 44% صرحوا بعدم امتلاكهم لأي ممتلكات أخرى وهم العاملون في القطاع العام.

جدول رقم (22): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود أثاث وأجهزة ضرورية وكمالية

النسبة المئوية%	التكرار	وجود أثاث وأجهزة منزلية
64%	16	نملك كل الضروريات والكماليات من الأثاث والأجهزة العصرية حتى آلة غسيل الأواني
36%	09	نملك كل الضروريات وبعض الكماليات الأثاث والأجهزة العصرية عدا آلة غسيل الأواني فهي ليست ضرورية
100%	25	المجموع

الحصول على الأثاث العصرية والأجهزة الكهرومنزلية المتطورة هدف تسعى إليه الطبقات الوسطى والبرجوازية الصغيرة، منذ ظهورها في عشرينات القرن الماضي، حيث سعت الحكومات العالمية لتشجيع الطبقة الوسطى على الحصول عليها كرفاهية، وكتعبير عن المكانة الاجتماعية الرفيعة، فدأبت تلك الطبقة

للحصول على قروض استهلاكية لاقتناء الوسائل والأدوات والأثاث الفخم، وتحسين وتسهيل ظروف العيش بالاعتماد على تلك الوسائل والآلات؛ وخاصة ضمن الأسر التي يعمل فيها كلا الزوجين خارجا، وأصبح امتلاك ماركات عالمية فخمة ميزة تنافسية بين أفراد الطبقات الوسطى الحضرية، كتعبير عن الهوية والمكانة الاجتماعية.

يصرح 64% من أفراد العينة بامتلاكهم كل الأثاث العصرية والأجهزة الكهرومنزلية المتطورة الضرورية والكمالية؛ من الثلاجة والتلفاز الفرن والميكروويف آلة غسل الملابس، المكيفات أجهزة المطبخ كآلات الخلط والعجن والطحن، وبعض آلات الرياضة؛ بالإضافة لآلة غسل الاواني فهي ضرورية وتسهل حياة المرأة العاملة كما تصرح مبحوثة: "نملك كل الضروريات والكماليات في الأجهزة والأثاث حتى آلة غسيل الأواني بحكم أنني عاملة." (المقابلة 05/ أنثى/ 52 سنة/ الزوج مهندس مدني/ الزوجة مديرة حضانة/ 5 أفراد). أما 36% من المبحوثين فيملكون كل ما سبق عدا آلة غسل الاواني فهم يعتبرونها غير ضرورية اطلاقا، خاصة للماكثات في المنزل كما يؤكد مبحوث بقوله: "نملك كل الضروريات والكماليات من أثاث وأجهزة كهرومنزلية، لكن لا نملك آلة الغسيل لا أعتبرها ضرورية في المنزل؛ وقد تناقشنا كثيرا أنا وزوجتي في مدى أهميتها وأنا أعتقد أنها غير ضرورية". (المقابلة 17/ ذكر/ 33 سنة/ الزوج تقني سامي وليسانس حقوق/ الزوجة مهندس دولة/ الزوج ملحق رئيسي (إضافة لتجارة السيارات) / الزوجة لا تعمل 03 أفراد).

كانت إثارة نقطة المناقشة غالبا تدور حول آلة غسل الأواني ومدى أهميتها ضمن الأجهزة الكهرومنزلية عند أفراد العينة، وهي نفس الملاحظة التي أشارت إليها الباحثة المصرية مشيرة محمد العشري في دراستها حول الأسر المهاجرة للخليج، حيث اعتبروا بعد تحسن مستواهم الاقتصادي في بلد المهجر، آلة الغسيل ضرورة جديدة لم تكن ضمن خياراتهم سابقا في بلدهم، في ظل ظروف اقتصادية محدودة سابقا.

### 3-التغذية المعتمدة والمفضلة لعينة الدراسة

جدول رقم (23): يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغذية

النسبة المئوية%	التكرار	نوع التغذية
12%	03	نأكل أكل صحي متنوع كله خضر فواكه وقليل من اللحوم
16%	04	نحب الخضر والأسماك واللحوم نتجنب المعجنات، والخبز والحلويات
68%	17	نأكل أكل متنوع غني بالخضر واللحوم لكن نتناول أيضا المعجنات (مرة أو مرتين أسبوعيا) والحلويات مع القهوة.
04%	01	لا نأكل بالضرورة أكل صحي نطبخ الاقتصادي الموجود والمقدور عليه
100%	25	المجموع

طرق الأكل وأنواعه وتفضيلات التغذية حسب بورديو كما أشرنا سابقا في الفصل الثاني تتعلق بذوق الضرورة والحاجة عند الطبقات العمالية، فتغذيتهم تركز على أغذية توفر الطاقة لهم لإنجاز أعمالهم التي تحتاج مجهود بدني، رخيصة ومشبعة، بسبب انخفاض دخولهم. بينما يميز ذوق الطبقة الوسطى ذوق الكماليات والتغذية النوعية لا الكمية، حيث يميلون للأكل الصحي الذي يحافظ على أجسادهم وجماليته، فتكون تغذيتهم مرتكزة على الخضر والبروتين الفواكه والاسماك والمنتجات البحرية والألياف، فوعيمهم الغذائي نتيجة مستويات تعليمهم ثقافتهم العالية ومداخيلهم المرتفعة، فيسعون دوما للحفاظ على أوزانهم وتغذيتهم وأتباع الحميات الغذائية الصحية، عكس التغذية عند الطبقات العمالية الغنية بالكربوهيدرات تكون أثقل أرخص أكثر وفرة وأكثر إشباعا، ما يجعلهم يمرضون بأمراض سوء التغذية لعدم اهتمامهم بصحتهم وتغذيتهم.



يؤكد كل المبحوثين أن تغذيتهم تركز على الخضر بأنواعها، وهو ما يميز التغذية والنظام الغذائي التلمساني الذي يميل لأن يكون صحي منذ القديم، فكل الوجبات تحوي الخضر، لكن دخول عادات جديدة كشراب قهوة المساء بالحلويات والتي كما يؤكدون لم تكن ضمن النظام الغذائي لأجدادهم، فالحلوى لا تصنع إلا في الأعياد والمناسبات، فنسبة 68% منهم ينوعون أكلهم بين الخضر الفاكهة، البروتين والمعجنات والحلويات أيضا، ولا يتبعون أي حمية غذائية خالية من السكريات والكربوهيدرات، وأكلهم متنوع من كل أصناف الأكل الصحي وغير الصحي وحتى الوجبات السريعة كالبيتزا، كما يفضلون نمطا غذائيا قريبا لنمط أجدادهم مع بعض التغييرات العصرية كما تصرح المبحوثة في المقابلة 03: "أعتقد أن أكل أجدادنا كان صحي أكثر ومرتكز على الخضر، كان أجدادنا ملتزمين بالتغذية الموسمية والعقلانية ويستهلكون الفواكه في وقتها، كما أنهم يقومون بتصبير الخضر واللحوم بالتمليح، والفواكه للمربي وصنع منتجات مجففة أو معلبة أو مملحة. ولزال أكلنا قريبا لأكلهم فمعظمنا نحب الخضر، ونركز عليها كثيرا وبشكل أساسي في اعداد كل الوجبات، بالنسبة لي شخصيا أستهلك كل شيء وأحب التجربة والتغيير، بين الأطباق التقليدية والحديثة. أستهلك الخبز وأحيانا أصنعه في المنزل، نصنع أيضا الحلويات التقليدية كالمقروط والقريوش والكعك، فلازلنا محافظين على الوصفة التقليدية الأصيلة له. ربما قبل عشرين سنة لم يكن هناك ثقافة قهوة المساء بالحلويات، حتى عند قدوم الضيوف، كانوا يكتفون بالخبز والمربي، الآن نحن نستهلك الحلويات كثيرا، وأصنعها لزوجي وأطفالي بشكل يومي، لست ممن يتبعون حمية منع السكريات، وقهوة المساء بالحلويات عندنا أمر لا جدال فيه، نميل كثيرا للحلويات والطعم الحلو، كما نحب تنوع الأطباق يوميا" (المقابلة 03/أنثى/ 36 سنة/تاجر في معدات الإعلام الألي/الزوجة موظفة كمسيرة في مؤسسة خاصة/5أفراد).

لكن نسبة 16% منهم أكدوا على تجنبهم للحلويات السكريات والمعجنات في نظامهم الغذائي للحفاظ على أجسامهم وصحتهم فينوعون بين الخضر للحوم والأسماك والفواكه، كما تؤكد ذلك مبحوثة بتصريحها: في نظامنا الغذائي نأكل الكثير من الخضر والفواكه، نحب الأكل الصحي قبل زواجي لم أكن

ملتزمة كثيرا بالأكل الصحي؛ وكنت أتناول أحيانا السكريات والمعجنات والمقالي، لكن بعد زواجي تغيرت لأن زوجي يحب فقط الأكل الصحي، لا نتناول الخبز كثيرا ولا نشتره، مقتصدة في معيشتي، أكل بدون تبذير ولا أشح؛ أقوم برسكلة البقايا عندما يتبقى أكل أحوله لوجبات جديدة فلا أرميها، لا شيء يضيع أو يُرمى، كما نأكل كثيرا الأسماك واللحوم وأتجنب قليها لأنه غير صحي، وأطبخ كل شيء بزيت الزيتون في الفرن أو في طنجرة الضغط، رغم أن الأكل التلمساني غني بالخضروصحي لكني لا أوافق على بعض العادات، كصنع اللحم المجفف والمملح(الخليع)، فهو مليء بالدهون إضافة إلى أنه يحتاج للنشر في الشمس، وأنا أرفض أن تنتشر رائحته في شقتي، هناك بعض العادات القديمة لا يمكنك مواصلتها في الظروف الراهنة، والجيل الجديد من الحضر يحافظ أكثر على صحته، وجسده مقارنة بالجيل القديم."(المقابلة 06/ أنثى/ 38 سنة/ الزوج رئيس مصلحة في مؤسسة عمومية/ الزوجة متصرف اداري رئيسي/ 4 أفراد). ويذهب المبحوث في المقابلة 07 في نفس السياق: "نحن مقتصدون نحاول تقليل المشتريات التي لا داعي لها، فكل ما تعرف زوجتي طبخه من حلويات ومأكولات لا نقوم باقتنائه، وتقوم زوجتي بإعداد العصائر منزليا فلا نحتاج لشراؤها، حتى المأكولات التقليدية كالمطلوع هي من تحضره، أكلنا صحي كثيرا وغني بالخضروواللحوم والاسماك والفواكه، أحاول أن أنتقي جودة عالية من السلع، وما هو مفيد للصحة ومصدر ثقة، فزيت الزيتون والعسل مثلا نقتنيه من المعصرة مباشرة، والعسل من بائع ثقة تعرفه العائلة منذ القديم. والطقوس الاستهلاكية المميزة اعتبرها تتمركز حول اهتمامنا في العائلة بالبحث عن نوعية الأكل، فكثير من الاطعمة لا نأكلها كالحلويات، نحن نأكلها فقط في المناسبات ونستبدلها في الايام العادية بالمكسرات، التمور والفواكه، تجنبنا لأضرار السكريات" (المقابلة 07/ ذكر/ 47 سنة/ الزوج رئيس مصلحة/ الزوجة أستاذة/ 05 أفراد). أما 12% منهم فهم يتبعون حمية نباتية أكثر مليئة بالخضرووالألياف والفاكهة، وقليل من اللحوم وأتباع أنظمة صحية صارمة مع الصيام والرياضة مثلما تبين ذلك المبحوثة في المقابلة 20. و04% منهم وهي الفئة القليلة يأكلون ما هو متوفر لقلة الدخل وعدد أفراد الأسرة الكبير، فخيارتهم في التغذية محدودة وأقل صحية كما تتأثر بارتفاع الأسعار كما تؤكد

مبحوثة بكلامها: "تأثرنا كثيرا بارتفاع الاسعار مؤخرا صار الدجاج للطعم فقط، واللحم نادرا، نركز على الخضراوات ونكثر المعجنات كالمعكرونة ربما لمرة أو مرتين أسبوعيا". (المقابلة 25/أنثى/46 سنة / الزوج بكالوريا وشهادة تمريض /الزوجة بكالوريا/الزوج ممرض في المستشفى العمومي /الزوجة لا تعمل/08 أفراد). وفي نفس السياق تؤكد مبحوثة ذات موارد مادية محدودة: "الأكل عندنا غني بالخضراوات، ومزيج من أكالات عربية وتركية (حريرة، الجلبان، الفول، الخرشف باللحم، البرانية باللحم، تشيشة بالزعر، فداوش بالحليب، السفة واللبن، الدويده، الطعام باللحم والخضرة، محمر البطاطا والجداد، لوبيا خضرا والكفتة، لوبيا يابسة وعدس، طياب بالخليع مثل البطاطا بالخليع، بيض بالخليع، بركوكس تمبصلت ببصاره، فول يابس بالخليع، خاصة في البرد، الكسرة مرات اعجن لكن غالبا الخبز، ليس لدي عجانة كهربائية بل بالعجن باليد، ...) أنا مازلت محافظة على نفس الأسلوب والعادات، وأحيانا أطبخ اكالات عصرية مثل: البييتزا، غراتان، والمرق للتغميس) أحب اكل المنزل ونفضل أكل المنزل النظيف ومعروف المصدر، أحيانا نأكل لحم غنمي، سمك، دجاج، بيض، كسكس، قليل من المعجنات واللحم غير ضروري للطبخ إن لم يوجد فلا بأس". (المقابلة 23/أنثى/40 سنة/ الزوج ماستر علم النفس /الزوجة ماستر علم النفس /الزوج أخصائي نفسي في مؤسسة عمومية/ الزوجة أخصائية نفسية في مؤسسة عمومية 04/أفراد). ويؤكد المبحوثون تغير بعض العادات الاستهلاكية عن العادات السابقة لأجدادهم المعروفين بالترهد والاقتصاد في العيش، والحياة الجماعية واستبدالها بممارسات فردية فيصح مبحوث: "سابقا مع والدي كنا نأكل في قعدة مشتركة وصحن مشترك، أما بعد زواجي فنظام الأكل تغير وصار كل واحد يأكل ف صحنه الخاص". (المقابلة 18 /ذكر/41 سنة/ الزوج بكالوريا /الزوجة ليسانس /الزوج تاجر/ الزوجة لا تعمل 04 أفراد). ويروي مبحوث عن نمط عيش أجداده وأسلوبهم في التغذية بقوله: "من صغري أتذكر أن أجدادي كانوا مقتصدين ويأكلون وجبات من مكونات طبيعية جد بسيطة يتم تصبيرها أو تمليحها، الحضر العرب لم يكونوا أثرياء لكن الأتراك كانوا أغنى منهم وأكثر انفتاحا في ثقافتهم على الأوروبيين، كان الحضر العرب طبقة كادحة قديما، ومقتصدين في معيشتهم،

لكن الأتراك أثرياء تعلموا واندمجوا كثيرا مع الأوروبيين فكانوا منفتحين عليهم ومتحررين". (المقابلة 16/ذكر 67 /سنة /الزوج ليسانس / الزوجة ليسانس /أستاذ متقاعد بنصف التقاعد وحرفي /أستاذة تعليم ثانوي متقاعدة 04 /أفراد).

#### 4-العلاقات الاجتماعية في المجتمع الحضري وقضاء وقت الفراغ

جدول رقم (24): يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع العلاقات الاجتماعية التي تهمهم

النسبة المئوية%	التكرار	نوع العلاقات الاجتماعية
20%	05	أنا اجتماعي ولدي العديد من العلاقات الاجتماعية
44%	11	علاقاتي الاجتماعية قليلة تنحصر في علاقات القرابة أو الصداقة، نادرا وأتجنب علاقات الجيرة
16%	04	لست اجتماعيا ولا أفضل العلاقات الاجتماعية
20%	05	ليس لدي وقت لإقامة علاقات اجتماعية رغم أنني اجتماعي
100%	25	المجموع

نمط العلاقات الاجتماعية في المدينة تتميز بكونها سطحية وغير شخصية، كما أن العلاقات القرابية فيها قليلة مقارنة بالريف، فتميز بعلاقات رسمية نفعية أغلبها تتعلق بفضاء العمل أو الدراسة، وهو ما أكده أفراد العينة فنسبة 44% أكدوا على أن علاقاتهم الاجتماعية قليلة تنحصر في علاقات العائلة والزمانة ولا وجود لعلاقات مع الجيران، فتؤكد مبحوثة بقولها: "لدي علاقات اجتماعية بحكم عملي باستمرار، كما أفضل العلاقات العائلية أكثر خاصة مع اخوتي، رغم أن كل واحد مشغول بعمله وحياته وأموره الخاصة، صارت العلاقات بيننا نادرة إلا في مناسبات أو أعراس." (المقابلة 05 / أنثى / 52 سنة/الزوج مهندس مدني/الزوجة مديرة حضانة/ 5 أفراد).

رغم أنهم أكدوا أنه في زمن غير بعيد كانت العلاقات الاجتماعية أكثر مع الجيران، في الأفراح والأحزان واختيار الجار قبل موقع السكن، لكن حاليا لم يعد هناك أي من ذلك بل أصبحت العلاقات مع الجيران مصدر قلق وتهديد لهم، خاصة أنهم في بيئات مليئة بالغرباء و"البرانية"، فينطوون على أنفسهم ويتجنبون التواصل مع جيرانهم، كما تؤكد ذلك مبحوثة بقولها: "أنا جد اجتماعية وأحب إقامة العلاقات، لكن العلاقات مع الجيران نادرة وأحافظ على الحدود معهم، بسبب أنه وقع لي مشاكل معهم لاختلافي عنهم؛ فهم يتفاهمون ويتفخون ومنسجمون معا، رغم أنني سابقا كنت أقيم معهم العلاقات لكن تراجع عن ذلك". (المقابلة 08/أنثى/45 سنة/ الزوج مهندس دولة/ الزوجة دكتوراه في الطب/ الزوج مهندس مدني/ طبيبة/06 أفراد). بينما 16% منهم أكدوا على كونهم غير اجتماعيين ولا يقيمون أي نوع من العلاقات الاجتماعية، كما تؤكد المبحوثة في كلامها: "أنا لست اجتماعية ليس لدي علاقات عدا صديقة مغتربة أتقي معها من وقت لآخر؛ عند قدومها إلى تلمسان في المقهى أو لنتمشي معا، كل صديقاتي القديمات مغتربات ومتزوجات هناك لذا فالتواصل قليل، لا علاقات مع الجيران ولا علاقات قرابية إلا قليلا، أنتقي جدا علاقاتي وصداقاتي أقضي أوقات فراغي في القراءة تصفح الانترنت على جهاز الكمبيوتر، وغالبا أتمشى مع ابنتي، صديقتي وأحياناً أختي، لأنني أحب الحياة الصحية لأحافظ على صحي وجسمي ووزني، لا أحب الذهاب للأماكن التي يتواجد بها كثير من الناس". (المقابلة 20/ أنثى/ 62 سنة/ الزوج بكالوريا/ الزوجة بكالوريا/ الزوج مقاول متقاعد/ الزوجة إدارية متقاعدة 03/ أفراد). أما 20% فيؤكدون على عدم وجود وقت لديهم لإقامة أي علاقات اجتماعية بسبب العمل المستمر لديهم رغم كونهم اجتماعيين، ونسبة 20% الباقية أكدوا على كونهم جد اجتماعيين ولديهم علاقات مع الكثيرين من الأصدقاء والجيران والعائلة، وهم غالبا يسكنون مناطق أكثر شعبية اندمجوا في محيطهم، أو كونهم متزوجون مع غير الحضر وغير منطوين بل منفتحون على الآخر، أو كون عملهم يستلزم منهم إقامة كثير من العلاقات الاجتماعية، أو أنهم سكنوا في فترات من حياتهم خارج مدينة تلمسان، فكونك حضري عامل طول الوقت؛

وتعيش وسط غير الحضر من الغرباء والمختلفين عنك وعن ثقافتك، سيجعل منك أقل اجتماعية وعلاقاتك الاجتماعية محدودة وقليلة، ومبادراتك لإقامة أي نوع من العلاقات الاجتماعية نادرة.

#### جدول رقم (25): يبين توزيع أفراد العينة حسب قضاء أوقات الفراغ

النسبة المئوية%	التكرار	قضاء أوقات الفراغ
16%	04	ليس لدي أوقات فراغ أعمل كثيرا وقت الفراغ نادر إن وُجد أفضل قضاءه في المنزل مع الأسرة أو لإنهاء الأعمال المؤجلة (نشاطات عائلية جماعية داخل المنزل)
68%	17	لدي عدة نشاطات كالقراءة وتصفح الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، أو مشاهدة التلفاز، الرياضة خاصة المشي، التسوق، حفظ القرآن، أشغال يدوية (نشاطات فردية متنوعة)
16%	04	أفضل في أوقات الفراغ أن نخرج سويا للتنزه في الغابة والحدائق أو البحر أو الأكل معا خارجا وعقد لقاءات عائلية (نشاطات عائلية جماعية خارج المنزل)
100%	25	المجموع

يعتبر مجال قضاء وقت الفراغ مؤشر على حالة الفرد الثقافية والاجتماعية، كما يرتبط أيضا بالموارد الاقتصادية المتاحة للأفراد لفعل ذلك، والوقت المتاح خارج أوقات العمل الرسمي؛ فرأسمال الثقافي للأفراد يطبع عاداتهم في قضاء أوقات فراغهم، واهتماماتهم وتفضيلاتهم وظروف حياتهم وعلاقاتهم الاجتماعية.

يؤكد أغلب المبحوثين على عدم وجود وقت فراغ كبير لديهم بسبب العمل، وأغلب أنشطة فراغهم هي أنشطة فردية وليست جماعية بنسبة كبيرة وصلت إلى 68%، فالمبحوثة في المقابلة الثالثة وبما أنها عاملة تؤكد على قلة وقت الفراغ لديها "ليس لدي كثيرا من أوقات الفراغ؛ أحب القراءة وسماع موسيقى كلاسيكية، أو أتصفح الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، لا أتسوق لقضاء وقت الفراغ، لا أحب الخروج كثيرا وأفضل البقاء مع أطفالي، لكن توجد شريحة من النساء يحببن "التسوق" هن بشكل عام غير عاملات وماكنات في البيت، ويملكن وقت فراغ كثير." تتنوع الأنشطة الفردية لديهم بين تصفح الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، القراءة، ممارسة أنشطة رياضية أهمها المشي، ممارسات هوايات وأنشطة يدوية كالطرز والحباكة والخياطة لدى النساء، أو الاستماع إلى الموسيقى الكلاسيكية الهادئة مثلما أكدت مبحوثة بقولها: "أحب قراءة الكتب كثيرا، الروايات والقصص، وأسمع الموسيقى الكلاسيكية، الموسيقى الإنجليزية لسنوات التسعينات، الموسيقى القديمة والأوبرا (المقابلة 04/ أنثى/ 32 سنة/ الزوج تاجر/ الزوجة موظفة في البنك/ 4 أفراد)، أو حفظ القرآن، مشاهدة التلفاز والوثائقيات، مثلما تؤكد المبحوثة في المقابلة الخامسة عشر "أقضي أوقات فراغي بين تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ومشاهدة قنواتي الفرنسية المفضلة على التلفاز، ومشاهدة الوثائقيات وبرامج متعلقة بالصحة والطب، وأحيانا أقرأ كتباً عن تخصصي" (المقابلة 15/ أنثى/ 51 سنة/ مهندسة دولة/ دكتوراه في الطب/ مهندسة مدني (خاص)/ طبيبة في مؤسسة عمومية 05/ أفراد). وفي نفس السياق تؤكد المبحوثة على أهمية الأنشطة الفردية بالنسبة لها رغم كونها عاملة: ""في أوقات فراغي القليلة أستمتع للموسيقى، أنجز مهام المنزل، أتسوق، أو أقضيها في الخياطة "والتعمار"، كما أحب السفر وتجربة الجديد" (المقابلة 09/ أنثى/ 42 سنة/ الزوج له شهادة تكوين قاعدي عسكري/ الزوجة ليسانس حقوق وكفاءة مهنية في المحاماة/ الزوج تعليم بالقطاع العسكري/ الزوجة محامية ومستشارة قانونية في شركة عمومية/ 03 أفراد). ويؤكد المبحوث في المقابلة الأولى بقوله "أحب القراءة في وقت فراغي، والسفر كثيرا وباستمرار، واستمتع كثيرا للموسيقى عند قيادة السيارة، أحب الموسيقى الإيطالية، والكورسيكية، والفولكلور الشاوي والقبائلي" (المقابلة

01/ ذكر/ 72 سنة/ أستاذ تعليم عالي متقاعد/ الزوجة أستاذة متقاعدة 4 أفراد)، على تفضيله للأنشطة الفردية لأنه متقاعد، وفي نفس السياق المبحوثة في المقابلة الثانية وهي مأكثة في البيت على تفضيلها أنشطة فردية متنوعة بقولها "في أوقات فراغي بعد تفرغي من أشغال المنزل والعناية بنفسي، أقرأ القرآن، أو أتفحص مواقع التواصل الاجتماعي، أو أشاهد التلفاز، فالحضري إنسان مثقف بشكل عام يحب القراءة، كما أسمع موسيقى أندلسية، وقصائد صوفية، نحب في أعراسنا ومناسباتنا هذه الاحتفالات والموسيقى الأندلسية" (المقابلة 02/ أنثى/ 54 سنة/ الزوج مهندس معماري متقاعد /الزوجة لا تعمل/ 4 أفراد). أما الأنشطة الجماعية المفضلة لدى 16% منهم فهي مقسمة بين أنشطة داخل المنزل وخارج المنزل تركز على الاجتماع كأسرة خاصة في عطل نهاية الأسبوع، أو الخروج للتنزه الأكل معا في أماكن غير مزدحمة هادئة؛ نظيفة كالحدايق وشاطئ البحر مثلما صرح مبحوث "أحرص على قضاء وقت الفراغ بين الرياضة، العائلة والأصدقاء، لدي برنامج رياضي مع أصدقائي الأربعة ملتزمون به، كما نذهب إلى المقاهي، توجد مقاهي محددة تعد على الأصابع تتمتع بطابع الهدوء ونوعية زبائنها مثل Ambiance ، وليس أي مقهى أو أي مطعم عام ثم المنزل والعائلة، وفي أوقات العطل نخرج مع العائلة للاستجمام في الغابات والبحر والمدن المجاورة." (المقابلة 07/ ذكر/ 47 سنة/ الزوج رئيس مصلحة/ الزوجة أستاذة/ 05 أفراد).

يعزف أغلبية المبحوثين على التسوق كنشاط لقضاء وقت فراغهم في ذلك، كون أغلبهم عمال ولا يملكون وقتا لتضييعه في التسوق داخل الأسواق والمحلات، فيختصرون الوقت باستعمال التسوق الإلكتروني في المنزل، فيصريح مبحوث: "لا اتسوق كثيرا ولا اقضي وقت فراغي في Shopping ، فنحن مشغولان نعمل كلانا ونتسوق للضرورة، إذا اشتريت سلعة فأنا استعين بالإنترنت للتأكد من جودتها من خلال ادخال رمز "Le Code Barre" وفيما إذا كان السعر صحيح؛ أو في حال وجود خصومات على تلك السلع. أتابع كثيرا موسم الخصومات والتزيلات" (المقابلة 11/ ذكر/ 37 سنة /الزوج دكتوراه / الزوجة ماستر / أستاذ جامعي/ أستاذة تعليم ثانوي/ 04 أفراد). وفي نفس السياق تشاركه مبحوثة نفس الرأي كونها عاملة ومشغولة باستمرار، وكون الشراء والتسوق للضرورة فقط وعند الحاجة: "ليس لدي الكثير



من أوقات الفراغ، إن وجدت واحتجت الأغراض أتسوق، وربما أتسوق لأرى فقط الجديد نادرا، وربما أمارس الرياضة أو أقرأ في مجال عملي، وإلا فأنا أبقى مع عائلتي ونجتمع، نخرج للتنزه في عطلة نهاية الأسبوع؛ أو نتنقل لنجرب أكالات ومطاعم جديدة خارج المدينة، لدي أنشطة متنوعة لوقت الفراغ القليل. " (المقابلة 05/ أنثى/ 52 سنة/ الزوج مهندس مدني/ الزوجة مديرة حضانة/ 5 أفراد)، فيتشارك الحضر خاصة الموظفين المعلومات ويتسوقون عبر الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي؛ اختصارا للوقت والجهد كما تبين مبحوثة في تصريحها: "لأنني عاملة ومشغولة جدا طوال الوقت فليس لدي وقت لأخرج أصلا أو لأتجول كثيرا في المحلات، فوجدت بديلا وهي المواقع والانترنت، لدينا مجموعة مسنجر نتشارك فيها تلك الخبرات والآراء؛ فالحضر غالبا ذوقهم رفيع ومتشابه، ولأن أغلبنا مشغولون، نختصر الوقت ونتبادل المعلومات حول السلع وأماكن اقتنائها ولدي تسوق سنوي في موسم التخفيضات على الملابس الأحذية، الحقائب وغيرها أستغل فيه تخفيضات الماركات العالمية، فأذهب لمراكز تسوق كإسبانية في وهران أو باب الزوار في العاصمة " (المقابلة 03/ أنثى/ 36 سنة/ تاجر في معدات الإعلام الألي/ الزوجة موظفة كمسيرة في مؤسسة خاصة/ 5 أفراد).

#### 5- معايير اختيار فضاءات وأماكن الاستهلاك

جدول رقم (26): يبين توزيع أفراد العينة حسب أسماء المحلات والأماكن المفضلة للاستهلاك

المحلات الأماكن المفضلة للاستهلاك	التكرار	النسبة المئوية %
أقتني من محلات فخمة وعالمية الماركة أوروبية (كالفرنسية والاسبانية أو التركية) في مدينة تلمسان "درب حواية بجي الكرز"، "درب الإمام علي"، "محلات في إمامة"، "محلات الدالية"، "بعض محلات القلعة"، "الحرطون"	03	12%

		(محلات تباع ماركات أوروبية أصلية داخل تلمسان)
24%	06	أقتني من محلات التخفيضات في مراكز تجارية كبيرة خارج تلمسان في وهران "كالمركز التجاري السانية" ومراكز تجارية بالعاصمة أو من خارج الوطن إن سنحت الفرصة
24%	06	اشتري من تلمسان أحيانا وغالبا خارج تلمسان وهران ومدن أخرى ونادرا من خراج الوطن
20%	05	لا أشتري من الجزائر أفضل سلعا أجنبية (فرنسية واسبانية) يحضرها معارفي أو أنا عند سفري، أو أطلبها عبر الانترنت
20%	05	لا أشتري كثيرا وليس لدي محلات محددة أفضل محلات غير فخمة "مثل محل بوحسينة" محلات وسط المدينة كمحلات درب سيدي حامد، ومحلات تقدم تخفيضات على فيسبوك مثل محل "وزير القليلات"
100%	25	المجموع

يعد المحل واجهة للثقافة الاستهلاكية وواجهة عرض لأساليب الحياة، يمنح الفرد القدرة على التفاعل الرمزي مع المنتجات ومع المكان والاحساس برهبته، ويجعل الغريب يلتقون ويتفاعلون ويعبرون عن هويتهم ومكانتهم من خلال عملية الشراء والتفاعل داخل المحل؛ في سبيل الحصول على المنتجات المعروضة والمحبذة، وإرضاء الذوق الاستهلاكي المطلوب لدى مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية، وطرح موضات جديدة للنخبة.

وجهات المحلات المفضلة لدى عينة الدراسة لاقتناء الملابس والاحذية ومختلف السلع والمنتجات، تتوزع على محلات تباع ماركات أوروبية أصلية داخل مدينة تلمسان فقط بنسبة 12%، ونسبة منهم تشتري من محلات خارج تلمسان خاصة مركز السانوية التجاري بمدينة وهران مثلما أكدت مبحوثة بقولها: "أتسوق غالبا من وهران والجزائر العاصمة". (المقابلة 12/ أنثى/ 37 سنة /مهندس دولة /شهادة ترميز /مهندس مدني /ممرضة/ 05 أفراد). وفي نفس السياق تصرح مبحوثة: "أفضل طبعا جودة وماركة عالمية بطابع بسيط وسعر جيد؛ سلع من ماركات اسبانية فرنسية وتركية أوروبية عموما، وأرفض الماركة الآسيوية كالصينية والبنغلاديشية، يهمني السعر كثيرا لكن في سلع ذات جودة رفيعة وماركة عالمية، أنا لا أشتري أي شيء لذلك أتبع مواسم التخفيضات في الماركات العالمية العريقة، إذهبي في مواسم التخفيضات لتلك المراكز في وهران أو العاصمة مثلا الغالبية من الحضر ستجديهم هناك." (المقابلة 03/ أنثى/ 36 سنة/ تاجر في معدات الإعلام الآلي/ الزوجة موظفة كمسيرة في مؤسسة خاصة/ 5 أفراد). بقيمة 24%، وبنفس النسبة منهم تشتري من محلات داخل تلمسان وخارجها أي أنها تفضل وجهات وخيارات عديدة، لضمان أفضل السلع بأفضل الأسعار مثلما تصرح مبحوثة: "عموما أشتري من تلمسان وليس من وهران كبعض الحضر، من محلات الملابس في درب الإمام علي، وبعض المحلات من معارف كمحل أشتري منه ملابس دوما موجود بحي الكرز، لكن في أغلب الأوقات زوجة أخي تعيش في فرنسا تتسوق لي من أوروبا وأدفع لها، أشتري المعتدل لا سلع صينية رخيصة ورديئة، ولا سلع غالية جدا دون فائدة، كما قلت أدفع أكثر فقط في حال وجود جودة رفيعة" (المقابلة 15/ أنثى/ 51 سنة /مهندس دولة /دكتوراه في الطب /مهندس مدني (خاص) /طبيبة في مؤسسة عمومية 05/ أفراد)، بينما يقتني منهم ما نسبته 20% منتجاتهم من خارج الوطن من دول أوروبية كفرنسا واسبانيا وتركيا؛ مثلما صرحت مبحوثة: "بعض الحضر كثيرا ما يتسوقون ويقتنون السلع من وهران، لكن بالنسبة لي شخصا أقتنيها من اسبانيا من خلال معارف." (المقابلة 02/ أنثى/ 54 سنة/ الزوج مهندس معماري متقاعد /الزوجة لا تعمل/ 4 أفراد). وذلك بالاستعانة بأقارب ومعارف لهم يسكنون دول أوروبية، لضمان شراء سلع أصلية ذات جودة عالية وبسعر

منخفض، ولضمان عدم وجود مثل لها في مدينة تلمسان بحيث لا تكون متاحة للعامة، بينما يفضل منهم زيارة محلات تباع منتجات بجودة مقبولة وأسعار أرخص من مركز المدينة بنسبة 20%، وذلك إما لقلة مداخيلهم وضعف قدرتهم الشرائية، أو لتفضيلهم نمط استهلاكي اقتصادي أكثر وعقلاني في اختيار أسعار السلع، والأمر المشترك بينهم تفضيلهم شراء منتجات غير محلية وغير جماهيرية، مميزة وبذلك يلجؤون للخروج من مدينة تلمسان أغلب الأوقات لتجنب الاحتكاك بالذوق الجماهيري المنتشر، وعموما المحلات يجب أن تباع ماركات أصيلة و سلع ذات جودة عالية، مميزة وغير متاحة للعامة لتمييز أنفسهم عن غير الحضرو عن الطبقات الدنيا.

