الاستهلاكُ المُعوْلَمُ بين هيمنة الرأسماليَّةِ وَهَدْيِ الوحي

قِراءةٌ تحليليَّةٌ في ضوءِ الكتابِ والسُّنَّةِ

◆ **الأستاذ وحيد رحيم**[1]

■ **خلاصة**

تمثِّلُ النَّزعةُ الاستهلاكيَّةُ اليومَ أحدَ أبرزِ مظاهرِ العولمةِ الاقتصاديَّةِ، إذ تسعى المنظومةُ الرأسماليَّةُ إلى تكريسِ نمطٍ استهلاكيٍّ موحَّدٍ تُهيمنُ عليه قيمُ السُّوقِ والمنفعةِ الفرديَّةِ، ممَّا يُسهمُ في طمسِ الخصوصيَّاتِ الثَّقافيَّةِ للشُّعوبِ ويؤدِّي إلى تفشِّي النَّزعةِ المادِّيةِ المفرطةِ.

في هذا السِّياقِ، تتنزَّلُ هذه الدِّراسةُ لتعيدَ ضبطَ بَوْصَلةِ الاستهلاكِ وفقَ مقاصدِ الشَّريعةِ الإسلاميَّةِ التي تدعو إلى التَّوازنِ، وترشيدِ الإنفاقِ، وتحريرِ الإنسانِ من عبوديَّةِ الشَّهواتِ والمظاهرِ. فهَدْيُ الوحيِ يقدِّمُ منظومةً قيميَّةً بديلةً، تُعلي من شأنِ القناعةِ والاعتدالِ، وتربطُ الفعلَ الاستهلاكيَّ بالأخلاقِ والمسؤوليَّةِ تجاه الفردِ والمجتمعِ والبيئةِ.

الكلمات المفتاحية: الاستهلاك- النَّزعة الاستهلاكيَّة- ثقافة الاستهلاك- الرَّأسماليَّة- الحاجة- الإسراف- الاستهلاك الرَّشيد- الاعتدال.

---

١ - باحث ومُتفقِّد عام للتعليم – تونس.

المقدِّمة

يقول المفكِّر وعالم الاجتماع المصري (عبد الوهَّاب المَسيري): «في المجتمعات الاستهلاكية، يجري إغواء الإنسان بأنَّ حقَّه الأساسُ هو الاستهلاك، وأنَّ إشباعَ اللَّذة هو أقصى تعبير عن الحرِّية الفردية»[1].

وهذه المقولة تلخِّص ما شهد العالم في العقود الأخيرة من تحوُّلات جذرية في أنماط الحياة، والعَلاقات الاقتصادية، والتصوُّرات الثقافية، بفعل العولمة الاقتصادية والثقافية التي كانت الرأسمالية المحرِّك الأساسَ لها.

ولعلَّ من أبرز تجليَّات هذا التحوُّل نزعة الاستهلاك المتزايدة التي تحوَّلت من كونها حاجةً إنسانية طبيعية، إلى نموذج ثقافي واقتصادي عالمي، يُعزِّز فيه الإنفاق والاستهلاك بوصفه معيارًا للنجاح والسعادة وتحقيق الذات.

فالرأسمالية، في جوهرها، لا تقوم فقط على الإنتاج والربح، بل تعتمد بشكل عميق على خلق الرغبة لدى المستهلك، وتغذيتها بلا انقطاع، ما يؤدِّي إلى إنتاج مستمرٍّ لحاجات جديدة قد لا تكون ضرورية، لكنَّها ضرورية لاستمرارية النظام الربحي ذاته.

ومن هنا تبلورت ثقافة «الاستهلاك من أجل الاستهلاك»، والتي غزت المجتمعات كافَّة، لا سيما عبر أدوات العولمة مثل الإعلام، والإعلانات، والعلامات التجارية، والمنتجات الرقمية... إلخ.

والواقع، إنَّ هذه النزعة الاستهلاكية، كما أفرزها النظام الرأسمالي وبشَّرت بها العولمة، لم

١ - عبد الوهاب محمد المسيري وفتحي التريكي: الحداثة وما بعد الحداثة، ص ١١٦.

تمر دون نقد واسعٍ وعميقٍ في الفكر الإنساني؛ حيث لاحظ مفكِّرون واقتصاديون وفلاسفة من تيَّارات متعدِّدة، أنّ هذه النزعة لا تعبرِّ فقط عن تحوُّل اقتصادي، بل عن اختلال في الوعي والقيم والمعنى.

ففي كتابه «الإنسان ذو البعد الواحد»، وجَّه الفيلسوف الأمريكي من أصل ألماني (هربرت ماركوز- Herbert Marcuse) نقدًا لاذعًا للمجتمعات الاستهلاكية الرأسمالية، معتبراً أنها تُنتج أفرادًا مسطَّحين يفقدون القدرة على التفكير النقدي أو التمرُّد، وأنَّ النظام الرأسمالي يخلق «حاجات زائفة» عبر الإعلان والثقافة الجماهيرية، ما يجعل الأفراد يعتقدون أنّ سعادتهم مرتبطة بامتلاك السِّلع، فيما يجري تحويل انتباههم عن القمع البنيوي مثل الاستغلال الطبقي أو فقدان الحُرِّيات.

وقد كشف (نعُّوم تشومسكي- Noam Chomsky) [1] آليات الهيمنة في المجتمعات القائمة على الاستهلاك، وكيف تسهم في تغييب الناس عن قضاياهم الحقيقية وتحوِّلُهم إلى مجموعات متنافسة، ما يُضعف التضامن المجتمعي ويُسهِّل السيطرة على الأفراد في ظلِّ اقتصاد مُعَوْلم يفرض ثقافة الاستهلاك الغربية على جميع شعوب العالم، وهو ما يدمِّر بدوره التنوُّع الثقافي، ويُعمِّق التبعية الاقتصادية والمالية، وحتى الفكرية الحضارية.

ولهذه الأسباب وغيرها، تراكمت عبر العقود قراءات نقدية متباينة لهذه الظاهرة المستجدَّة، تراوحت بين الامتناع والرفض الجذري حينًا، والدعوة إلى الترشيد، والتحذير من آثارها النفسية والبيئية والاجتماعية أحيانًا أخرى.

في هذا الاتجاه نفسه تقريبًا، يقف الخطاب الإسلامي ليقدِّم تصوُّرًا قِيَميًّا وروحيًّا يربط بين السلوك الاقتصادي والخُلُقيّ إنْ صحّ التعبير، ويؤسِّس لمفهوم مغاير يمكن أنْ نطلق عليه اسم «الاستهلاك الرشيد» الذي يوازن بين ثنائيَّات تبدو متناقضة، ولكنَّها متكاملة وجدلية، كثنائية الحاجة والمقدرة، وثنائية الرغبة والقناعة، وثنائية الفرد والمجتمع.

١ - أستاذ لسانيَّات وفيلسوف أمريكي وعالمُ منطقٍ ومؤرِّخ وناقد وناشط سياسي من مؤلَّفاته: «النظام العالمي القديم والجديد».

فالقرآن الكريم يذمُّ التبذيرَ والإسراف، ويدعو إلى القصد والاعتدال، والنبيُّ ﷺ جسَّد هذه المبادئ في عيشه اليومي وفي سيرته النبويَّة العملية.

في هذا السياق، سنسعى من خلال هذه الدراسة إلى تِبيان التوتُّر القائم بين النزعة الاستهلاكية العالمية بوصفها مظهرًا من مظاهر العولمة الرأسمالية، وبين التصوُّر الإسلامي للاستهلاك، من خلال الكتاب والسُّنَّة، وتقديم رؤية نقدية تتجاوز مرحلة التوصيف إلى اقتراح آليات للمواجهة والتصحيح، وفق مقاربة اقتصادية إسلامية، واعتمادًا على رؤية تستمدُّ جذورها من الوحي، وتُسهم في بناء وعي استهلاكي رشيد في زمنِ ما بات يُعرف بالطوفان الاستهلاكي.