جدول رقم (27): يبين توزيع أفراد العينة حسب الشروط والمعايير التي يجب أن تتوفر في المنتجات

والسلع

النسبة المئوية%	التكرار	الشروط والمعايير التي يجب أن تتوفر في المنتجات
44%	11	أفضل الجودة الممتازة والمرححة ثم السعر يهمني "المعقول" Bon qualité et Bon Prix غير منتشرة عند الجميع بسيطة قليلة الألوان وقليلة الزخرفة لكيلا تتغير موضتها وأتابع موسم التخفيضات للماركات العالمية الأصلية مثل ZARA أو Decathlon
32%	08	أفضل ال جودة qualité والفخامة Lux" والماركة العالمية السعر لا يهمني الأهم غير منتشرة عند الجميع بسيطة قليلة الألوان وغير مزخرفة بأشكال أو غير متناسقة في

		المنظر العام، في ملابس الخرجات وحتى في ملابس النوم والمنزل
20%	05	أفضل أن تكون ذات جودة مقبولة ورخيصة في نفس الوقت يهمني السعر أن يناسب مقدرتي وغير منتشرة عند الجميع متناسقة بسيطة الألوان، ليس شرطاً ماركة عالمية فخمة
4%	01	يختلف الأمر بين السلع ووظيفتها فملابس الظهور أمام الناس يجب أن تكون فخمة وماركة ولا بأس أن تكون غالية لكن ملابس المنزل والنوم لا يهم ذلك ما دمت مرتاحاً بها
100%	25	المجموع

إن الذوق الاستهلاكي المتعلق بارتداء الملابس والأحذية متعلق برأس المال الثقافي للأفراد والاقتصادي على حد سواء، فأنت تمثل ما تأكله وما تلبسه وتعبّر عن نفسك وذوقك وعاداتك من خلال خياراتك، وتصنف نفسك وموقعك في المجتمع وانتمائك الطبقي، فذوق الطبقات العمالية جماهيري واستهلاك السلع شامل، بعكس الذوق عند النخبة فهو يتعلق بالرغبة في التمييز عن الطبقات الأدنى، باختيار ما لا يلبسه العامة وما هو غير متاح للجميع، فيعتمدون الذوق الفخم والبسيط في آن واحد، ويعتمدون النوعية بدل الكمية مقارنة بالطبقات العمالية التي تفضل السلع الجماهيرية الرخيصة والذوق الدارج، لكن النخب تفضل أن تكون متذوقة في اختياراتها، وترتدي المريح البسيط؛ ذو جودة عالية والكميات محدودة، قليل الألوان وأكثر تناسقاً وأناقة.

يؤكد كل أفراد العينة على أن للحضر ذوق رفيع "un très bon goût"، فيختارون دوماً عامل الجودة الرفيعة في السلع التي يشترونها، وخاصة في الملابس والأحذية والحقائب، فمنهم من يركز على الجودة والسعر

معا " أفضل جودة بأفضل سعر"، " la bon qualité et le bon prix" كما تصرح مبحوثة: "الحضر لديهم ذوق رفيع (Bon gout)، مشترك الخصوصية لو لاحظتي ذلك، كلهم يحبون السلع ذات الجودة الرفيعة موحدة الألوان بسيطة متناسقة وغير مزخرفة، تدوم طويلا دون أن تتلف أو تتغير موضتها، أما بالنسبة للملابس الثقيلة والتقليدية للأعراس والمناسبات، فأحبها أن تكون أيضا فريدة متفردة في شكلها، وأدفع عليها الكثير، اختار بنفسني نوع القماش وألوانه وحتى أنني أطلب من الخياط أن يخيطه على ذوقي وتفصيلي، والإكسسوارات نفس الشيء أحبها جميلة راقية فخمة، بسيطة وذات حجم صغير وذات تصميم أنيق وفريد من نوعه، لا أحب المقلد والمنتشر "المطلس"، كما أن الأواني التي أستعملها مميزة فقد اشتريتها ربما منذ حوالي عشرين سنة، لكن حتى الآن لما أضعها فوق الطاولة الجميع ينهر بها، لأن ذوقها فريد ونوعيتها وجودتها ممتازة، ولا أشتري دائما الأواني على الموضة وأي منتج جديد أشتريه، على العكس تماما فأنا أشتري مرة واحدة شيئا مميزا وراقيا ويبقى طويلا، الأحذية أشتري ذات ماركة وجودة لتريحني في لبسها ولا تؤلم قدمي، ونفس الشيء بالنسبة للحقائب والعطور أشتري دوما الماركة العالمية". (المقابلة 15/أنثى/51 سنة /مهندس دولة /دكتوراه في الطب /مهندس مدني (خاص) /طبيبة في مؤسسة عمومية 05/أفراد).

نسبة 44% من المبحوثين قادمون من أسر حضرية تعتمد نمط عيش اقتصادي محبذ، تتجنب الاستهلاك المظهري وإظهار الثروة، أو من أسر متدينة ومحافظة خاصة فئة الحضر الأهالي ذوي الأصول العربية وحتى الموريسكية، والمعروفون بكونهم من أسر محافظة في مدينة تلمسان، فيفضلون الحفاظ على أصالة المنتجات وعدم المبالغة في الشكليات، لكي لا تفقد المنتجات وخاصة الملابس قيمتها بتغير الموضة كما تصرح المبحوثة في المقابلة 03: "لما أشتري أو أخيط فأنا لا أفضل الموضة خاصة في اللباس التقليدي، بل أفضله أصيلا وفخما ولونه موحد، لكي لا تتغير موضته فأرديه، بل يظل صالحا كل الأوقات وأنيقا معا، أصرف على تلك الملابس الكثير لكي تستمر أكثر دون تغير موضتها واهترائها. فأشتري القماش الأفضل واللون الموحد والبسيط، وأبتعد عن الألوان الفاقعة والتفصيل غير الكلاسيكي، وأختار تصميمها

بنفسي حفاظا على أصالة التصميم، شيء فخم في بساطته يحول دون تغير موضته، وحتى لو قمت بعد عشر سنوات بتعديلات عليها ستكون شكلية وبسيطة، لكن قماشها وتفصيلها ومكوناتها أصلية وذات جودة رفيعة، ومن يهتم بالموضة ويغير باستمرار ملبسه لمواكبتها فهو غالبا ليس من الحضر المحافظين والأصليين. " (المقابلة 03/ أنثى/ 36 سنة/ تاجر في معدات الإعلام الآلي/ الزوجة موظفة كمسيرة في مؤسسة خاصة/ 5 أفراد). بينما 32% منهم أكدوا على عدم أهمية السعر بقدر أهمية الجودة العالية والفخامة "Luxe"، مثلما تؤكد مبحوثة: "أفضل شراء شيء غالي ذو جودة ممتازة يدوم أكثر، على شراء الارخص والأسوء جودة." (المقابلة 04/ أنثى/ 32 سنة/ الزوج تاجر/ الزوجة موظفة في البنك/ 4 أفراد)، وهم قادمون من أسر أكثر ثراء وتزوجوا مع أسر ثرية فلم يتغير مستواهم الاجتماعي، أصولهم (عصملية) مزيج بين التركية والأندلسية والعربية وحتى الأعجمية (أوروبية وآسيوية)، نمط عيشهم أكثر انفتاحا على الثقافات العالمية وخاصة الأوروبية، بينما النسبة القليلة الباقية وهم ذوي الدخل المنخفضة فهم يطمحون للحراك الاجتماعي للأعلى، لو كان ذلك بمقدورهم فيعمدون إلى محاولة اختيار جودة مقبولة؛ بأسعار أقل تناسب مستواهم المادي، ورغم ذلك كل أفراد العينة أكدوا على رغبتهم في التميز والاختلاف؛ باختيار الجودة والمنتجات غير الرائجة "الجماهيرية"، لضمان مكانتهم وتميزهم، كما يرفضون التغيير في أصالة الملابس خاصة ملابس الأعراس كالشدة التلمسانية، ويرون التغيير فيها تشويه لأصالتها يقوم به غير الحضر، كباقي التغييرات التي أحدثوها للأصالة الحضرية في كل أساليب الحياة والعادات الاستهلاكية. كما تؤكد مبحوثة على أهمية التفرد والتميز والجودة مقارنة بالسعر وبأصالة المنتج: "لا أحب المحلات التي تبيع سلع رخيصة وذات نوعية رديئة والتي يشتري منها العامة، أحب التفرد في لباسي وذوقي ولا ألبس ما هو منتشر، أتساهل فقط في ملابس النوم والمنزل واشتري لباسا عاديا وغير فخم كثيرا، الحضر يحبون الجودة الرفيعة والسعر مناسب وإذا كان رخيص فأحسن، أما ملابس العمل والمناسبات خاصة جهاز الأعراس أفضل أن تكون فخمة جدا، وأغلب منتجاتي أوروبية، فرنسية وإسبانية المنشأ وقليلًا التركية، لكني لا ألبس منتجات صينية رخيصة ورديئة." (المقابلة 05/ أنثى/ 52 سنة/ الزوج مهندس

مدني/الزوجة مديرة حضانة/ 5أفراد). وتشاركها الرأي المبحوثة في المقابلة 06:" أهتم في السلعة أن تكون ذات جودة رفيعة، ومريحة خاصة الحذاء، وأن تكون الأسعار معقولة، أما الماركة فحسب السلعة وغرضها فبالنسبة لملابس المنزل والنوم قد لا أهتم كثيرا للماركة وبلد المنشأ، لكن ملابس الخرجات وملابس الأطفال أفضل ماركات أوروبية وتركية، أشتريها في موسم التزييلات (Les promotions) ، لا أشتري ملابس ذات صنع صيني ولا أردية أخاف أن أخسر مرتين." (المقابلة 06/ أنثى/ 38 سنة/ الزوج رئيس مصلحة في مؤسسة عمومية/ الزوجة متصرف اداري رئيسي/ 4أفراد). كما يفضلون الجودة حتى في المواد الغذائية كما تؤكد ذلك مبحوثة تعمل هي وزوجها في قطاع الصحة بقولها: "الجودة بالنسبة لي مهمة وضرورية حتى في الأغذية فأنا لا أشتري فواكه وخضر في غير مواسمها وأعلم أنني لن استفيد من مزاياها بذلك". (المقابلة 10/ أنثى/ 37 سنة/ الزوج له دكتوراه في الصيدلة/ الزوجة دكتوراه في طب الأسنان/ الزوج مندوب طبي/ الزوجة طبيبة أسنان/ 04 أفراد). ولا يقتصر الأمر على ذوي المستوى المادي المرفه؛ بل حتى ذوي الدخل المحدودة للطبقة الوسطى الدنيا من الحضر، وذوي حجم الأسر الأكبر فهم يفضلون الذوق الرفيع والتميز، تؤكد مبحوثة ذلك: "التلمسانيون معروفون بالاقتصاد في المعيشة (المحاولة)، يأكلون ولا يبذرون، لديهم ذوق رفيع بشكل عام وفي اللباس، فلباسي بسيط لكن الناس يقولون عني ويظنون أنني غنية(مرفهة) لذوقي المتميز". (المقابلة 23/ أنثى/ 40 سنة/ الزوج ماستر علم النفس/ الزوجة ماستر علم النفس/ الزوج أخصائي نفسي في مؤسسة عمومية/ الزوجة أخصائية نفسية في مؤسسة عمومية/ 06 أفراد).

جدول رقم (28): يبين توزيع أفراد العينة حسب المعايير المعتمدة في اختيارهم لتلك الأماكن

والمحلات

النسبة المئوية%	التكرار	الشروط والمعايير التي يجب أن تتوفر في المحلات والأماكن المختارة
60%	15	الجودة والسعر والتعامل، النظافة والنظام، بعيدة عن الضجيج



		والناس، الأناقة، خاصة محلات تجهيز العرائس يجب أن تكون فخمة، مصدر سلعها أوروبا وتركيا، نادرا ما أرثدي ملابس صينية إلا إذا كانت قطنية مثلا وذات جودة ممتازة ومريحة
24%	06	لا يهمني كثيرا شهرة المحل واسمه ولا ماركاته أو كونه وجهة مفضلة للحضر المهم أن يلائم قدرتي وذوقي ويقدم عروض وتخفيضات
16%	04	أهتم فقط بالجودة لا يهمني المحلات الفخمة التي تعرض سلع غير مميزة وأسعارها باهظة هي وجهة مفضلة "للشعبة الجديدة" لكن بعض الحضر يشترون الأعلى ثمنا ولو كانت نفس السلعة والتجار يعرفون ذلك لاعتقادهم أن الأعلى أكثر جودة فالسعر المنخفض يعني لهم الرداءة والجودة المنخفضة، والبعض منهم يتجنب دخول محلات العامة كمظاهر فيذهب لمحلات غالية
100%	25	المجموع

بالنسبة للشروط التي يجب أن تتوفر في المحلات والأماكن التي يزورها الحضر من الطبقة الوسطى؛

فيجمعون أن تكون محلات نظيفة منظمة وغير مزدحمة لضمان جودة عالية في الخدمة المقدمة، عائلية

محترمة تباع سلع أوروبية وليست صينية أو آسيوية بشكل عام، أصلية وذات جودة عالية وذوق مميز بنسبة

60%، أما 16% منهم فيصرحون بوجود فئات جديدة دخيلة مكونة من غير الحضر من الوافدين الجدد

للمدينة وبعض من الحضر الذين كانوا أسفل الهرم الاجتماعي ثم تحسنت أحوالهم، وهم الطبقة الوسطى

الجديدة التي تحسنت ظروفها بعد حصولها على مستوى تعليمي عال ووظائف مرموقة، يعتمدون إلى اللجوء إلى مظاهر استهلاكية كاختيار محلات ترفع الأسعار وتستهدف تلك الفئات، التي تسعى لتمييز نفسها رغم أنها غير ذواقة بل تحاكي أساليب الحضر الأصليين لصنع مكانة اجتماعية لها، وفرض نفسها بالمنطق المادي فتصنع مكانتها بثروتها وبالمظاهر، تهتم بالشكليات والفخامة وترفض الآخر بالمنطق المادي وليس بالذوق الراقى، وتتبع الموضة الرائجة وتخاف على مكانتها لأنها جديدة في وضعها، فأكدوا أنهم يرفضون الدخول للأماكن التي تذهب إليها لأنهم "طبقة وسطى جديدة" وليسوا " من الحضر .

## 6-المطاعم والأكل خارج المنزل

جدول رقم (29): يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد المرات التي يأكلون فيها خارج المنزل

النسبة المئوية%	التكرار	عدد مرات الأكل خارج المنزل
36%	09	نأكل مرة أو مرتين في الأسبوع تقريبا كل عطلة نهاية الأسبوع وقد نحضر الأكل للمنزل
32%	08	نأكل مرة أو مرتين في الشهر خارجا أحيانا نحضره للمنزل
04%	01	لا نأكل خارج المنزل بسبب الأطفال الصغار نفضل طلب الأكل واحضاره للمنزل شخصيا وليس بالديليفرى مرة كل أسبوع
04%	01	العدد غير محدد نطلب أو نادرا نأكل خارجا للضرورة وتغيير الروتين
16%	04	لا نحب أكل المطاعم ولا نأكل فيها إلا نادرا جدا (مرات في أشهر أو سنوات)

08%	02	نحب أكل المطاعم لكن المدخول لا يكفي لذلك، لكن الأبناء يحبونه ويأكلون خارجا أو يطلبونه بخدمة التوصيل
100%	25	المجموع

الأكل خارج المنزل في المطاعم يعد سمة حضرية بامتياز، فالمدينة العصرية مليئة بالمطاعم وبأذواق ترضي كل الفئات الاجتماعية، من مطاعم الأكل السريع والوجبات الرخيصة إلى المطاعم الفخمة العصرية والراقية. وتعتمد الأسر التي يعمل فيها الزوجين خارجا إلى الاعتماد على الأكل الجاهز وخدمات التوصيل، أو تعتمد عليها كنوع من التغيير واللقاء معا في تلك المطاعم خاصة في العطل ونهاية الأسبوع، لتغيير الروتين والاجتماع معا.

يؤكد 36% من المبحوثين أنهم يتناول الأكل الجاهز من مرة إلى مرتين أسبوعيا، خاصة للأسر ذات الدخل المرتفع وعدد أفراد أقل أو المتقاعدين ممن زوجوا أولادهم وتفرغوا تماما، لأن الأكل خارجا يتطلب أموال أكثر وعدد أطفال أقل لتجنب الانزعاج أثناء خروجهم بسبب حركتهم، ويصرح من يملك منهم أكثر من طفل صعوبة الخروج والأكل في المطاعم ما يضطرهم لإحضار الأكل وطلبه إلى المنزل، لكن خدمة التوصيل غير معتمدة لأغلب المبحوثين، بينما 32% يصرحون بأنهم لا يأكلون كثيرا خارجا ويفضلون شراء الأكل واحضاره للمنزل بمعدل مرة أو مرتين في كل شهر، إما لعدد الأفراد أو لوجود أطفال أو لعدم تفضيلهم أكل المطاعم غير الصحي وغير معروف مدى الجودة والملائمة وغالبا هم موظفين في القطاع الصحي مثل مبحوثة صرحت: "بالنسبة للأكل خارج المنزل بالنسبة لنا أمر غير صحي أبدا ربما نفعل ذلك مرتين شهريا، لكن نخرج رغم ذلك لكسر الروتين ومن أجل أطفالنا" (المقابلة 10/ أنثى/37 سنة/ الزوج له دكتوراه في الصيدلة/ الزوجة دكتوراه في طب الأسنان/ الزوج مندوب طبي/ الزوجة طبيبة أسنان/04 أفراد). بينما 28% منهم فهم نادرا ما يأكلون خارجا أو يشترون الأكل الجاهز، فقط في المناسبات، تغيير الروتين لأطفالهم أو عدم كفاية مداخيلهم لصرفها على أكل المطاعم رغم رغبتهم هم وأبنائهم في الأكل خارجا لو

تمكنوا، فالأكل خارجا محكوم بالظروف المادية وعدد الأفراد وتفضيلات الأفراد وأذواقهم، كما تؤكد مبحوثة بكلامها: "لا نذهب كثيرا للمطاعم ربما مرة في السنة مع حجم الأسرة الكبير، وقلة الوقت والموارد". (المقابلة 19/ أنثى 40 /سنة/ الزوج مهندس دولة إلكتروتيقي /الزوجة ليسانس في الاقتصاد/ الزوج غير ثابت في عمل /الزوجة تاجرة في مواد الحمية والرياضة 04/ أفراد).

فنسبة 08% منهم تود الأكل خارجا باستمرار لو كانت ظروفهم المادية أحسن، وعدد أفراد الأسرة أقل، فهم يطمحون لفعل ذلك كما تبين مبحوثة في المقابلة 25: "لا أكل كثيرا خارج المنزل ليس لأنني لا أحب ذلك على العكس، لكن السبب الذي يمنعني هو مادي بحت، فعندما يكون جيبى ممتلاً نخرج ونأكل سوياً" (المقابلة 25/ أنثى 46 /سنة/ الزوج بكالوريا وشهادة ترميز /الزوجة بكالوريا/ الزوج ممرض في المستشفى العمومي /الزوجة لا تعمل/ 08 أفراد). وتؤكد نفس الأمر المبحوثة في المقابلة 22: "لا أكل خارج المنزل فوضعي المادي لا يسمح لي بذلك، والقدرة الشرائية الخاصة بي أصبحت ضعيفة بعد غلاء المعيشة، وكبر الأطفال ومسؤولياتهم، عندما كان الأطفال صغاراً كنا نخرج كثيراً وكانت المعيشة أكثر رخاءاً وكنا نشترى أكلاً جاهزاً أحياناً لكن ليس دائماً ونأكله في المنزل، أما الآن أصبح الأمر صعباً مادياً فالأكل الجاهز غالي الثمن، وأنا لا أحب الخروج من المنزل في نهاية الأسبوع أفضل قضاء الوقت مع عائلتي، أحب التخطيط والحساب لكل شيء".

جدول رقم (30): يبين توزيع أفراد العينة حسب كيفية اختيارهم للمطاعم

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية اختيار المطاعم
64%	16	يجب أن تكون نظيفة ومحترمة مميزة "عائلية"، منظمة بحيث تكون الخدمة جيدة مع الزبون وغير مكتظة بالناس، مكشوفة للعيان
20%	05	أحياناً أجرب وأقيم، أحياناً يرشدني معارفي لتجربة مطاعم جديدة

		وغالبا أتعود على مطاعم معينة وأحيانا أختار من خلال متابعتي للصفحات على مواقع التواصل كالفيسبوك
16%	04	لا أحب المطاعم ولا أكل فيها كثيرا
100%	25	المجموع

يؤكد 64% من المبحوثين أنهم يختارون المطاعم على أساس النظافة كأهم شرط والجو العائلي المحترم، قلة الازدحام في المطعم لضمان خدمة أحسن ثم التعامل والخدمة المقدمة حسب طلب الزبون تماما، ثم الذوق اللذيذ للأكل والعصرية وطرق التقديم النظيفة والمنظمة والفخمة، وجودة وصحية المواد المستعملة للطهي، خاصة المقالي منها ويحبذون ان يكون المكان مكشوفاً لملاحظة جودة ونظافة الأكل والمواد المستعملة، وتجنب الروائح غير المستحبة في المكان والتي لا تشجع على الاكل والرجوع مجددا للمطعم، كم تؤكد مبحوثة في تصريحها: "أحب أن أقيم التجارب وأحكم على تلك المطاعم والمحلات بنفسي، لأقرر إعادة التجربة أو لا، قد أحكم فقط إذا شمت رائحة غير مرغوبة أو قائمة أكل غير مميزة، وربما من الخارج فقط أحكم مباشرة بعدم دخولي أصلا للتجربة من المظهر الروائح والنظافة، ربما طريقة عمل الطباخ ونوع الخدمة المقدمة أو منظر ولون الزيت المستعمل، زوجي ليس صارما جدا في هذه المعايير لأنه يتنقل باستمرار وعندما يكون متنقلا لمدن أخرى ليس لديه وقت، فيقبل بالموجود وأغلب الرجال غير صارمين في الحكم؛ خاصة في النظافة مقارنة بالنساء." (المقابلة 03/أنثى/ 36 سنة/تاجر في معدات الإعلام الآلي/الزوجة موظفة كمسيرة في مؤسسة خاصة/5أفراد). بينما صرح 20% بأنهم يحبون تجربة كل المطاعم وتقييم تجربتهم أو متابعة صفحات المطاعم على مواقع التواصل والانترنت، كما قد يأخذون بنصيحة أحد معارفهم ممن قاموا بتجربة مطاعم جديدة ومميزة، بينما البقية منهم أكدوا أنهم لا يفضلون الأكل في المطاعم؛ لا يأكلون فيها ولا يذهبون إليها، ويفضلون فعل ذلك خارج المدينة وخارج الوطن عند سفرهم.

جدول رقم (31): يبين توزيع أفراد العينة حسب العلاقة والتعامل بين مالك المحل والزبون

الحضري وغير الحضري

النسبة المئوية%	التكرار	العلاقة والتعامل بين مالك المحل والزبون الحضري وغير الحضري
44%	11	الزبون ملك ولا يهم إن كان حضري أو غير حضري المهم عند التاجر أن يبيع
28%	07	سابقا كان التجار التلمسانيون يفضلون التعامل مع الحضري لكن تغيرت الأمور الآن ولم يعد يهم ذلك
12%	03	مريح التاجر عند غير الحضري لأن الحضري لا يشتري أي شيء ويفضل المساومة والتخفيض أغلبية الحضري لا يشترون الآن من محلات تلمسان
16%	04	يلاحظ التاجر الحضري ويميز الحضريين وغير الحضريين لكنه يتعامل معهم كزبائن رغم أن بعض الحضريين مهم أن يكون المحل لتاجر حضري ويوره الحضري فقط وقد يعتمد بعض التجار إرضاء ذوق الحضري أو رفع السعر إذا أراد جذب الحضري فقط لمحله.
100%	25	المجموع

يتميز التاجر زبائنه المستهدفين وتقدير مكانتهم وطبقتهم الاجتماعية، وأصولهم الحضريّة أو الريفيّة من

خلال تعامله معهم، فإذا أراد مالك المحل جذب الحضري حسب مبحوثة فهم يعتمدون آليات: "أصحاب

المحلات إذا أرادوا جذب فئة الحضري إلى محلاتهم، يعتمدون إلى رفع الأسعار، واعتماد الفخامة (le

(Luxe، والذوق الرفيع والراقي (le goût raffiné) ، فالحضر لديهم عموماً ذوق رفيع (un très bon goût) « (المقابلة 04/ أنثى/32 سنة/ الزوج تاجر/ الزوجة موظفة في البنك/ 4 أفراد). كما تؤكد مبحوثة في نفس السياق بعلم التجار بذوق الحضر وما يجذبهم: "التقنيات التي يستعملها التجار في تلمسان هو معرفتهم بذوق الحضر وتفضيلاتهم، فهذا الحضري عندما يشتري يسمي المحل ولقب مالكه (يدفع أكثر مقابل المحل واسمه وسمعته)، فمثلاً يقول اشترت فراش من عند تركي حسين في شارع باريس، أو أكلت مثلجات عند بوكلي في القلعة، وخاصة عند النساء فهن يحبن اظهار مثل هذه التسميات للمظاهر والتفاخر بينهن، لأن الحضري يعرفون التجار- والتجار أصلاً هم من عائلات حضرية - الذين يبيعون الفاخر والراقي، والسلع التي لديهم ذات جودة عالية، فيصبح نوع من التفاخر والتميز أن تشتري من تلك المحلات". (المقابلة 21/ أنثى/38 سنة/ الزوج ليسانس/ الزوجة دكتوراه في علم النفس/ الزوج مدير مركز تكوين مدربين/ الزوجة أستاذة جامعية/ 04 أفراد). فالتجار يميزون الحضر من هياتهم وطرق كلامهم ولبسهم وخيارتهم. لكن المستهلك المعاصر مستهدف طالما أنه يدفع ويشترى، فالسياسات العامة شجعت ولا تزال تشجع الاستهلاك كنشاط يقوم به كل الأفراد من مختلف الانتماءات والفئات الاجتماعية، وهو ما أكده كل المبحوثين فالزبون ملك وعلى حق في المحل، والتاجر يخدمه مدام يدفع بغض النظر عن أصوله ومكانته؛ رغم أنه سابقاً حتى وقت قريب كان التجار الحضر التلمسانيون يفضلون التعامل مع الزبون الحضري، ويميزون بينه وبين الغريب من لهجته وتصرفاته وحتى شكل جسمه ولونه، لكن التعامل بين الزبون والتاجر تغير حالياً خاصة أن غير الحضري مستلك ودقيق، لا يناقش ولا يساوم ويقتنع بسهولة حسبهم. ويعتمد التجار كما أشار بعض المبحوثين حالياً على وسيلة الدعاية والترويج لمنتجاتهم، عبر مواقع التواصل الاجتماعي والانترنت، فالمحل إن لم يزره الزبون فسيذهب إليه المحل ولمنزله، فكل المستهلكين مستهدفون باختلافهم كما تؤكد ذلك المبحوثة في المقابلة 14: "أصحاب المحلات الآن يروجون لسلعهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويكسبون زبائن من خلالها ومن خلال التخفيضات التي يقدمونها عبر تلك

المواقع والصفحات". (المقابلة 14/أنثى40 /سنة /الزوج بكالوريا /الزوجة ليسانس /تاجر /إدارية في  
مصلحة مالية/ 04 أفراد).

#### 7-العناية الداخلية بالجسد: الصحة، والجمال الخارجي

جدول رقم (32): يبين توزيع أفراد العينة حسب العناية بالجسم والصحة

النسبة المئوية%	التكرار	العناية بالجسم والصحة
20%	05	لا أذهب كثيرا للطبيب ولا أجري التحاليل إلا عند الضرورة ولا أمارس الرياضة ولا أتبع الريجيم (عدم اهتمام لا بجانب الشكلي الخارجي ولا بالصحة الداخلية)
48%	12	لا أحب الذهاب إلى الطبيب إلا للضرورة وعند المرض لا أشرب الأدوية أفضل أن أهتم بجسمي طبيعيا بالرياضة والأكل الصحي والنساء يفضلن الاعتناء بشكلهن وجسمهن أكثر بالريجيم والوزن الصحي والتجميل (وقاية داخلية واهتمام بالشكل الخارجي والجمالي)
32%	08	أذهب للطبيب بشكل روتيني وأجري الفحوصات وأمارس الرياضة وأحافظ على وزني وشكلي وجمالي (متابعة ومحافضة على الصحة الداخلية واهتمام بجانب الشكلي والجمالي الخارجي)
100%	25	المجموع



العناية بالجسد والصحة العامة سمة عصرية ميزت النخب العالمية، حيث صار الجسم الرشيق والوزن الصحي مطلب وموضة مرغوبة، باتباع الحميات الغذائية المتنوعة والصحية وأنواع الصيام والرياضات، والمراقبة الروتينية والفحص عند الأطباء وإجراء الفحوصات والتحليل الدورية اللازمة أمرا مفروغا لدى الطبقات المتوسطة والثرية، وأقل اقبالا لدى الطبقات العمالية بسبب التكاليف المادية للحميات والفحوصات.

يؤكد 48% من المبحوثين وهم الغالبية بأنهم يهتمون بأجسامهم ووزنهم وصحتهم عن طريق الوقاية، فلا يزورون الطبيب ولا يجرون التحاليل إلا للضرورة وعند المرض، وليس بشكل روتيني، يفضلون الأكل الصحي المتنوع والغني بالخضر والفواكه واللحوم، والحفاظ على الوزن المثالي بالمشي والرياضة ويهتمون فقط بالشكل الخارجي والهندام والاناقة، مثلما صرح مبحوث: "أمارس الرياضة باستمرار وأنا رياضي، لا اذهب للطبيب أو أجري التحاليل إلا للضرورة فأنا اعرف متى يكون الجسم مريض ومتى يحتاج زيارة طبيب لأن الأعراض تكون ظاهرة والتغير واضح مثل الدوخة، فتستطيع انت تقدير ما إذا كنت محتاج لزيارة الطبيب". (المقابلة 11/ذكر/37 سنة /الزوج دكتوراه / الزوجة ماستر / أستاذ جامعي / أستاذة تعليم ثانوي/04 أفراد). وتتشارك معه المبحوثة نفس الرأي في المقابلة 06: "لا أذهب كثيرا للطبيب فلا أحب أن أدخل الوسواس لنفسي عن صحتي، ما دمت أتبع الأكل الصحي وأحافظ على وزني فلا أذهب إليه إلا عند الضرورة، إذا أحسست بأن صحتي تدهورت أو تغير جسمي وأظهر أعراض أذهب مباشرة للطبيب، ونفس الأمر بالنسبة لزوجي فهو يفضل الأدوية الطبيعية والأعشاب على الذهاب للطبيب وشرب دواء الصيدلية، أما الأطفال أتابع صحتهم بشكل دوري عند الطبيب وطبعا إذا مرضوا، كما أهتم بجسمي لا أحب أن أسمن لصحتي، لا أحس بالراحة، أمارس الصيام المتقطع وأتوقف عن الأكل على السابعة مساء". (المقابلة 06/ أنثى/ 38 سنة/ الزوج رئيس مصلحة في مؤسسة عمومية/ الزوجة متصرف اداري رئيسي/ 4 أفراد). فيفضلون ممارسة الرياضة، الأكل الصحي الريجيم والصيام المتقطع، بدل الزيارة الروتينية للطبيب وإجراء التحاليل باستمرار كما يصرح المبحوث في المقابلة 07 أيضا: أنا ملتزم

بالرياضة مع اصدقائي، وحتى زوجتي وأولادي مشتركون في صالات الرياضة، فنحن الحمد لله موفقين في ممارسة الرياضة، وكما قلت نهتم بمصادر ونوعية الأكل، نحاول الحرص على الأكل الصحي ومتابعة آخر مستجدات الأنظمة الغذائية الصحية، والتغذية السليمة، الصيام والرياضة." (المقابلة 07/ ذكر/ 47 سنة/ الزوج رئيس مصلحة/ الزوجة أستاذة/ 05 أفراد)، وحتى المختصون منهم وذوي المستويات التعليمية العالية لا يرون لزيارة الطبيب والتحليل أهمية فتصرح مبحوثة في المقابلة 21 : "لأنني مختصة في التغذية بالنسبة للحم فنحن نحب الصحي، لا نأكل الدجاج الذي يباع الآن في الأسواق لأنه غير صحي، ونشتري بدلا من ذلك دجاج عضوي (جدادة تع عرب) تتم تربيته في المزارع صحي أكثر، وإلا فنحن نتشارك في العائلة الكبيرة ونشتري ذبيحة ونتقاسمها معا (وزيعة)، فمن حيث الاهتمام بالجسم أهم شيء عندي التغذية الصحية كما قلت، احترم أوقات النوم لا أسهر، اعتني بجسمي، أمارس الرياضة، الطبيب والتحليل للضرورة". (المقابلة 21/ أنثى/ 38 سنة/ الزوج ليسانس/ الزوجة دكتوراه/ الزوج مدير مركز تكوين مدربين/ الزوجة أستاذة جامعية/ 04 أفراد).

يذهب بعض منهم للطبيب للمتابعة الروتينية لأمرضهم المزمنة، وهم عادة كبار السن وذوهم للطبيب سببه الوحيد هو مرضهم المزمن مثلما يؤكد المبحوث في المقابلة الأولى: أذهب باستمرار للطبيب واجري التحليل لأنه لدي مرض مزمن، اتابع عند الطبيب باستمرار، لا أمارس أي رياضة ولا أتبع أي ريجيم صحي." (المقابلة 01/ ذكر/ 72 سنة/ أستاذ تعليم عالي متقاعد/ الزوجة أستاذة متقاعدة 4 أفراد). بينما 32% فهم يهتمون بصحتهم الداخلية وشكل جسمهم ووزنهم الخارجي فيزورون الطبيب دوريا ويجرون التحليل الروتينية باستمرار، كما يمارسون الرياضة ويأكلون أكلا صحيا غنيا بالخضر، وخاصة لدى فئة الشباب فتؤكد المبحوثة في المقابلة الرابعة ذات 32 سنة ذلك: "أحب الريجيم واحافظ على جسمي وقوامي رغم أنني أغش أحيانا في الريجيم، لكني أطبخ كل شيء الشوربات، السلطات، الدجاج، اللحوم، وقليل من المعجنات ليس دائما، وكثيرا الأسماك، زوجي يحب المملحات وأطفالي أيضا أما أنا فأحب الشوربات، أحرص على تناول الفاكهة، الأجبان، الخضر، كما أحضر أحيانا حلويات كتحلويات

للقهوة، أعتمد الصيام المتقطع، أتابع صحي مع أطباء الأسرة فلدينا كثير من الأطباء في أفراد عائلتنا." (المقابلة 04/ أنثى/32 سنة/ الزوج تاجر/ الزوجة موظفة في البنك/ 4 أفراد). وتؤكد المبحوثة في المقابلة 08 على التزامها بالزيارات الروتينية للتحاليل هي وعائلتها، وخاصة كونها طبيبة ضمن المجال: "طبعاً أحافظ على جسمي وصحتي أنا وعائلي، أمارس الرياضة، وأجري التحاليل باستمرار أنا وزوجي وأطفالي." (المقابلة 08/ أنثى/45 سنة/ الزوج مهندس دولة/ الزوجة دكتوراه في الطب/ الزوج مهندس مدني/ طبيبة/06 أفراد).

أما 20% من المبحوثين فهم لا يهتمون لا بالوقاية ولا بزيارة الطبيب ولا إجراء التحاليل الروتينية، ولا يتبعون أي حمية صحية أو صوم أو رياضة، لا يهتمون بالجانب الشكلي الخارجي ولا الجانب الصحي الداخلي، لتكلفة الأكل الصحي والطبيب والتحاليل والرياضة في الصالات، فتقول مبحوثة "أذهب للطبيب للضرورة، لا أمارس الرياضة ولا أتبع أي ريجيم، أذهب لصالون التجميل أحياناً للعناية بجسمي، شعري أظافري، لكن ليس دائماً، تعرفين ليس فقط المادة لكن حتى الوقت قليل، رغم أنني أحب الأكل الصحي والخضر، لكن يبقى الجانب المادي مهما وأسير أموري حسب الوضعية المادية الراهنة". (المقابلة 24/ أنثى/ 28 سنة/ الزوج ذو مستوى ثانوي+ تكوين مهني/ الزوجة ماستر شبكة ونظام اتصالات/ الزوج مسؤول عن مخزن نجارة الألمنيوم/ الزوجة تبيع عبر الأنترنت/04 أفراد)، أولقطة الوقت كما تؤكد المبحوثة في المقابلة 14: "لا أذهب للطبيب إلا للضرورة، ولا اجري تحاليل إلا عند المرض، لست ملتزمة بريجيمات ولا رياضة ليس لدي الوقت لنفسي بكل صراحة". (المقابلة 14/ أنثى/40 سنة/ الزوج بكالوريا/ الزوجة ليسانس/ تاجر/ إدارية في مصلحة مالية/ 04 أفراد).

وبشكل عام أغلب المبحوثين لا يعترفون بأهمية زيارة الطبيب والتحاليل، رغم اهتمامهم بأجسادهم وأوزانهم، وتغذيتهم، لنقص الوعي بأهمية متابعة التحاليل والفحوص لتجنب الإصابة بالأمراض المزمنة؛ التي لا تظهر أعراضها إلا بعد تفاقمها، أو لانخفاض الدخل والقدرات المادية؛ وهو السبب الضمني الحقيقي.

## 8-فضاءات الاستهلاك للتمكين الاجتماعي الطبقي والتجارب الثقافية العالمية

جدول رقم (33): يبين توزيع أفراد العينة حسب القيام بتجارب ثقافية واستهلاكية عالمية جديدة

النسبة المئوية%	التكرار	القيام بتجارب ثقافية واستهلاكية عالمية جديدة
60%	15	أحب كثيرا تجربة الجديد وأفضل السفر دائما في أرجاء الوطن وخارجه للقيام بذلك
28%	07	أحب وأتمنى تجربة ثقافات وأكلات عالمية جديدة إن وجدت فقط في المدينة المهم أن تكون نظيفة لذيذة وحلال حسب مقدرتي المادية
12%	03	لست مهتما بتجربة الجديد في الثقافات العالمية أو المحلية
100%	25	المجموع

التجربة الثقافية العالمية توجه معروف في الثقافة الاستهلاكية للطبقات الوسطى، ومطلوبة لدى النخب والبرجوازية الصغيرة في العالم، فالسفر والتعرف على ثقافات جديدة، وتناول أكالات مختلفة وعصرية أو تقليدية أصيلة، ميزة من يفضلون تمييز أنفسهم بها عن الطبقات الأدنى، بما أن تلك التجربة تتطلب رأسمال اقتصادي وثقافي مرتفعين، ليست في تناول الطبقات العمالية والدنيا، وأغلب المبحوثين أجمعوا على حبهم ورغبتهم في التجارب الثقافية الجديدة، و60% منهم همون ثقافيا ويحبون تجربة الجديد وباستمرار، يسافرون باستمرار داخل وخارج الوطن في سبيل التجربة، فيعمدون لادخار الأموال للسفر خاصة في العطلات والصيف للتنزه في دول أوروبية كإسبانيا فرنسا وتركيا واقتناء السلع منها فيعتبرون همين مستهلكين لكل شيء جديد، كما تصرح المبحوثتان في المقابلة 21: "نحن جد مهتمين بتجربة الجديد دوما، ودخول المطاعم والمحلات الجديدة وتقييمها، ونحب تجربة ثقافات جديدة علينا، وتجربة فنون الطهي (gastronomie) لمناطق أخرى أحيانا يعجبنا وأحيانا لا ينجح الأمر، وأنا شخصيا أحب الاستفسار عن الوصفات والمكونات عند تجربتي للجديد، كما أنني أجرب الوصفات من بلدان العالم

في المنزل، ربما إيطالية هندية، سورية مغربية، فرنسية، اسبانية... الخ، فقد خرجت خارج الوطن حوالي تسع مرات وأحب السفر والاستكشاف". (المقابلة 21/ أنثى/ 38/ سنة/ الزوج ليسانس/ الزوجة دكتوراه في علم النفس/ الزوج مدير مركز تكوين مدربين/ الزوجة أستاذة جامعية/ 04 أفراد). وفي تصريح في المقابلة 05: "أسافر منذ صغري خارج الوطن عموماً إلى اسبانيا وفرنسا، ربما مرة أو مرتين كل سنة، أدخر كثيراً من نقودي لتلك الرحلات، وللسفر والتسوق باستمرار من هناك، أجرب غالباً أشياء جديدة من ثقافات عالمية عندما أكون في عطلة خارج الوطن، ولا مانع إن وجدت وفتحت مطاعم من ثقافات أخرى: أجربها طبعاً وأحكم لأقرر في حكم التجربة وإمكانية إعادتها" (المقابلة 05/ أنثى/ 52 سنة/ الزوج مهندس مدني/ الزوجة مديرة حضانة/ 5 أفراد). كما تشاركها المبحوثة نفس التوجه في المقابلة 15: "أحب وأهتم كثيراً بتجربة الثقافات الجديدة، وأكلات عالمية وليتهم يفتحون محلات عالمية من ثقافات جديدة لنجربها باستمرار، بشرط أن تكون حلال، نظيفة وذات جودة وذوق ممتاز". (المقابلة 15/ أنثى/ 51 سنة/ مهندس دولة/ دكتوراه في الطب/ مهندس مدني (خاص)/ طبية في مؤسسة عمومية 05/ أفراد). بينما 28% وهم الفئات الأقل في المستوى الاقتصادي يمتلكون رغبة وطموح في التجربة الثقافية العالمية إن وجدت فقط في مدينة تلمسان، كأن يجربوا الأكل في مطاعم عالمية أمريكية أوروبية وحتى آسيوية ويطمحون لذلك، بينما 12% منهم لم يبدو أي اهتمام بالتجارب الثقافية ولا طموح لهم في ذلك لظروف مادية أو لرغبة شخصية، وهم بشكل عام ذوي دخول محدودة وحجم أكبر للأسر، وهذا ما أكد عليه تصريح مبحوثة من الطبقة الوسطى الدنيا: "لست مهتمة بالتجارب ولا الذهاب للمطاعم أفضل البقاء في منزلي مع أسرتي بعد العمل وفي العطل". (المقابلة 23/ أنثى/ 40 سنة/ الزوج ماستر علم النفس/ الزوجة ماستر علم النفس/ الزوج أخصائي نفسي في مؤسسة عمومية/ الزوجة أخصائية نفسية في مؤسسة عمومية/ 06 أفراد). حسب تصريح الأغلبية يبقى الاطعام في مدينة تلمسان قطاعاً مُهملاً، ومتأخراً مقارنة بمدن أخرى ويعزف كثير من الحضر على الاقبال عليه.

جدول رقم (34): يبين توزيع أفراد العينة حسب رأيهم بالمقاهي المختلطة بين الجنسين

النسبة المئوية%	التكرار	الآراء حول المقاهي المختلطة بين الجنسين "مقهى جيلاتو"
68%	17	لا أعرف بوجود مقاهي مثلها ولا أذهب إليها وأرفض الاختلاط فانا محافظ أو لا أحب المقاهي
20%	05	أعرف مقهى جيلاتو ولا مشكلة لدي في زيارة مقهى مختلط مدام محترما، نظيفا ومريحا والخدمة فيه ممتازة
12%	03	أعرف مقهى جيلاتو لا أذهب إليه ليس لأنني ارفض الاختلاط بل لتجنب الإلتقاء بأشخاص يعرفونني سأفعل ذلك خارج مدينة تلمسان
100%	25	المجموع

تعد المقاهي مساحات وفضاءات استهلاكية جديدة للاستهلاك الثقافي، فهي لا توفر فحسب شرب واحتساء كوب قهوة، بل مجال للاحتكاك والتفاعل بين النهمين ثقافيا القادمين من النخبة الحضرية، وهي من أكثر الأمثلة الواضحة للمساحات الجديدة الخاصة بالاستهلاك الثقافي في الحياة اليومية الحضرية، فتقدم خدمات إضافية كشبكة انترنت للأشخاص العاملين والباحثين، حتى أن بعض المقاهي في اليابان تجعل الزبون يدفع مقابل اجباره على انهاء أعماله المحددة، فالمقهى لا تقتصر على تقديم المشروبات والجلسات الفخمة، بل هي فضاء للتمكين الاجتماعي والمساواة كما تسميها الباحثة شارون زوكين، فقد منحت المقاهي العصرية المرأة الحق في الاختلاط واحتساء المشروبات والحديث أو الدراسة وإنجاز الأعمال بعدما كانت حكرا على الرجال.

لكن المجتمعات الشرقية المحافظة رغم التقدم الواضح في مجال حريات المرأة، والتغير الاجتماعي في أدوارها إلا أن فكرة الاختلاط بين الجنسين في مقهى يعد أمرا غير مقبول، فنسبة 68% من المبحوثين رفضوا فكرة زيارة النساء لمقاهي مختلطة، واعتبروها دخيلة على عاداتهم المحافظة، كما أنهم يعتقدون أن من

يرتادونها من "الطبقة الوسطى الجديدة" أو من الفئات غير المحافظة والمتفتحة كثيرا، والذين يجلبون عادات جديدة وغريبة بتفكيرهم أنها عادات نخبوية، ومحاولتهم لمحاكاة الآخر، أما 20% منهم لم يظهروا اعتراضهم بل وافقوا على تلك المقاهي، وبأنهم يزورونها وهم غالبا من يملكون رأسمال ثقافي واقتصادي مرتفع، كما أنهم أكثر تحررا وأقل انغلاقا، بفضل احتكاكهم وسفرهم خارج المدينة وخارج الوطن، وأصول عائلاتهم معروفة عند الحضر بكونها عائلات غير محافظة ومتحررة؛ تميل للأسلوب الأوروبي والعالمي في ذوقها مثلما تصرح مبحوثة بقولها: "أعرف مقهى جيلاتو ولا مشكلة لدينا في الذهاب إلى المقاهي فنحن منفتحون، لكنني لا أذهب إليها كثيرا بسبب أنني مشغولة وأعمل باستمرار، ليس لدي مشكلة في نوع المكان ومن يذهب إليه، المهم أينما أكون أنا مرتاحة، والأهم أن تكون أماكن نظيفة من جميع النواحي ومنظمة." (المقابلة 05/ أنثى/ 52 سنة/ الزوج مهندس مدني/ الزوجة مديرة حضانة/ 5 أفراد).

بينما 12% لم يعترضوا على زيارة مقاهي مختلطة لكن يرفضون زيارة المقاهي الموجودة في المدينة كون الناس يعرفون بعضهم، فلا يرغبون بأن يراهم أحد من معارفهم فيها، ويفعلون ذلك دائما خارج المدينة، وهذا يعطي قراءة عن اتجاه نحو الانفتاح والتغير للقبول بفكرة مقاهي مختلطة بشرط أن تكون محترمة وعائلية، كما تصرح كل من المبحوثتين في المقابلة 03: "مقهى جيلاتو قريب من منزلي لا أذهب إليه للأكل فيه، بل أشتري منه للمنزل أنا لست ضد المقاهي من هذا النوع فأنا أدخلها فقط عندما أكون بعيدة عن مدينة تلمسان للحرمة" (المقابلة 03/ أنثى/ 36 سنة/ تاجر في معدات الإعلام الآلي/ الزوجة موظفة كمسيرة في مؤسسة خاصة/ 5 أفراد). ونفس التصريح تقريبا للمبحوثة في المقابلة 15 بتصريحها: "مقهى جيلاتو لم أذهب إليه سابقا ولا أعرفه، لكنني لا أفضل المقاهي المختلطة ربما في وهران أو خارج الجزائر ندخل للمقاهي المختلطة لكن هنا لا، فالجميع يعرفون بعضهم البعض ونحن محافظون، إذا أردت أن أحتمي أنا وصديقاتي القهوة فنحن نعزم ونذهب لبيوت بعضنا البعض خاصة مساء". لكن المبحوثة في المقابلة 06 ترى أنه من غير المعقول تغيير سلوكياتنا الاستهلاكية لمجرد تغيير مكان وجودنا: "لا أعرف مقهى جيلاتو؛ ولست ضد المقهى المختلط بين الرجال والنساء، فعندما نخرج خارج الجزائر نذهب لتلك

الأماكن المختلطة فلا يجوز أن نغير طباعنا في مدننا؛ لذا أنا أو زوجي لسنا ضد الجلوس في مقاهي مختلطة." (المقابلة 06/ أنثى/ 38 سنة/ الزوج رئيس مصلحة في مؤسسة عمومية/ الزوجة متصرف اداري رئيسي/ 4 أفراد). ويبقى لكلمة مقهى وقع المحرم بسبب الاختلاط بين الرجال والنساء، رغم أن الاختلاط موجود في أماكن كثيرة يذهبون إليها إلا أن المقهى كمكان موصوم اجتماعيا بوصم الذكورية؛ المحرم على جنس الإناث، في مجتمع محافظ عموماً.

جدول رقم (35): يبين الفروقات الضمنية التي أعطتها العينة لاستهلاك الحَضْرِي وغير الحَضْرِي من «الطبقة الوسطى الجديدة»

المستهلك غير الحضري من الطبقة الوسطى الجديدة	المستهلك الحضري الأصيل من الطبقة الوسطى الحضرية التقليدية
- مستهلك مبذور وغير عقلائي في اختياراته	- مستهلك مقتصد وعقلائي في اختياراته
- يحب الاستهلاك المظهري وإظهار الثروة	- من العيب إظهار الثروة والتفاخر بها، فهو يفرض
- ويحب استعمال قوة ثروته لإثبات نفسه	- ويثبت نفسه بالتمييز بالذوق الاستهلاكي النخبوي
- يفسد أصالة المنتجات بإدخال تغييرات	- يحافظ على أصالة وبساطة ذوقه الاستهلاكي
- شكلية غير متناسقة بصرياً؛ وغير أنيقة.	- لا يضطر لاستعمال ثروته لإثبات مكانته
- يحب إتباع الموضة ومحاكاة الذوق الجماهيري ويخشى الاختلاف.	- يلبس ما هو مميز فريد وغير رائج لدى العامة ولا يحبون ما يلبسه الجميع.
- يهمله أن يشتري كل ما هو فخم منتشر	- يهمله الجودة الرفيعة مع السعر المنخفض فيتابع
- وغالي الثمن ولا يهتم بالتخفيضات.	- مواسم التخفيضات للماركات العالمية الأصلية.
- يهتم بالمطاعم الفخمة التي تقدم أطعمة	- يهمله في المطاعم أن تكون نظيفة صحية ومريحة
- غالية الثمن ليظهر ثرائه وتفاخره	- وغير مكتظة لضمان حسن الخدمة
- يفضل الموضة والألوان الصارخة	- يفضل الذوق الرفيع المميز والبسيط التصميم
- والكثيرة الألوان غير المتناسقة في التفصيل.	- والألوان وغير الملفت للأنظار والمحتشم.
- يحب الاهتمام بالشكليات في السيارة	- يفضل إنفاق أمواله على سيارة مريحة وغير مكلفة.
- كافتناء الإكسسوارات الفخمة.	- يختار أفضل المنتجات المميزة بأقل الأثمان
- يحتاج ليصرف الكثير على منتجات غير	- يميل لنزعة الاقتصاد والتقشف المحبذ.
- ضرورية فيستهلك ليستهلك فقط.	



<ul style="list-style-type: none"> <li>- يميل للزعة الاستهلاكية والاسراف</li> <li>- يميل للتبذير والرمي وعدم إعادة الاستعمال والتدوير لكيلا يظهر "كشحيح"</li> <li>- يعتبر الاقتصاد نوع من الشح وعدم الكرم</li> <li>- يهتم بمحاكاة الذوق ليس كخبير بل كتقليد</li> <li>- لا يجيد التمييز بين المقلد والأصلي وليس خبيرا</li> <li>- لو اختير بين منزل فخم وسيارة فخمة يختار السيارة الفخمة والعصرية</li> <li>- عندما يقيم عزيمة يهتم بالكم على النوع فيقدم الأكل الكثير المشبع وليس النوعي</li> <li>- يقلق كثيرا بشأن مكانته الاجتماعية.</li> <li>- لا يفكر كثيرا قبل الشراء ولا يحسب لكل شيء مدام لديه المال فهو يشتري ويستهلك</li> <li>- يتطلع أكثر للتقليد والمحاكاة في الأماكن</li> <li>- رغبة في الحصول على القبول من الحضر</li> <li>- قرارته الاستهلاكية أكثر عشوائية</li> <li>- يحب ذكر الأسماء والمشاركة للتفاخر</li> <li>- لا يهتم بالتنظيم وشكل الجسم ومظهره</li> <li>- تغذيته مشبعة وتركز على الكربوهيدرات</li> <li>- لا يهتم الادخار كثيرا بل الاكتناز</li> <li>- ينتج قمامة كثيرة لشرائه أكثر من احتياجه</li> <li>- يتأثر بقرارات أطفاله ويتبعها رغم صغرهم</li> <li>- يهتم بالكم والمظاهر "الزواق" ويقتنع بسهولة</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-لا يميل للتبذير والرمي، كل شيء يستعمل ويرسكل ويعاد تدويره "مستهلك عقلائي"</li> <li>-يعتبر الحضري التبذير إثما ولا عقلائية.</li> <li>-يهتم بالذوق الرفيع كخبير ومتذوق</li> <li>-لديه خبرة حضرية تسمح بالتفريق بين المقلد والأصلي والمغشوش</li> <li>-لو اختير بين منزل فخم ومريح وسيارة فخمة وعصرية يختار المنزل</li> <li>-لو أقام عزيمة يهتم بتفاصيل الطاولة والأواني وترتيبها ونوعية الأطباق وذوقها.</li> <li>-لا يظهر قلقا كبيرا بشأن مكانته الاجتماعية</li> <li>-يفكر ويبحث جيدا قبل أن يشتري منتج ولا يحب أن يضيع ماله في شيء يندم عليه حتى لو كان ثريا.</li> <li>-لا يحب أن يذهب للأماكن والمحلات التي يذهب إليها "الطبقة الوسطى الجديدة" لتمييز أنفسهم.</li> <li>-قرارته الاستهلاكية مخطط لها ومحسوب لها</li> <li>-لا يهتم بالأسماء ويهتم بالمشاركة لضمان الجودة</li> <li>-يهتم للنظام والنظافة والهندام وشكل الجسم والتغذية الصحية المرتكزة على الخضراوات والالياف</li> <li>-يهتم أكثر بالادخار تحسبا للطوارئ تجنب القرض</li> <li>-لا ينتج قمامة كثيرة لأنه يعيد التدوير والاستعمال</li> <li>-الأطفال أكثر احتراما لقرارات وآراء أولياءهم</li> <li>-يهتم بالكيف والمضمون ولا يقتنع بسهولة</li> </ul>
--	--

جدول رقم (36): يبين أسماء المطاعم التي يأكل فيها أفراد العينة داخل وخارج مدينة تلمسان

النسبة %	المجموع	لم يذكره في خياراته		أعرفه ولا أحب الذهاب إليه		أعرفه وأحب الذهاب إليه		أسماء المطاعم
		%	تك	%	تك	%	تك	
100%	25	%60	15	%04	01	%36	09	Ambiance
100%	25	%60	15	%16	04	%24	06	L'équinoxe
100%	25	%68	17	%04	01	%28	07	Échappatoire
100%	25	%68	17	%12	03	%20	05	Gelato
100%	25	92%	23	00%	00	08%	02	Le cinq
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	pizza chez la cassa
100%	25	%92	23	%00	00	%08	02	Marrakech
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Mag donner
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Pino
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Pizz wich
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Larry
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	l'assiette
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Paradis
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Le Gourmet
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Mediano
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Le bon gout
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Ushuaia
100%	25	96%	24	00%	00	04%	01	Renaissance Buffet
100%	25	%96	24	%00	00	%04	01	Le Jadik
100%	25	%96	24	%00	00	%04	01	Arabesque Oran
100%	25	%96	24	%00	00	%04	01	Mahraja Oran

يفضل معظم أفراد العينة مطاعم نظيفة عصرية، ذات أسماء معروفة وغالبا أجنبية التسمية،

راقية تقدم أطباق ذات ذوق عالي عصري، وطريقة تقديم وعرض عصرية فخمة ونظيفة، تعد مقرا

للبرجوازية الصغيرة للحضر في مدينة تلمسان، وهي مرتبة كما يلي: Ambiance ثم Echappatoire، ويليه L'équinoxe رغم أن هذا الأخير محل انتقاد البعض منهم لسوء الخدمة أحيانا أو لذوق الأكل غير اللذيذ أحيانا، تصرح مبحوثة من طبقة وسطى عليا في المقابلة رقم 02: "كل عطلة نهاية أسبوع نخرج لتناول في المطاعم منها Ambiance و L'équinoxe و Echappatoire و Paradise، نحن نذهب لأماكن فيها أسعار مرتفعة قد يبدو الأمر لك غريبا، لدينا ميزة فريدة في تلمسان عندما تكون الأسعار منخفضة حتى وإن كانت السلعة ممتازة نشك في جودتها ولا نشترىها." (المقابلة 02 / أنثى / 54 سنة/ الزوج مهندس معماري متقاعد / الزوجة لا تعمل / 4 أفراد). وهي مطاعم مفضلة للأغلبية، وقد تدخل في خانة التعود كما يصرح بعض المبحوثين ومنهم المبحوث في المقابلة 18 والمبحوثة في المقابلة 15 بتصريحهما: "نذهب غالبا إلى مطعم Echappatoire، مهما جربت وحاولت التغيير والنظر في اختيارات أخرى فإني في الأخير أعود إليه وأشتري منه". (المقابلة 15/ أنثى/ 51 سنة / مهندس دولة / دكتوراه في الطب / مهندس مدني (خاص) / طبيبة في مؤسسة عمومية 05 / أفراد). بينما باقي المطاعم فهي بنسب ضئيلة حسب أذواق شخصية ورغبة في الابتعاد عن الزحام، وكثرة الزبائن لضمان النظافة وجودة الخدمة والجو العائلي المحترم، أو للتغيير داخل أو خارج مدينة تلمسان.



صورة رقم (09): تيين واجهة مطعم "Ambiance" في حي الحرطون من صفحة الفيسبوك

الخاصة بالمطعم<sup>1</sup>

جدول رقم (37): يبين وجهات ومحلات البقالة المفضلة والاعتيادية عند أفراد العينة

النسبة%	التكرار	البقالة ومحلات المواد الغذائية
32%	08	أفضل متاجر كبرى فخمة وعصرية مثل King shop ، Family Market ، phénix ، Zerga. Neptune
40%	10	لا أفضل بقالات فخمة أسعارها مرتفعة بل أفضل بقالات تقدم عروض وتخفيضات مثل محل البركة في حي الكرز ومحل البركة في حي الكيفان
08%	02	لا يهم البقالة فخمة أو رخيصة فأنا أذهب لكل أنواع البقالات
16%	04	أفضل بقالة الحي فليس لدي الوقت دائما للتبضع والتنقل

<sup>1</sup> <https://m.facebook.com/AmbianceTlemcen/>

المجموع	25	%100
---------	----	------

إن ظهور المتاجر العصرية في القرن الماضي، شجع الطبقات الاجتماعية العليا في المجتمع على تمييز ذوقها والتنوع في خياراتها المتاحة، بفضل السياسات الجديدة للعرض والسلع المتوفرة في تلك المتاجر وثبتت الاسعار، لتصل إلى ذروتها بظهور المتاجر متعددة الأقسام، حيث يمكن التسوق لكل ما يحتاج المستهلك في متجر واحد، وكانت تلك المتاجر لا تعرض فحسب السلع بل أساليب الحياة الحضرية الحديثة، حيث يمكن التجول وقضاء الوقت بالتسوق والنزوع للاستهلاك أكثر.

ينقسم المبحوثون بين المؤيدين والمعارضين لزيارة المتاجر متعددة الأقسام سواء الفخمة مثل phénix أو King shop فمنهم من يعتبرها متاجر ترفع الأسعار كثيرا فيتجنبونها وهم 40% من اجمالي المبحوثين، وهي محلات فخمة تروج لسلع أجنبية أوروبية الماركات، تعتمد أحدث طرق البيع والترويج، أسمائها أجنبية وأسعارها أعلى، وخياراتها الاستهلاكية أكبر وأكثر تنوعا وعالمية، والأغلبية يفضلون متاجر أرخص وبقالات محلية تقدم عروض وتخفيضات في الأسعار كمحلات البركة في حي الكرز وحي الكيفان، تسمياتها غالبا محلية ومعربة، تفضل اعتماد الكم على النوع في أساليب الترويج والبيع؛ وتستهدف الفئات الأقل في المستوى الاقتصادي. بينما لا يهتم جزء منهم بالأسعار بل بالفخامة والماركات العالمية ووفرة الخيارات والاذواق وتنوعها ويقدرون ب32% وهم ذوي دخول مرتفعة أكثر من سابقهم، وهم من الطبقة الوسطى العليا دخولهم تقارب 200000 دج مثل المبحوث في المقابلة الأولى بالأخص أن حجم أسرته صغير بعد زواج ابنتيه، كما أن الرأسمال الثقافي مرتفع لديهم ما يرفع سقف طموحاتهم: "بالنسبة للتسوق أنا من يتسوق، من السوق أو من البقالة (Supérette) ويهمني الجودة قبل السعر، اذهب لبقالات متنوعة منها كينغ شوب، فاميلي ماركت، فينيكس، أتسوق كل يوم أحب أن أكل أكلا طازجا، وأكثر ما أصرف عليه الأكل ثم السفر والنزهات" (المقابلة 01 / ذكر / 72 سنة / أستاذ تعليم عالي متقاعد/ الزوجة أستاذة متقاعدة 4 أفراد).

وفي نفس السياق تؤكد المبحوثة عن طموحاتها في المقابلة 04 " أتواصل باستمرار مع الحضر خاصة عبر الهاتف ومواقع التواصل الاجتماعي، وعندما يعجبني محل أو يعجبهم محل قاموا بتجربته، نتبادل

الخبرات والآراء حول تلك المحلات وأسعارها وعروضها، وبالنسبة لمتاجر للبقالة فأذهب إلى محلات  
فخمة Supérette Zerga، Supérette Neptune، Supérette le phénix، Family King shop،  
Market". (المقابلة 04/ أنثى/ 32 سنة/ الزوج تاجر/ الزوجة موظفة في البنك/ 4 أفراد).

بينما 08% صرحوا بعدم اهتمامهم بأسعار السلع المعروضة، متعددو الأذواق "أكلو كل شيء" نهمون  
ثقافيا ويحبون التجربة والتغيير، لديهم مستويات دخل أعلى نسبيا تسمح لهم بالحراك الاجتماعي للأعلى،  
وترفع من سقف طموحاتهم في التسلق، فيذهبون لكل أنواع المحلات الفخمة والعادية؛ التي تقدم  
تخفيضات أو الفخمة غالية الأسعار على حد سواء مثلما صرحت المبحوثة في المقابلة 13: "اشتري من  
محلات فخمة متنوعة أهمها: phénix، King shop، Family Market، L'Elysée، إضافة للبقالة المحلية  
القريبة". (المقابلة 13/ أنثى/ 47 سنة/ الزوج بكالوريا+2/ الزوجة ليسانس/ تاجر/ أستاذة/ 03 أفراد)،  
رغم تأثر ميزانيات بعض منهم بعد أزمة ارتفاع الأسعار مؤخرا كما تصرح مبحوثة: "بشكل عام أفضل معيار  
الجودة على معيار السعر، حاليا يشتري زوجي من محل البركة في حي الكرز، فأسعاره أحسن من المحلات  
الأخرى مثل محل King shop خاصة بعد ارتفاع الأسعار فقد تأثرت قليلا الميزانية، وصرت أنصح زوجي  
بالبحث جيدا قبل أن يشتري، والجزار نعرفه جيدا فنحن زبائن دائمون عنده، رغم أن أسعاره مرتفعة  
لكن جودة لحومه ممتازة، أنا أقول إن لم تكن جودة الأغذية ممتازة فأفضل ألا أكل؛ على استهلاك  
أغذية رديئة الجودة، لا يهمني إطلاقا السعر أفضل أن أدفع ثمنا أعلى وأضمن الجودة الممتازة". (المقابلة  
15/ أنثى/ 51 سنة/ مهندس دولة/ دكتوراه في الطب/ مهندس مدني (خاص)/ طبيبة في مؤسسة عمومية/  
05 أفراد).

بينما 16% منهم صرحوا بأنه ليس لديهم الوقت الكافي للتجول كثيرا والتسوق فهم يعملون باستمرار  
ما يجعلهم يتسوقون من بقالات قريبة لمنازلهم، أو لعدم وجود وسيلة نقل وهي السيارة للتنقل لتلك المحلات  
البعيدة، هذا الانقسام الواضح يعطي قراءة بوجود دائم لفئتين مختلفتين في الحضر في جذورها وأصولها،  
وتوجهاتها في الخيارات الاستهلاكية وأساليب العيش.