ولا يمكن فَهمُ النزعةِ الاستهلاكية الحديثة دون الوقوف على الجذور البنيوية للنظام الرأسمالي الذي أعاد تشكيل عَلاقة الإنسان بالمواد، والسلع، والرغبات، والملذَّات، والشهوات. فقد أصبح الاستهلاك في ظلِّ الرأسمالية المعاصرة عنصرًا جوهريًّا في الحفاظ على ديمومة الأسواق واستقرارها، وتوسيع دائرة الأرباح، بل وتمييز الطبقات الاجتماعية وفق نسقِ الإنفاق والاستهلاك وأنماطه. وفي هذا السياق، لم يعد الاستهلاك مجرَّد فعل اقتصادي أو حدث تجاري فحسب، بل تحوَّل إلى محدِّد من محدِّدات الهُويَّة الفردية والجماعية، وإلى ممارسة ثقافية، قد ترتقي أحيانًا لتُصنَّف باعتبارها تراثًا غير مادِّيٍ للشعوب والأمم.

أوَّلًا: الاستهلاكُ بين الحاجةِ والرَّغبةِ

١- في مفهومِ الاستهلاكِ:

يعرَّف الاستهلاك أنَّه «جملةُ النفقات التي تُصرَف على السلع والخدمات؛ بغاية تلبية احتياجات الفرد أو المجموعة، وهو يشمل استهلاك مختلف البضائع، كالمَلبس والمأكل والأدوات المنزلية، مضافًا إلى المواد الخام، كمواد البناء والوقود والمعادن»[1].

كما يُشير مصطلح الاستهلاك عمومًا إلى شراء الخدمات والسلع بمقابل، ولكنَّ الأهمَّ من

١ - مصطفى الشهابي وأحمد شفيق الخطيب: معجم الشهابي في مصطلحات العلوم الزراعية، ص ٨٢٢.

ذلك أنَّه يشير أيضًا إلى استخدامِ مثل هذه الخدمات والسلع باعتباره أسلوب حياة بشكل عام[1].

ويمُكن أن نستخلص ممَّا سبق، أنّ الاستهلاك هو «عملية استخدام السلع والخدمات لإشباع الحاجات الإنسانية». وهو يمثِّل المرحلة الأخيرة من الدورة الاقتصادية؛ حيث تُستهلك المنتجات بعد إنتاجها وتوزيعها. كما يعتبر الاستهلاك أحد مكوِّنات الدخل القومي لأي بلد، وهو يُعَدُّ اليوم أحدَ أهمّ مؤشِّرات الرفاهية في المجتمع. وتصبُّ كلُّ دراسات سلوك المستهلك في محاولة معرفة محدِّدات الاستهلاك، وتوازن المستهلك، ويُعتبر الاستهلاك مفهومًا منافسًا للادِّخار؛ حيث يُعتبر الأخيرُ تأجيلاً للاستهلاك في الوقت الحاضر إلى استهلاك مستقبلي، وبمعنى آخر على مستوى الاقتصاد الكلِّي، هو تنازلُ الجيل الحالي عن جزء من الاستهلاك الحالي لصالح الأجيال القادمة.

إذًا، ومن منظور اقتصادي يكون الاستهلاك بمنزلة المحرِّك الأساس للنموِّ؛ إذ يؤدِّي الطلب على السلع والخدمات إلى تحفيز الإنتاج والاستثمار. أمَّا من منظور اجتماعي وثقافي، فقد أصبح الاستهلاك وسيلةً للتعبير عن الانتماء الطبقي، والذوق الشخصي، وحتى الطموحات الذاتية.

ولذلك، لم يعد غريبًا الحديث اليومَ عن الأبعاد الرمزية والثقافية والاجتماعية للممارسة الاستهلاكية، التي باتت تعكس أنماطَ القيم، وتحدِّد أبعاد الهُويَّة الفردية والجماعية للشعوب.

٢- تطوُّر الظَّاهرةِ الاستهلاكيَّةِ: منَ الحاجةِ إلى الرَّغبةِ

يبدو أنّ الاستهلاك لم يعد مقتصرًا، كما في القديم، على إشباع الحاجات البيولوجية الضرورية للأفراد، بل تحوَّل بمرور الزمن إلى ظاهرة يتداخل فيها الاقتصادي بالاجتماعي، والثقافي بالتكنولوجي. وهذا التحوُّل يعود في اعتقادنا إلى عدَّة عوامل من بينها:

- استتباعات الثورة الصناعية، وما نتج عنها من ضخامة في الإنتاج وتوفُّرٍ لمختلف السلع بأسعار منخفضة أحيانًا وجودة متنوِّعة، ما جعل الاستهلاك في متناول شرائح أوسع من المجتمع.

١ - نزار عبد السادة النصار: ثقافة الاستهلاك والتغيُّر الاجتماعي في ظل العولمة من منظور الخدمة الاجتماعية، ص٢٠٤.

- انتشار النموذج الرأسمالي وتوسُّعه؛ إذ أصبحت القوَّة الشرائية ومعدَّلات الاستهلاك من رموز النجاح والاندماج الاجتماعي.
- تطوُّر تقنيَّات الإشهار والتسويق؛ إذ لعبت الحملات الإعلانية دورًا رئيسًا في خلق حاجات جديدة وتحفيز الرغبة في امتلاك السلع، لا باعتبارها ضرورات، بل بوصفها رموزًا للمكانة الاقتصادية والاجتماعية ومحدِّدًا رئيسًا لمعالم الهُويَّة الذاتية والجمعية.
- التحوُّلات الثقافية الكبرى التي شهدتها البشرية منذ القرن الماضي؛ حيث تزايد الاهتمام بالموضة، وأسباب الرفاهية، وأنماط الحياة المرتبطة بالاستهلاك المفرط.
- موجة العولمة وما رافقها من انتشار سريع للعلامات التجارية العالمية والثقافة الاستهلاكية العابرة للحدود؛ حيث أصبحت أنماط الاستهلاك متشابهةً بين مجتمعات مختلفة، ما عزَّز ما يُعرف بظاهرة «الاستهلاك المُعوَلَم».
- التطوُّر التكنولوجي الكبير الذي أدَّى إلى انتشار الوسائط الرقمية، وتكثيف أنماط الإشهار الإلكتروني، وتسهيل الوصول إلى المنتجات عبر التجارة الإلكترونية، ما سرَّع من نسق الاستهلاك ووتيرته.

إذًا، لم يعد الاستهلاك اليوم مجرَّد حاجة أو عملية ماديِّة بسيطة تعبِّر عن افتقار الإنسان لشيء ما لا بدَّ من إشباعه بشكل مباشر وفوري، بل صار ظاهرة ثقافية واجتماعية معقَّدة تحكمها آليات العرض والطلب، وتحرِّكها الرغبة والنشوة، وتغذِّيها دوافعُ عاطفية ورمزية مرتبطة بتأثيرات الإعلام ووسائل الإشهار والدعاية.

وخلاصة القول، إنَّ الاستهلاك بوصفه ظاهرة حديثة لا يقتصر على اقتناء الأشياء للتعبير عن حاجة فحسب، بل أصبح وسيلةً لتشكيل معالم الهُويَّة، وصراعًا محمومًا على التميُّز، وآلية مُهمَّة لإعادة إنتاج الفوارق الاجتماعية ضمن عالم تحكمه الرغبة أكثر ممَّا تحكمه الحاجة.

٣- في تنامي النَّزعةِ الاستهلاكيَّةِ:

إن تحوُّل الاستهلاك من كونه مجرَّدَ وسيلة لإشباع حاجة، إلى رغبة تحرِّكها الشهوة، ثمَّ إلى

هدف في حدِّ ذاته؛ حيث أصبح الإنسان المعاصر يستهلك من أجل الاستهلاك، قد حوَّل السلوك الاستهلاكي إلى ما اصْطُلح على تسميته اليوم بـ «النزعة الاستهلاكية».

ويشير مصطلح «النزعة الاستهلاكية» إلى اتِّجاه عام وإلى نظام اجتماعي واقتصادي يحفِّز عملية شراء البضائع، والاستفادة من الخدمات بكمِّيات أكبر عن الحاجة.

في هذا السياق يصبح امتلاك السلعة هدفًا في حدِّ ذاته؛ حيث يُضفي على الفرد مكانة ومركزًا اجتماعيًّا يصنعه لنفسه أو يتوقَّعه من الآخرين داخل الجماعة التي ينتمي إليها، فيغدو راغبًا في اقتناء ما يجري الإعلان عنه، مترقِّبًا بشغف الحصول على السلع التي يجري ترويجها، أو يقع طرحها في الأسواق..[1].