صورة رقم (10): واجهة محل King Shop وسط المدينة من صفحة الفيسبوك الخاصة بالمحل<sup>1</sup>

جدول رقم (38) يبين ألقاب الأزواج في عينة الدراسة

لقب الزوج(ة)	لقب المشارك(ة) في المقابلة
سلكة	قارة زوجة
رحمون	رشاد يوسف زوج
الزوجة غير حضرية من ولاية أخرى	كرزابي زوج
بوكلي	بنديمراد زوجة
درقاوي	قارة زوجة
كازي ثاني	بخشي زوجة
لقب الزوج حضري لكن لم ترغب بذكره	صاري زوجة
حجو	كرزابي زوجة
سطمبولي	تدلوي زوجة
لقب الزوج حضري لكن لم ترغب بذكره	ديب زوجة
بريكسي	فاندي زوجة
الزوج نصف حضري من جهة الأم	مسيفي زوجة

<sup>1</sup> <https://m.facebook.com/kingshop13/>

مسيقي زوجة	رحمون
عيناد ثابت زوج	خريص
بوكلي زوجة	الزوج غير حضري من ولاية أخرى
همش زوجة	بن أحمد
دمرجي زوجة	بلخروبي
مهارجي زوجة	بن مختار
بريكسي	لقب الزوج حضري لكن لم ترغب بذكره
بابا احمد	الزوجة غير حضرية من ولاية أخرى
ثابت أول زوج	بختي
بلحاج عمارة زوج	دالي يحيى
هدام زوجة	فاندي
ابن أباجي (بن عبجي الأصل) زوجة	بورصالي
هدام زوجة	بن يلس

تعد الزيجات في الزواج بغير الحضر أمراً جديداً حسب ما أكده المبحوثون، والذي يتزوج من غيرهم يتغير في طريقة تفكيره، وأساليب حياته بشكل كبير، ويصبح أكثر انفتاحاً على الآخر وتقبلاً لثقافته، وإقامة علاقات أخرى مع غير الحضر، لكن لا يزال كثيرون من الحضر محافظين على عادات الزواج بين الحضر، تجنباً لمشكلات اختلاف الثقافة، وتناقض أساليب الحياة، وهذا أمر يتمسك به أكثر الأجيال الأقدم والأكبر سناً، لاعتقادهم بفشل الزواج في الزيجات المختلطة، رغم إدراكهم لمخاطر زواج الأقارب وانتشار الأمراض الوراثية داخل أسر بأكملها، لكن الأمر يتغير في الأجيال الجديدة باختلاطهم مع غير الحضر وكونهم أقلية وسط أغلبية من النازحين من الأحواز، بتشتتهم في أحياء ومناطق قريبة وبعيدة عن مركز المدينة القديمة، حتى أن العنف الرمزي الذي يطبقه السكان الجدد على الثقافة الحضرية الأصيلة كاللهجة الحضرية، يجعل من الشباب الحضر من فئة الذكور يتخلون عن اللهجة الحضرية الأصيلة، ويتلقون عادات جديدة كتشجيع الاستهلاك المظهري التفاخري، والاهتمام باقتناء سلع كانت عند آبائهم أقل أهمية مقارنة بغيرها، ك شراء سيارات فاخرة واكسسواراتها بدل الاهتمام بتوفير منزل لائق، ويسعون لاكتساب عادات استهلاكية مظهرية مرفوضة بالنسبة للحضر الأكبر سناً. تروي المبحوثة في المقابلة الثانية والقادمة من أسرة برجوازية حضرية عريقة؛ عن أساليب عيش أهلها فتقول: أنا أقتصد ولا أبذر فوالدي ربتنا على التواضع وعدم التبذير،



عندما ترينها قد تقولين عنها ليست غنية رغم أننا كنا من عائلة ثرية، وأنا مثلها أقتصد (نحاول) في الحياة اليومية، التباهي بالمظاهر يكون فقط في المناسبات أمام الناس، الجيل السابق للحضر كان يعيش نمط حياة اقتصادي متواضع في حياتهم اليومية، حتى ولو كانوا أغنياء لكن في المناسبات والاعياد والضيافة يقومون بالواجب وأكثر، التلمسانيون معروفون بحمهم للظهور بأحسن مظهر في المناسبات. فنحب في حفلات الزفاف أن نكون في أحسن هيئة وإن اضطررنا أحيانا للاقتراض؛ من أجل إقامة حفل زفاف فخم وملكي؛ فحفلات الزفاف لها طابع فخم وراقي مقارنة بالحياة اليومية فتلمسان مدينة الهمة ومدينة الملوك والأمراء، وحتى الجنائز التي نقيمها لها طقوسها؛ مظاهر فخامتها ولباسها، فعائلة الميتم يجب أن يلبسوا لباس حريري بألوان متناسقة ومناسبة للجنائز، وحتى أن البعض منهم أدخل عادات جديدة في الأكل فوق الكسكسي، مثل المحمر بالبرقوق وهي عادة جديدة تماما في الجنائز. لتفهم جيدا عقلية الحضر يجب أن تعيش بينهم مدة طويلة، فتاريخ كل أسرة منهم يفوق ربما 12 أو 13 جداً، لهم تقاليد قديمة أصيلة وعريقة لكنهم محافظون، متزهدون ومقتصدون في عيشهم، و متمسكون بدينهم وعاداتهم المحافظة، هناك تلمساني " مجدر" أي جداري كما يوجد الحوزي (براني) الذي عايش المجدرين وتأقلم مع عاداتهم الحضرية الأصيلة؛ رغم أنه يمكن تمييزه بكونه غير حضري، فالحضري لما يعزمك في وقتنا على وليمة غداء أو عشاء؛ يهتم كثيرا لتفاصيل الطاولة وتنظيمها، ترتيب الطاولة والصحون حسب نوع الأكلات، نحب الطاولات العصرية والفخمة، نحب الأواني العصرية والفخمة والتنظيم العصري الراقي للطاولة، لدي تشكيلة دزينات متنوعة لأواني وغطاء الطاولة العصرية" وتضيف: " من ناحية الذوق الاستهلاكي الحضر معروفون في تلمسان بذوقهم الرفيع والفخم، لكن الجيل الحالي من أبناء الحضر مختلف يحبون التسوق كثيرا فابنتي مثلا تحب التسوق والموضة على عكسنا أنا ووالدها"(المقابلة 02/ أنثى/ 54 سنة/ الزوج مهندس معماري متقاعد /الزوجة لا تعمل/ 4 أفراد).

9-مقاربة نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة والأطر النظرية

مع اقتصاد سريع النمو النهمة الثقافي للطبقة الوسطى الحضرية؛ وحب تجربة كل ما هو جديد وعالمي، سمة اشتركت فيها أغلب الطبقات الوسطى في مدن العالم فالاستماع لمختلف أنواع الموسيقى الكلاسيكية المحلية والعالمية الهادئة والراقية، سمة يجذبها الحضري الأصيل من الطبقة الوسطى، ويميز نفسه بها عن الطبقات الأدنى، فالطبقة الوسطى الصينية وخاصة في المدن الكبرى كالعاصمة بكين ومع ارتفاع في العوامة والانفتاح المستمر في المجتمع الصيني، وخاصة من حيث التأثيرات الغربية المعاصرة، هناك زيادة كبيرة في استهلاك السلع الفاخرة على النمط الغربي كما وجد الباحث واواي زانغ في دراسته، فتسعى الصين بشكل ملحوظ لشراء السلع الفاخرة ذات الأسماء التجارية العالمية، لإرضاء أذواق النخب الحضرية الصينية، لكن استمر حسن التدبير التقشف المظهري المحبذ وضبط النفس في استخدام الأشياء المادية، من الأفكار الاستهلاكية الهامة في الفكر الصيني، لذا فإن نظام القيم الصيني المعاصر يجمع بين أولويات الثقافة التقليدية جنباً إلى جنب مع جوانب الثقافات الغربية، والتي لا يكون لها تأثير على أنماط الاستهلاك الصينية التقليدية المحلية، وهو نفس النهج الذي فضلته فئة كبيرة من الطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية، فالتبذير والاستهلاك المظهري، أمر مرفوض في الثقافة الحضرية لأسباب دينية واجتماعية تتعلق بالعادات والتقاليد الحضرية الأصيلة، فتنتهج التقشف المحبذ والاقتصاد والعقلانية في الخيارات الاستهلاكية، وينتهج أفراد الطبقة الوسطى الجديدة بالنسبة لهم نهجاً أكثر ميلاً للاستهلاك والتبذير، حفاظاً على مكانتهم وخوفاً من عدم مواكبة الموضات العالمية والذوق الاستهلاكي العالمي المطلوب، بينما الطبقات الوسطى العليا الصينية ترى أنها ليس بحاجة لإظهار ثروتها أو اقناع أحد، ويعتقدون أن من الأفضل أن ينتهجوا أسلوباً أكثر اقتصاداً في أساليب حياتهم وعاداتهم الاستهلاكية، لذلك ليس هناك حاجة ملحّة لإظهار الثروة الخاصة بك بالنسبة للحضري في تلمسان وفي الصين أيضاً، فهم ليسوا مضطرين لشراء عشر حقائب من ماركات عالمية فخمة، وليس من الصعب إرضائهم في الأكل واللباس، فالمهم أن يكون عملياً مريحاً وذا جودة عالية ليستمر أطول فترة وهو صالح للاستعمال، دون أن تتغير موضته أو تبهت ألوانه وملمس قماشه، فالميل للعقلانية سمة مميزة للحضري والنزوع للاستهلاك المفرط للماركات سمة الأثرياء الجدد، فوفقاً

واستنادا إلى أفكار الصيني كونفوشيوس، التدبير هو الفضيلة والناس يجب أن يكونوا مدبرين ومقتصدين فيما يتعلق بالاستهلاك؛ ويعتقد أن الغرض من حياة واحدة لا تكمن في مذهب المتعة والإسراف لأنها نقص في الأخلاق، فالطبقة الوسطى العليا تسعى أن تتميز عن الطبقة الوسطى الجديدة المشتبه بها أخلاقيا "Baofahu" المعروفة برغبتها في الحصول على الاعتراف الاجتماعي، من خلال البذخ والافراط في الاستهلاك لأن الفضيلة في حسن التدبير؛ جزء من رأسمالهم الثقافي العالي وهم أغنياء ثقافيا وماديا، ونفس الأمر للأصالة الحضرية التلمسانية، فهي ذات خصوصية ثقافية وتقاليد تمتد في جذورها لممارسات دينية محافظة، كنبذ التبذير والإسراف أو اظهار مظاهر الثروة والمكانة.

بينما وجد كل من Rath Jan وReza Shakera أن الطبقة الوسطى الإنجليزية في منطقة غلاسكو تشترك في أربع خصائص وهي: (النهم الثقافي والمتذوقين لكل شيء) Omnivorism ، (متذوقين وخبراء في الأذواق ويعرفون الكثير) Connoisseurship ، (الصيانة الداخلية والخارجية للجسم) inner/outer body maintenance ، (التواصلية) Connectivity، بينما الطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية فهي تعمد إلى العناية بالجسم تكون في الشكل الخارجي أما العناية داخليا فتكون بالوقاية بتغذية صحية وممارسة الرياضة قبل الاعتماد على الطبيب والعلاج، ويفضلون الوقاية والعلاج الطبيعي على زيارة الطبيب بشكل روتيني، فهم لا يملكون ثقافة زيارة الطبيب إلا عند المرض والضرورة لذلك إما بسبب الظروف المادية أو لعدم وجود ثقافة زيارة الطبيب واجراء التحاليل الروتينية لديهم، فيعتمدون الصيانة الخارجية فقط "outer body maintenance"، والاعتناء بالمظهر والشكل الخارجي من خلال اللباس والهندام اللائق، والحفاظ على الوزن الصحي واعتماد التجميل. كما يشترك أفراد الطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية مع أفراد الطبقة الوسطى في غلاسكو في خاصية النهم الثقافي وتذوق كل شيء، فهم يسعون ويطمحون للتجارب الثقافية العالمية باستمرار من خلال التجربة والسفر المستمر لذلك في حدود المقدرة والموارد المادية المتاحة لهم، إضافة إلى الاشتراك في خاصية التذوق والخبرات في الأذواق المميزة، فيسعون دوما لتمييز أنفسهم من خلال أذواقهم وخياراتهم الاستهلاكية، وتجنب الاشتراك في الذوق الجماهيري أو محاكاته، فلا يرتادون الأماكن التي يرتادوها

العامة، ويفضلون ارتداء ما لا يملكه الجماهير، ويرون الذوق الجماهيري مبتذلاً وغير مهندم، فوضوياً ومقلداً، فيسعون للتواصل دوماً مع من يملكون نفس رأسمالهم الثقافي والاقتصادي، في فضاءات واختيار أماكن الاستهلاك، ويتعدون عن أماكن الازدحام الخاصة بالعامة، كما يقضون أوقات فراغهم ويتزهون في أماكن وأوقات لا يرتادها الكثيرون، ويسكنون أحياء مميزة تصل إليها فقط السيارات الشخصية في منطقة خارج المدينة، فيضمنون عدم وصول الجماهير لمناطقهم، ومحلاتهم المميزة بارتفاع جودة الخدمة والأسعار فيها وطرق العرض والتقديم العالمية الفخمة، ما يخلق رهبة لدى العامة لعدم دخولها أو محاكمتها وتجربتها. بظهور انقسام بين الطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية لمظهرين استهلاكيين يتعلق بالأصول الحضرية لكل فئة فهناك فئة حضرية محافظة متدينة، عقلانية في استهلاكها وتفضل التقشف والاقتصاد المحبذ، وفئة ثانية أكثر تحرراً واقبالاً على استهلاك الذوق النخبوي العالمي. كما تضررت فئة من الطبقة الوسطى الدنيا بسبب ارتفاع الأسعار فمداخيلها لا تضمن لها مواجهة الصدمات الاقتصادية فتراوح أذواقها بين الضرورة والحاجة وبين تفضيل ذوق الكماليات لضعف الموارد المادية. والطبقة الوسطى الحضرية مفرنسة في لغتها ومتأثرة بالثقافة الأوروبية وتحديداً الفرنسية، الإسبانية والتركية، وذلك عائد لجذور وأصول سكانها، واحتكاك الحضر وتعاملهم لقرن ونصف مع الفرنسيين جعل ثقافتهم ولغتهم تتأثر بالثقافة واللغة الفرنسية. فيملك ويحيد معظم الحضر أكثر من لغة في التواصل. ويميل أسلوب الطبقة الوسطى الحضرية الاستهلاكي إلى العالمية، البساطة والفخامة في نفس الوقت. كما يتميز أفراد الطبقة الوسطى الحضرية برأسمال ثقافي عالي ورأسمال اقتصادي بين المتوسط والمرتفع، فيتجاوز نصيب كل أسرة 10 دولارات يومياً كأقل حد وتصل إلى 45 دولار يومياً كأقصى حد، وتسعى الطبقة الوسطى الحضرية لتحسين مستواها المادي ومكانتها الاجتماعية باستمرار من خلال العمل في القطاع الخاص أكثر وخاصة بالنسبة للرجال.

يستخدم مجال الاستهلاك للتمييز الاجتماعي بين الطبقات فأيدن أور يعتقد أن السلع نستخدم لإنشاء تلك الروابط أو التمييز الاجتماعي، وخاصة في مراكز التسوق الكبرى، وواحد أن مساحات

الاستهلاك هي ساحة صراع حيث يؤسس الناس ويعيدون انتاج هويات اجتماعية، ومراكز تسوق النخب الحضرية تقدم فضاءات لاستهلاك وتذوق جمالي بدل توفير السلع بكميات هائلة، وهو دليل على تحول في طبيعة الثقافة الاستهلاكية من الاستهلاك الشامل إلى ثقافة الاستهلاك كأسلوب حياة؛ بعد غزو الجماهير لمراكز التسوق العادية، فكانت فضاءات الاستهلاك مساحة لتعبير الفئات والطبقات الاجتماعية عن نفسها وتمييزها، وهو نفس الامر بالنسبة للطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية، تعتمد إلى اختيار أماكن وفضاءات مميزة بعيدة عن متناول العامة، لتجنب تشابه ومحاكاة اسلوبهم الاستهلاكي وشراء نفس السلع والمنتجات، وقد يلجا من يملك الموارد والامكانيات الأكبر على اقتناء السلع والمنتجات من أوروبا، لضمان عدم انتشارها في المدينة، بينما يقوم الأقل منهم لتغيير المدينة والانتقال لمدن مجاورة سعياً للحصول على أسعار أفضل وأقل لمنتجات مختلفة عن الموجودة في منطقتهم، وممارسات الاستهلاك في تلك الفضاءات وسيلة لإعادة انتاج التمييز الاجتماعي، فالمحلات حيث يُمارسُ المجتمع المحلي تخلق الاحساس بالانتماء والقبول في ممارسات الاستهلاك كما توصلت أنا ستيجمان في دراستها.

أما دراسة اوون مالفيرد رولاندسن حول التغييرات والاستمرارية في الاستهلاك الصيني "كبح الاسراف وعبادة التوفير" في تركيزه على فضاء أوقات الفراغ بين الطبقة الوسطى الصينية وأماكن الترفيه والاستهلاك مع الاصلاحات التي أقدمت عليها الصين برفع القدرة الشرائية وتشجيع الاستهلاك لأنواع السلع، ومع توفر وقت الفراغ شهدت الطبقة الوسطى وخاصة الجديدة حتى الاستهلاك والتسوق لقضاء وقت الفراغ والترفيه، حيث أن توفر مزيد من وقت الفراغ ومزيد من المال سيشرح المستهلك على الاستهلاك أكثر، والتفاخر باقتناء سلع استهلاكية غربية عصرية، وحب الصينيين واقتنائهم للمنتجات الاجنبية كعلامة لتمييز أنفسهم وذوقهم العصري، فانتقل المستهلك الصيني من عبادة التوفير إلى ثقافة الاستهلاك، وهذا يعطي أهمية كبيرة لوجود وقت فراغ في الحياة اليومية للمستهلك وارتفاع قدرته الشرائية والذي يحوله إلى مستهلك بامتياز، وهو ما لا يتوافر كثيرا بالنسبة للطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية فقد أجمعوا على عدم توفر وقت فراغ كبير بالنسبة لهم وهذا الذي جعلهم عازفين عن التسوق كترفيه، إضافة لكونهم يميلون لعبادة

التوفير واقتناء السلع في مواسم التخفيضات التي تعتمد على الماركات العالمية في كل المواسم، وضعف القدرة الشرائية مع ارتفاع الاسعار جعلهم أقل اقبالا على الاستهلاك والاسراف في الشراء، عكس الطبقات الوسطى الصينية التي ارتفعت معدلات ومقدراتها في القدرة الشرائية وتوفر مزيد من أوقات الفراغ لقضاءها في التسوق والترفيه.

ونفس الامر بالنسبة لدراسة Annie Margareta Ross الأنثروبولوجية حول أسلوب حياة Xiaozi للبرجوازية الصينية الصغيرة، كوسيلة للتنقل في سلم الهرم الاجتماعي وتمييز ذوقهم الاستهلاكي، فهو وسيلة للحراك الاجتماعي والتنافس على تحقيق المكانة الاجتماعية، ومطاردة الذوق الغربي سنة مميزة لهم، لتأكيد أنفسهم بكونهم عالميين في ذوقهم وممارساتهم بفعل التغريب وليس الكوزموبوليتانية، وهو نفس الامر الذي يعتمد على الحضرة التلمسانيون من الطبقة الوسطى، فهم يحصرون منتجاتهم في أذواق وماركات أوروبية، ويرفضون منتجات غير أوروبية، وفئة من مطاردي الفخامة "luxe" يفضلون أسلوب حياة واستهلاك أوروبي، حتى أنهم يخصصون أوقات للسفر واقتناء السلع وتجربة الثقافات الأوروبية وتفضيلها، بدل مطاردة الأذواق المحلية أو اقتناء سلع جماهيرية منتشرة ورخيصة من ماركات محلية أو آسيوية، وهم بذلك يسعون لتمييز أنفسهم وممارساتهم عن الطبقات العمالية، كما يفضلون تعلم اللغات الأجنبية وتعليم أطفالهم أكثر من لغة أجنبية أوروبية أو أمريكية، فثقافتهم مفرنسة قريبة في نمطها للثقافة الأوروبية، وتفضيلاتهم وترتيبهم للطاولة، واختيارهم للمطاعم الذواقة ذات نمط قريب للمطاعم الأوروبية بداية من تسميتها إلى أطباقها وأساليب عرضها والخدمة فيها، والتنوع في قوائم طلباتها.

أما دراسة Jennifer Finlayson فكانت أهم نتيجة وصلت إليها في دراستها حول دور المرأة من خلال فضاءات الاستهلاك، هو أن فضاء الاستهلاك هو فضاء للتمكين الاجتماعي للمرأة، ورغم عمل المرأة الحضرية التلمسانية، إلا أن الاساليب المحلية والقيم المحافظة لا زالت تحد من تحركات وممارسات المرأة الاستهلاكية، فليست كل الفضاءات الاستهلاكية المحلية كالمقاهي متاحة للمرأة، فالحرمة والرقابة الاجتماعية لا زالت تحول بين حرية اختيار المرأة للفضاءات الاستهلاكية المفضلة لديها في المدينة، ما يجعل البعض منهن يغيرن

سلوكهن الاستهلاكي في المجتمع المحلي، رغم رغبتهم في التمكين الاجتماعي والمساواة مع الرجل في الدخل لتلك الفئات مدامت محترمة وعائلية، خاصة لدى النساء من الفئات العمرية الشبابية والمالكات لرأس مال ثقافي واقتصادي مرتفع، بينما فئة الحضر المتحررين في أساليب عيشهم والميالين للأسلوب الاستهلاكي الغربي، فهن لا يواجهن مشكلة في الدخل لأي فضاء استهلاكي مسموح للرجل.

بينما تؤكد دراسة الباحثة كريستا سالاماندر عن النخب الحضرية الدمشقية في سوريا على نقطة مهمة؛ حول احساس النخب الحضرية بالأصالة الحضرية من خلال مجال الاستهلاك، ويعتبرون بعض المتسقين والوافدين الجدد لمدينة دمشق كطبقات وسطى وأثرياء جدد، واحساسهم بالنخبوية الحضرية الزائفة، التي لا يتدوقونها كسكان حضر أصليين بل كمتسقين يحاكون الأساليب الاستهلاكية الحضرية، واختلاف أذواق النخب الحضرية في استهلاكها والتراوح بين الرجوع للأصيل والقديم، وبين تقليد القيم الاستهلاكية الغربية بالنسبة للأجيال القديمة، فموضة واذواق النخب الدمشقية تتغير باستمرار بين الاجيال، ويتم التفاوض على الهويات الاجتماعية والتنازع عليها بشكل متزايد من خلال الاستهلاك التنافسي، من خلال ما يرتدونه أو يأكلونه وفضاءات الاستهلاك الخاصة بذلك، ليدلوا على الانتماء الطبقي وتسليع الحياة الاجتماعية الحضرية في دمشق، وهو قريب للممارسات الاستهلاكية الحضرية التلمسانية، فالأجيال الجديدة تحن أكثر للعودة إلى الأصالة والقيم التقليدية في الثقافة الحضرية، رغم أن أجيال سابقة من الحضر كانت متأثرة بالقيم الثقافية الغربية وتحديدا الفرنسية، فيجعلون من مجال ممارسات وقيم الاستهلاك مجال للتفاوض على الهوية الحضرية الأصيلة، وتمييز أنفسهم واصالتهم الحضرية في أساليبهم الاستهلاكية وممارساتهم وخياراتهم في الشراء والاستعمال واللباس، ويعززون الحس الحضري الأصيل في تلك الممارسات النخبوية.

كما نجد مفتاح علي حسين بلحاج في دراسته قد أشار إلى وجود نوع من الاستهلاك المظهري للأسر الليبية، حيث تعتمد الاسر الليبية نمط الاستهلاك المظهري التفاخري وتقليد ومحاكاة الآخرين لتعزيز مكانتهم الاجتماعية في مرحلة انتقالية للمجتمع بين التقليد والتحديث، لكن الواضح أن نمط الاستهلاك المظهري

مميز للطبقات الوسطى الجديدة في ليبيا والتي تحسنت ظروفها المعيشية ومستويات دخلها وانفاقها على السلع، وهو ما أشار إليه عينة البحث في أوساط حضر تلمسان، حيث أكدوا أن الطبقات الوسطى الجديدة، يعتمدون نمط استهلاكي مذهري تفاخري، ويفرضون أنفسهم ومكانتهم من خلال الاستهلاك والنزوع للاستهلاك والتقليد والمحاكاة، رغبة منهم في قبولهم كغرباء وأثرياء جدد في المدينة، وانعدام التذوق الحضري النخبوي لديهم، واعتماد المحاكاة والتقليد في الذوق للجماعات الحضرية المرجعية لديهم، والاستهلاك الجماهيري للسلع واتباع الموضات وتقليد الغرب. وهذا يعطي توجهها عاما بكون معظم النخب الحضرية من الطبقات الوسطى في مدن عالمية متقاربة في ذوقها وخياراتها وممارستها الاستهلاكية، وتوجهها نحو الذوق العالمي وتمييز أنفسهم من خلال فضاءات وممارسات الاستهلاك، واختيار فضاءات وأماكن الاستهلاك المفضلة.

يتجلى الاستهلاك المذهري بالنسبة للطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية في المظاهر الاحتفالية والمناسباتية غالبا، وهو نفس ما توصلت إليه الباحثة العراقية ابتهاج عبد الجواد كاظم في دراستها لعينة في العراق، وقد أجمعت الدراسات العربية من دراسة الباحثة ابتهاج عبد الجواد كاظم؛ والباحث الليبي محمد عمر حبيب<sup>1</sup>، والباحثة المصرية مشيرة محمد العشري والباحثة الجزائرية ربيعة تمار؛ على وجود نوع من الاستهلاك المذهري الترفي لدى الأسر العربية من الطبقة الوسطى؛ المحلية وحتى المهاجرة بين بلدها الأصلي وبلد المهجر، وهو نمط استهلاكي تفاخري الهدف منه التمييز والحصول على المكانة الاجتماعية الأعلى، وتقليد ومحاكاة ذوق النخبة كجماعة مرجعية؛ يتطلعون إليها وخاصة بعد تحسن الظروف الاقتصادية والاجتماعية لتلك الأسر المحددة غالبا ضمن الطبقات الوسطى، وهو ما أشار إليه ثورستين فابلن في نظريته حول الطبقة المترفة والاستهلاك المذهري التفاخري لاكتساب المكانة الاجتماعية، وهي أنسب نظرية لتفسير واقع الأسر العربية المحلية والمهاجرة الحالي، لأنها تقتني السلع حسب نتائجهم لغرض التباهي والتفاخر،

<sup>1</sup>د. محمد عمر حبيب-المظاهر الاجتماعية والثقافية المحددة لنمط الاستهلاك في المجتمع الليبي-المجلة الجامعة-العدد



والتطلع لتقليد ومحاكاة الطبقات الأعلى، والذي يسير في نفس سياقه؛ ويطوره في نظريته الباحث الفرنسي بورديو.

فالذوق الاستهلاكي الجيد والرفيع كما يرى بورديو يعبر عن رغبة الطبقات العليا تمييز نفسها عن الطبقات الدنيا، فقد حدد من خلال ملكيات الأفراد وأذواقهم الاستهلاكية وخياراتهم وتفضيلاتهم في اللبس والأكل والفنون... الخ، وكيف أن المعرفة برموز وشيفرات المكانة الاجتماعية، وقواعد المقبول اجتماعيا؛ تسمح وتوجه للمستهلكين العرض والذوق في السلع المقبولة اجتماعيا والمرغوبة، وبالتالي يسمح بإنشاء تمييزهم الاجتماعي عن بقية الطبقات الاجتماعية والأذواق الاستهلاكية، فالتعليم كأهم محدد لرأس المال الثقافي للأفراد يحدد المكانة الاجتماعية والخيارات الاستهلاكية المفضلة في الفنون والاهتمام بالجسد، ويجعل مهن كالتعليم أعلى من المهن اليدوية بغض النظر عن مستويات الرأسمال الاقتصادي المرتفع لدى هذه الأخيرة، فمفهومه حول التمييز مربوط بحاجة لإنشاء وحماية وإعادة إنتاج نمط اجتماعي للتفضيلات، فمن خلال امتلاك رأس المال الثقافي تظهر الطبقات المهيمنة تفوقها بالوصول إلى الثقافة العليا والاستهلاك الأفضل والأرقى؛ وبالطبع يعد الوصول إلى الموارد الاقتصادية أمرا أساسيا لاكتساب الموارد الثقافية، والفروق تتجسد في "الهابيتوس" التي يتم استيعابها في التصرفات والممارسات الاستهلاكية، فالنخب الحضرية تركز امتيازها وتميزها من خلال فرص التعليم العالية الممنوحة لها، فالأفراد الذين يملكون رأسمال ثقافي عالي يقدر الفنون والجمال أكثر من الذين لا يملكونه، ويسعون للتمييز من خلال ذلك الذوق النخبوي الذي يعتبرون فيه أنفسهم متذوقين خبراء، وليس مقلدون للذوق كما يفعل من دونهم، إذ إن ما يميز ذوق البرجوازية هو أنها تتطلب مستوى عال من رأس المال الاقتصادي أو الثقافي، لتكون قادرة على استهلاك المنتجات المحددة اللازمة لجعل البرجوازية متميزة عن الطبقات الدنيا. في المقابل يتسم ذوق الطبقة العاملة بذوق الضرورة، وعلى الرغم من أن العديد من عائلات الطبقة العاملة تتمتع اليوم بظروف اقتصادية أفضل؛ إلا أن الذوق المعتمد على الضروريات لا يزال يعمل من خلال الهابيتوس الخاص بها، ويتسم ذوق البرجوازية الصغيرة بالرغبة في اتباع ذوق البرجوازية، ولكن مع الحد الأدنى من رأس المال

الاقتصادي والثقافي. رغم اتفاق معظم نتائج الدراسة مع نظرة بورديو للذوق الاستهلاكي لدى الطبقات الاجتماعية واختلاف تفضيلات الطبقات الاجتماعية بشأن استهلاكها، إلا أن نتائج نظريته تتعلق بنوع من المجتمعات الغربية وهو المجتمع الفرنسي، فالمجتمعات الشرقية تختلف في ثقافتها المحلية، وخاصة لدى الفئات التقليدية المحافظة، التي يميز أسلوب استهلاكها التقشف والاقتصاد المحبذ، بدل الاستهلاك المظهري الذي أخذ عن فابلن، فالطبقات العليا في المدن الشرقية تميل للبساطة والمحافظة، ونبذ التبذير المنافي للأخلاق العامة، واعتبار التبذير والاستهلاك المظهري، وازدهار مظاهر الثروة نوع من التفاخر واللاعقلانية، والسلوك المنافي للأخلاق النابعة من الأديان والمعتقدات المشرقية، والامر لا يتعلق بمدن إسلامية بل حتى بمدن آسيوية متأثرة بالفكر الكونفوشيوسي، ما يخلق ثغرات نظرية في فهم وتحليل الممارسات والثقافات الاستهلاكية المحلية.

بينما الباحثة الحضرية الأمريكية شارون زوكين الماركسية ترى أن عالم الحداثة يجعل المستهلك في تواصل دائم مع فضاءات ومنتجات الاستهلاك، ويجعل الفضاء العمومي في المدينة الغربية يتفاعلون فقط من خلال مجالات وفضاءات الاستهلاك، وهو ما يجعلهم يعتمدون أسلوب الاستهلاك طلبا للتفاعل رغم أنه غير حقيقي، ولضمان تمكينهم وتميزهم ورسم مكانتهم الاجتماعية في المدينة، فيجعل مجتمعات المدينة كما يقول الباحث الماركسي ستيفن مايلز مجتمعات متواطئة مع الاستهلاك وينزعون للاستهلاك المفرط، فالتقاء الغرباء في فضاء عمومي منعدم العلاقات الاجتماعية الفعلية يجعل منها فضاء استهلاكي بإفراط، وتجعل المستهلك يحس بسعادة مزيفة وارضاء واشباع مغلوط، ويساهم بالتالي في استمرار نهب الرأسمالية للجيوب، ودعم واستمرار بقائها في الفضاءات العمومية كمساحات لتعبير الغرباء عن أنفسهم، بينما ترى زوكين أن الفضاءات الاستهلاكية قد منحت النساء حرية الجلوس مع قدم المساواة مع الرجل جنبا إلى جنب في المقاهي والمطاعم والحانات، وساهمت في تمكينها الاجتماعي إلا أن المجتمعات الشرقية وخاصة الإسلامية لا زالت تقاوم قيم الاستهلاك الحداثية فيما يخص المساواة بين الرجل والمرأة، ولإزال هناك أشواط يجب أن تقطعها تلك المجتمعات لتصل إلى التمكين التام للمرأة والوصول للمرحلة التي وصلتها المدن الغربية، رغم أن

فضاءات الاستهلاك أصبحت مجالات لقضاء وقت الفراغ والترفيه كما يشير ستيفن مايلز، حتى في المدن المشرقية، إلا أن مراكز المدن لا زالت مكدسة بالطبقات الفقيرة والعمالية الدخيلة، ما يمنع أفكار التخميم الحضري التي انتقدتها شارون زوكين مستحيل الحدوث، بما أن البرجوازية والنخب الحضرية قررت الابتعاد عن المركز إلى الأطراف، رغم أن أصالة المدن المشرقية والإسلامية تحديدا لم تميز بين الطبقات الاجتماعية في مراكز المدن، وعاشت الطبقات جنبا إلى جنب، فاستبعاد البرجوازية يعني تدهور فضاءات الاستهلاك في المراكز بسبب الطبقات العمالية والفقيرة، واستبعاد الفقراء. للهوامش يعني التحسين الحضري لمركز المدينة وتشجيع البرجوازية على السيطرة على فضاءات الاستهلاك في مراكز المدن، ورفع مستويات المعيشة فوق مقدرات الطبقات الدنيا والفقيرة، رغم أن وجودهم يعني الاستقرار والتوازن، فتسليع الفقر والفقراء يساهم في النهوض الحضري لأن الفقراء مبدعون في إيجاد أساليب البقاء في مراكز المدن، ما يعطي للمدينة سماتها الثقافية المميزة، وأصالتها الحضرية لمنع تحولها للنموذج الحضري العالمي الموحد الذي يقوض دور الثقافات المحلية، ويقضي عليها ويستبدلها بأساليب استهلاكية تدعم وجود وتواصل قيم الرأسمالية في المدن، ويحول المجتمعات إلى مجتمعات استهلاكية عالمية الذوق، متواطئة وغير أصيلة في ثقافتها الحضرية.