وقد حذَّر عدد من الخبراء من مخاطر النزعة الاستهلاكية على المجتمعات، معتبرين أنَّ تلك النزعة هي من خصائص النظام الرأسمالي، ولفتوا إلى إشكالات تنامي الاستهلاك المفرط في المجتمعات المعاصرة من زوايا خُلُقيَّة وبيئية.

فالشركات الاحتكارية تنفق المليارات من الدولارات على الإعلانات المشجِّعة على الإنفاق، بما في ذلك التخفيضات والعروض والجوائز، وهي التي تقود النزعة الاستهلاكية من خلال تشجيع الأثرياء وصفوة المجتمع على الحصول على المزيد من السلع للتباهي لا للاستخدام.

وقد سبق للدكتور (سيف بن علي الحجري) (مؤسِّس مركز أصدقاء البيئة في قطر ورئيسه) أنْ بيَّن خلال الندوة المفتوحة تحت عنوان: «النزعة الاستهلاكية من منظور بيئي وخُلُقي» أنَّ من الآثار السلبية للنزعة الاستهلاكية التأثير في البنية النفسية للفرد والمجتمع، فما توصَّلت إليه العَلاقات الاستهلاكية المعاصرة، من تدمير للبنية الاقتصادية والاجتماعية تحت شعار: «المجتمع الاستهلاكي»، امتدَّت إلى النسيج النفسي للإنسان، خاصة أنَّ من أبرز سِمات هذا النظام، العمل على تذويب حرِّية الفرد، فالإنسان هنا لم يعد المقياس الذي تقاس عليه الأشياء كلُّها، بل على العكس تمامًا، لقد أصبح يقاس هو نفسه من خلال تبعيَّته للأشياء[2].

١ - مركز المعارف للدراسات الثقافية: ثقافة الاستهلاك وتحديث العالم العربي، ج١، ص ٣٦.

٢ - انظر فعاليات الندوة المفتوحة تحت عنوان: «النزعة الاستهلاكية من منظور بيئي وخُلُقي» تنظيم مركز دراسات التشريع الإسلامي والأخلاق (كلية الدراسات الإسلامية بمؤسسة قطر للتربية والعلوم وتنمية المجتمع).

وقد دعا الدكتور (الحجري) في المناسبة نفسها، إلى أهمِّية العمل على أنْ يحقِّق النموُّ الاقتصادي الهدف الإنساني الأرقى الذي يضع في اعتباره حاجات الإنسان الأساس التي تؤكّد إنسانيَّته، متجاوزاً كلَّ المفاهيم الاستهلاكية المعاصرة في النموِّ، ومتجاوزاً كلَّ قِيَم الاستهلاك الذي يهدف للربح فقط، هذا الاستهلاك المفصول عن دوره الاجتماعي وصِلاته بالإبداع الإنساني.

ثانيًا: الرَّأسماليَّةُ والاستهلاكُ.. أيُّ علاقةٍ؟

١- في مفهومِ الرَّأسماليَّةِ:

الرأسماليةُ نظام اجتماعي واقتصادي حديث نسبيًّا، يقوم على إنتاج السلع بمختلف أنواعها؛ وذلك بهدف تحقيق الأرباح عبر الآليات التي يتيحها السوق.

وقد نشأ هذا النظام بشكل رئيسٍ في أوروبا الغربية بعد انتهاء العصور الوسطى، وازدهر مع ظهور الثورة الصناعية في أواخر القرن السابع عشر[١].

وتقوم الرأسمالية باعتبارها نظامًا على المُلكيَّة الخاصَّة لوسائل الإنتاج من قِبَل الأفراد أو الشركات، وهي تعتمد على تراكم رأس المال، والعمل المأجور، والأسواق الحرَّة والتنافسية، وتراكم الأرباح بوصفها وسيلة للتوسُّع والنموِّ. وتركِّز الرأسمالية على مبادئ الحرِّية الاقتصادية والمنافسة، وتُخضع معظم القرارات الاقتصادية لمعادلة العرض والطلب.

وقد تبنَّى علماء الاقتصاد، والاقتصاد السياسي، وعلماء الاجتماع، والمؤرِّخون وجهاتِ نظرٍ متباينة في تحليلهم للرأسمالية وميَّزوا بين عدَّة أشكال من تطبيقاتها، منها: رأسمالية السوق الحرِّ، ورأسمالية الرفاهية، ورأسمالية الدولة..

---

١ - نشأ المصطلح رأسمالي (capitalist) الذي يُشير إلى مالك رأس المال capital قبل مصطلح الرأسمالية capitalism بكثير، ويعود تاريخه إلى أواسط القرن السابع عشر. اشتُقَّت كلمة capitalism من كلمة capitale اللاتينية، والتي ظهرت في القرنين الثاني عشر والثالث عشر، والتي كانت تُشير إلى الأرصدة، ومخزون السلع، ومجموع الأموال أو الأموال التي تحمل الفائدة.

ويمكن أنْ نلاحظ في كلِّ شكلٍ من أشكال الرأسمالية مستوياتٍ متنوِّعة من الأسواق الحرَّة، والمُلكيَّة العامَّة، والعوائق المتمثِّلة أمام المنافسة والسياسات الاجتماعية التي تقرُّها الدولة. علاوة على ذلك، تتفاوت ضمن الأشكال المختلفة من الرأسمالية درجات التنافس في الأسواق، ودور تدخُّل الدولة وفرضها القوانين، والمدى الذي تشمله ملكيَّة الدولة[1].

ومن المهمِّ التأكيد على أنّ الرأسمالية قد شهدت تطوُّرًا امتدَّ على مراحلَ متعدِّدة، بدءًا بالرأسمالية التجارية (القرن ١٦-١٨)، مرورًا بالرأسمالية الصناعية (القرن ١٩)، والمالية (القرن ٢٠)، ووصولاً إلى الرأسمالية المعلوماتية والاستهلاكية (القرن ٢١).

ويبدو أنَّ ما أتاحه النظام الرأسمالي من حرِّية اقتصادية وتنافسية بين الشركات، قد أسهم في مضاعفة الإنتاج وتكديس السلع، ما عمَّق النزعة الاستهلاكية في كلِّ مرحلة من هذه المراحل؛ باعتبارها ضرورة للنظام الرأسمالي أكثرَ من كونها سلوكًا فرديًّا منعزلاً.

٢- النَّزعةُ الاستهلاكيَّةُ في الرأسماليَّةِ:

ما من شكٍّ في أنَّ الأنظمة الرأسمالية قائمة على فكرة مركزية وهي الاستهلاك، ولكنْ لتعزيز السلوك الاستهلاكي لدى الأفراد كان لا بدَّ من التدخل في آليَّات العملية الاستهلاكية برمَّتها، من خلال التحوُّل من منطق الحاجة إلى منطق الرغبة، بمعنى أنَّ الحاجة لم تعد هي المحرِّك الأساس للاستهلاك، بل تحلُّ محلَّها الرغبة التي يقع تصنيعها وتضخيمها، ومن ثَمَّ توجيهها لتصبح الوقود الحقيقي التي يتغذَّى به رأس المال.

ولتكريس هذا التحوُّل وقع التركيز على عملية تشكيل الوعي عبر دعم الإشهار، وصناعة الإعلانات، وخلق حاجات جديدة لا تنبع من الحاجة والضرورة، بل من قوَّة الضغط الثقافي والرمزي وتأثيراته.

وبهذا المنطق الجديد أصبحت هُويَّة الفرد تتحدَّد من خلال ما يملك وما يستهلك، لا من خلال كينونته الذاتية أو ما يقدِّمه للمجتمع، وتحوَّلت السلع والبضائع وغيرها من المنتوجات المصنَّعة

1 -Macmillan Dictionary of Modern Economics, p. 54.

من مجرَّد أشياء إلى رموز ثقافية وعلامات تجارية عالمية، لها جبروتها وتأثيرها وسطوتها، لا على الأفراد فحسب، بوصفها تمثيلاً للقيمة الذاتية للشخص، بل على الدول والأنظمة والحكومات التي أصبحت تتأثَّر بضغط الشركات الدولية العابرة للقارَّات.

ويرى الفيلسوف وعالم الاجتماع الفرنسي المعاصر (إدغار موران -Edgar Morin)، أنَّ للنزعة الاستهلاكية وجهَين مترابطَين ومتعارضَين في الوقت نفسه، فهي من جهة تسعى الى تلبية الاحتياجات الذاتية والشخصية، ومن ثَمَّ تعزيز مفهوم الفردانية، لكنْ في المقابل، تسهم المنتجات الاستهلاكية في تطوُّر النزعة الفردانية المنمَّطة. وعلى هذا، يصبح الفرد خاضعًا للمنظومة الاستهلاكية التي تجعله مشدودًا أكثر فأكثر إليها، إلى درجة أنَّه يضع نفسه في خدمتها. كما أنَّ أشكال الضيق والقلق والهموم والإحباط التي تميِّز عصرنا الراهن، هي ما يحدِّد هوَسنا بالتسوُّق من ناحية، وما يحدِّد أشكال الإدمان والتسمُّم المختلفة من ناحية أخرى[1].

ومن المعلوم أنَّ وسائل الإعلام والاتصال قد مارست دورًا محوريًّا في تكوين السلوك الاستهلاكي وتوجيهه، من خلال التسويق للمنتجات، والتلاعب بالعواطف والعقول، ودفع الناس إلى الإقبال على اقتناء ما تصنعه مؤسَّسات الإنتاج، حتَّى وإنْ كان المنتوج من الكماليَّات، ولا يمثِّل الحصول عليه ضرورةً من الضرورات.

٣- آثارُ النَّزعةِ الاستهلاكيَّةِ على الإنسانِ والمجتمعِ:

ما من شكٍّ في أنَّ لثقافة الاستهلاك تأثيرًا مباشرًا على البشر وسلوكهم، وهذا التأثير يمكن أنْ يكون نفسيًّا ويتجسَّد في القلق الدائم من فقدان القدرة الشرائية والشعور بالنقص أو الدونيَّة أمام من يملكون أكثر، مضافًا إلى الاعتماد على الشراء باعتباره وسيلةً لتعويض الفراغ الروحي أو العاطفي.

١ - إدغار موران: السبيل لأجل مستقبل البشرية، ص ١٥٧.

وقد سبق للفيلسوف (جون بودريار- Jean Baudrillard) [١] أنْ اعتبر أنَّ الإنسانَ الحديث لا يستهلك الأشياء، بل يستهلك معانيها ودلالاتها، فالمُنتجات لا تُباع بوظيفتها أو بمدى الحاجة إليها، بل بما ترمز إليه من تعبيرات ودلالات، فالساعة الفاخرة ترمز للمكانة الاجتماعية، والسيَّارة الفخمة ترمز للهُويَّة الذكورية أو الاستقلالية الأنثويَّة مثلاً، والطعام الباهظ يرمز إلى الغنى، والفيلاَّ العصرية من علامات الثراء وهكذا.

من جهته، وصف عالم الاجتماع البولندي (زيجمونت باومان[٢]- Zygmunt Bauman) الإنسانَ المعاصر في كتابه «الحداثة السائلة» بأنَّه كائن استهلاكي هشٌّ، يعيش في مجتمع سائل، تتغيَّر فيه الرغبات بسرعة، ويُطالب فيه الفرد بمواكبة المستجدَّات الاستهلاكية ليحافظ على قابليَّته الاجتماعية.

وهذا تقريبًا ما ذهب إليه جلُّ علماء النفس المعاصرين؛ مثل (إريك فروم-Erich Fromm)[٣] الذين يؤكِّدون على أنَّ الإنسان في المجتمعات الحديثة قد فقَد الاتصال بهُويَّته وكينونته وأصبح يُقاس بـما لديه، لا بما هو عليه من ثقافة وعلم ومكانة اجتماعية وتاريخ أسريٍّ، وبذلك يغدو الاستهلاك نوعًا من التهدئة النفسية المؤقَّتة، لا لشيء إلا لملء الفراغ العاطفي أو الروحي للفرد. لذلك انتشرت في المدَّة الأخيرة عدد من الأمراض والظواهر في عَلاقة بظاهرة الإفراط في الاستهلاك، كمرض السمنة[٤] والسكَّري[٥]، مضافًا إلى الأمراض النفسية، كمرض الاكتئاب الناتج

١ - فيلسوف وعالم اجتماع ولد سنة ١٩٢٩ وتوفي عام ٢٠٠٧. اشتهر بتحليلاته المتعلِّقة بوسائط الاتصال والثقافة المعاصرة، مضافًا إلى استنباطه مبادئ مثل المحاكاة والواقع المفرط. كتب عن مواضيع متنوِّعة، كالنزعة الاستهلاكية والأدوار الجندريَّة والاقتصاد والتاريخ الاجتماعي والفن والسياسية الخارجية الغربية والثقافة الشعبية.

٢ - ولد عام ١٩٢٩ وتوفي عام ٢٠١٧، برفسور علم الاجتماع في جامعة ليدز، عُرف بسبب تحليلاته للعَلاقة بين الحداثة والهولوكوست، وأيضاً ما يتعلق بالمذهبية المادية (الاستهلاكية) لما بعد الحداثة.

٣ - إريك فروم (١٩٠٠ – ١٩٨٠) هو عالم نفس وفيلسوف إنساني ألماني أمريكي، من أشهر مؤلَّفاته: الهروب من الحرية (١٩٤١)، التحليل النفسي والدين (١٩٥٠)، المجتمع العاقل (١٩٥٥).

٤ - تُشير الإحصائيات إلى أنه ومنذ تسعينيَّات القرن العشرين، ارتفعت معدَّلات انتشار السمنة في جميع أنحاء العالم من ٦,٦ في المئة في عام ١٩٩٠ إلى ١٥,٨ في المئة في عام ٢٠٢٢.

٥ - يصيب مرض السكَّري الملايين حول العالم، ويؤدِّي إلى العمى، والفشل الكلوي، والنوبات القلبية، والسكتات الدماغية، وبتر الأطراف. وفي عام ٢٠٢١، أصيب ٥٣٧ مليون بالغ على مستوى العالم (شخص واحد من كل ١٠ أشخاص) بمرض السكري.

عن المقارنة الاجتماعية، وظاهرة الهوس بالتسوُّق، وفقدان المعنى، وعدم الشعور بالرضا، رغم وفرة السلع والمنتجات والاستطاعة الماديِّة للأفراد.

ويمُكن لهذا التأثير أن يكون اجتماعيًّا؛ حيث يكرِّس الفجوة بين الطبقات، ويقوِّض قيم التعاون والتكافل لصالح النزعة الفردية، فيحوِّل العَلاقات الاجتماعية من عَلاقات إنسانية إلى علاَقات ماديِّة نفعية.

هذا طبعًا، مضافًا إلى التأثيرات البيئية والإيكولوجية والمتمثِّلة في استنزاف الموارد الطبيعية، وتراكم النفايات، والملوِّثات التي تفرزها المصانع والمعامل ووسائل النقل، وما ينتج عنه من متغيِّرات مناخية تؤثر تأثيراً سلبيًّا في مستقبل الإنسان في هذا الكوكب، كما تؤثّر في مبدأ الاستدامة وحقِّ الأجيال القادمة في الثروة، وفي بيئة نظيفة.

٤- مِنَ الرَّأسماليَّةِ إلى عَولمةِ الاستهلاكِ

أسهمت العولمة في تصدير النموذج الاستهلاكي الغربي إلى معظم دول العالم، عبر المطاعم والملاهي والدور الكبير الذي مارسته وتمارسه الإعلانات والشركات متعدِّدة الجنسيَّات. وبذلك تحوَّلت جلُّ السلع إلى رموز تعبرِّ عن التقدُّم والنجاح، مثل الهواتف الذكية، والأزياء، والسيَّارات، والمشروبات، وغيرها من الكماليَّات الأخرى.

وقد كان من المفروض، أنْ تكون السلع والبضائع في خدمة الإنسان، لكنَّ الواقع الحديث قلب هذه المعادلة لتصبح السلعة هي الغاية، والإنسان هو الوسيلة. وأصبحت مختلف المنتوجات أداة لتشكيل القيم وصناعة الرأي العام والتأثير في السلوك.

فالرأسمالية ومِن ورائها العولمة تهمِّش عن قصد كلَّ ما لا يُستهلك. لذلك فلا مجال في هذه الأنظمة للحديث عن الأخلاق، والقِيَم، ومفاهيم الاكتفاء، والرحمة والقناعة، فحياة الإنسان لا تعدو أنْ تكون سلسلةً لا تنتهي من الطلبات والرغبات التي لا تنكفئ بل تحيا من جديد كلَّما لبَّيناها.