## 10-النتائج العامة: "الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري التلمساني"

من النتائج السابقة يمكن وصف الثقافة الاستهلاكية للطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية كما يلي:

- يتميز الذوق الاستهلاكي للطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية بكونه ذوق مميز ورفيع "Bon gout".
- الطبقة الوسطى الحضرية تفضل الجودة الرفيعة للسلع والسعر الجيد "Bon qualité et bon prix".
- الهابيتوس الحضري الأصيل للطبقة الوسطى الحضرية، المولد للممارسة الطبقية الحضرية الرفيعة التمييزية، يضفي الشرعية على الترتيب الاجتماعي والتمايز عن الطبقات الأدنى، وهو مشبع بقيم حضرية أصيلة ينتجها ويعيد إنتاجها السكان الحضر الأصليون لمدينة تلمسان، في إطار المطالبة بالأصالة الحضرية في المدينة، من خلال ممارسة عنف رمزي على الثقافة الدخيلة والجديدة خاصة لدى الطبقات الوسطى الجديدة، فأصالتهم الحضرية مترجمة في الهابيتوس الحضري المميز والأصيل، والذي يتلقنه ويستبطنه الحضري من خلال التنشئة الاجتماعية في الأسرة؛ والمحيط الاجتماعي الحضري ومؤسسات التنشئة الرسمية كالمؤسسات التعليمية، ويتم ترجمته في الاختيارات والذوق الاستهلاكي الرفيع والمميز، فيتجنبون الاختلاط والاتجاه للفضاءات الاستهلاكية العامة، ويسعون للحصول على التميز والاختلاف برفض الاحتكاك لتجنب محاكاة أذواقهم واختيارتهم الاستهلاكية، في السلع وفي فضاءات اقتناء السلع والخدمات الاستهلاكية، لكن العنف الرمزي للثقافة الغالبة قد يشكل خطر اندثار الهابيتوس الحضري الأصيل، خاصة لدى الأجيال الجديدة لأبناء الحضر، بعد اختلاطهم بغير الحضر الذين يمارسون عنف رمزي مستمر على ثقافتهم الأصيلة.
- الدخل هو المحدد الاقتصادي الأساسي لنمط الاستهلاك لدى الأسر الحضرية في مدينة تلمسان، وكل أسر الطبقة الوسطى في الدراسة تجاوزت مداخيلها 300 دولار شهريا بمعدل 10 دولارات يوميا على الأقل، وهو ما يوافق القيمة التي حددتها الأمم المتحدة في تقريرها كاستهلاك يومي للطبقة الوسطى العربية.<sup>1</sup>
- أغلب الأسر في الدراسة لا تمتلك مصادر مالية إضافية غير الاعتماد على المداخيل الشهرية للزوجين.

<sup>1</sup>الأمم المتحدة "الاسكوا" ESCWA-مرجع سبق ذكره.

- كل أفراد الطبقة الوسطى الحضرية في الدراسة يرفضون اعتماد القروض البنكية لأنها محرمة دينيا، رغم امتلاك غالبيتهم حسابات بنكية غير الحسابات البريدية، ومدخرات للضرورة؛ وللسفر والتبضع.

- أغلب المبحوثين من الطبقة الوسطى في الدراسة يمتلكون شقق أو منازل في المدينة وسيارات شخصية، وماركة السيارة وثمانها غير مهم كثيرا بالنسبة للحضر من أفراد العينة، فيملك معظم أفراد الطبقة الوسطى في عينة الدراسة سيارات من نوع Hyundai ، Renault Symbol، Dacia Sandero Stepway ، Hyundai I10، Kia Picanto، Accent ، وهي سيارات ذات نوعية عادية وتكاليفها متوسطة وفي متناولهم، وارتفاع الرأسمال الاقتصادي والثقافي يرفع سقف طموحاتهم لسيارات فاخرة أكثر.

- يملك معظم أفراد الطبقة الوسطى الحضرية في مدينة تلمسان رأسمال ثقافي مرتفع للأزواج في تلك الأسر؛ بسبب مستويات التعليم العالية التي تلقوها، فأغلبهم ذوي مستوى جامعي بنسبة 88% بالنسبة للنساء؛ و72% للرجال. فمعظم نساء الطبقة الوسطى متعلقات تعليما أعلى من الرجال؛ يقضين سنوات أكثر في التعليم، ويسعين للحصول على شهادات عليا أكثر، وأغلبهن موظفات في القطاع العام. بينما يفضل رجال الطبقة الوسطى العمل في القطاع الخاص؛ وأقل منه في القطاع العام، فالطبقة الوسطى في تلمسان كانت رأسماليات جنينية كما يسميها أستاذ علم الاجتماع عبد المومن فؤاد (جامعة باتنة)، لكن لم يكتب لها أن ترى الحياة وتم تقويضها في بدايتها، واستبدلت بطبقة وسطى حضرية احتضنتها الدولة في القطاع العام، واستبدلت نشاط الانتاج التقليدي للأجداد بنشاط الاستهلاك العصري.

- يفضل الأزواج في الطبقة الوسطى العيش ضمن أسر نووية، ذات حجم صغير لا تتجاوز أربع أطفال.

- تتوزع أماكن إقامة الحضر في مدينة تلمسان على أحياء محيطة بمركز المدينة القديمة، ومعظمها أحياء راقية تضم البرجوازية الصغيرة والأثرياء، كما تضم تلك الأحياء أفخم محلات ومطاعم المدينة.

- يملك أكثر من نصف المبحوثين حوالي 64% منهم كل الأجهزة المنزلية والأثاث الضرورية والكمالية؛ بما فيها آلة غسيل الأواني، بينما البقية يمتلكون كل الضروريات وبعض الكماليات؛ وآلة غسل الأواني بالنسبة لهم غير موجودة وغير ضرورية، إما لأن المرأة مأكثة في البيت وغير مشغولة بأي عمل خارج المنزل،

أو لعدم وجودها ضمن أولوياتهم أصلاً، فيختلف الحد الفاصل بين الكمالي والضروري عند مختلف الطبقات الوسطى في العالم، فيرى البعض امتلاك شقة حد مثل المجتمع الصيني، بينما مجتمع غانا قد يعتبر امتلاك سيارة في المدينة حد للرفاهية لدى الطبقة الوسطى، وقد يعتبر البعض آلة غسل الأواني في الأثاث المنزلي رفاهية في النمط الاعتيادي للطبقة الوسطى المصرية؛ مثلما وجدت المصرية مشيرة محمد العشري، وهو نفس ما صرح به المبحوثون في الدراسة؛ فكانت امتلاك آلة غسل الأواني نقطة فاصلة بين الضروريات والكماليات في المنزل.

-العلاقات الاجتماعية لدى الطبقة الوسطى الحضرية قليلة لكونهم موظفين، وليس لديهم وقت لكثير من العلاقات الاجتماعية، وإن وجدت فهي تنحصر في العلاقات العائلية وعلاقات الصداقة وزمالة العمل، وهي سمة حضرية جديدة على المجتمع خاصة بعد تشتت الحضر في مناطق عدة بين النازحين إلى المدينة؛ فأصبحوا أقلية وسط أغلبية، ما جعلهم ينغلقون على أنفسهم لاختلاف الثقافات وأساليب العيش بينهم، وتحديد علاقاتهم خاصة مع الجيران فلم يعد هناك علاقات معهم إلا نادراً جداً؛ إن كانوا من نفس ثقافتهم.

-يقضي معظم أفراد الطبقة الوسطى العاملة أوقات فراغهم القليلة بممارسة نشاطات فردية أكثر بنسبة 68%؛ وجماعية إن وجدت فهي تتعلق باجتماع الأسرة في نهاية الأسبوع؛ داخل المنزل أو خارجه للتنزه.

-تعزف الطبقة الوسطى عن قضاء وقت فراغها في التسوق، ويعتبر التسوق لقضاء وقت الفراغ غير منتشر وغير محبذ لدى الطبقة الوسطى؛ بل هو للضرورة فقط، فيعمدون لمواسم التخفيضات ويشتررون ما يحتاجونه، لأن أغلبهم يعملون دائماً ولا وقت لديهم للتسوق كثيراً وباستمرار، كما أن مداخيلهم محدودة.

-النظام الغذائي التلمساني غني بالأكل الصحي وخاصة بالخضر والفواكه، وأغلب الطبقة الوسطى

تعتمد تغذية غنية بالخضر، الفاكهة، واللحوم والأسماك، كما لا يخلوا من الكربوهيدرات والسكريات.

-يستهلك الحضر الخبز والكربوهيدرات بكميات قليلة، والبعض الآخر لا يستهلكها إطلاقاً؛ فيرفضون مظاهر الخبز المرمي في القمامة، بل يستهجنونه فالخبز القديم يعاد تدويره واستعماله بشكل آخر؛ وهذه عادة قديمة عن تدوير البقايا وحتى النفايات العضوية يعاد تدويرها كسماد طبيعي للنباتات والأشجار،

فالخبز البائت لا يرمى اطلاقاً؛ بل يتم إعادة استعماله إما بتغميسه أو طحنه لاستعمالات أخرى، وإعادة تدوير المنتجات بالنسبة للحضر تعني نفايات أقل؛ والحفاظ على المحيط والبيئة الحضرية النظيفة.

-بالنسبة لمعظم أفراد العينة يفضلون المائدة المنظمة والفخمة والمرحة لهم في تنظيمها، ذات ديزينات وأطباق فخمة ومنظمة، صحية ذات جودة عالية؛ وشكل يريح العين قبل المعدة، فيستهلكون النوع لا الكم. -الأكل خارجاً ظاهرة جديدة على المجتمع الحضري التلمساني وقليلة الانتشار، جذورها قديمة فحضر تلمسان لم يكونوا من مرتادي المقاهي والمطاعم في الحقب التاريخية السابقة، وقبل الهجرات والتحضر السريع كانت تلك الأماكن وفضاءات المقاهي للمهاجرين، أو المسافرين والتجار والقوافل، لقيت بعض الرواج بعد الاستعمار الأوروبي و تغيرت القيم الحضرية التقليدية الأصيلة، رغم أنه حتى الوقت الراهن حسب تعبير أغلبية المبحوثين مدينة تلمسان ليست مشجعة لثقافة الأكل خارج المنزل، وخدمات الإطعام فيها غير مقبولة، الاغلبية تفضل الأكل المنزلي أو احضار الأكل الجاهز للمنزل، لأسباب مادية أو صحية.

-الأكل خارج المنزل لمن يملكون موارد مادية أكبر وحجم أسرة أصغر، أو الزوجة عاملة قد يتجاوز أربع مرات في الشهر، والمتوسط منهم مرتين في الشهر، أما بالنسبة لمن لا يملكون موارد مادية كافية أو عدد أفراد أكبر ورغم رغبتهم في الأكل خارجاً إلا أنهم نادراً ما يفعلون ذلك، وبالنسبة لمن يملكون أطفالاً فهم يفضلون أخذ الأكل الجاهز وتناوله في المنزل، وإجمالاً الأكل خارجاً نادريين الحضري، بسبب عدم رضاهم عن مستويات الخدمة ونوعية المطاعم أو لسبب صحي. أما المطاعم التي يفضلها أفراد الطبقة الوسطى الحضرية التلمسانية تتميز بذوقها الفخم والعالمي، طرق العرض العصرية، وأطباق الذواقة المبتكرة، والأهم أنها نظيفة غير مزدحمة، وأسعارها أعلى، تقدم خيارات كثيرة، فأغلبهم نهمون "وأكلون لكل شيء" Omnivore".

-العناية بالجسد بالنسبة للغالبية من الطبقة الوسطى بنسبة 68% تبدأ بالوقاية والغذاء الصحي، والحفاظ على الوزن الصحي بممارسة الرياضة وخاصة المشي، وزيارة الطبيب أو اجراء التحاليل يكون للضرورة فقط عند المرض، فيعزفون عن المتابعة الروتينية للطبيب. لكن الفئات التي تملك موارد أكبر،

ورأسمال ثقافي أعلى تهتم بالجسم داخليا وخارجيا، وتزور روتينيا الطبيب؛ تجري التحاليل وتعتمد الحميات الصحية، الريجيم، والصيام مثل المتقطع، فتهتم بشكلها الخارجي وصحتها الداخلية بالوقاية والعلاج أيضا.

- الاستهلاك المظهري لا يظهر في الاستهلاك اليومي الاعتيادي لهم، ويقتصر على المناسبات والاحتفالات.

- التقارب في الذوق الاستهلاكي وتمائل التفضيلات لدى الطبقة الوسطى؛ يجعلهم يختارون أماكن وفضاءات استهلاكية متماثلة، وليست المحلات من تستهدفهم كزبائن؛ بل تماثل الهابيتوس والأذواق وعاداتهم الاستهلاكية، وهذا ما يفسر سبب اختيارهم لنفس الأماكن مع وجود نوع من الترويج للمحلات في مواقع التواصل الاجتماعي، بين أفراد العائلات الحضرية التي شكلت شبكة علاقات قرابية افتراضية بينها؛ على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يثبت أهمية ودور مواقع التواصل الاجتماعي في العملية الاستهلاكية.

-تسعى كل الطبقة الوسطى الحضرية في مدينة تلمسان؛ لتمييز ذوقها الاستهلاكي عن الأذواق المنتشرة والجماهيرية، فتعتمد الطبقة الوسطى على اقتناء السلع والمنتجات الفريدة وغير المنتشرة؛ من خلال الشراء من محلات "فخمة" وعصرية، تباع ماركات أوروبية أصلية سواء في مدينة تلمسان أو خارجها، فالطبقة الوسطى العليا التي تملك رأس مال اقتصادي وثقافي أكبر، اقتناء السلع من خارج مدينة تلمسان، وتحديدًا بالمراكز التجارية كالسانية بوهران وباب الزوار بالعاصمة، كما يعتمد من يملكون علاقات ومعارف في أوروبا أو يسافرون باستمرار إلى دول أوروبية؛ كفرنسا وإسبانيا وتركيا على التسوق وشراء السلع من خارج الجزائر، لضمان جودة أحسن وماركة أصلية، سعر جيد، وضمان عدم وجود تلك المنتجات لدى الجميع للتمييز عنهم.

وكل أفراد الطبقة الوسطى الحضرية يفضلون الجودة في المنتجات قبل أي شيء آخر، فالجودة الممتازة للسلع يعني أنها تدوم أكثر؛ وتبقى صالحة للاستعمال أكثر، ثم التفرد فهم يفضلون تمييز أنفسهم وذوقهم.

- بالنسبة للعلاقة بين التاجر والزبون الحضري وغير الحضري حاليا هي علاقة تجارية بحتة، والزبون ملك وعلى حق بما أنه يدفع، رغم أنه في السابق كان تاجر مدينة تلمسان يفضلون التعامل مع الحضرة أكثر.



-يرفض أكثر من 68% من المبحوثين الذين ينتمون للطبقة الوسطى الحضرية المحافظة على الأصالة؛  
الدخول لمقاهي مختلطة، لأن لها وقع المحرم دينيا لهم، بينما المتفتحون منهم وذوي رأس المال الثقافي والاقتصادي المرتفع، والمحتكين بالثقافات العالمية بالسفر أو بعلاقات مع المغتربين، أكثر تقبلا لها وقبولاً لها.  
-فئة النساء أكثر اهتماما بالاستهلاك المظهري مقارنة بالرجال، والأكثر نزوعا ورغبة للاستهلاك وأكثر تأثيرا في قرارات الشراء في العائلة الحضرية، يليها الطفل لأنه مستهدف من المصنعين كمستهلك نهم.  
-يتأثر كل حضري يتزوج من غير الحضريين وتتغير ثقافته، باحتكاكه بهم فيصبح أكثر انفتاحا عليهم، رغم وجود صراع ومحاولة اقضاء بين الطرفين الريفي والحضري، مع تزايد الهجرة الريفية والاستيلاء على معظم مناطق المدينة تتم محاصرة الثقافة الحضرية الأصلية، التي قد تصل للإقصاء التام ونلاحظ ذلك متجليا حسب أقوال أفراد العينة في تغير الجيل الجديد لأبناء الحضر، واتباعهم لأساليب وممارسات غريبة عن ثقافة المدينة الأصلية، فأبسط مثال على ذلك التخلي عن اللغة واللهجة الحضرية، بل الشعور بالدونية بسبب العنف الرمزي لغير الحضري على لهجة الحضري وثقافته، بعد عمليات التحضر الكبيرة والسريعة في المدينة، فهناك أذواق استهلاكية وهابيتوس غير التي ذكرها بورديو فيما يخص الطبقات بين ذوق الضرورة عند الطبقات العمالية، وذوق الرفاه والكماليات عند الطبقات البرجوازية، فهناك ذوق استهلاكي ريفي وذوق استهلاكي حضري، وهابيتوس ريفي وهابيتوس حضري؛ وبينهما المتنقل بين الريفي والحضري.  
-يتقن معظم الحضر أكثر من لغة مع اللغة العربية، ويتقنون اللغة الفرنسية ويفضلون تعلم اللغات الأجنبية فأهم اللغات العالمية التي تستقطبهم الفرنسية، الإسبانية، الإنجليزية، التركية وأخرى. ويملك معظم الحضر من الطبقة الوسطى اتصال مع دول أجنبية، ويفضلونها كوجهات سياحية للسفر أو للتسوق منها، وهي فرنسا، إسبانيا، تركيا، والبعض منهم من كندا، فأعلمهم إن لم يكن مسافرا دائما لتلك البلدان كان يملك أفراد من أسرته وعائلته الكبيرة يسكن خارج الجزائر أو له صديق يستعين به للتسوق منها، وهذا يعطي قراءة عن تعلق الذوق الحضري بالأذواق العالمية والثقافات الأجنبية، رغبة في التمييز في أذواقهم. والطبقة الوسطى الحضرية الحالية في مدينة تلمسان مفرنسة الثقافة ومقسمة لقسمين : قسم ذوي

الاصول (العصمليين ) التركية من الكراغلة والموريسكيين مفرنسون لغة وثقافة؛ يميلون لعقيدة وايدولوجيات الحدائة، واستقبالها واعتناقها في أساليب عيشهم واستهلاكهم، وقسم ثاني من ذوي أصول حضرية عربية أو أمازيغية وهم المجدرّون أو الحضر الجداريون، فئة مفرنسة لغة بسبب أن اجدادهم احتكوا واضطروا للتعامل مع الفرنسي، وتعلم اللغة لكن ثقافتهم أكثر محافظة وانغلاقا، أغلبهم من معتنقي الطرق الصوفية؛ يميلون للاقتصاد في العيش والاستهلاك العقلاني و "المحاولة" (هي عدم التبذير) و التزهد في العيش، والحفاظ على الدين والأخلاق. فغالبا كانوا الفئة المستضعفة والافقر في مدينة تلمسان. فيتجنب الحضري الأصيل الممارسات الثقافية الصارخة، الغربية والهجينة عن الممارسات الحضرية الأصيلة في السلوك والآداب، واللباس والكلام، فالصراخ أثناء الكلام خاصة عند المرأة يعتبر أمرا مرفوضا، واللباس الفاضح غير الأنيق؛ أو كثير الالوان غير متناسق، هو أيضا مرفوض وسلوك غير متحضر. فذوق الحضريين من الطبقة الوسطى في الموسيقى مثلا يميل لرفض الموسيقى الصاخبة؛ أو الخادشة والمرفوضة في الآداب العامة، ويفضلون موسيقى هادئة وكلاسيكية.

-معظم أفراد العينة يملكون شجرة العائلة تنحصر بين خمس أجداد واثني عشر جدا سكنوا مدينة تلمسان، فهم يبحثون في أصولهم الحضرية ويهتمون بشجرة العائلة؛ كنوع من التميز والمطالبة بالاصالة.

-يمكن تقسيم الحضر إلى فئتين فئة محافظة تفضل التقشف المحبذ؛ والاقتصاد في أساليب العيش والاستهلاك، بينما الفئة الثانية والأكثر تحررا وانفتاحا فهي تفضل النزوع للاستهلاك النخبوي والرفاهية "Luxe"، والذوق العالمي العصري في اختياراتها، والتي ترفض بالمقابل السلع الآسيوية وتحديدا الصينية.

فهي تنقسم إلى فئتين من حيث أهمية السعر، فالأولى تفضل السعر الجيد للجودة الممتازة، بينما لا تهتم الفئة الثانية وهم الذين يملكون موارد مادية أكبر فلا يهتمها السعر؛ بل تعتقد أن السعر الرخيص يعيني جودة رديئة، ويبقى السعر أقل أهمية من الجودة في كل الحالات، وإن اضطروا للدفع أكثر مقابل الجودة الممتازة، فلن يغامروا بدفع أموالهم في منتج رديء يندمون عليه لاحقا؛ بسبب انخفاض سعره. فتوصلت الدراسة إلى نفس النتائج التي توصل إليها كل من أوون مالفرید رولاندسون في دراسته "كبح الاسراف

وعبادة التوفير في الصين"، ودراسة واي واي زانغ في تحليله للثقافة الاستهلاكية الحضرية عند الطبقة الوسطى في مدينة بكين، حيث وجد أن الطبقة الوسطى العليا التقليدية تتجنب اظهار مظاهر ثرائها، وتعتبر الطبقة الوسطى الجديدة هي التي تحب اظهار مظاهر ثروتها، تملك رهبة وتخاف على مركزها الاقتصادي والاجتماعي، رغبة في المواكبة والتعبير عن الذات والمكانة الاجتماعية وتثبيت مركزها، فتتبع الذوق الاستهلاكي الرائج، وتميل للنزوع للاستهلاك للذوق الدارج في الموضة يعكس الطبقات الوسطى التقليدية التي تميز ثقافتها الاستهلاكية البساطة، عدم التكلفة، والاقتصاد والتكشف العقلاني بدل الاستهلاك غير العقلاني، فهي تقليدية التوجه رغم ذوقها الفخم والتميز، لكن الطبقة الوسطى الجديدة (Baofahu) أو الاثرياء الجدد لا تؤمن بسمة التكشف والاقتصاد؛ بل تسرف في تقليد الموضات والاذواق العالمية وخاصة الغربية، وهو نفس الشيء الذي يحصل لدى فئة الطبقة الوسطى الحضرية الأصيلة في تلمسان، الذي يميز ذوقها الاقتصاد في العيش أكثر وعدم التبذير والاسراف؛ أو اظهار مظاهر الثروة لان الله لا يحب المسرفين، أما الطبقات الوسطى الجديدة الملقبة محليا "الشبعة الجديدة"؛ فهي تركض وراء تقليد ومحاكاة الموضة الجماهيرية، بتغيير أصالة المنتجات التقليدية، وتميل للنزوع للاستهلاك المظهري والتفاخري طمعا في تثبيت مكانتها الاجتماعية الجديدة ، وهو ما سماه واي واي زانغ (Conspicuous consumption) أو الاستهلاك المظهري للطبقات الوسطى الجديدة أو الاثرياء الجدد ،(Baofahu) مقابل (Conspicuous frugality) أي التكشف المظهري لدى الطبقة الوسطى العليا.

- كما توصلت هذه الدراسة لنفس النتيجة التي توصلت إليها دراسة كل من **Jan و Reza Shakera** حول "الممارسات التطبيقية الجديدة للطبقات الوسطى الحضرية، في مقاهي بمدينة غلاسكو"، حول خصائص الطبقة الوسطى الحضرية المشتركة: وهي الرأسمال الثقافي المرتفع، النهمة الثقافي وحب التجربة فأغلب أفراد الطبقة الوسطى الحضريون همون ثقافيا، ويحبون التجارب الثقافية العالمية والمحلية الجديدة، ويسعون لذلك بالسفر دائما، التذوق النخبوي لتمييز أنفسهم وهي نفس النتيجة التي وصلت إليها الباحثة **Annie Margareta Ross** في دراستها حول "استراتيجيات الاستهلاك للتنقل الاجتماعي نحو الأعلى

بين الشباب الصينيين؛ في المناطق الحضرية الصينية، " في أسلوب حياة "Xiaozi" المطارد للذوق النخبوي العالمي لدى الطبقة الوسطى الصينية، إضافة لسمة الاهتمام بالجسد خارجيا، والتواصل مع المحيط.

- تغير وجه المدينة الأصيل عند غزو الطبقات العمالية الدنيا والفقيرة من المهاجرين لمركز المدينة، بالنسبة لشارون زوكين البرجوازية هي التي انشأت المدن منذ القديم، وما يساهم في تدهور المركز هو ذلك الاختلال الطبقي، فيجب أن يكون هناك تنوع طبقي وعدم سيادة طبقة على أخرى؛ لأن التحسين الحضري الرأسمالي استبعد تماما الفقراء من المركز وهمشهم، فحول مراكز المدن إلى وكر للبرجوازية والأثرياء، وانتشرت النزعة للاستهلاك وتحول وجه المدينة الأصلي لنموذج المدينة الاستهلاكية العالمية. وترى المدن خاصة في البلدان النامية مثلما حصل في فترة التسعينات بمدينة تلمسان بعد موجات الهجرات الريفية لتردي الأوضاع الأمنية بعد العشرية السوداء؛ ساهم في افقار مراكز المدينة وتدهورها بانسحاب البرجوازية للأطراف، واحتلال المهاجرين والفقراء لمركز المدينة؛ والتوازن ضروري واستبعاد الفقراء تماما غير مطلوب؛ فهم يساهمون في التنوع الثقافي لأنهم مبدعون في ايجاد سبل البقاء والوجود في المدينة، وتسليع ثقافة الفقراء تنشط السياحة مفيد للمدن، والبرجوازية تحمي المراكز من التدهور ووجودهم معا يعني التوازن وعدم سيطرة طبقة واحدة على مركز المدينة، وتهجير باقي الطبقات للهوامش والأطراف، وهو الذي ميز الحواضر الإسلامية؛ فقد تواجد الفقراء والأغنياء جنبا إلى جنب في مراكز المدن، واعتمدوا آليات اجتماعية للتكافل بينهم.

خاتمة عامة

## خاتمة عامة

إن اعتماد الرأسمالية العالمية على بيع الداء والدواء في المنتجات الاستهلاكية، يجعل من المستهلك غير دائم وغير مخلص، فالتوجه الجديد لهم نحو تفضيل الممارسات الطبيعية والعودة إلى أساليب الحياة التقليدية في قيم استهلاك الأجداد، وقيم استهلاك تقشفي واضح بدل استهلاك مظهري واضح، يجعل وجود وبقاء الرأسمالية مهدداً، إن أردت زبونا دائما وفيها فالتفكير في مصلحته وصحته أولى وأهم لضمان وفائه للمنتجات، ولو دفع مقابله الضعف. الهجوم الكبير للسوسيولوجيين الماركسيين على الرأسمالية والرأسماليين والحدثة التي ساهمت في نشر النزعة للاستهلاك؛ بديلا للإنتاج والاكتفاء، ثم انتقادهم لتحول المجتمعات العالمية نحو النزعة للاستهلاك والتواطؤ مع الرأسمالية والرأسماليين الجشعين، جعلهم يركزون انتقادهم الدائم لأضرار ما تفعله الرأسمالية، من تمييع وسيولة في الثقافات وتوحيد الثقافات ضمن ثقافة عالمية متماثلة وغير أصيلة، وتحويل المدن لفضاءات عمومية يتفاعل فيها الغرباء ويسعون لالتقاء حقيقي من خلال الاستهلاك، واعتبارهم لتلك التفاعلات واللقاءات ووصفها بالوهمية وغير الحقيقية، التي لا تشبع الرغبة الفعلية للأفراد في الاجتماع، تمنح شعور وهمي بالسعادة والرضا، وتحويل مدن العالم لفضاءات عمومية بثقافة استهلاكية واحدة مشتركة تخدم الرأسمالية، وتقوض الثقافات المحلية التي تتميز غالبا بالميل نحو العقلانية والاقتصاد والتقشف المحبذ، واعتبار كل ما تفعله الرأسمالية أمرا مرفوضا أو مشكلة تهدد استقرار المجتمع، هو أمر مبالغ فيه ومظلل، فالتطور الطبيعي محكوم بالتكيف وتوفر ميكانيزيمات تضمن البقاء للمجتمعات وعدم فنائها، والمبالغة والتهويل الذي يعتمد الماركسيون في نقد الحدثة والرأسمالية لا يضمن كونها عوامل مهددة فعليا لاستقرار وبقاء المجتمعات، فالأنظمة القوية التي تثبت نجاعتها ومقدرتها هي التي تستمر في البقاء وفقا لقوانين التطور الطبيعي والبقاء للكائنات، وعالم كالهون غير قابل للتطبيق على المستهلكين، فتغيير الرأسمالية لبعض من استراتيجياتها في التعامل مع المستهلك؛ وتوفير محيط استهلاكي أكثر حميمية طبيعي أصيل وصحي، أكثر عقلانية وميلا للطبيعة القديمة؛ يجعلها

تكسب مستهلكين كزبائن دائمين، فهم يدفعون مقابل مصلحتهم أكثر مما يدفعون وهم مُظلّلون كمستهلكين غرباء في المدينة، وهو ما سيمنحهم درجات أعلى من الرضا والوفاء.

بتحليل نتائج البحث الميداني في هذه الدراسة؛ بغرض الإجابة عن سؤال الإشكالية حول كيفية نشوء الثقافة الاستهلاكية ومحدداتها في مدينة تلمسان، وللتحقق من الفرضية التي تم الانطلاق منها وهي أن "الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري التلمساني تنشأ بسبب البحث عن التميز في الذوق الاستهلاكي واختيار الذوق الرفيع لذلك الغرض؛ قد تحققت في جانبين: أولاً يتميز الاستهلاك الاعتيادي للطبقة الوسطى للحضر بتفضيل الذوق الرفيع. ثانياً تحققت في جانب آخر يتعلق بفضاءات الاستهلاك وهي أن تشابه الذوق الاستهلاكي للنخبة الحضرية التلمسانية هو ما يجعلهم يختارون نفس المحلات والأماكن التي يقتنون منها السلع والبضائع. ولم تتحقق في جانب ثالث وهو اعتماد الطبقة الوسطى لأنشطة التسوق والأكل خارجاً للترفيه في أوقات الفراغ، حيث لا يعتمدون هذه الأنشطة لقلة أوقات الفراغ لديهم كون أغلبيتهم موظفين، ولمحدودية مداخيلهم. فيتميز الاستهلاك الاعتيادي أو المناسباتي للطبقة الوسطى الحضرية في مدينة تلمسان بتفضيل الذوق الرفيع، والتفكير في الاختيارات الاستهلاكية المميزة، والابتعاد في الاختيارات عن الممارسات الاستهلاكية الجماهيرية، والسعي ومطاردة الذوق الاستهلاكي العالمي لا يعني تماماً ملاحقة أنشطة التسوق والاستهلاك المستمر بالنسبة لهم، وتفضيل الاستهلاك المظهري فقط في المناسبات والاحتفالات، فالحفاظ على الاصالة الحضرية التلمسانية بالنسبة للحضر هي الميل أكثر للممارسات الاستهلاكية الاعتيادية الأكثر اقتصاداً وميلاً للتقشف المحبذ، والاقتراب من عادات وتقاليد وممارسات الأجداد، من خلال الابتعاد عن الاسراف في إظهار مظاهر الثراء والمكانة لدى الحضر من الفئة المحافظة؛ كما كان يوصي أجدادهم أباؤهم قديماً، بينما الفئة الأكثر تحرراً والتي تميل لاستهلاك وتلقف الذوق العالمي والنخبوي، فهي لا ترى مشكلة في ملاحقة الاذواق الاستهلاكية النخبوية العالمية بعقلانية رغبة منهم في التميز أكثر، وهي تميز أكثر الشباب والأعلى في المستوى الاقتصادي، مقارنة بالفئة الأولى المحافظة والتي يميزها الفئات العمرية الأكبر والأكثر تمسكاً ومحافظة على الأصالة الحضرية والأقل في المستوى الاقتصادي، وتلتقي الفئتان في تجنب الاستهلاك

الشامل، الجماهيري والمنتشر للسلع والقيم الاستهلاكية، الموجودة لدى الفئات الأخرى من غير الحضري، وتجنب أنشطة التسوق أو الأكل خارجا لقضاء وقت الفراغ كون أغلبهم مشغولين ولا يملكون أوقات فراغ لذلك، فيستعينون بالتكنولوجيا والمواقع لتسهيل أنشطة التسوق واختيار السلع، وتشابه الذوق الاستهلاكي لديهم يجعلهم يختارون نفس المحلات والفضاءات الاستهلاكية، رغبة في عدم الاختلاط والتميز والأهم الحصول على أفضل خدمة، أكثر تميزا، أمانا وأكثر صحية، وهي ميزات لدى مجتمعات حضرية عالمية قليلة مازالت تحاول الحفاظ على أصالتها الحضرية، مثل بعض المجتمعات الشرقية كالمجتمع الصيني الذي كان محل اهتمام كثير من الباحثين ومنهم الباحث واي واي زانغ الذي لم يشارك الرأي المنتشر حول تطبيق نفس النتائج النظرية مثلما في نظرية بورديو، على مجتمعات أخرى غير غربية، فالمجتمع الحضري الصيني الأصيل، لا يزال محافظا على الاقتصاد والتزهد الكونفوشيوسي في أساليب العيش في أجزاء كبيرة من المدن الكبيرة، والعريقة الأصالة في الصين مثل العاصمة بكين، واختلاف تلك المجتمعات كثيرا عن تيار المدن الغربية الرأسمالية، التي دخلت في سياق المجتمع الاستهلاكي العالمي، فما ينطبق على الرأسماليات الغربية الأوروبية والأمريكية لا ينطبق بالضرورة على مدن شرق العالم ومدن العالم الثالث، نظرا لاختلاف أصولها وثقافتها، ومن الحق في المدينة الحفاظ على الأصالة الحضرية وعدم الاندماج وسيولة الثقافة، والأفضل الترويج للأصالة الحضرية كسلعة والعودة للأصل تسويقا لبقاء الرأسمالية، والخروج من مأزقها ومآزق المجتمع الاستهلاكي الرأسمالي المتواطئ.

من أهم الآفاق التي تفتحها هذه الدراسة هو التأكيد على دراسة أهمية التكنولوجيا ووسائل الإعلام في نشر الثقافة الاستهلاكية في المجتمع، ومواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المتسوقون للتسوق والتجار للترويج عن سلعهم وخدماتهم، لاستهداف شريحة أكبر من المجتمع في الدعاية والتسويق لمحلّاتهم وخدماتهم أو مطاعمهم في مختلف المناطق، بغض النظر عن كونها حضرية أو ريفية، فالعولمة كسرت الحدود الجغرافية والإقليمية بالترويج لفضاء افتراضي عالمي، يشجع الاستهلاك والنهم الاستهلاكي بتغير الموضة المستمر، عالم افتراضي وكاتدرائية استهلاك كبيرة بديلة للفضاءات العمومية الواقعية وفضاءاتها الاستهلاكية الحقيقية.