وبذلك يتَّضح أنَّ النزعة الاستهلاكيَّة في الرأسماليَّة ليست مجرَّد مسألة عرَضية أو معطى جانبي،

بل هي جوهر وجودها، والمحور الأساس الضامن لاستمراريَّتها؛ حيث يجري تحويل الإنسان إلى كائن استهلاكي مجرَّد من أيِّ قدرة على اتخاذ القرار، ويجري جدولة حاجاته ورغباته وفق منطق السوق، في ظلّ تواطؤ الوسائل الإعلامية والفضاءات الإشهارية المسخَّرة لهذا الغرض.

ثالثًا: العَولمةُ والاستهلاكُ

تُمثِّل العولمة أحدَ أبرز التحوُّلات التي عرفها العالم المعاصر، إذ لم تعدْ مجرَّد انفتاح اقتصادي أو تواصل ثقافي، بل أصبحت منظومة شاملة تعيد تشكيل العالم وفقًا لرؤية ومصالح القوى الكبرى، وعلى رأسها النموذج الرأسمالي الاستهلاكي.

وقد لعبت العولمة دورًا فاعلاً في نشر ثقافة الاستهلاك وتعميمها، حتى صارت جزءًا من الوعي الجمعي لمجتمعات شتَّى، من أقصى الشرق إلى أقصى الغرب. ومن خلال أدواتها المتنوِّعة، قامت العولمة بإعادة تشكيل الإنسان العالمي باعتباره مستهلِكًا، قبل أنْ يكون أيَّ شيء آخر.

١- مفهومُ العولمةِ وأدواتها

العولمةُ هي عملية تداخل اقتصادي وثقافي وتقني واجتماعي بين المجتمعات والدول؛ بحيث تتضاءل الحواجز الجغرافية والسياسية فيما بينها وتزداد درجة الاعتماد المتبادل. وتتجلَّى آثارها في حرِّيَّة حركة البضائع والخدمات، وتدفُّق المعلومات عبر الإنترنت، وانتقال الأنماط الثقافية، وأنماط الحياة من بلد إلى آخر دون حواجز، وبكل سلاسة ويسر.

وتستخدم العولمة عدَّة أدوات تضمن من خلالها هيمنتها وجبروتها، وهذه الأدوات تختلف في طبيعتها ومدى تأثيرها؛ إذ نجد منها ما هو اقتصادي، عماده تحرير السوق، والحدُّ من الرسوم الجمركية، والتجارة الإلكترونية القائمة على استخدام تطبيقات التسوُّق والبطاقات الائتمانية، ومنها ما هو ثقافي يستهدف توحيد الرموز ونشرها على أوسع نطاق، مضافًا إلى التلاعب بالعقول والأذواق، ومحاولة التأثير في القيم والثوابت الحضارية، ومنها ما هو إعلامي هدفه السيطرة على وسائل الاتصال والتواصل ومختلف الفضاءات الافتراضية الأخرى. ومنها ما هو سياسي هدفه

فرض سيطرة الدول المُهيمنة اقتصاديًّا على الدول الأضعف وتحكُّمها في قراراتها السياسية. ومنها ما هو تكنولوجي محرِّكه الأساس الفتوحات العلمية، والتطبيقات الحديثة المستخدمة لتقنيَّات الذكاء الاصطناعي المعتمدة على الخوارزميات التي باتت تعرف ماذا نريد قبل أن نريده، وقبل أن ننقر على الزرِّ الذي يأذن بشرائه.

٢- كيف عمَّمتِ العَولمةُ الثَّقافةَ الاستهلاكيَّةَ؟

رغم أن الاستهلاك ظاهرة قديمة قِدَم عملية الإنتاج، فإنَّه ارتبط اليوم بثقافة جديدة تعرف «بثقافة الاستهلاك» التي تختلف من مجتمع لآخر[١]، وبفضل تأثيرات العولمة، لم يعد الاستهلاك مرتبطًا بإشباع الحاجات البيولوجية، بل أصبح مرتبطًا بتنوُّع ثقافات العالم، إذ قامت العولمة بتسويق النموذج الاستهلاكي الغربي بوصفه نمطًا «متقدِّمًا و»حضاريًّا»، عبر:

- الإعلانات العالمية التي تربط الاستهلاك بالنجاح والسعادة.
- تصدير رموز الحياة الغربية (الهاتف الذكي، والأزياء، والوجبات السريعة، ووسائل الترفيه..إلخ).
- دمج القِيَم الاستهلاكية في الثقافة الشعبية والأعمال الفنية.

وتسعى القوى المحرِّكة للأسواق الدولية، إلى إثارة حساسية ثقافية استهلاكية، عبر سلسلة من المنتجات الصناعية التي يجري ترويجها بكثافة في الشعارات، والعلامات التجاريّة المبثوثة في الفواصل الإعلانية، وهذا ما يؤهِّلها لتبقى دون منافسة حقيقية، وأكثر نفوذًا وفعالية في فرض قيمها والتمكُّن بسرعة من تسريبها إلى الجموع في كل مكان.

فالإعلانات والدعايات وما يصْحبُها من لوازم الترفيه والتسلية مثلاً، تتحوَّل إلى وسائلَ ناجعةٍ في تسويق أذواق وأساليب غذائية مُنمَّطة، واختيارات في الألبسة شبه مستنسخة، كلّها تفيض علينا من خزائن ذلك العالم الآخر المذهل، وتعمل بنعومة على ترسيخ إيقاع جديد للحياة، تطغى

١ - نوال جمعون: ثقافة الاستهلاك وضغوط العولمة، ص١٥١.

عليه بشكل متزامن دورات التحفيز والإثارة في الاقتناء والاستهلاك غير المحدود[1].

وقد نتج عن انتشار الشركات الكبرى العابرة للقارَّات توحيدٌ لأنماط العيش في مختلف دول العالم؛ حيث رُبطت الحداثة بنسق الاستهلاك وأصبحت بعض المنتوجات كـ «ماكدونالدز» في مجال المأكولات، و»كوكاكولا « في مجال المشروبات، و»آبل» في مجال الاتصالات، رموزًا وأيقوناتٍ عابرةً للحدود لا تميِّز بين معسكر غربي أو معسكر شرقي، ولا تعترف بمبدأ السيادة الوطنية.

وهذا الواقع المُعولم - إنْ صحَّ التعبير- أسهم في خلق مفاهيمَ وشعاراتٍ جديدة تكرِّس منطق الكمِّ بدل الكيفِ، والسرعة بدل الجودة، والكفاءة الميكانيكية بدل العلاقات الإنسانية.

وبذلك، لم يعد الشراء يلبِّي الحاجة فحسب، بل أصبح وسيلة للتميُّز، وللتعبير عن الذات والانتماء الطبقي، أو الثقافي وبناء صورة اجتماعية معيَّنة، وهو ما يفسِّر التهافت على شراء العلامات الفاخرة، وامتلاك آخر صيحات التكنولوجيا، ومشاركة المشتريات على وسائل التواصل الاجتماعي.

٣- آثارُ العولمةِ الاستهلاكيَّةِ على المجتمعاتِ

صحيح أنَّ العولمةَ قد تسهم في إلغاء الحدود، والتقريب بين البشر، وتحريك الاقتصاد العالمي، وتنشيط الدورة الاقتصادية، وخاصَّة للبلدان العظمى، لكنَّها بحكم نزعتها إلى الهيمنة ستسهم - شئنا أم أبينا - في طمس الخصوصيَّات الثقافية للشعوب، وستؤدِّي آجلاً أو عاجلاً إلى اختفاء عدد من المنتجات والعادات المحلِّية أمام المنتجات العالمية، والتوحيد القسري للذوق العام، مضافًا إلى تعميق التفاوت الطبقي، وتغذية الرغبات الاستهلاكية دون توفُّر المقدرة الشرائية اللازمة، ما قد يولِّد شعورًا عامًّا بالإحباط ورغبة جامحة في الاقتراض من أجل الشراء، لا من أجل الإنتاج.

وبذلك، تكشف العولمة عن وجهها الاستهلاكي القبيح، خاصة وأنَّها تتجاوز كونها مشروعًا

١ - جمال أكاديري: عولمة الثقافة الاستهلاكية، موقع الجزيرة نت.