## قائمة المصادر والمراجع:

### قائمة المراجع العربية:

#### 1- الكتب

1. إبراهيم جدلة-المجتمع الحضري بإفريقية في العهد الحفصي-مطبعة قطيف -قفصة-تونس- ط1-2010-
2. السيد الحسني-المدينة دراسة في علم الاجتماع الحضري-دار المعارف-القاهرة-مصر-الكتاب 37-ط2-1981.
3. أنول باتشيرجي-بحوث العلوم الاجتماعية المبادئ والمناهج والممارسات-دار اليازوري للطباعة والنشر-عمان-الأردن-ط2-2015.
4. تيري إيغلتن-ترجمة: لطفية الدليمي-الثقافة-دار المدى للإعلام والثقافة والفنون-بيروت، دمشق-لبنان، سوريا-ط1-2018.
5. خالد بوهند-النخب الجزائرية:1892-1942-المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات-قطر- ط1-2020.
6. رانية المجني ونريمان عمار-سلوك المستهلك-الجامعة الافتراضية السورية-الجمهورية العربية السورية-2020.
7. سعيد ناصف-علم الاجتماع الحضري: المفاهيم-القضايا-المشكلات-دار الكتب-مصر-ط1- 2006-
8. شريف غوتي-شجرة تلمسان-المطبعة الجهوية-الجزائر-ط2-1993.
9. عبد العزيز فيلال-تلمسان في العهد الزياني الجزء الأول-دار موفم النسروالتوزيع-الجزائر- 2002-
10. على لونيس -سلوك المستهلك مدخل متكامل-دار التنوير-الجزائر-ط1-2014

11. فوزي سعد الله-الشتات الأندلسي في الجزائر والعالم-الجزء الثاني-دار قرطبة للنشر والتوزيع-ط1-2016-

الجزائر

12. فيليب كابان وجان فرانسوا دورتيه -ترجمة د. إياس حسن-علم الاجتماع من النظريات

الكبرى إلى الشؤون اليومية أعلام وتواريخ وتيارات-دار الفرقد-ط1 - دمشق-سورية-2010م.

13. لمياء مرتاض-نفوسي-تقنيات البحث الكيفي "المقابلة"-دار هومة-الجزائر-د.ط-2017

14. مايكل دينينغ-ترجمة: أسامة الغزولي-الثقافة في عصر العوالم الثلاثة عالم المعرفة-المجلس

الوطني للثقافة والفنون والآداب-الكويت-يونيو 2013.

15. محمد الأمين بحري-البنوية التكوينية من الأصول الفلسفية إلى الفصول المنهجية-مكتبة

مؤمن قريش-تونس، الجزائر، المغرب-ط1-2015م.

16. موريس أنجرس-منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية "تدريبات عملية"-دار القصبية

للنشر-الجزائر-د.ط-2004.

## II- المقالات العلمية

17. ابتهاج عبد الجواد كاظم-الاستهلاك المظهري تبعاً لمجالاته وعوامله: بحث ميداني في مدينة

الموصل-مجلة دراسات موصلية-العدد 11-2006-ص ص: 83-116

18. أرزقي شويتام-دور الكراغلة في الجزائر أثناء الفترة العثمانية (1519-1830م) -مجلة أفكار

وآفاق-المجلد 03-العدد 04-2013م-ص ص: 175-189-

19. بلبروات بن عتو-أضواء حول مدينة تلمسان خلال العهد العثماني. الحوار المتوسطي-01(01) -

ص ص: 74-82-

20. بوبكر بوخريسة-تقنية المقابلة في كتاب ب. بورديو: بؤس العالم-مجلة التواصل في العلوم

الإنسانية والاجتماعية-العدد 36-2013-ص ص: 116-132.

21. حنينة طيبش-التفاعل الثقافي بين حضرتي تلمسان وفاس في العهد الموحد-مجلة إحالات-

المجلد 03-العدد 02-2021-ص ص: 47-58

22. خالد كاظم أبو دوح-رأس المال الثقافي مقارنة سوسولوجية-مجلة وجهات نظر-ص ص: 321-

336

23. سليمة يحيياوي-الدراسة الواقعية في تحديد الهوية التاريخية الجغرافية للمدن الجزائرية

"تلمسان نموذجا"-حوليات التاريخ والجغرافيا-العدد 03-رقم 05-2012-ص ص: 242-258.

24. صلاح الدين لعريفي-مفهوم الهابيتوس عند بيير بورديو-مجلة العلوم الاجتماعية-العدد 09-

2014-ص ص: 63-71

25. فائزة مهتاري-المسكن التقليدي في تلمسان خلال العهد الزياني "دراسة تاريخية أثرية"-دورية

كان التاريخية-العدد 28-2015-ص ص 93-99.

26. فاطمة بمعمر-أسلوب الحياة وتأثيره على ثقافة الاستهلاك عند الشباب-أستاذة مساعدة

قسم (أ) بمعهد العلوم الإنسانية والاجتماعية (قسم علم الاجتماع) المركز الجامعي بغليزان-

ص ص: 1-10

27. محمد عمر حبيب-المظاهر الاجتماعية والثقافية المحددة لنمط الاستهلاك في المجتمع الليبي -

المجلة الجامعة-العدد الخامس عشر – المجلد الثاني-2013 م-ص ص: 215-232.

28. مفتاح علي حسين بالحاج-نمط الاستهلاك الاسري بين المظهري(التفاخري/الاعتيادي) في ظل

المتغيرات المجتمعية-مجلة كلية الآداب-العدد الثامن – ص ص: 145، 178.

29. مشيرة محمد العشري-الهجرة العائدة وتحول أنماط الاستهلاك بين شرائح الطبقة الوسطى

"دراسة ميدانية بمدينة طنطا"-جامعة دمياط-مصر-ص ص: 581-660

30. موزة عيسى سلمان الدوي-التحولات الاجتماعية والثقافية وتغير أنماط الاستهلاك لدى المرأة

البحرينية" دراسة اجتماعية ميدانية"-المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية-المجلد 11-العدد

2018-02-ص ص: 237-259.

31. مي غنام حمد سعود الصويلح-الثقافة الاستهلاكية لدى معلمات الاقتصاد المنزلي وطالبات المرحلة الثانوية في دولة الكويت: دراسة مقارنة-مجلة التربية النوعية والتكنولوجيا (بحوث علمية وتطبيقية-جامعة كفر الشيخ -ص ص: 698-677.

32. نادبة بولقدام-لهجة تلمسان بين أمس واليوم-مجلة الذاكرة-العدد 05-ص ص: 284-265.

### III- المذكرات والرسائل الجامعية

33. أحمد شكيب دالي – الاستراتيجيات القرابية لدى العائلات التلمسانية الكبيرة "الاختيارات والرهانات"-مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الانثروبولوجيا-جامعة تلمسان – 2012/2011.

34. بن عطية محمد-دراسة استهلاك العائلات الجزائرية ما بين 1969م و2005م-مذكرة مقدمة لنيل ماجستير تخصص اقتصاد التنمية-2007/2006

35. بريشي درويشي-تطور المسكن الإسلامي في مدينة تلمسان-رسالة مقدمة لنيل الماجستير فنون شعبية-جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان-2012/2011-

36. ربيعة تمار-المجالات الاستهلاكية وإنتاج التمايز الاجتماعي في المجتمع الجزائري-أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع-جامعة قاصدي مرباح ورقلة- 2020/2019.

37. فتيحة الواليش-الحياة الحضرية في بايلك الغرب الجزائري في القرن الثامن عشر-رسالة مقدمة لنيل الماجستير في التاريخ الحديث-جامعة الجزائر-1994/1993.

### IV- المواقع الإلكترونية

38. <https://m.facebook.com/kingshop13/>

39. <https://m.facebook.com/AmbianceTlemcen/>

40. [https://m.facebook.com/Taghrart13?\\_\\_tn\\_\\_=C-R](https://m.facebook.com/Taghrart13?__tn__=C-R)

41. الأمم المتحدة " الاسكوا " ESCWA-الطبقة الوسطى في البلدان العربية قياسها ودورها في

التغيير-الأمم المتحدة-2014.

\*قائمة المصادر والمراجع الأجنبية:

### Bibliography

1. Арсенюк Анастасия-CONSUMPTION AND SOCIETY-Institute of Sociology ، Psychology and Social Communications ،(Ukraine ، Kyiv).
2. Abdessamed chiali, Mahiaoui Abdelatif- Analyse Urbaine du Noyau historique de Tlemcen- 2003/2004
3. Alan Warde and Lydia Martens -Eating out Social Differentiation ، Consumption and Pleasure -THE PRESS SYNDICATE OF THE UNIVERSITY OF CAMBRIDGE-First published in printed format 2000.
4. A.Wardo -Gentrification as consumption: issues of class and gender-Environment and Planning D: Society and Space, 1991, volume 9, pages 223-232.
5. Andrew B. Trigg-Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption- Journal of Economic Issues, Vol. 35, No. 1 (Mar. 2001), pp. 99-115 Published by Association for Evolutionary Economics Stable.
6. Arnaud Frauenfelder -Consommations de viande ، distinctions et régulations sociales- carnets de bord -no 15 -2008-pp : 60-63.
7. Arthur Asa Berger - Marketing and American Consumer Culture-A Cultural Studies Analysis - Palgrave Macmillan- USA -2016

8. AYTEKİN FIRAT-KEMAL Y. KUTUCUOĞLU-ISIL ARIKAN SALTIK3-ÖZGÜR TUNÇEL-  
CONSUMPTION ,CONSUMER CULTURE AND CONSUMER SOCIETY-Journal of Community  
Positive Practices ,XIII (1) 2013-PP182-203.
9. ARTHUR ASA BERGER-The Objects of Affection Semiotics and Consumer Culture- -  
PALGRAVE MACMILLAN -New York-USA- First published in 2010.
10. ANDY BENNETT- Culture and Everyday Life - SAGE Publications- London- First Published  
2005.
11. A.N. VALDIVIA- Culture of Consumption-JOURNALISM AND MASSCOMMUNICATION-  
Vol. I.
12. ANNIE MARGARETA ROSS- The Value of Taste consumption strategies for social upward  
mobility among urban Chinese youth –Graduate School- Cultural Anthropology-LUND  
UNIVERSITY faculty of Social Sciences-spring 2015.
13. AYDIN UĞUR- Distinctive consumption Practices in urban everyday Life a case study of  
KANYON shopping Mall”- İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ- SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ-  
KÜLTÜREL İNCELEME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI-2007.
14. ANNA STEIGEMANN-The Places Where Community Is Practiced "How Store Owners and  
Their Businesses Build Neighborhood Social Life"-Springer-Technische Universität Berlin -  
Berlin, Germany-2016.
15. BEN FINE, MICHAEL HEASMAN AND JUDITH WRIGHT- Consumption in the Age of Affluence"  
the World of Food" - Routledge- London and new York- 1st1996.

16. BRYAN S. TURNER -The Cambridge Dictionary of Sociology-CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS-1st 2006-New York ,USA.
17. Cecilia Leong-Salobir -Urban Food Culture-Sydney ,Shanghai and Singapore In the Twentieth Century-Palgrave Macmillan-New York-USA2019.
18. CHRISTOPHE JAFFRELOT-PETER VAN DER VEER-Patterns of Middle Class Consumption in India and China-SAGE Publications-India-New Delhi-First published in 2008.
19. Chua Beng-Huat -Consumption in Asia Lifestyles and identities Edited- First published 2000 by Routledge- London and New York- UK/USA.
20. Conner ,Cassidy-The Relationship between Social Class and Food Consumption Patterns «Culinary Omnivorousness AllTheses-(2008) -  
[https://tigerprints.clemson.edu/all\\_theses/324](https://tigerprints.clemson.edu/all_theses/324).
21. Chua Beng-Huat- Consumption in Asia Lifestyles and identities- Routledge- London and New York- UK/USA- First published 2000.
22. CAMILLA PERRONE-GABRIELE MANELLA-LORENZO TRIPODI-Emerlad-EVERYDAY LIFE IN THE SEGMENTED CITY -United Kingdom – North America – Japan -India – Malaysia – China-July 2010 in Florence-vol11.
23. Christa Salamandra-A NEW OLD DAMASCUS Authenticity and Distinction in Urban Syria -Indiana University Press-United States of America-2004.
24. CHAPTER 3. URBAN SOCIETY -Urban Partnerships Foundation.

25. Douglas J. Goodman and Mirelle Cohen-CONSUMER CULTURE A Reference Handbook- CONTEMPORARY WORLD ISSUES-Library of Congress Cataloging-in-Publication Data-Santa Barbara, California-Denver, Colorado- Oxford, England-2004.
26. Daniel Miller-Material Cultures «why some things matter» - 1st 1998-UCL Press-Taylor& Francis Group-London.
27. Daniel Miller- Acknowledging Consumption» a review of new studies - Routledge- London and New York-UK-USA- First published 1995.
28. Daniel Thomas Cook, Laura J. Miller, Juliet B. Schor, Joel Stillerman The Sociology of Consumers and Consumption – American Sociological Association - July 12, 2011-pp1-25-
29. David J. Alworth -Supermarket Sociology -New Literary History .Volume 41 .Number 2 ,Spring 2010 ,pp. 301-327.
30. DONALD N. LEVINE -Georg Simmel "ON INDIVIDUALITY AND SOCIAL FORMS" -THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS -CHICAGO AND LONDON – 1971.
31. Dan Jurafsky & Yoshiko Matsumoto Think 53: Food Talks -Bourdieu’s Distinction- Tuesday -May1, 2017.
32. Daniel Thomas Cook ,Laura J. Miller ,Juliet B. Schor ,Joel Stillerman-The Sociology of Consumers and Consumption – American Sociological Association July 12, 2011-pp 1-25.
33. Daniel Thomas Cook-Lived Experiences of Public Consumption Encounters with Value in Marketplaces on Five Continents-PALGRAVE MACMILLAN- New York, N.Y- London- First published 2008



34. Daniel Thomas Cook and J. Michael Ryan -Consumer Culture, History of -PAOLO MAGAUDDA- The Wiley Blackwell Encyclopedia of Consumption and Consumer Studies, First Edition. Edited by 2015 John Wiley & Sons, Ltd. Published 2015 by John Wiley & Sons, Ltd- DOI: 10.1002/9781118989463.wbeccs055.
35. Deborah Davis-Urban Consumer Culture-the China Quarterly, 2005-pp692-709-
36. David Harvey-The Condition of Postmodernity "An Enquiry into the Origins of Cultural Change" -Blackwell Publishers Massachusetts ,USA-- First published 1990.
37. Donica Belisle -Retail Nation Department Stores and the Making of Modern Canada- UBC Press -Canada-Vancouver-Toronto-2011.
38. DAVID A. KARP,-GREGORY P. STONE, WILLIAM C. YOELS, AND NICHOLAS P. DEMPSEY -Being Urban A Sociology of City Life - RRAEGER-California- USA -Third Edition 2015.
39. David C. Thorns -The Transformation of Cities Urban Theory and Urban Life - PALGRAVE MACMILLAN-, New York- USA- First published 2002.
40. David Thorns -The Transformation of Cities Urban Theory and Urban Life-First published 2002 by PALGRAVE MACMILLAN-New York ,USA.
41. Deborah Stevenson -CITIES AND URBAN CULTURES -OPEN UNIVERSITY PRESS Maidenhead • Philadelphia-First Published 2003-USA.
42. DAVID A. KARP ,GREGORY P. STONE ,WILLIAM C. YOELS ,AND NICHOLAS P. DEMPSEY-Being Urban Sociology of City Life ,Third Edition -Praeger An Imprint of ABC-CLIO , LLC-2015-California-United States.
43. Elizabeth Shove ,Matthew Watson-The Design of Everyday Life-Martin Hand and Jack Ingram-1st -BERG-Oxford ,UK-New York ,USA-2007.

44. Eckhardt ,G. M. and Bardhi ,F.-New dynamics of social status and distinction-City Research online-(2019). Marketing Theory, doi: 10.1177/1470593119856650-pp: 1-38.
45. EMMA CASEY-LYDIA MARTENS-Gender and Consumption Domestic Cultures and the Commercialization of Everyday Life-Ashgate-England-2007-
46. Frank Mort-Culture of Consumption "Masculinities and social space in late twentieth-century Britain" -first Rutledge-London and New York-1996.
47. Frank Trentman -The Making of The Consumer» knowledge ,power ,and Identity in the modern world» first -BERG-Oxford ,UK-New York ,USA...
48. P D Glennio ,NJ Thrift -Modernity ,urbanism ,and modern consumption -Gnvifonmont and Planning D: Society and Spnco ,votumo 10 ,pages 423-443-28 February 1992.
49. George Ritzer-The McDonaldization Thesis Explorations and Extensions-SAGE Publications-. Thousand Oaks. New Delhi- London- First published 1998.
50. George Ritzer- The Weberian Theory of Rationalization and the McDonaldization of Contemporary Society" Chapter 2" - CLASSICAL SOCIOLOGICAL THEORY- pp: 41-59-30/06/2007.
51. GIDDENS ,Antony. Sociology. Fourth Edition. Polity Press-Oxford, United Kingdom-2004.
52. Habitat individuel aux performances environnementales à Tlemcen- Chapitre 04 : Approche Urbaine.
53. Hamma, W., Djedid, A., Ouissi, M.N., 2016. Délimitation du patrimoine urbain de la ville historique de Tlemcen en Algérie, *Cinq Continents* 6 (13), pp. 42-60.

54. H. Hazel Hahn -Scenes of Parisian Modernity Culture and Consumption in the Nineteenth Century - PALGRAVE MACMILLAN - United States- First published in 2009.
55. Joel Stillerman-The Sociology of Consumption "A Global Approach" -Polity Press-Cambridge ,UK-Malden ,USA -First published in 2015.
56. JON STOBART, MARK ROTHERY -Consumption and the Country House - Oxford University Press-UK-First Edition published in 2016.
57. Jean Baudrillard-the Consumer Society" -Myths and Structures-Sage-London-England, 1998.
58. James Curry - *The disintegration of political unity in the Maghrib* ,in Joseph Ki-Zerbo & Djibril T Niane (eds.) - (1997) *General History of Africa- vol. IV: Africa from the Twelfth to the Sixteenth Century* -(abridged Ed.) UNESCO. and Univ. Calif. Press.
59. Jan Logemann -The Development of Consumer Credit in Global Perspective: Business , Regulation ,and Culture -PALGRAVE MACMILLAN-New York-USA -First 2012.
60. Jonathan Everts ,Peter Jackson -Modernisation and the practices of contemporary food shopping-Environment and Planning D: Society and Space 2009 ,volume 27 ,pages 917 ^ 935.
61. Jacqueline ELFICK -Class Formation and Consumption among Middle-Class Professionals in Shenzhen -Journal of Current Chinese Affairs 1/2011: pp 187-211.
62. Joanne Massey- Public consumption : à private enterprise La consommation publique : une entreprise privée ? Belgeo Revue belge de géographie - Date of publication: 31 March 2003 pp63-78 - National Committee of Geography of Belgium, Société Royale Belge de

Géographie- URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/15305>- DOI :

10.4000/belgeo.15305.

63. Jonathan Friedman Consumption and Identity-OPA Taylor & Francis e-Library-First published 1994.

64. Juliana Mansvelt-Geographies of Consumption-SAGE Publications-London -New Delhi-London-UK-First published 2005.

65. John Clammer-Contemporary Urban Japan-A Sociology of Consumption -Blackwell-Massachusetts –USA1997.

66. Jan Hein Furnée ,and Clé Lesger -The Landscape of Consumption Shopping Streets and Cultures in Western Europe, 1600-1900 -PALGRAVE MACMILLAN-New York-USA-First published 2014.

67. Jacqueline Botterill- Consumer Culture and Personal Finance Money Goes to Market-PALGRAVE MACMILLAN London- Uk1st 2010.

68. Jacqueline Botterill-Consumer Culture and Personal Finance Money Goes to Market-PALGRAVE MACMILLAN London-Uk-1st published 2010.

69. John Lukacs -Chapter 2 Sociology of Consumerism: Towards a Theoretical Exploration "In modern world the production of consumption becomes more important than the consumption of production" -p26-78.

70. John Storey- THEORIES OF CONSUMPTION - Routledge- New York- USA. First published 2017.

71. Jon Stobart, Andrew Hann and Victoria Morgan-Spaces of Consumption Leisure and shopping in the English town, c.1680–1830 - Routledge- in Great Britain by The Cromwell Press, - First published 2007.

72. Jennifer Finlayson-urban consumption spaces and practices of women in low-income urban settlements/a case study in Khlong Toey ,Bangkok-a thesis of Masters of Philosophy-Massey University ,New Zealand-2015.

73. J.R. MELLOR-URBAN SOCIOLOGY IN AN URBANIZED SOCIETY-published in 2007 Routledge Taylor & Francis Group-London and New York ,USA-UK.

74. Jan Lin and Christopher Mele-The Urban Sociology Reader Second edition-First published 2005 by Routledge-Taylor & Francis Group-London and New York ,USA-UK.

75. J.R. MELLOR-URBAN SOCIOLOGY IN AN URBANIZED SOCIETY-First published in 1977 this edition published in 2007 -Routledge & Kegan Paul London ,Henley and Boston-printed in Great Britain.

76. Katherine Burnett –commodifying poverty gentrification and consumption in Vancouver’s Downtown Eastside-urban Geography-Routledge Taylor& Francis group-vol 35-n02-2014-pp157-176.

77. Kirsten Gram-Hanssen ,Claus Bech-House ,Home and Identity from a Consumption Perspective-Danielsen-Housing ,Theory and Society Vol. 21 ,No. 1pp-17–26.

78. Kaj Ilmonen -A Social and Economic Theory of Consumption-Translated by David Kivinen-by PALGRAVE MACMILLAN-New York-USA-First published 2011.

79. Keith Hayward-CITY LIMITS: CRIME CONSUMERISM AND THE URBAN EXPERIENCE - Cavendish Publishing-First published in Great Britain 2004.
80. Léna Pellandini Simányi- Consumption Norms and Everyday Ethics- 1st -PALGRAVE MACMILLAN- London-UK-2014.
81. Lizbeth Cohen-Is There an Urban History of Consumption?-JOURNAL OF URBAN HISTORY ,Sage Publications-Vol. 29 No. 2 ,December 2003-pp87-106 DOI: 10.1177/0096144202238869.
82. KIERAN McKEOWN -The Urban Sociology of Manuel Castells: A Critical Examination of the Central Concepts-The Economic and Social Review, Vol 11, No. 4, July 1980, pp. 257-280.
83. Lizzy VAN Leuven -lost in mall an ethnography of middle-class Jakarta in the 1990s -Kilt Press Leiden -Printed in the Netherlands-2011.
84. Louise Crewe and Jonathan Beaverstock-Fashioning the City : Cultures of Consumption in Contemporary Urban Spaces -Vol. 29 ,No. 3 ,pp. 287-308, 1998 ,p291,301.
85. Louis Abadie- Tlemcen Au Passé Retrouvé-Editions Jacques Gandini-1994
86. Maria Francesca Piazzoni -Authenticity Makes the city» how the Authentic affects the production planning for Authenticities—Routledge—New York and London p 154-169.
87. Mike Featherstone-Global Culture Nationalism, Globalization and Modernity- Sage Publications- London-UK-1st1990.
88. Mark Jayne-Cities and Consumption-Routledge-the Taylor & Francis-LONDON and NEW YORK-UK andUSA-2006.

89. Mike Featherstone, Scott Lash -Space of Cultures City, Nation, World-SAGE Publications Ltd-London • Thousand Oaks • New Delhi-UK-1999.
90. Michael Sorkin and Sharon Zukin-After the World Trade Center rethinking New York city-Routledge Taylor & Francis Group – New York\* London-1st2002.
91. Martin Daunton and Matthew Hilton -The Politics of Consumption Material Culture and Citizenship in Europe and America -Berg -New York –USA First published in 2001.
92. Mark Paterson – Consumption and Everyday Life -Routledge-Taylor & Francis Group- New York-USA-1st 2006.
93. Martyn J.Lee-Consumer Culture Reborn The cultural politics of consumption - Routledge-Taylor & Francis e-Library -London and New York-1st 1993.
94. Mohammed Al Dossry- Consumer Culture in Saudi Arabia: A Qualitative Study among Heads of Household- University of Exeter as a Thesis for the degree of Doctor of Philosophy in Sociology -September 2012.
95. Mathotaarachchi, K. P., & Thilakarathna, K. A. A. N. (2021). The Social Structure of the City: A Critical Review of Contributing Sociologists. Current Urban Studies, 9, 181-195.  
<https://doi.org/10.4236/cus.2021.92011> Received: April 29, 2021 Accepted: May 21, 2021
96. Malik Hammer Shamim -IBNE KHALDUN AND HIS THEORIES.
97. Mike Featherstone, Scott Lash -Space of Cultures City, Nation, World-SAGE Publications Ltd- London • Thousand Oaks • New Delhi-UK-1999
98. Mike Savage and Alan Warde -URBAN SOCIOLOGY, CAPITALISM AND MODERNITY- First published 1993 by THE MACMILLAN PRESS -London-UK.

99. Moritz Föllmer-The sociology of individuality and the history of urban society-First published online 12 September 2019-Cambridge University press -Urban History (2020) , 47, 311–326 doi: 10.1017/S0963926819000877.
100. Mark Gottdiener-THE NEW URBAN SOCIOLOGY-Ray Hutchison-Published by Westview Press-2011-4th end-.
101. NDEYAPO NICKANOR ,LAWRENCE KAZEMBE ,and JONATHAN CRUSH AND JEREMY WAGNER -The Supermarket Revolution and Food Security in Namibia -Printed by Print on Demand ,Cape Town-First published 2017.
102. Pierluigi Musarò -Food consumption and urban poverty : an ethnographic study -Italian Sociological Review, 3 (3) , pp. 142-151.
103. PIERRE BOURDIEU-La Distinction Critique sociale du jugement-Pensée sociologique. XXe siècle.
104. Pierre Bourdieu- translated by Richard Nice- Distinction a social critique of Taste- Harvard University Press Combridge, Massachusetts-USA-1st1984.
105. Peter Williams-Nigel Berkeley-Phil Hubbard &-David Clark-Consumption ,exclusion and emotion: the social geographies of shopping-Social & Cultural Geography-Routledge Taylor & Francis Group Vol. 2 ,No. 2, 2001-pp203/220-p204,217.
106. Paul Ransome-Work ,Consumption and Culture Affluence and Social Change in the Twenty-first Century-SAGE Publications-London-UK-1st 2005.
107. Pasi Falk and Colin Campbell -THE SHOPPING EXPERIENCE - SAGE Publications London • Thousand Oaks • New Delhi- London -First published 1997.



108. Prasad Raj Sing, P, R-Consumer Culture and Postmodernism in Postmodern Openings, N°.05 Vol 05-March 2001.
109. Peter Corrigan-The Sociology of Consumption an Introduction- SAGE Publications London-UK- First published 1997.
110. Ramezanali Shoorabi , Monireh Haddad Hassanabadi- Evaluation of process of urban shopping centers' change; Contemplation on substantial change of concepts of shopping and consumption and its reflection in physical space-- INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES -Issue Special -M a r c h 2016- pp 2276/2290.
111. Rob Atkinson ,Graham Moon-Urban Policy in Brittan the City .the State and the Market-London-MACMILLAN PRESS-1994.
112. Rössel ,Jörg ; Schroedter ,Julia H-Cosmopolitan cultural consumption : Preferences and practices in an Heterogenous urban population in Switzerland-2015-pp1/26-DOI : <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.02.009-p03>.
113. Roger Burrows and Catherine Marsh -Consumption and Class Divisions and Change - Palgrave Macmillan- First published in the United State of America in 1992.
114. Rob Shields-LIFESTYLE SHOPPING The Subject of Consumption - by Routledge , London-UK- First published in 1992.
115. Ramezanali Shoorabi , Monireh Haddad Hassanabadi- - Evaluation of process of urban shopping centers' change; Contemplation on substantial change of concepts of shopping and consumption and its reflection in physical space –INTERNATIONAL JO

116. Roberta Sassatelli- *Consumer Culture History, Theory and Politics*- SAGE Publications- London- UK- First published 2007.

117. Roger W. Caves-*Encyclopedia of the City*-Routledge Taylor & Francis Group-London and New York Group.

118. Reza Shaker, Jan Rath- *The coffee scene in Glasgow's West End: On the class practices of the new urban middle classes* -*City, Culture and Society* -Elsevier-20 August 2018-pp 1-7 - <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2018.08.001>.

119. Roger W.Caves -*Encyclopedia of the City* -Routledge-Taylor & Francis Group-LONDON AND NEW YORK-2005.

120. Sharon Zukin - *consuming Authenticity from outposts of difference to means of exclusion* – *cultural studies*-2008 – p724, 748.

121. Sharon Zukin - *changing landscapes of power: opulence and The Urge for Authenticity*-*International Journal of Urban and Regional Research* -pp543, 553.

122. Sharon Zukin – Jennifer Maguire- *consumers and consumption* – *Annual Review of Sociology* - vol 30-2004 pp 173-197.

123. Sharon Zukin and Jennifer Smith Maguire -*Consumers and Consumption*-*Annual Review of Sociology* .Vol. 30 (2004) , pp. 173-197Published by: Annual Reviews Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/29737690>. Accessed : 01/04/2014 07:07.

124. Sharon Zukin-New Retail Capital and Neighborhood Change : Boutiques and Gentrification in New York City -CITY & COMMUNITY-1 March 2009-pp47,64.
125. SHARON ZUKIN-Changing Landscapes of Power: Opulence and the Urge for Authenticity-. International Journal of Urban and Regional Research- Volume 33- June 2009 – pp543-553
126. SINGH, P.,R., Consumer Culture and Postmodernism in Postmodern Openings, Year 2, No. Five, Vol. Five, March, Year 2011.
127. S. Ratneshwar and David Glen Mick-Inside Consumption Consumer motives, goals, and desires- Routledge- published in the Taylor & Francis e-Library - New York- USA- First published 2005-p292,295.
128. Steven Miles-Spaces for Consumption "PLEASURE AND PLACELESSNESS IN THE POST-INDUSTRIAL CITY"-First published 2010-SAGE Publications-London-UK.
129. Suzi Mirgani-Target Markets "International Terrorism Meets Global Capitalism in the Mall"-Collaboration with the Center for International and Regional Studies- Qatar- 2017.
130. Steven Miles-Social Theory in the Real World-First published 2001-SAGE Publications-London-UK.
131. Steven Miles and Ronan Paddison-Urban Consumption : A Historiographical Note - Urban Studies ,Vol. 35 ,Nos. 5-6, 815-823, 1998.
132. Steven Miles ,Alison Anderson and Kevin Meethan-The Changing Consumer : Markets and Meanings -Routledge-London and New York-First published 2002.
133. Steven Miles- Consumerism as a Way of Life-SAGE Publications-London- UK- First published 1998.

134. Sandra Ponzanesi -The Postcolonial Cultural Industry: From Consumption to Distinction-FRAME No. 28.2 DECEMBER 2015 | pp09 – 30.
135. Stanley Blue -CHAPTER 27- The Sociology of Consumption - the Cambridge handbook of sociology, volume 2 -17 May 2018 - pp 265/274.
136. Steve Bruce and Steven Yearley-The Sage Dictionary of Sociology –SAGE Publications- First published 2006-London.
137. Simon Parker-URBAN THEORY AND THE URBAN EXPERIENCE encountering the city- First published 2004-Routledge-London-UK.
138. Sanjay Deshmukh Vice Chancellor. Dr. Ambuja Salgaonkar, Dr. D. Harichandan Incharge -SOCIOLOGY PAPER - VII / VIII URBAN SOCIOLOGY- November-2015 Publisher: Dr. D. Harichandan Professor-Cum-Director IDOL, University Of Mumbai.
139. Social change and social order in rural and urban society chapter two- UNDERSTANDING SOCIETY-pp: 22-49.
140. Tally Katz Gerro-Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy ,Israel , West Germany ,Sweden ,and the United States-Social Forces-Oxford University Press-Vol. 81 , No. 1 (Sep. 2002) , pp. 207-229.
141. Tak wing chan and john h. goldthorpe- Social status and cultural consumption - Introduction.
142. Tubby Isaac's -Disgust and Distinction: The Case of the Jellied Eel, 2008-pp1-30.
143. Tracey Deutsch- Building a Housewife's paradise "Gender, Politics, and American Grocery Stores"- the University of North Carolina Press- 2010- USA.

144. Trudy Ring, Robert M. Salkin, Sharon La Boda -*International Dictionary of Historic Places: Middle East and Africa*-Volume 4- Taylor & Francis- 1994.
145. TED L. NAPIER -RURAL-URBAN DIFFERENCES: MYTH OR REALITY? OHIO AGRICULTURAL RESEARCH AND DEVELOPMENT CENTER Wooster, Ohio- USA- OCTOBER 1973.
146. URBAN SOCIETY- Urban Partnerships Foundation Chapter 3. - pp1, 19
147. Unn Målfrid H. Rolandsen- Leisure and Power in Urban China Everyday life in a Chinese city- Routledge- New York- USA -2011.
148. Wouter Ryckbosch Bmgm -Early Modern Consumption History Current Challenges and Future Perspectives Low Countries Historical Review | Volume 130-1 (2015) | pp. 57-84.
149. Weiwei Zhang (2018) : Consumption ,taste ,and the Economic transition in modern China ,Consumption Markets & Culture ,DOI : 10.1080/10253866.2018.1467316 To Link to This article : <https://doi.org/10.1080/10253866.2018.1467316> Published online : 11 Jun 2018.
150. Xander Olsthoorn and Anna J. Wiczorek-UNDERSTANDING INDUSTRIAL TRANSFORMATION Views from Different Disciplines-ENVIRONMENT & POLICY-VOLUME 44-Springer- Netherlands-2006.

## دليل المقابلة

الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الحضري

دراسة سوسيولوجية بمدينة تلمسان

تحت إشراف الأستاذ:

أ.د. بن تامي رضا

من إعداد الطالبة:

صاولي سلمى

ملاحظة: المعلومات الواردة في هذا الدليل سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي وجمع المعلومات الميدانية.