للتواصل الثقافي أو التكامل الاقتصادي إلى كونها أداة مركزية في تعميم نموذج استهلاكي محدَّد، يخدم مصالح الدول والشركات الكبرى، ويؤسِّس لعالم موحَّد الذوق، ولكنَّه مفكَّك القِيَم، ومهووس بالاقتناء والشراء.

إنَّ الاستهلاك في صيغته الرأسمالية المُعولَمة، ليس فقط ظاهرة اقتصادية، بل هو إشكال إنساني مركَّب، يسلب وعي الإنسان، ويُشوِّش قِيَمه، ويُنهكه نفسيًّا ويُهدِّد بيئته. وقد رصد الفكر الإنساني على اختلاف مدارسه وتيَّاراته هذا الخلل بعمق، وطرح بدائل متعدِّدة، لكنَّها غالبًا ما بقيت محصورة في النخب أو ظلَّت عاجزة أمام المدِّ الإعلامي والاقتصادي الجارف.

من هنا تظهر الحاجة إلى رؤيةٍ ذات جذور روحية وقيميَّة متينة، لا تنبع من الإنسان فقط، بل تخاطبه في أرقى جوانبه، أيْ تخاطب وعيَه وروحه ومسؤوليته أمام خالقه.

رابعاً: موقفُ الإسلامِ منَ الاستهلاكِ

يقف الإسلام من الاستهلاك موقفًا متوازنًا، لا يقوم على الإنكار ولا الإطلاق، بل ينطلق من رؤية توحيدية ترى أن الإنسان مستخلف في الأرض، مسؤول عن تصرُّفه في الموارد، وأنَّ المال أمانة، والاستهلاك تصرُّف يجب أن يُضبط بضوابط شرعية وخُلُقية.

ففي الإسلام، الاعتدال هو القاعدة، والإسراف مذموم، والبذخ محرَّم، والتبذير من علامات الجهل والفساد. وهذا الموقف المتوازن ينبع من منظومة قرآنية ونبوية تتكامل فيها الأوامر التشريعية مع التوجيهات التربوية.

١ - الأسسُ القرآنيَّةُ والنَّبويَّةُ في تنظيمِ الاستهلاكِ

من المهمِّ التأكيد أنَّ الدين الإسلامي قد اعتبر المال مجرَّد وسيلة وأداة لاختبار سريرة الإنسان وسلوكه، وبذلك تتحوَّل ممتلكات الناس ومقتنياتهم وأشياؤهم إلى فتنة، يقول الله تعالى في كتابه العزيز: ﴿وَٱعلَمُوٓاْ أَنَّمَا أَموَٰلُكُم وَأَولَٰدُكُم فِتنَةٞ﴾ [الأنفال: ٢٨]

ولعلَّ المقصود من ذلك، عدم المبالغة في كسب المال وكنزه وتخزينه من ناحية، وعدم الإسراف في صرفه وإنفاقه من ناحية أخرى، إذ يقول المولى عزَّ وجلَّ: ﴿**وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ**﴾ [الأعراف: ٣١]، ويقول في موضع آخر: ﴿**إِنَّ ٱلۡمُبَذِّرِينَ كَانُوٓاْ إِخۡوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِ وَكَانَ ٱلشَّيۡطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورٗا**﴾ [الإسراء:٢٧]. فالله يأمر بالاعتدال في كلِّ شيء ويمتدح المُقسطين، كما في قوله عن عباد الرحمن: ﴿**وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمۡ يُسۡرِفُواْ وَلَمۡ يَقۡتُرُواْ وَكَانَ بَيۡنَ ذَٰلِكَ قَوَامٗا**﴾ [الفرقان:٦٧].

إذًا، يربط الإسلام الإسراف بالبُعد الشيطاني، ويؤكِّد على الاقتصاد في المأكل والمشرب، وهو ما يُفهم على عموم الاستهلاك، فالمعيار القرآني الدقيق في الاستهلاك هو: لا تَقْتير ولا إسراف، بل توازن بين الحاجة والقدرة؛ حيث جاء في قوله تعالى: ﴿**وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمۡ يُسۡرِفُواْ وَلَمۡ يَقۡتُرُواْ وَكَانَ بَيۡنَ ذَٰلِكَ قَوَامٗا**﴾ [الفرقان: ٦٧].

وهذا السلوك نفسه كرَّسه الرسول الأعظم ﷺ في خطابه وفي عيشه اليومي؛ حيث تُشير مختلف السير والأحاديث إلى أن النبي ﷺ لم يُربِّ الأمَّة على الفقر القسري، بل على الزهد الاختياري والرضا بالموجود ولو كان قليلاً. فقد جاء في حديث آخر عنه ﷺ قال: «كلُوا، واشربُوا، وتصدَّقُوا، والْبَسُوا في غيرِ إسرافٍ ولا مَخيلةٍ»[1].

٢ - مقاصدُ الشَّريعةِ في ضبطِ السُّلوكِ الاستهلاكيِّ

إنَّ مقاصد الشريعة في ضبط الاستهلاك وترشيده متعدِّدة، نذكر من بينها:

- حفظ المال. وبالتالي، فإنَّ الإنفاق بلا ضوابط يُعدُّ إسرافًا وإضرارًا بمقاصد الشريعة.
- حفظ النفس والعقل؛ لأنَّ الاستهلاك بشكل مفرط دون ضوابط، قد يؤدِّي إلى المرض الجسدي (مثل الإفراط في تناول الطعام والمأكولات)، أو العقلي (مثل الإفراط في استعمال وسائل الترفيه)، وقد يؤدِّي كذلك إلى الدخول في أزمات مالية نتيجة الاقتراض

١ - محمد بن يعقوب الكليني: الكافي، ج٢، ص٢٢٨؛ أحمد بن شعيب النَّسائي: سُنن النَّسائي، ج٨، ص ١٨٨.

والدَّين، وهو ما يُنافي مقاصد حفظ النفس والعقل التي بُني عليها ديننا الحنيف.

- تحقيق مبادئ التضامن والتكافل الاجتماعي وقِيَمه؛ إذ إنَّه عندما يستهلك بعض النَّاس فوق حاجتهم، يُحرَم آخرون من الضروريَّات، وهو ما يُخالف مبدأ العدالة والمساواة في الإسلام.

وقد ميَّز الإسلام بين الاستهلاك المحمود الذي يقصد من ورائه الإنسان تلبيةَ حاجاته المادِّية والمعنوية الضرورية، والاستهلاك المذموم الذي يبتغي من ورائه الإسرافَ في إشباع شهواته والتفاخر والتباهي بين الناس.

إذًا، يبدو الموقف الإسلامي من الاستهلاك منسجمًا مع فطرة الإنسان وكرامته واحتياجاته الروحية والمادِّية؛ إذ أقرَّ له حقَّ الاستمتاع بالطيِّبات من الأشياء، لكنَّه ضبطه بأُطُرٍ من التوازن والقصد، وحرَّم التبذير والإسراف والتفاخر.

ففلسفة الإسلام الاقتصادية - إنْ صحَّ التعبير- ترفض تحويلَ الإنسان إلى كائن مادِّي استهلاكي، وتدعوه إلى العيش بوعي، وتقدير النعمة، وربط سلوكه الاقتصادي بمسؤوليَّته أمام الله، لا أمام السوق وأمام الآخرين من بني جنسه.

والأهمُّ من ذلك أنَّ تصدِّي الإسلام للنزعة الاستهلاكية لم يكن بشكل عرَضي أو في قالب نظري، بل ورد في شكل منظومة قيميَّة وسلوكية متكاملة الأركان، ويمكن اعتبارها اليوم من أكثر الرؤى قدرةً على تقديم بدائل خُلُقية وعقلية وعملية في عالم مهووس بالاستهلاك.

٣ - آليَّاتُ التَّصدِّي للسُّلوكِ الاستهلاكيِّ في الشَّريعةِ الإسلاميَّةِ

إنَّ أهمَّ ما يُميِّز الإسلام عن غيره من الديانات والشرائع الأخرى هو طابعه العملي في مواجهة مختلف الظواهر بما فيها ظاهرة الاستهلاك، فهو لم يكتفِ بذمِّ الإسراف في الاستهلاك مثلاً، بل قدَّم وسائلَ وبدائلَ عملية لمواجهة أيِّ هوس أو مبالغة في التفاخر أو في استهلاك ملذَّات الحياة الدنيا.