## المعلومات والبيانات الشخصية:

*الجنس: .....
*السن: .....
*المستوى التعليمي للزوجين: .....
*المهنة للزوجين: .....
*عدد أفراد الأسرة: .....
*مكان الإقامة (اسم الحي): .....

### -المحور الأول: الخصائص السوسيوقتصادية للمستهلكين من الطبقة الوسطى الحضرية

1-ماهي مصادر الدخل والأموال لديكم؟

2-ماذا تملكون كممتلكات شخصية ومنزلية؟

3-كيف تصرفون المال "في مجالات الانفاق؛ الاقتراض، الادخار"؟

4-ماذا تستهلكون كتغذية يومية؟

5-ماهو نوع وأسس علاقاتك الاجتماعية في محيطك؟

6-كيف تقضون أوقات فراغكم؟

### -المحور الثاني: ممارسات وفضاءات الاستهلاك، والاهتمام بالجسد

7-ماهي أسماء المحلات والأماكن المفضلة التي تذهبون إليها وتتسوقون منها عادة في مدينة تلمسان أو خارجها؟

8-ماهي الشروط والمعايير التي يجب أن تتوفر في المنتجات والسلع الاستهلاكية التي تشترونها؟

9-ماهي المعايير المعتمدة لديكم في اختياركم لتلك الأماكن والمحلات التي تتسوقون منها؟

10-كم عدد المرات التي تأكلون فيها خارج المنزل عادة؟

11-كيف تختارون المطاعم التي تفضلونها وتأكلون فيها عادة؟

12-كيف ترى العلاقة والتعامل بين مالك المحل والزبون الحضري وغير الحضري في تلمسان؟

13-كيف تعتنى بجسمك وصحتك داخليا (زيارات الطبيب والتحليل الروتينية) وخارجيا (ممارسة

الرياضة، الوزن والشكل الخارجي)؟

14-ما رأيك بالقيام بتجارب ثقافية واستهلاكية محلية وعالمية جديدة؟

15-ما رأيك بالمقاهي المختلطة بين الجنسين (مقهى جيلاتو كمثال)؟

جدول ترتيب المقابلات "حسب رأس المال الاقتصادي والثقافي"

رقم المقابلة	الجنس	السن (سنة)	المستوى التعليمي		المهنة		عدد أفراد الأسرة
			الزوجة	الزوج	الزوجة	الزوج	
المقابلة 01	ذكر	75	بروفيسور	ليسانس	أستاذ جامعي متقاعد	أستاذة تعليم ثانوي متقاعدة	04
المقابلة 02	أنثى	54	مهندس دولة	بكالوريا	مهندس معماري متقاعد	لا تعمل	04
المقابلة 03	أنثى	36	مهندس دولة	مهندسة دولة وماستر إلكترونيك بيوطبي	تاجر في معدات الإعلام الآلي	مسيرة في مؤسسة خاصة	05
المقابلة 04	أنثى	32	بكالوريا	ماستر تجارة	تاجر	موظفة في البنك	04
المقابلة 05	أنثى	52	مهندس دولة	ليسانس	مهندس مدني	مديرة حضانة	05
المقابلة 06	أنثى	38	كفاءة مهنية في المحاماة، DEUA إعلام آلي، ماستر	ماستر	رئيس مصلحة في	متصرف إداري رئيسي	04



		مؤسسة عمومية					
05	أستاذة تعليم متوسط	رئيس مصلحة	ليسانس	ليسانس	47	ذكر	المقابلة 07
06	طبيبة في مصحة جوارية	مهندس مدني	دكتوراه فالتب	مهندس دولة	45	أنثى	المقابلة 08
03	محامية ومستشارة قانونية في شركة عمومية	تعليم بالقطاع العسكري	ليسانس حقوق وكفاءة مهنية في المحاماة	شهادة تكوين قاعدتي عسكري	42	أنثى	المقابلة 09
04	طبيبة أسنان	مندوب طبي	دكتوراه في طب الأسنان	دكتوراه في الصيدلة	37	أنثى	المقابلة 10
04	أستاذة تعليم ثانوي	أستاذ جامعي	ماستر رياضيات	دكتوراه في علم النفس	37	ذكر	المقابلة 11
05	ممرضة	مهندس مدني	شهادة تمريض	مهندس دولة	37	أنثى	المقابلة 12
03	أستاذة	تاجر	ليسانس	بكالوريا+2	47	أنثى	المقابلة 13
04	إدارية في مصلحة مالية	تاجر	ليسانس	بكالوريا	40	أنثى	المقابلة 14
05	طبيبة في مؤسسة عمومية	مهندس مدني (خاص)	دكتوراه في الطب	مهندس دولة	51	أنثى	المقابلة 15
04	أستاذة تعليم ثانوي متقاعد	أستاذ متقاعد بنصف	ليسانس	ليسانس	67	ذكر	المقابلة 16

		التقاعد وحرفي					
03	لا تعمل	ملحق رئيسي (إضافة لتجارة السيارات)	مهندس دولة	تقني سامي وليسانس حقوق	33	ذكر	المقابلة 17
04	لا تعمل	تاجر	ليسانس بيولوجيا	بكالوريا	41	ذكر	المقابلة 18
04	تاجرة في مواد الحمية والرياضة	غير ثابت	ليسانس في الاقتصاد	مهندس دولة إلكترونتقني	40	أنثى	المقابلة 19
03	إدارية متقاعدة	مقاول متقاعد	بكالوريا	بكالوريا	62	أنثى	المقابلة 20
04	أستاذة جامعية	مدير مركز تكوين مدربين	دكتوراه في علم النفس	ليسانس	38	أنثى	المقابلة 21
04	أخصائية اجتماعية في مؤسسة عمومية	سائق أجرة	ليسانس	ثانوي	43	أنثى	المقابلة 22
04	أخصائية نفسية في مؤسسة عمومية	أخصائي نفسي في مؤسسة عمومية	ماستر علم النفس	ماستر علم النفس	40	أنثى	المقابلة 23
04	بيع عبر الأنترنت	مسؤول عن مخزن نجارة الألمنيوم	ماستر شبكة ونظام اتصالات	ثانوي-تكوين مهني	28	أنثى	المقابلة 24

المقابلة 25	أنثى	46	بكالوريا وشهادة تمرير	بكالوريا	ممرض في المستشفى العمومي	لا تعمل	08
-------------	------	----	-----------------------	----------	--------------------------	---------	----

### ثلاث نماذج من المقابلات الميدانية

#### النموذج 01: "المقابلة الثالثة (إجابات مختلطة بين الفرنسية والعربية استمرت ساعة)"

مصادر الدخل: دخل الزوجين معا أقل قليلا من 200000 دج.

الممتلكات: فيلا عائلية طابق مشترك، أرض للبناء، شقة شخصية، 2سيارات (للعمل وجلب السلع ووحدة للاستعمال اليومي)، كل الضروريات والكماليات موجودة، صالون عصري ومطبخ جاهز، حسابات بنكية، مدخرات للضروريات وشراء الملابس والأحذية في التخفيضات، لا نتعامل بالقروض فهي ربا ومحرمة. أعتقد أن أكل أجدادنا كان صحي أكثر ومرتكز على الخضر، ولازال أكلنا قريبا لأكلهم فمعظمنا نحب الخضر؛ ونركز عليها كثيرا وبشكل أساسي في اعداد كل الوجبات، بالنسبة لي شخصيا أستهلك كل شيء وأحب التجربة والتغيير، بين الأطباق التقليدية والحديثة، أستهلك الخبز وأحيانا أصنعه في المنزل، نصنع أيضا الحلويات التقليدية ونفضلها كالمقروط والقريوش والكعك، وأذكر لك مثلا عن سبب صلابة الكعك لكي يستمر وقتا أطول ويبقى صالحا للاستهلاك، ولازلنا محافظين على الوصفة التقليدية الأصيلة له من أجدادنا، ولا يمكن أن نغير فيه أو نستحدث مكونات جديدة فيه. سابقا كانت صناعة هذه الأكلات والحلويات في الأعياد والمناسبات طريقة لجمع الشمل والالتقاء للعائلة ككل، كانت مناسبات اجتماعية أكثر أما الآن لم يعد هناك من يجتمع لصناعة الحلويات والأطعمة، أما ادراج أكل الحلويات والقاطو في غير العيد جديدة وموضحة حديثة عند الحضر، كان أجدادنا ملتزمين بالتغذية الموسمية والعقلانية ويستهلكون الفواكه في وقتها، لا يرمون ولا ينتجون كثيرا من النفايات، كما أنهم يقومون بتصبير الخضر واللحوم بالتمليح والفواكه للمربي وصنع منتجات مجففة أو معلبة أو مملحة، وكانوا سابقا وحتى الآن بعض الحضر ممن يستهلكون مثلا فطورا مالحا كالخليع بالبيض وهو اللحم المجفف المملح حيث يتم التخلص من الملح بنقعه

جيدا وغسله في الماء، ثم قلبه مع البيض. قبل عشرين سنة لم يكن هناك ثقافة قهوة المساء بالحلويات حتى عند قدوم الضيوف، كانوا يكتفون بالخبز والمربي، نحن نستهلك الحلويات ونحبها كثيرا وأصنعها كثيرا لزوجي وأطفالي بشكل يومي، لست ممن يتبعون حمية منع السكريات، وقهوة المساء بالحلويات عندنا أمر لا جدال فيه، نميل كثيرا للحلويات والطعم الحلو، كما نحب تنوع الأطباق يوميا. نأكل اللحوم بين البيضاء كالدجاج والحمراء غنمية؛ ليس كل يوم لكن غالبا، لكن لا نأكل السمك كثيرا لأن أطفالي لا يحبونه أبدا، والحضر من الطبقة الوسطى لديهم أولويات فالبعض يفضل أن يصرف على الأكل والتغذية الجيدة، وبعضهم يصرف أكثر على أمور أخرى غير الأكل كاللباس والأحذية العطور، الأثاث، المنزل الفخم، اكسسوارات السيارات مثلا، إذا هي مسألة تفضيلات، ولما أشتري أو اخيط فأنا لا أفضل الموضة خاصة في اللباس التقليدي، بل أفضله أصيلا وفخما في أصالته ولونه الموحد، لكي لا تتغير موضته فأرميه، بل يظل صالحا كل الأوقات وأنيقا، لما أشتري أيضا ملابس غالية فأنا أتبع الكلاسيكي، وليس نفس الشيء مع الملابس غير الغالية جدا، والتي يمكنني تغييرها كل وقت، فالموضة الغالية كل وقت يعني تبذيرا و اسراف للمال. أصرف على تلك الملابس الكثير لكي تستمر أكثر دون تغير موضتها واهترائها، فأشتري القماش الأفضل واللون الموحد والبسيط، وأبتعد عن الألوان الفاقعة والتفصيل غير الكلاسيكي، (حاجة همية تشد ومترواحش موضتها)، وحتى لو قمت بعد عشر سنوات بتعديلات عليها ستكون شكلية وبسيطة، لكن قماشها وتفصيلها ومكوناتها أصلية وذات جودة رفيعة، ومن يهتم بالموضة ويغير باستمرار ملابسه لمواكبتها فهو غالبا ليس من الحضر "الشبعانين"، بل هو من "الشعبة الجديدة"، ويحاول اتباع المظاهر فهم يسعون دوما للظهور، وذلك لنقص فيه وليس لأنه يملك المال أو أنه متذوق وخبير في الموضة بل لا يفهم فيها، والغني الذي عاش منذ وجوده نمط حياة ممتاز تجدونه غير متحمس بل رافض لإظهار نفسه ومتواضع أكثر "شبعان من بكري"، أنا أحب العقلانية دوما.

بالنسبة لاختياري للمحلات فأنا أحب الدخول لكل أنواع المحلات وتجربتها، ثم أميز ما إن كان مناسباً ويعجبني أم لا وهل يناسب ذوقي، أنا شخصيا ليس لدي ثقافة الدخول لمحلات يدخلها الحضر فقط، ولا

أتجنب الاحتكاك بغير الحضر؛ لكن شريحة لا بأس بها من الحضر لديهم تلك المبادئ كأن لا يذهبوا لمحلات فيها غير الحضر وذوي المستوى الاجتماعي الأقل منهم، رغم عدم اعترافهم بذلك مباشرة ربما بالتصرفات والنظرات.

لأنني عاملة ومشغولة جدا طوال الوقت فليس لدي وقت لأخرج أصلا أو لأتجول كثيرا في المحلات، فوجدت بديلا وهي المواقع والانترنت، أفضل طبعا جودة وماركة عالمية بطابع بسيط وسعر جيد؛ سلع من ماركات اسبانية فرنسية وتركية أوروبية عموما، وأرفض الماركة الآسيوية كالصينية والبنغلاديشية، فأتابع الصفحات مثلا للمحلات على الفيسبوك، عند عرضهم خصومات وتزييلات فمثلا قبل بضعة أيام محل مقابل لمنزلي وضع تزييلات على صفحته لسترات ثمنها 100 أورو في ماركة Zara، وأنا اعرف ثمنها قبل وبعد التخفيض وأطلع على الانترنت على أسعارها، تجدنيهم في كل أنحاء العالم بذلك الثمن، حتى في المركز التجاري السانية في وهران أسعارهم ثابتة في كل العالم، فاعتنمت الفرصة للتخفيض لثمنها إلى النصف، واشترت منها، والحضر كثيرا ما يذهبون إلى ذلك المركز التجاري في وهران والعاصمة أيضا، وأنا شخصيا أذهب إليه كثيرا للشراء في موسم التخفيضات لأطفالي، كما أنني أميز جيدا النوعية والثمن الذي تستحقه السلع، فأعتمد فرص التخفيضات عليها، لأنها منتجات ذات جودة عالية، قد يراها الانسان العادي غالية الثمن جدا، لكن جودتها ونوعيتها الرفيعة تستحق ذلك الثمن والتخفيض للنصف هو شيء كبير يجب استغلاله. بعد شرائي في موسم التخفيضات أقدم توصياتي لأقاربي؛ وكثير منهم يشتري ويستفيد وكذلك الأمر بالنسبة لهم، يعلمون الجميع بوجود تلك التخفيضات خاصة في سلع فخمة وأنيقة، ولدينا مجموعة مسنجر نتشارك فيها تلك الخبرات والآراء، فالحضر غالبا ذوقهم رفيع ومتشابه، ولأن أغلبنا مشغولون ويحتاجون لاختصار الوقت وتبادل المعلومات. لدي تسوق سنوي في موسم التخفيضات على الملابس الأحذية، الحقائب وغيرها أستغل فيه تخفيضات الماركات العالمية وأذهب لمراكز تسوق كالسانية في وهران أو باب الزوار في العاصمة. يهمني السعر كثيرا لكن في سلع ذات جودة رفيعة وماركة عالمية، أنا لا أشتري أيا كان لذلك أتبع مواسم التخفيضات في الماركات العريقة، إذ هي في مواسم التخفيضات لتلك المراكز في وهران

مثلا الغالبية العظمى من الحضر ستجيدونهم هناك، بالنسبة للمحلات في تلمسان لدي بعض المحلات التي تباع الماركات الأصلية، كمحل 911 للملابس يبيع ماركات عالمية صناعة أوروبية، كما أشتري لأطفالي في موسم التخفيضات ملابس وأحذية أكبر قليلا منهم للسنة القادمة، ودائما نظرتي للبعيد لأن شراء ملابس في أوقات المناسبات والدخول المدرسي يعني أنك ستشترتها بثمان مرتفع، فأستغل فرصة التخفيضات وأشتري مسبقا الملابس وحتى الأحذية، وأغلب الحضر مثلي في تفكيرهم، من لا يفعل ذلك منهم يكون لديه سبب وهو نقص الموارد المادية في مواسم تلك التخفيضات، فليس الجميع يملكون المال الزائد طوال الوقت؛ لكني شخصيا أدخر لتلك الظروف. أنا شخصيا أسير جيدا المدخول وأقسمه وأخطط وأحسب لكل شيء، لكي أتجنب القروض والاستدانة وأمشي حسب مقدورنا ومستوانا.

بالنسبة للمطاعم التي أكل فيها في تلمسان: L'équinoxe ; Paradis ; الأكل عندهم ممتاز ونظيف، عندما تدخل إليهم لا تشم رائحة الزيوت والأوساخ، لا أستطيع الدخول لمطعم فيه تلك الروائح وغير نظيف، أحيانا نذهب للبوقيه في فندق Renaissance، في الحالات العادية نأكل مرة أسبوعيا خارج المنزل كل جمعة، لكن مع كورونا صرنا نرهب كثيرا الدخول والاختلاط، ولدينا نسبة مالية تقدر ب 3000 دج تقريبا لكل خرجة، أحب أن أحسب لكل شيء، وأحيانا عندما نرغب التغيير تلك المخصصات قد نستثمرها في تجربة جديدة لكن في المنزل، كحفلات الشواء في المنزل مع العائلة الكبيرة لزوجي، ومطعم Le Jadik بالرمشي رأيت صفحته على الفيسبوك وجربته والتقيت حتى بتلمسانيين من الحضر هناك.

أحب كثيرا تجربة كل جديد سواء مطاعم محلية أو عالمية ولدي شغف كبير بذلك، أحب أن أقيم التجارب وأحكم على تلك المطاعم والمحلات بنفسي، لأقرر إعادة التجربة أو لا، قد أحكم فقط إذا شممت رائحة غير مرغوبة أو قائمة أكل غير مميزة ربما من الخارج فقط قد أحكم مباشرة بعدم دخولي أصلا للتجربة من المظهر الروائح والنظافة، ربما طريقة عمل الطباخ ونوع الخدمة المقدمة أو منظرولون الزيت المستعمل، زوجي ليس صارما جدا في هذه المعايير لأنه يتنقل باستمرار وعندما يكون متنقلا لمدن أخرى وليس لديه وقت، فيقبل بالموجود وأغلب الرجال غير صارمين في الحكم؛ خاصة النظافة مقارنة بالنساء الحضريات.

أخرج كثيرا مع صديقاتي ونذهب للمقاهي وليس لدي مشكلة في دخول مقهى، لكن مقهى جيلاتو تحديدا لا أذهب إليه لأنه في حيناً؛ وأنا لا يمكن أن أكل أو أشرب قهوة ومعارفي يرونني هناك (الحرمة والحشمة)، غالبا من يأكل فيها ليس من الحي بل من خارجه، قد أشتري منه وأخذ للمنزل حلوى أو مرطبات. مالكو المحلات لا يتعاملون مع الزبون كحضري أو غير حضري رغم أنهم يميزونهم جيدا، كان ذلك سابقا أما الآن لم يعد الأمر كذلك أبدا فالمهم أن يبيعوا ويربحوا.

ليس لدي كثيرا من أوقات الفراغ أحب القراءة وسماع موسيقى كلاسيكية، أو تصفح الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، لا أتسوق لقضاء وقت الفراغ، لا أحب الخروج كثيرا والبقاء مع أطفالي أفضل، لكن توجد شريحة من النساء يحببن "الشوينغ" هن بشكل عام غير عاملات وماكثات في البيت، ويملكن وقت فراغ كثير.

سكان حي بيروانة كانوا حضر أثرياء أبا عن جد، لكن سكان حي الدالية كانوا سابقا من الحضر لكن من الطبقة الكادحة، ثم تاجروا في الاراضي والعقارات فصاروا اثرياء؛ وثناءهم ليس من الورث والاملاك، بل باعوا اراضي للأثرياء الحضر الذين اشترى عليهم والقادمين من وسط المدينة والاحياء المجاورة لها، واصبحوا الطبقة الوسطى الجديدة، فمنزلي الحالي عائلي اشتراه أول مرة والد زوجي وكان من طبقة وسطى، فبناه بطابع عادي ومتوسط لكن الثمن ارتفع أكثر من عشر أضعاف؛ بسبب كون الحي أصبح راقى ومطلوب للسكن فيه من قبل الوسطى العليا والثرية، وموضع المنزل تحديدا في الشارع الرئيسي للحي يمكن أن يدر أرباح طائلة إذا تم بيعه، فوضعية حي الدالية في اخر 15 سنة تغير تماما بعدما كان حي للعمال والطبقات الكادحة؛ أصبح حي راقى ومعظم سكانه أثرياء، الحي ومحلاته كانت خاصة جدا بالأثرياء لكن افتتاح مقاهي جديدة في الحي جعل الغرباء يدخلون إليه من كل مكان، فأصبحت المحلات للحضر ولغيرهم من ممن يمكنهم تحمل تكاليف المنتجات التي تبيعها المحلات، مالكو المحلات تغيرت توجهاتهم كثيرا بعدما كانوا في السابق يتعاملون مع الحضر أصبح هدفهم البيع وأن تكون ارباحهم أكبر، ربما صاروا يفضلون التعامل مع الحضر فقط للنسب والزواج أو العلاقات الاجتماعية القرابية، أما التجارة فمريح التجار صار مع غير الحضر والمهم

أن يبيعوا، الحضر يعرفون مصطلحهم ( تضحك) وليس بالضرورة أن يشتروا سلعا فخمة وغالية، حتى لو كانوا أثرياء، وليس مثل غير الحضر يدفعون مالا أكثر للبريستيج والظهور وحصول القبول لهم.

نميز الحضر ببساطة (عندنا les traits du visage نميزو بهم ونجمو حتى نعرفو من أي عائلة فقط من خلال الملامح واللون حاجة نكتسبوها من صغرنا، التمييز هذا على حسب الشكل تع الوجه والشعر، الهيئة اللهجة طريقة اللباس؛ التصرفات وحتى الصوت، كون نشوف حضري نقدر حتى نقترب من أي عائلة حضرية هو). نُصاب كثيرا بالأمراض الوراثية بسبب التزاوج بين أفراد العائلة؛ أمراض الدم وحتى نصل إلى الامراض العقلية المتوارثة، اذا أصبح من الاحسن التباعد في الزواج ونبقى في نطاق الحضر بشكل عام؛ حتى ولو ليسوا من العائلة الأساسية، جد والدتي بن عودة حاج سليمان من أول التجار وصناع في بيع الزرابي ليس فقط في تلمسان بل الجزائر ككل، كان من أكبر الاثرياء في تلمسان من المختصين في بيع الزربية، وكذلك عائلة والدي أثرياء جدا وكانوا أيضا تجارا، الاثرياء عموما كانوا تجار ولديهم الصنعة والحرفة، وكان ابنه عبد الله حاج سليمان أول محامي في تلمسان قديما، كانت عائلة والدتي مثقفة ودرسوا مع الفرنسيين ولديهم ثقافة أوروبية، وحتى نفس أسلوب العيش، أما والدة والدي كازي ثاني، وعائلة هدام الاخوة التجار الذين هاجروا في تجارة إلى مغنية أيضا كانوا من أكبر الاثرياء في تلمسان، فأنا في أصلي من جهة والدتي ووالدي أثرياء، ومنهم من كان أول المصدرين للزرابي في باريس بفرنسا، وأغلبهم تزوجوا من أوروبيات، بالنسبة لجدنا حاج سليمان كانت ثروته من التجارة يستغلها بشراء العقارات وأغلب عقارات ومتاجر وسط المدينة ودرب سيدي حامد من أملاكه، فورث أبنائه وبعده الأحفاد تلك الثروات الطائلة. بالنسبة لأبنائه الأربعة ممن عاشوا في فرنسا ولم يرجعوا غضب عليهم والدهم وضاعت معظم ثروتهم، أما الذين بقوا في تلمسان فلا زالوا إلى اليوم من أثرياء تلمسان، بالنسبة لنمط عيشه كان عقلانيا ومعيشتهم بسيطة لأبعد الحدود، ومقتصدون جدا، ومعظم الأثرياء جمعوا ثروتهم بسبب نمط عيشهم العقلاني وعدم تبذيرهم واقتصادهم الشديد، أما أولاده ممن بقوا في تلمسان أخذوا العبرة من اخوتهم الذين بذروا وأظهروا ثروتهم فضاع منهم كل شيء؛ ومعظم الحضر التلمسانيين يعرفون قصتهم وأخذوا العبرة منهم، لذا نجدهم



يعكفون على عدم اظهار مظاهر البذخ والتقشف والزهد، كما احترام رأي كبير العائلة وعدم اغضابه والذي بشكل عام لديه خبرة أكثر ويعرف مصلحة الصغير، وهذه عادات متوارثة بين أثرياء تلمسان لتجنب حدوث ما حدث لأبناء حاج سليمان، وقيم منتشرة وسط الحضربأن من لا يعيش ببساطة ويتزهد في حياته ويخالف الكبير ويبذر فسينهي حياته فقيرا، وعبرة لكل من يظهر ويتفاخر بالثروة، فالحضري الأصيل أسلوب عيشه جد بسيط، فقط المرفهون الجدد الذين لم يعيشوا سابقا في العز والرفاهية من يظهرون أنفسهم وثرواتهم وأمالهم وعيشتهم متكلفة ومصطنعة لجذب النظر والتفاخر. رغم أنهم بسطاء لكنهم يفضلون شراء منتجات ذات جودة عالية وبسيطة في مظهرها لتدوم وقتا أطول، ولديهم ذوق رفيع ومميز، لكن يستطيعون تمييز أصالة وسعر المنتجات الفعلية، وحذقون بحيث لا يمكن أن يُخدعوا أو يدفعوا في شيء أكثر من حقه حتى ولو كان مميزا جدا، وهي خبرة تربوا عليها من الصغرتك القدرة الكبيرة في التمييز وتقييم الأشياء بقيمتها الأصلية، لكن غير الحضري يدفع أيا ما يكن الثمن إن كان لديه المال خاصة "الشبعة الجديدة"، فيستطيعون تمييز المعادن والمجوهرات وأصالتها. الحضري يتجول جيدا ويسأل جيدا قبل أن يقرر شراء منتج ما، وربما قد يميز أيضا أي عائلة صنعت مثل تلك المجوهرات ومدى جودتها وأصالتها، هي خبرة لا يملكها غير الحضري بحكم أنه غريب عن المدينة وعن أسلوب العيش فيها. "والأثرياء الجدد المتسلقون يشتررون من عائلات حضرية عريقة في التجارة؛ ليس لأنه متذوق أو خبير بل لكي يُظهر محاكاته وتقليده لأسلوب الحياة الحضرية الخاصة بالحضر الأصليين".

بالنسبة لي شخصا قبل زواجي كنت من عائلة تلمسانية حضرية ثرية؛ لكن بعد زواجي المستوى الاقتصادي والاجتماعي انخفض قليلا، فزوجي من طبقة وسطى وليس ثرية، في عائلتنا كنا منفتحين كثيرا لأننا خرجنا من تلمسان في مرحلة زمنية معينة وتعايشنا مع ناس غير الحضري، من يبقى من الحضري في تلمسان تبقى عقليته منغلقة أكثر اتجاه الغرباء و"البرانية"، وهذا الخروج جعل كثيرا من أفراد عائلتنا يتزوجون من غير الحضري، أما ذلك بالنسبة للحضر الذين لم يغادروا ابدا تلمسان فذلك الأمر أكثر من

مرفوض حتى في الأجيال الجديدة؛ يبقون منغلقيين أكثر في علاقاتهم وزواجهم فقط منحصر في الحضر، ويعتقدون كثيرا بأن زواجهم بغير الحضري يعني فشل الزواج والعلاقة.

أذهب للطبيب أحيانا ليس دائما لكني اهتم بجسمي وجمالي ووزني، كما أننا نمارس الرياضة في

الصالة.

## النموذج 02: "المقابلة الخامسة (إجاباتها بالفرنسية استمرت تقريبا ساعة كاملة في مقر عملها)"

مصادر الدخل: دخل الزوجين معا (يفوق بكثير 50000 دج).

الممتلكات: شقة F4، سيارة، حضانة، كل الضروريات والكماليات موجودة في المنزل حتى آلة غسل الأواني بحكم أنني عاملة، لا نملك حساب بنكي ولا قروض، أدخر طبعا للضرورة والسفر ولشراء منتجات قد تعجيني.

بالنسبة لنوعية التغذية لدينا تختلف من وقت لآخر، أحيانا لا أتبع تماما غذاء صحي، لكن مؤخرا صرت أتبع الأكل الصحي أكثر لصحتي وجسمي، لكن لا يعني ذلك أنني كنت أهمل تماما التغذية الصحية سابقا (من بكري كنت نحاول على روعي ومنخلش روعي)، أنا أستهلك كثيرا في جوانب غير الأكل ولست مقتصدة لكن (منحبش نضيع فالماكلة)، فالخبز مثلا إن بقي منه بقايا أقصه على أجزاء بالزبدة أو الجبن في الفرن، أكلنا متنوع بين الخضر الموالح، الشوربات، اللحوم والأسماك والدجاج؛ وحتى المعجنات، مؤخرا لا نستهلك المعجنات في نظامنا الغذائي لأسباب صحية، وطبعا الأطباق متنوعة بين تقليدية وعصرية، نحب التنوع والتغيير باستمرار.

لدي علاقات اجتماعية بحكم عملي، كما أفضل العلاقات العائلية أكثر خاصة مع اخوتي، رغم أن كل واحد مشغول بعمله وحياته وأموره الخاصة، فصارت العلاقات الاجتماعية نادرة إلا في المناسبات أو الأعراس.

المحلات التي أذهب إليها متنوعة وكلها فخمة (Lux)، أحب الشيك والفخامة فيما أشتريه والجودة الرفيعة للسلع والمراكات العالمية، لدى أختي في القلعة محل تبيع فيه ملابس فخمة، أقتني منه ملابس. لا

أعتقد أن التاجر يعامل الزبون على أساس أنه حضري أو غير حضري كان ذلك سابقا، الآن المهم أن يبيع ما لديه.

أحب منتجات فخمة وذات جودة عالية (نحب حاجة وحدة LUX خير من عشرة مذرحين)، لكن طبعا السعر مقبول وليس مرتفع جدا (تضحك؛ إذا شابة ورخيصة علاش لا)، لا أحب المحلات التي تبيع سلع رخيصة وذات نوعية رديئة والتي يشتري منها العامة، أحب التفرد في لباسي وذوقي ولا ألبس ما هو منتشر، والأهم أن يكون ذو جودة عالية وماركة، ربما قد أتساهل في ملابس النوم والمنزل واشتري لباسا عاديا وغير فخم كثيرا، الحضر يحبون الجودة الرفيعة والسعر مناسب وإذا كان رخيص فأحسن، أما ملابس العمل والمناسبات خاصة جهاز الأعراس أفضل أن تكون فخمة جدا، أغلب منتجاتي أوروبية فرنسية وإسبانية المنشأ وقليل تركية، لكني لا ألبس منتجات صينية رخيصة ورديئة.

أسافر منذ صغري خارج الوطن عموما إلى إسبانيا وفرنسا، ربما مرة أو مرتين كل سنة، أدخر كثيرا من نقودي لتلك الخرجات وللسفر والتسوق باستمرار من هناك. ليس لدي الكثير من أوقات الفراغ، إن وجدت واحتجت الأغراض أتسوق وربما أتسوق لأرى فقط الجديد، وربما أمارس الرياضة أو أقرأ في مجال عملي، وإلا فأنا أبقى مع عائلتي واجتمع بهم وقد نخرج للتنزه في عطلة نهاية الأسبوع؛ وقد نتنقل لأماكن أخرى أو نجرب أكلات ومطاعم جديدة خاصة خارج المدينة.

أجرب أشياء جديدة من ثقافات عالمية عندما أكون في عطلة خارج الوطن، ولا مانع إن وجدت وفتحت مطاعم من ثقافات أخرى؛ أجربها طبعا وأحكم لأقرر نوع التجربة وإمكانية اعادتها.

لا أكل كثيرا خارج المنزل ربما مرة أو مرتين في الشهر، أفضل أن أكل في المنزل أكلي ربما من أجل التغيير أحيانا نخرج لكن ليس دائما؛ خاصة بعد اجتياح وباء كورونا لم نعد نأكل خارجا، آخر مرة ذهبت إلى مطعم Paradis في الدالية، أحيانا عندما أكون متعبة ولا أرغب بأن أطبخ نطلب أكلا جاهزا بخدمة التوصيل وأطفالي يحبون استعمال الديليفري أحيانا ألبى طلبهم ونطلب الأكل، فقط في حال كسر الروتين أو تعبي من العمل.

يهمني التعامل الجيد والخدمة الجيدة من صاحب المحل أو المطعم الذي أذهب إليه، لا يهم السعر كثيرا إن كانت التجربة جديدة وكانت "القعدة شابة"، وخاصة إذا كان سعر الوجبة مقاربا لتكلفة تحضيرها في البيت، وأنا معتادة على حساب تكلفة الوجبات التي أعدها في المنزل وأستطيع التقرير إن كان ثمن الوجبة في المطعم معقولا فأتناولها خارجا على سبيل التغيير.

أعني بجسمي لكي لا أمارس الرياضة منذ افتتاحي للحضانة صرت مربوطة بها ولا أستطيع التحرك كثيرا، أقوم بالتحاليل الروتينية أحيانا وأذهب للطبيب أنا وأطفالي من وقت لآخر، واهتم كثيرا بشكلي الخارجي وهيئتي ونظافتي أنا وأطفالي، الصورة الداخلية والخارجية مهمة جدا.

زوجي من يتسوق من السوق الكبير بالنسبة للخضر فأنا محبة جدا لكل ما هو أخضر في الخضر، "الخبيز، السلق، السبانخ..."

أنا تربيت وكبرت خارج تلمسان بمغنية، أجدادي كانت لديهم تجارة في مغنية فرحلوا اليها لكنهم في الأصل من الحضرة القدامى في تلمسان "ومجدرين"، كانوا يسكنون تحديدا في راس البحر في الدروب القديمة للمدينة القديمة، ثم انفجرت قبلة أودت بمعظم المنازل من جهة باب زير، وعائلة هدام وبن يلس موريسكيون جاؤوا من الأندلس، نحن بصدد انجاز شجرة العائلة وتكفل ابن عمي بإنجازها، كل العائلات التلمسانية تحب البحث في شجرة العائلة أما والدتي بوكلي فهي من أصل تركي، اعتقد أن ميول الحضرة ارستقراطية أكثر كبرت بعيدا عن تلمسان ويعجبني سكان الأحواز، كان هناك سابقا تفريق في التعامل بين الزبون الحضري والحوزي لكن الآن لا أعتقد، الحوز طيبون وكرماء أكثر، نجد في كثير من الحضرة العنصرية ضد من هم غير حضريين.

أعرف مقهى جيلاتو ولا مشكلة لدينا في الذهاب إلى المقاهي فنحن منفتحون، لكي لا أذهب إليها كثيرا بسبب أنني مشغولة وأعمل باستمرار، ليس لدي مشكلة في نوع المكان ومن يذهب إليه المهم أينما أكون أنا مرتاحة، والأهم أن تكون أماكن نظيفة من جميع النواحي ومنظمة.

**النموذج 03 "المقابلة 16 (إجابات معظمها بالفرنسية استمرت ساعتين في حديقة عمومية)"**

مصادر الدخل: دخل الزوجين معا يفوق 50000 دج.

الممتلكات: فيلا، سيارة (باعها قبل المقابلة بوقت قصير)، محل وجبات سريعة للطلاب (مغلق مؤقتا)،

كل الضروريات وبعض الكماليات،

الزوجة: متقاعدة من الإدارة في التعليم أنا درست بيولوجيا وقمت بدورة تكوين أساتذة سابقا، كانت

لدي سيارة Berlingo.

كان الحضر منقسمين إلى جداريين (مجدرين)، وقراغلة أو عصملي؛ وحوز خارج أسوار تلمسان.

الحضري يعني الساكن الاصيلي في المدينة وعمله التجارة والصناعة وليس الفلاحة أو الرعي، الحضري

والتلمسانيون الأصليون يملكون بشرة فاتحة واشكال وجوههم يمكن تمييزها عن الحوز، فهم يشبهون

الأوروبيون، يتقنون الفرنسية جيدا أنا تعلمت الفرنسية من صغري من عند زوجة خالي، ولم تكن متعلمة

لأنها عايشت الفرنسيين كثيرا. أنا أتحدث أربعة لغات جيدا وأتقنها كلاما وكتابة وهي الفرنسية العربية

الانجليزية والاسبانية، أصولنا حضرية عربية وأصولنا علويين من فاس، وابناء عمومتي لا يزالون في فاس،

لكن لدينا اختلاط جيني بالكراغلة من جهة والدتي. كان لباس الطاقية فوق الراس للنساء أمر معتاد ولا

تنزعه إلا عند الاستحمام حتى أنها تنام بها، ثم تطورت تلك الشدة للحياة اليومية إلى وضع المجوهرات

والذهب فوقها، كانت النساء الحضريات يحبن الذهب ويجمعنه كثيرا للشدائد، يقولون " الحدايد

للشدايد"، وأزواجهن بما أنهم تجار كانوا يجلبون الذهب لهم من مالي والجنوب عبر طريق الذهب، ثم أصبح

جمع سلاسل ومجوهرات الذهب مظهر للتباهي واطهاره في المناسبات، فترتدي الواحدة منهن زروفا وتحاكمها

الثانية بإثنين، ثم زوجة الأغنى بثلاثة زراريف أو أربعة، وهكذا يزداد عددها فوق الطاقية، لأن أصبح لباس

الشدة الحالي مكسي بتلك الطريقة من المجوهرات والذهب الكثير، كمظهر تفاخري في المناسبات والأعراس

وتنافس بين النساء لإظهار مركزهن وثروات أزواجهن وعائلاتهن snobisme ، ونفس الشيء للأساور كن

يتنافسن فيمن ستضع أكبر عدد من الأساور الذهبية فكانت النساء تغطين أنفسهن بالجواهر والزراريف

والأساور والحلق المميز بالشدة والقلائد المتدللية والكثيرة.

لغة الحضر مميزة ويعرفون مواضع نطق حرف القاف والألف، يعرفها فقط التلمسانيون الأصليون لأنهم كبروا في المدينة ويعرفون المواضع الأصلية، أما غير الحضري والذي يحاول التحدث بالحضرية يقلب كل موضع لحرف القاف وينطقه همزة، وهذا غير صحيح فكثير من الكلمات ننطقها بالقاف العربية، كان الحضر في الأصل عرب ينطقون كلماتهم كلها بالقاف وليس الهمزة لكن في مرحلة تاريخية سابقا في عهد بني عبد الواد. وصلت حاضرة تلمسان لأوج تطورها وعرفوا أن المدن العربية والاسلامية المتحضرة لغتها أنعم تسمى ترقق اللغة، وذكرها ابن خلدون في وصفه للغة اهل الحواضر بكونها ناعمة على لغة غير الحضر الخشنة. وحرف القاف في كثير من المواضع يقلب همزة في الحضرية، ومن هناك انتشر قلب حرف القاف همزة في كلمات مميزة؛ يعرفها الأصلي الذي كبر وتربى داخل حدود جدران المدينة، لأنهم يتحدثونها في حياتهم اليومية ويتعودون، أما غير الحضري فهو لا يعرف مواضع القاف والهمزة لأنه لم يتعود ولم يكبر وسط الحضر الأصليين، فيقلب كل مواضع القاف إلى همزة ومنها نكشف الساكن الأصلي من غير الأصلي، وحرف الثاء غالبا ينطق تاء في الحضرية. أستطيع من ملامح ولهجة المتحدث أن أميزه من أي عائلة حضرية في تلمسان أو إن كان حوزي، الأتراك في تلمسان يستعملون بندي بدل بن لتمييز أنفسهم في ألقابهم، عكس الحضر العرب والأمازيغ يستعملون بن في بداية بعض ألقابهم، كما يوجد علاقة بين حضر تلمسان وحضر ندرومة لتقارب أساليب العيش والتفكير، والحضر معروفون بكونهم مثقفين معظمهم متعلمون، وايضا يتميزون بذكائهم والحيلة وتمييز الأصلي من المنتجات من المقلد والمغشوش، أحواز تلمسان كانت مناطق محيطة مثل أغادير وعين الحوت... الخ لكن الآن لم تعد أحواز واندمجت مع المدينة بعد سقوط الجدران، ولغة الحوز عربية أصيلة.

يوجد كثير من الدروب منها درب السنسلة حيث كبرت وتربت فيها، وتحديدًا في قاع الشكارة، درب قطوط، درب النعيجة، درب مسوفة بناه الامازيغ السود "إيمسجان"، درب سيدي عمران، الحجامين، درب أولاد الإمام، الحرطانية تعني السمر والحرطون كان حوز وفرنسا بنته، كانت تلمسان محاطة بوديان مثل واد وسيقن عند باب وهران أو مشكانة، أسوار تلمسان هدمت تقريبا قبل ثلاثين سنة من الآن، واتذكرها

جيدا وكيف كانت محاطة بالمدينة، أجدادي وأعمام أبي كانوا يتحدثون لغة حضرية عربية أصيلة أكثر من لغتنا الحالية، حتى في حياتهم اليومية تبدو لغتهم عربية فصحي وليست عامية كالآن، حتى النساء يتحدثن الفصحى ويحفظن القرآن رغم أنهن غير متعلمات في المدارس، أما الأتراك لغتهم فصيحة لكن يبدو في لكتهم أنهم غير عرب، نتناسب ونتزوج مع الأتراك ومع بعض الأحواز.

من صغري أتذكر أنهم كانوا يأكلون وجبات جد بسيطة، الحضر العرب لم يكونوا أثرياء لكن الأتراك كانوا أغنى منهم؛ وأكثر انفتاحا في ثقافتهم على الأوروبي. كان الحضر العرب طبقة كادحة قديما، ومقتصدين في معيشتهم، لكن الأتراك تعلموا واندمجوا كثيرا مع الأوروبيين. في تلمسان قديما يتحدثون الأمازيغية وهي تعني مدينة العيون بالأمازيغية، وبومارية قديما تعني البساتين وما زالت آثار النوميديين موجودة إلى اليوم في تلمسان، أما ندرومة تعني ندروما أي نظير أو تعادل وتشبه روما قديما. لما دخل الاحتلال الفرنسي الأتراك اندمجوا كثيرا تعلموا مع الفرنسيين، وأصبحوا حتى موظفين وشرطة في تلمسان في عهد الاحتلال الفرنسي، أما القراغلة أو العصملي نصف تركي والنصف الثاني عربي؛ كانوا أثري لأنهم استولوا على معظم الأراضي الخصبة في تلمسان، وكانوا أعلى مرتبة من الحضر العرب الذين يمثلون الطبقة الكادحة والفقيرة، لكن ليس أعلى شأنًا من الأتراك الحاكمين للسلطة. أما بودغن كانت ملكا للعائلة التركية بودرن والتي تعني البذور بالتركية، ثم نزع إليها العروبية من الحوز والاعراش؛ ليكونوا أقرب لوسط المدينة ليعملوا. بنوا في البداية فيها منازل بسيطة ثم أصبحت الآن حيا كبيرا وتابعا لتلمسان، لكن قبل وقت ليس بالطويل لم يكن موجودا ابدا وأنا أتذكر كيف كان فارغا ومليئا بالصخور، ثم أصبح حيا هامشيا مليئا بالآفات الاجتماعية وخطيرا للتجوال فيه ومعروفون بكراهيتهم لكل حضري، ويعتبرون كل متحدث بالهمزة بدل القاف حضريا. يسمون الحضر إجمالا أتراك فلا يميزون وجود فروقات بين الحضر، نعامل الآن كحضر غرباء في مدينة تلمسان الحديثة. سكن كثير من غير الحضر تلمسان فكسروا وخرّبوا في المنازل الأصيلة التي اشتروها من الحضر، وخرّبوا في العمران الحضري القديم والأصيل. يتحججون بكونها ليست لهم ويتعاملون معها بعقلية البايك؛ ما ليس لي أفعل به ما أريد ولا أحافظ عليه، كما أنهم يرمون القمامة في أي مكان، التلمسانيون الأصليون

خرجوا من تلمسان وتركوا إرثهم وراءهم، وسكنوا أحياء محيطة بالمدينة مثل الدالية وبيروانة، واشتروا فيها اراضي وبنوا فيها منازل وفيلات، لا يوجد تلمسانيون حضر أصليين الان في مركز المدينة، ربما واحد في كل ألف ساكن لوسط المدينة. الحضري معروف بالنظافة وغادر أغلبهم بسبب إما الإرث؛ أو انهيار السكنات، أو عدم تقبلهم وتعایشهم مع السكان الجدد الذين جلبوا صفات دخيلة وغير مقبولة في ثقافة الحضري، كالسرقة والغش، ورمي الاوساخ والكلام غير المتحضر، لأنهم ليسوا أبناء المنطقة بل غرباء فيها. العقلية متناقصة اذ لا يناسبونهم ولا يتزوجون منهم، الحضري غالبا يضع حاجزا مع الغرباء والأجانب؛ لاختلاف ثقافتهم وعدم تقبلهم ليس كعنصرية، بل عدم توافق طباع وسلوكات. تربي الحضري على الحشمة والصوت المنخفض واحترام الآداب والقوانين، وزرع النباتات في المنازل وخارجها؛ والحفاظ على البيئة بعدم رمي الأوساخ، وهذه صفات موجودة منذ قرون، لكن للأسف أبناء الحضر وأحفادهم من الأجيال الحالية تغيرت عقليتهم، وصاروا منطويين وأقل تقديرا لذاتهم وأقل ثقة بثقافتهم، عاداتهم وحتى لهجتهم، فتخلوا على كثير من العوائد الحضرية الأصيلة لتجنب تهميشهم من الغرباء الذين أصبحوا أغلبية، وتغلبت ثقافتهم على الثقافة الحضرية الأصيلة، حتى أنها يخجلون من لغتهم ويتحدثون بها فقط بينهم، وبقيت أكثر عند النساء لكن الرجال الحضريون عيبا لإقناع الغرباء والدخلاء لهم أنها لغة ناعمة وانثوية، لأنهم لا يعرفون معنى الأصالة والتراث والثقافة الحضرية الأصيلة ولا يقدرونها، ويفضلون أن تسود ثقافتهم الهجينة والخشنة الطباع في المدينة، فصارت لغتنا وسمة عار وكسر الحضري وثقافتهم وبدأت تزول.

الحضر الآن يجمعون القراغلة والحضر العرب وأبناءنا لا يعرفون الفرق بين كولوغلي والعربي؛ فالحضري واحد ولا فرق بينهم، بالنسبة لليهود في تلمسان كانت ثقافتهم قريبة من ثقافة التلمسانيين، في لغتهم كانوا ينطقون حرف القاف كاف وليس همزة مثل الحضر، كان لديهم عادات مثل ضرب الميت "يزوزطوه"، حيث يؤمنون بأنه بتلك الطريقة لا يعاقب بعد موته.

بالنسبة للأعراس والاحتفالات، كانت النسوة يرقصن رقصة خفيفة وسريعة تسمى "الحيطي"، وأتذكر جيدا كيف كانت تقام الأعراس عندما كنت صغيرا، يرقصن على ضربات سريعة للبندير مثل رقصة



العيساوة، أو نرقص رقصات بحيث نمسك بأيدي بعضنا البعض؛ وهي موجودة حتى لدى شعوب عربية أخرى كالمغاربة والكويتيين وغيرهم، فالثوابت مثلا أصلهم عرب يمنيون هلاليون لذا نجد هذا التشابه في الثقافات العربية، لكن عادات الأعراس كانت تختلف بين الحضر والكراعة. لدى عائلتنا حانوت للأحذية التقليدية الأصيلة، ثم فتحت محل اضافي كعمل استرزق به وهو محل وجبات سريعة .

نظامنا الغذائي غني بالخضروات و"الحشيش"، وأكلنا صحي، كانوا يأكلون تيمبصن والمنقوب وهي أكالات اندثرت، كما يتناولون أيضا الحريرة، المحمر، صباحا يشربون قهوة كحلة، أو الحليب، بخبز الدار المصنوع منزليا، والخبز لكحل وهو خبز الشعير كان صحيا تماما، وخبز لانتيار من الكلمة الفرنسية entier والتي تعني السميد مخلوط بالنخالة والدقيق، يقسمونها إلى ثلاثة أثلاث ويخلطونها معا. كما كانوا يستهلكون بشكل كبير اللحم المملح والمجفف "الخليع"، حتى في فطور الصباح، وأنا في العيد أصنعه بنفسني وأجيد ذلك جيدا، كما كان أجدادي يفعلون، كانوا يتناولون الخليع أيضا عند عودتهم مساء من الحمامات، ويأكلونه مع الزيتون المشقق المخزن في القسط، كما يضعون فيه فلفل أيضا، والغير القابل للشواء يقسمونه نصفين ويخزن في القسط مع ملح وماء والخل والرند. تخزن كلها في بيت العولة حيث يخزنون فيها كل الخضر من البصل والثوم والمصبرات والفحم أيضا؛ المستعمل للطهي فووقه قبل ظهور موقد الشيشت، الذي كانت فرنسا تبعه كوقود للمواقد القديمة "المشينة". وهي موضة جلبتها فرنسا وليست تلمسانية الأصل) للتوضيح يسمى الوابور أو (Primus Stove ، وتوقف استعمال الفحم، كما كانوا قبلها يستعملون المجر، كما يستعملون أيضا النافخ(الكانون) يطبخون فووقه ويسخنون به المنزل، يوقدون نويورة وهي جمرة صغيرة مشتعلة بلغة الآداب، وكانوا يستلفون النويورة عندما تكون احدى النساء قد أوقدت الجمرات مسبقا، فتقول جارتهم " سلفيلي النويورة" لتشعل موقدها لأن اشعالها صعب وياخذ وقتا طويلا، وبعد أن تشعل موقدها تعيد لها نويورة أو جمرة مشتعلة بدل التي أعطتها لها أو تعطها فحمة غير مشتعلة للمقايضة. وكانوا يستعملون أيضا بوجوال من النحاس يسمونه نسبة للتجول، لأن كل واحدة تحمله لأخرى فيتجول بينهن، في قدور من الطين وكل أدواتهم من الطين وملاعقهم (معالق) من الخشب، هم كانوا ناس بسطاء في

عاداتهم الاستهلاكية، وكانت أسرتختص بصناعات معينة لتلك الأدوات والاواني، حاليا ما زالت أتناول أكلات تصنع كما في وقت أجدادي كالعيش والتريد، فأصله من الثريد من الرقاق الذي كان يصنع في مناسبات الأعياد خاصة عيد الأضحى بالقيديد، والعرب كانوا يهشمون الثريد في مكة فسمي جدهم هاشم وهم بنو هشام. وأكلنا مزيج عربي أمازيغي وحتى أندلسي وتركي، أولادي يحبون الوجبات التقليدية لكنهم يفضلون أكثر الوجبات السريعة مثل البييتزا والهمبرغر مع الاسف، أما أنا وزوجتي مازلنا مثل أجدادنا، صباحا أشرب قهوة مرة بثلاثة تمرات وقرضة من خبز الدار، أو أحيانا نأكل المعجون(المربي)، أصنع بنفسي كل أنواع المربي وأجيدها كأجدادنا، وأحيانا أكل خبز الخباز الباقيت غير المنزلي، أكل خبزة واحدة مقسمة على اليوم بأكمله. نُعد أيضا عدة أطباق تقليدية منها اللفت، المرقة، البطاطا، الخرشف، الزبيب، المحمر، ويوم الجمعة الطعام(الكسكس) بالقيديد أو الخليع، أو بالرجلين (كرعين مملحة نقوم بغليها وتمليحها وتجفيفها وعند استعمالها نغليها ليزول الملح) الخاصة بالخروف مع الحمص والبطاطا، المرمز، البكبوكة وهي أمعاء طازجا وغير مملحة؛ أو العصبانة وهي أمعاء مملحة ومجففة نقوم بغليها عند الاستعمال ليزول منها الملح. سابقا كان الناس يقومون بحفظ الحيوانات وذبحها وتمليح أجزاء كبيرة منها لحفظها ك لحم مقعد ومملح، أما الآن فنحن نشترها جاهزة من السوق في مركز المدينة، إضافة للخضر.

بالنسبة للمحلات ليس بالضرورة أن تكون محلات يذهب لها فقط الحضر تغيرت الامور ولم نعد كما في السابق، وصرنا مجبرين بالتعامل والانخراط مع غير الحضر، وبهمني في اختيار المحلات السعر، الجودة، النظافة "النقا"، والمعاملة الخاصة للزبون، فأنا لا أشتري من شخص يغشني وأميزه جيدا، لا أشتري من تاجر غير نظيف، وأميز جيدا بين الأصلي والمقلد المغشوش، وأحفظ التجار الغشاشين في الميزان وأعرفهم محلاتهم، فقد ظهرت في الآونة الأخيرة الغش في الميزان وصرنا ملزمين بشراء ميزان في المنزل للتأكد من موازين المشتريات، والاختلاط أصبح طفيفا في الاكل والاختلافات بسيطة؛ فمثلا يسمي غير الحضر الخبيز لأنهم يخبزونه بينما نحن نسميه(نلغاوله) البقول يطهى مع البقوليات كالعدس واللوبيا، فالسلطة يسمونها هم

صلاة بينما الحضر يسمونها الخس بالعربية الفصحى، قصرنا نسميها (صلاة تع الخس) عندما نشترى من عند غير الحضري.

عندما يراني الكثيرون في أسلوب عيشي ومنزلي يظنونني ثريا، لكنني في الحقيقة متوسط ولست بذلك الثراء (مشي مرفه)، أفضل البساطة والاقتصاد لا أستهلك كثيرا، كل شيء أعيد تدويره لا أتناول الأكل خارجا.

كان مستواي الاقتصادي سابقا ممتازا لكن ليس لدرجة الثراء، لكن مع الاسف نزل مستواي الاقتصادي لحسن الحظ أن زوجتي عاملة وتتعاون على المصاريف، فنحن أستاذان متقاعدان، والفيلا بنيتها سابقا عندما كان العمل ممتاز والمحل يدر الربح الخاص بوالدي، فساعدنا في البناء، كنت مشاركا بنسبة في جانب التعليم وفي التجارة لمدة 25 سنة، لكن لم أتحصل على تلك الاشتراكات مع الاسف، أنا محافظ ومتدين ولست حدثي، لا أجلس في المقهى وأحفظ القران كاملا، وكذلك أبنائي مثلي محافظون. أعمل أيضا أنا وأحد أبنائي في مطعم الوجبات السريعة، كمصدر ثانوي قبل اجتياح كورونا لكن بعدها توقف العمل وإلى هذه اللحظة لم أعد فتحه، لا أستعمل الديليفري أفضل الاعتماد على نفسي في كل شيء، واصنع كل شيء بنفسي.

كانت تلمسان مدينة تجارية نشطة لكن تحطمت القاعدة التجارية تماما، وأصبحت مدينة مثل وهران أفضل من تلمسان القديمة والمعروفة بقدم الزبائن من كل أنحاء الوطن، وكثير من الاثرياء جمعوا ثروتهم في ذلك الوقت أما التجارة الآن لم تعد كما كانت. الحضر معروفون برسكلتهم المواد الاستهلاكية ولا شيء يرمى، كل شيء منتهي الصلاحية يعاد اصلاحه واستعماله، نحن لا نستهلك كثيرا بل ننتج، ولا ننتج القمامة كثيرا نستهلك بعقلانية حسب مقدرتنا فقط، ولو كسر شيء أقوم بصناعة شيء جديد منه والحذاء إذا تمزق أخيطه وأنقن ذلك، وأزينه ليصبح جديدا تماما لا نرمي شيئا أو يضيع، منها فائدتان عدم تلويث الطبيعة والاقتصاد في العيش وهكذا كان أجدادنا الحضر، هو ليس شحا بل تدبب والمثل عندنا يقول "التدبب فضل من التجارة"، تعيش بالتدبب أي على حسب مقدورك (ومتضيعش ومتبذرش). الخبز نشترى

حسب ما نأكل دون زيادة، (الإنسان المخلوق، المدين، المربي، المتقي الله، ملازمش يرجع خوه للشيطان ويضيع)، لأن الاستهلاك العشوائي يعني إثم، فإن إن اشترت 3 كيلو تفاح وانت تستهلك كيلو ثم ترميه فأنت أثم، مبذر، وتسببت في مشكل اقتصادي برفع سعره (وغليته على المسكين)، وتسببت في ندرته. العصر الحالي يقول لك اشترى ولا تتوقف عن الشراء، فيقولون عن التلمسانيين بخلاء، (مشحاحين شرا غير كيلو)، يشتري كيلو بنظام وفق نمط عيش عقلاني فالله يقول: كلوا واشربوا ولا تسرفوا"، وللصحة أيضا فالتخمة تضر بالصحة، مالك حلالي ولتشتري لكن حرام عليك أن تبذر، لم أرمي الخبز أبدا "عمري لرميه"، فنحن مثلا نستهلك 3 خبزات (3قرون) يوميا ولا نتجاوزها، إلا إن كان هناك ضيوف. (خطرات يشط وخطرات ميقتش ونخدمو القليط؛ وهو الخبز اليابس في الفرن، لما يبقى ويكون قابلا للاستهلاك أبلله بالمرقة أو القهوة فيذوب). أجدادي كما أتذكر خبز القليط يقومون بتقطيعه وغمسه في اللبن وأكله بالملاعق، وحتى قشور الفواكه لا ترمى يمكن صناعة المربي منها، مثل مربى قشور السفرجل أو الاجاص (هذا يلغاوله التلمسانيين التدبب، التجارة تقدر تربحك تقدر تخسرك لكن التدبب يربحك ميخسركش)، الاقتصاد في المعيشة، ثم المدخرات ضرورية جدا؛ وثقافة الادخار عند أغلب الحضر للشدائد، كانوا سابقا يدخرونهم في الذهب ويشترون المال ذهبا للشدائد، ومعظم من كنز الذهب الآن قد اشترى بها منازل فخمة؛ أو أقام تجارة ومشاريع للبيع والشراء، (النسا والتلمسانيون يدسو الذهب بالمرفهين بالمساكن؛ مكانش مرا في تلمسان بكري مدسش الذهب في كل الطبقات الاجتماعية).

بالنسبة للمحلات التي أزورها فليس لدي أماكن محددة، أذهب لكل المحلات التي تضع تخفيضات على سلعها، ذات جودة لتدوم وقتا أطول، ويمكن أن نلبس ملابس مستعملة بشكل عادي؛ وكانت منتشرة بين الحضر فيلبس الاطفال ملابس اخوتهم، (حنا القش ميفسدلناش نستحاولوا، الملابس مقسمة لكل عمل ملابسه الخاصة وذلك محافظ عليها مدة طويلة دون أن تتلف). الحضر يحبون للبريستيج في اللباس عند خروجهم فقط من المنزل، أما في المنزل يلبسون بشكل عادي، وأكثرنا نشترى من مدينة وهران وليس من تلمسان، ربما محل بوحسينة في تلمسان يبيع سلعا مقبولة الجودة وأسعارها جيدة للمتوسط، غير

الحضر يحبون تقليد واستراق النظر عندما يشتري؛ ومحاكاة الحضري لأنه يميز جيدا بين السلع ذات الجودة؛ وسعرها الحقيقي عندما يشتري الملابس وحتى الخضرة (يضحك) يتعلمون منا، لدينا ذوق رفيع فنميز الجودة الرفيعة والأصالة .

أهتم بصحتي وجسمي بزيارة الطبيب وإجراء التحاليل خاصة أني مريض، وأحافظ على جسمي بعدم الاسراف في الاكل . نحن في الأصل عائلة حرفية وأجدادي حرفيون يتقنون صنعة الصباط(الحذاء)، بشكل متقن ويدوي تماما، بالحلفاء وأرسم عليها وأكتب عليها أيضا الأسماء، كما أصنع أيضا بشكل متقن الحقائق اليدوية بشكل فني، أهتم بها كهواية وفن، وليس كمهنة لأنني في الأصل أستاذ في العلوم الطبيعية، وحتى أنني أصنع ديكورات الجدران؛ لدي عديد من الاهتمامات، وأحب تعلم الثقافات وأجيد كما قلت أربعة لغات، أحب تعلم الجديد في الثقافات؛ لدي ذاكرة ممتازة وأتعلم بسرعة متعدد الاهتمامات، أحضر الكثير من المناسبات الثقافية، وخاصة التي أقيمت في تلمسان منذ عقود وإلى الآن ما زلت أحضرها. لا أعرف بتواجد مقاهي مختلطة لكني لا اذهب للمقاهي كما قلت لك سابقا وأنا جد محافظ.

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
68	جدول رقم (01) يخص أوائل المتاجر متعددة الأقسام في العالم	01
75	جدول رقم (02) يبين أهم التغييرات الحاصلة قبل ظهور المتاجر الكبرى وبعد ظهورها	02
153	جدول رقم(03): يبين تطور عدد السكان في بلدية تلمسان بين 1998م و2025م	03
160	جدول رقم (04): تقسيم ألقاب حضر تلمسان حسب كتاب شجرة تلمسان للكاتب شريف الغوتي	04
163	جدول رقم (05) يبين ألقاب الحضرة من شواهد قبور قديمة في مقبرة الشيخ سيدي السنوسي	05
167	جدول رقم (06): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	06

168	جدول رقم (07): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	07
169	جدول رقم (08): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي للزوجة	08
170	جدول رقم (09): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي للزوج	09
171	جدول رقم (10): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة للزوجة	10
172	جدول رقم (11): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة للزوج	11
173	جدول رقم (12): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد أفراد الأسرة	12
174	جدول رقم (13): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة	13
176	جدول رقم (14): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى الدخل	14
178	جدول رقم (15): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود مصادر مالية غير الدخل	15
178	جدول رقم (16): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود حساب بنكي في أحد البنوك	16
179	جدول رقم (17): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود قروض بنكية	17
180	جدول رقم (18): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود مدخرات	18
181	جدول رقم (19): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود سيارة	19
182	جدول رقم (20): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود سكن	20
183	جدول رقم (21): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود ملكيات شخصية	21
183	جدول رقم (22): يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود أثاث وأجهزة ضرورية وكماالية	22
185	جدول رقم (23): يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغذية	23
186	جدول رقم (24): يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع العلاقات الاجتماعية التي تهمهم	24
191	جدول رقم (25): يبين توزيع أفراد العينة حسب قضاء أوقات الفراغ	25
194	جدول رقم (26): يبين توزيع أفراد العينة حسب أسماء المحلات والأماكن المفضلة للاستهلاك	26
197	جدول رقم (27): يبين توزيع أفراد العينة حسب الشروط والمعايير التي يجب أن تتوفر في المنتجات والسلع	27

201	جدول رقم (28): يبين توزيع أفراد العينة حسب المعايير المعتمدة في اختيارهم لتلك الأماكن والمحلات	28
203	جدول رقم (29): يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد المرات التي يأكلون فيها خارج المنزل	29
205	جدول رقم (30): يبين توزيع أفراد العينة حسب كيفية اختيارهم للمطاعم	30
207	جدول رقم (31): يبين توزيع أفراد العينة حسب العلاقة والتعامل بين مالك المحل والزبون الحضري وغير الحضري	31
209	جدول رقم (32): يبين توزيع أفراد العينة حسب العناية بالجسم والصحة	32
213	جدول رقم (33): يبين توزيع أفراد العينة حسب القيام بتجارب ثقافية واستهلاكية عالمية جديدة	33
214	جدول رقم (34): يبين توزيع أفراد العينة حسب رأيهم بالمقاهي المختلطة بين الجنسين	34
217	جدول رقم (35): يبين الفروقات الضمنية التي أعطتها العينة للاستهلاك الحضري و"الطبقة الوسطى الجديدة"	35
218	جدول رقم (36): يبين أسماء المطاعم التي يأكل فيها أفراد العينة داخل وخارج مدينة تلمسان	36
221	جدول رقم (37): يبين وجهات ومحلات البقالة المفضلة والاعتيادية عند أفراد العينة	37
224	جدول رقم (38) يبين ألقاب الأزواج في عينة الدراسة	38
273	جدول رقم (39) جدول ترتيب المقابلات "حسب رأس المال الاقتصادي والثقافي"	39

### فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
29	مخطط رقم (01) يشرح العلاقة بين استهلاك وأذواق الطبقات الاجتماعية	01

### فهرس الصور والخرائط

رقم الصورة	عنوان الصورة	الصفحة
01	صورة رقم (01) صورة رقم 01 ملتقطة من الباحثة بصيغة screenshot لمجموعة فيسبوك Les Tlemcenophiles	26
02	صورة رقم 02 ملتقطة من الباحثة بصيغة screenshot لمجموعة فيسبوك S.O.S l'antiquité Tlemcen	26
03	صورة رقم 03 ملتقطة من الباحثة بصيغة screenshot لصفحة فيسبوك الباحث " قصي زاوي "	27
04	صورة رقم (04): تبين خريطة وموقع مدينة تلمسان	141
05	صورة رقم (05): تبين أسوار تلمسان القديمة في القرن الرابع عشر	142
06	صورة رقم(06): السوق الأسبوعي للحضر قديما في مدينة تلمسان	153
07	صورة رقم (07): تموضع السقيفة في أحد دروب المدينة القديمة كمظهر للتكافل الاجتماعي بين الجيران	154
08	صورة رقم (08): تبين شارع ابن خلدون بمدينة تلمسان القديمة في بداية القرن العشرين من صفحة فيسبوك تلمسان الاندلس الموعود	155
09	صورة رقم (09): تبين واجهة مطعم "Ambiance" في حي الحرطون من صفحة الفيسبوك الخاصة بالمطعم	221
10	صورة رقم (10): واجهة محل King Shop وسط المدينة من صفحة الفيسبوك الخاصة بالمحل	224

#### ملخص الدراسة:

حاضرة تلمسان الإسلامية نموذج المدينة المغاربية وعاصمة التحضر في المغرب الأوسط، صنعت أصالتها الحضرية بتدرج من ثقافة من سكّنها على مدى أكثر من عشرين قرنا، وكانت أساليب الحياة الحضرية فيها مقترنة بتنوع ثقافي للتركيبية السكانية المتنوعة فيها، فنشأت فيها رأسماليات لم تشهد الوصول إلى حد مدينة صناعية مماثلة لنموذج المدينة الغربية، فقد تم تقويض الحرف والصنائع فيها في وقت مبكر، منذ تغير طريق الذهب، لحد وصول المستعمر الفرنسي الذي عمل على إدخال المنتجات الأوروبية؛ التي أدت لكساد السلع المحلية واقبال السكان على شراء منتجات وسلع الحداثة الأوروبية، فأصبح امتلاك منتج وسلعة أوروبية مطلب مرغوب للنخبة الحضرية التلمسانية منذ ذلك الوقت.

**الكلمات المفتاحية:** الثقافة الاستهلاكية-المجتمع الحضري-الأصالة الحضرية-الذوق الاستهلاكي-التمييز الاجتماعي-الطبقة الوسطى الحضرية-الحداثة.



## **Abstract**

The Islamic medina of Tlemcen is the model of the Maghreb city, and the capital of urbanization in the Central Maghreb. Crafts undermined in it at an early period, and that began since the change of the Gold trade, until the arrival of the French colonizer who worked to introduce European modern products, which led to the stagnation of local goods. This made the population's demand for the products of European modernity, so owning a European modern products and commodity; became a desirable requirement for the urban elite of Tlemcen since then.

**Key Words** :consumer culture-urban society- Urban Authenticity- Taste-urban middle class-modernity.

## **Résumé :**

La médina islamique de Tlemcen est le modèle de la ville maghrébine et la capitale de l'urbanisation du Maghreb central. L'artisanat y a été miné à une époque précoce, et cela a commencé depuis le changement du commerce de l'or, jusqu'à l'arrivée du colonisateur français qui a travaillé à introduire des produits modernes européens, ce qui a conduit à la stagnation des produits locaux. Cela a fait la demande de la population pour les produits de la modernité européenne, de sorte que posséder des produits et des produits modernes européens est devenu une exigence souhaitable pour l'élite urbaine de Tlemcen depuis lors.

**Mots Clés** : culture de consommation-société urbaine- Authenticité urbaine- Le goût - modernité- petit-bourgeois urbaine.