وهذه الوسائل لا تقتصر على الجانب الفكري أو التوجيه الخُلُقي فقط، بل تتعدَّاها إلى

ممارسات حياتية، يمكن أنْ تحوِّل الفرد والمجتمع من مجرَّد مستهلكين إلى أفراد فاعلين وواعين، في إطار معادلة متكاملة أساسها التوازن، وديدنها الاعتدال، وضمانتها القناعة التي تعدُّ من أعظم الفضائل التي تحقِّق للإنسان السكينة والراحة.

فقد ورد في القرآن الكريم ما يحثُّ على ضرورة التوازن في الاستهلاك؛ بحيث يجنِّب المسلم الإسراف، وينأى به عن التَّقْتِير؛ حيث قال تعالى: ﴿**وَٱلَّذِينَ إِذَا أَنفَقُواْ لَم يُسرِفُواْ وَلَم يَقتُرُواْ وَكَانَ بَينَ ذَٰلِكَ قَوَاما**﴾ [الفرقان: ٦٧].

كما قدَّم الرسول الكريم نموذجًا عمليًّا في ترشيد الاستهلاك عبر مختلف جوانب حياته، بدءًا من ملبَسِه، وطعامه وشرابه، وصولاً إلى طريقة إنفاقه للمال العام كما الخاص. فقد ورد في الحديث: « لقَدْ مَاتَ رَسولُ اللهِ ﷺ، وَما شَبِعَ مِن خُبْزٍ، وَزَيْتٍ في يَومٍ وَاحِدٍ مَرَّتَيْنِ»[1].

وهذا لا يعني أنَّ الإسلام يدعو إلى الانقطاع التامِّ عن العالم المادِّي، ولكنَّه يؤكِّد على فكرة أساس، مفادها أنَّ المال مهما كانت طبيعته، فليس غايةً في حدِّ ذاته، بل يبقى مجرَّد وسيلة، وأداة لخدمة الإنسان خاصَّة والمجتمع عامَّة.

وهذه الفكرة الأخيرة تُحيلنا إلى المعنى الحقيقي للزهد في الإسلام، والذي لا يعني الخَصاصة والحرمان، بل يعني الاستقلالية والتحرُّر من عبودية الأشياء المادِّية إلى عبودية مالك الأكوان. قال النبي ﷺ: «وارْضَ بما قَسَمَ اللهُ لكَ تكُنْ أغْنَى الناسِ»[2].

وفي خضمِّ طوفان الاستهلاك الذي اجتاح عالمنا المعاصر، نجد القرآن والسُّنَّة بمنزلة الحصن الذي يضمن للإنسان الحماية ويمنحه البوصلة الخُلُقية للموازنة بين حاجاته ورغباته الشخصية من جهة، وإمكانيَّاته وقدراته الذاتية من جهة أخرى.

فديننا الحنيف لم يكتفِ بتشخيص الأزمة، بل قدَّم وسائل عملية وروحية لمواجهة نزعة الاستهلاك، ليس عبر الزهد القسري ودعوة الناس إلى الانعزال، بل عبر تربية اجتماعية ونفسية

---

١ - محمد بن يعقوب الكليني: الكافي، ج٢، ص١٣٨؛ مسلم بن الحجاج: صحيح مسلم، ج٣، ص ١٤٥٧.

٢ - محمد بن يعقوب الكليني: الكافي، ج٢، ص١٣٩؛ محمد بن عيسى: سنن الترمذي، ص٤٩٠.

متكاملة غايتها صناعة «الإنسان القانع العاقل»، لا «الإنسان المُستهلك المنفعل».

ومن البديهي أنَّ مواجهة نزعة الاستهلاك المفرط في المجتمع تتطلَّب إجراءات عملية، وتتطلَّب تضافر جهود عدَّة أطراف ومؤسَّسات وفي مقدِّمتها الأسرة والمدرسة والمجتمع المدني.

فللأسرة دور مهمٌّ في تربية الأطفال على القناعة، وتعليمهم أنَّ السعادة لا تكمن في كثرة الشراء، وإنَّما في الرضا بما عندهم، كما أنَّ للوالدين تأثيراً كبيراً في أبنائهم من خلال القدوة الحسنة وإرساء قواعد للتخطيط المالي وتحديد الأولويَّات وتجنُّب التبذير والإسراف في الإنفاق.

من جهتها تؤدِّي المدرسة دورًا محوريًّا في ترسيخ ثقافة الاكتفاء والتحذير من الإسراف، مضافًا إلى تعليم الناشئة قِيَم الزكاة والصدقة بوصفها بديلاً عن التبذير.

ولا يُمكن في هذا المستوى تجاهل دور وسائل الإعلام في الترويج لمخاطر الاستهلاك المفرط، ونشر ثقافة الاستهلاك الواعي والمسؤول، والإسهام في بناء وعي جماعي يحدُّ من النزعة الاستهلاكية، ويُعيد تعريف مفهوم «الغنى» بوصفه غنى النفس، لا غنى المال.

خامساً: ضوابطُ الاستهلاكِ في الاقتصادِ الإسلاميِّ

يُعرَف الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي بكونه «استخدامَ السلع والخدمات فيما يحقِّق المنفعة للفرد، مع الالتزام بضوابط الشريعة»[1].

وقد وضع الإسلام مجموعة من القواعد والضوابط الخُلُقية والشرعية التي تنظِّم الاستهلاك «الواعي» و «الرشيد» للإنسان المسلم؛ وذلك بهدف الحفاظ على استقرار المجتمع، ودفع عجلة التنمية فيه. ومن أهمِّ هذه الضوابط، يمكن ذكر:

١ - المشروعيَّة أو حدود الحلال والحرام

يُصنِّف الإسلام الأشياء بما فيها السلع والبضائع إلى صنفين اثنين الطيِّبات من جهة والخبائث

١ - ميدني نجاح: آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، ص٤٦.

من جهة أخرى، وقد أحلَّ أكلَ الطيِّبات، وحرَّم الخبائث ﴿**وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ**﴾ [الأعراف:١٥٧]. ومن الخبائث: الميتة، والدم ولحم الخنزير والخمر وكل المسْكِرات، وغيرها من الأعمال والمكاسب المُحرَّمة، واعتبرها رجسًا من عمل الشيطان ودعا إلى اجتنابها: ﴿**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ**﴾ [المائدة:٩٠].

وفي مقابل ذلك أباح بقيَّة الطيِّبات من المآكل والمشارب؛ حيث جاء في القرآن الكريم: ﴿**قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ**﴾[الأعراف: ٣٢]، كما قال النبي ﷺ: «لا تزولُ قَدَمَا عبدٍ يومَ القيامةِ حتَّى يُسألَ عن أربعٍ؛ عَن عُمُرِه في ما أفناهُ، وعن جسدِه في ما أبلاهُ، وعن عِلمِه ماذا عَمِلَ فيه، وعن مالِه مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وفي ما أنفقَهُ»[1].

فالأصل في الأشياء هو إباحة الطيِّبات وتحريم الخبائث، وكلِّ ما من شأنه أن يضرَّ بالإنسان، وإن لم يرِد فيه نصٌّ؛ لأنَّ القصد من ذلك هو الحفاظ على النوع وصون ثروات الأمَّة، وحفظ المجتمع الإسلامي من الجريمة والفساد والتبعيَّة.

٢- النهي عن الإسرافِ ورسم الحدود بين التَّبذير والتَّقتير

فالتبذير أمر يبغضه الشرع الإسلامي، نظرًا لآثاره السلبية في الاقتصاد؛ حيث يقطع ديمومة مصادر الأموال، ويحول دون توفُّر الأموال اللازمة لتحقيق أغراض الإنفاق، وعمليَّات الاستثمار، فهو يؤدِّي إلى الحرمان والفاقة والتخلُّف، وهذا ما تنأى عنه سياسات التمويل في الشريعة الإسـلامية؛ إذ قال تعالى: ﴿**وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا**﴾ [الفرقان: ٦٧].

كما اعتبر الإسلام الترفَ والبذخ والتنعُّم الزائدَ عن الحاجة من أسباب زوال النعم وتحوُّلها؛

١ - محمد بن يعقوب الكليني: الكافي، ج٢، ص١٣٥؛ محمد بن عيسى: سنن الترمذي، ج٤، ص ٦١١.

لأنَّها جميعها طرائق إلى المعاصي، ونسيان فضل الله تعالى على الإنسان[1]. لذلك، فأهمُّ ما يتميَّز به الاقتصـاد الإسلامي، هو الاعـتدال والتوازن، بين الإنتاج والاستهلاك، والحثِّ على الاقتصاد في الاستهلاك، والإنفاق دون إسراف أو تَقتير.

٣- مِنَ الحرِّيةِ المطلقةِ إلى الحرِّيةِ الموجَّهةِ

ترتكز الرأسمالية الليبرالية على فكرة مركزية، وهي الحرِّية المطلقة التي لا تحكمها الضوابط إلَّا في حدِّها الأدنى، فيما يرتكز الإسلام على مفهوم الحرِّية الموجَّهة، وذلك في كلِّ شؤون الحياة ومجالاتها، بما في ذلك السلوك الاستهلاكي الذي وقع تحديده كمِّيًّا ونوعيًّا، فالتحديد الكمِّي يُقصد به تحديد كمِّية ما يمكن للفرد أن يستهلكه من السلعة أو الخدمة. وهو ما عبرَّ عنه ﷺ عندما قال: «ما ملأ آدميٌّ وعاءً شرًّا من بطنٍ بحسْبُ ابنِ آدمَ أُكلاتٌ يُقمْنَ صلبَه، فإن كان لا محالةَ فثُلثٌ لطعامه، وثلثٌ لشرابه، وثلثٌ لنفسه»[2]. وأمَّا التحديد النوعي فيعني التفريق في الاستهلاك بين الأفراد بحسب طبيعتهم وجنسهم وتكوينهم، ولذلك اشترك الرجال والنساء بالمنع في الأكل والشرب في آنية الذهب والفضَّة، إلَّا أنهم تفرَّقوا حين مُنع الرجال من لبس الذهب والحرير على عكس النساء.

٤ - مبدأ التَّوازنِ بين الدَّخل والإنفاق

إذ يجب على المكلَّف أن يوازن بين دخله وإنفاقه، حتى لا يُضطرَّ إلى الاقتراض أو التداين أو السرقة والنهب، فلا ينبغي للشخص العاقل أن ينفق إلا ضمن ما تسمح به إمكانيَّاته وحدوده المالية والاقتصادية، ولا يحلُّ له أن يجاوز الحدَّ حتى تكون نفقاته أكثر من دخله.[3] يقول تعالى في هذا الصدد: ﴿**وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَى عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا**﴾ [الإسراء: ٢٩].

---

١ - حسين شحاتة: القيم التربوية والضوابط الشرعية للسلوك الاستهلاكي الإسلامي، ص٢٠.
٢ - محمد بن يعقوب الكليني: الكافي، ج٢، ص٧٩؛ محمد بن عيسى، سنن الترمذي، ج٤ ، ص ٦٢١.
٣ - بوهنتالة إبراهيم: ضوابط الاستهلاك والاستثمار في الاقتصاد الإسلامي، ص ٢٦٨.

٥ - مبدأ ترتيب الأولويَّات والحاجات

إذ يجدر بالمستهلك المسلم أن يحدِّد أولويَّات إنفاقه من الضروريَّات إلى الكماليَّات، وعدم تقديم أو تأخير إحداها على الأخرى، حين لا تقتضي المصلحة ذلك، وكل هذا وفق سلَّم الحاجيَّات الحقيقية، وليس وفق منطق المنافسة أو التباهي أو قوانين سعر السوق أو قواعد العرض والطلب[١].

٦ - إعادة توزيع الثَّروة

صحيح أن مُلكيَّة المال تعود إلى صاحبه الذي اكتسبه واجتهد في الحصول عليه، ولكنْ استنادًا إلى قوله تعالى: ﴿**آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُم مُّسْتَخْلَفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَأَنفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ**﴾ [الحديد: ٧]، يكون المولى -عزَّ وجلَّ- هو المالك الحقيقي للمال، ويصبح الإنسان مجرَّد مستخلَفٍ عليه ومتصرِّف فيه لا غير.

ومن هذا المنطلق فُرضت الزكاة والصدقات، واعتبرها الإسلام حقًّا للمجتمع. قال الله تعالى: ﴿**كَيْ لَا يَكُونَ دولة بين ٱلأَغنِيَاءِ منكم**﴾ [الحشر: ٧]، وقال أيضًا: ﴿**وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُومٌ لِلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ**﴾ [المعارج: ٢٤- ٢٥]، وقال ﷺ: «مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادِّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ وَتَعَاطُفِهِمْ، مَثَلُ الْجَسَدِ، إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ، تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهَرِ وَالْحُمَّى»[٢].

ويُحيلنا ما سبق، إلى مقصد من أهمِّ مقاصد النظام الاقتصادي الإسلامي، وهو توزيع الثروة وتدوير الأموال بين طبقات المجتمع، حتى تتقارب فيما بينها، ويتقلَّصَ التفاوت فيما بينها. ويدخل في ذلك كفالة المستوى الأدنى من المعيشة، والذي هو حدُّ الكفاية في الشريعة لا حد الكفاف، لمن لم يستطع بجهوده الذاتية أن يكفي نفسه وأسرته، فهنا أوجبت له الشريعة المعونة على أقاربه في المقام الأوَّل، وقبل بيت مال الزكاة[٣].

---

١ - السبهاني عبد الجبار: «نموذج الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي»، منشور على موقع: www.cibafi.org

٢ - محمد بن يعقوب الكليني: الكافي، ج٢، ص١٦٦؛ مسلم بن الحجاج: صحيح مسلم، ج٤ ص١٧٧١.

٣ - سوسن بنت محمد: «ضوابط سلوك المستهلك وجوانب الإرشاد في الاقتصاد الإسلامي»، منشور على: https://tilmeezjournal.in/articles/

فالإسلام وإن كان قد اعترف بالملكية الفردية، لكنه حدَّدها بألَّا تكون دُوْلة بين الأغنياء؛ بحيث يُمنع منها الفقراء، وبالتالي، انهيار الكيان الاجتماعي وفساده. ولذلك، فرض الزكاة في أموال الأغنياء، وحرَّم الربا والاحتكار.

٧- التَّمييز بين الوسائل والغايات

على عكس النظام الرأسمالي، ينظر الإسلام إلى الاستهلاك باعتباره مجرَّد وسيلة لا غاية في حدِّ ذاتها، فالمسلم الحقُّ يستهلك ليعيش ويعمر الأرض ويعبد الله، فهو يستمتع باستهلاكه للمباحات، دون أنْ تكون غايته النهائية، بل هي مجرد أداة ووسيلة للوصول إلى هدف أسمى، وذلك في تناقض صريح وواضح مع ما ترفعه الرأسمالية المُعولَمة من شعارات استهلاكية على غرار «أنا موجود بقدر ما أملك وما أستهلك».

الخاتمةُ

لا يقتصر الاستهلاك المُعولم الذي روَّجت له المنظومة الرأسمالية، على تلبية الحاجات، بل تحوَّل تدريجيًّا إلى نمط عيش وهيمنة ثقافية تُفرغ الإنسان من قيَمِه وتحوِّله إلى مجرَّد مستهلك مُسْتَلَبِ الإرادة فاقد لأيِّ قرار، وفي مقابل هذا المسار، يقدِّم الإسلام نموذجًا بديلاً يؤصِّل لفعل استهلاكي متَّزن، قائم على القناعة والاعتدال، ويحرِّر الإنسان من عبودية المادَّة والشهوة. فالقرآن الكريم والسُّنَّة النبوية لا يرفضان الاستهلاك في حدِّ ذاته، بل يضعان له ضوابطَ تحقِّق التوازن بين الروح والمادَّة، وبين الفرد والمجتمع.

ومن هنا، فإنَّ تجاوزَ آثار الاستهلاك زمنَ العولمة لا يكون إلَّا بإعادة الاعتبار للقيم القرآنية في الوعي والسلوك، وتفعيل مقاصد الشريعة في تنظيم الحياة الاقتصادية؛ بما يخدم الإنسان لا السوق.

خلاصةُ القول، إذا كان الاستهلاك في الاقتصاد الوضعي الرأسمالي يقوم على الإسراف والترف،

ولا همَّ له سوى الإشباع المادِّي للحاجيَّات والشهوات بمختلف أنواعها دون حسيب أو رقيب، فإنَّ الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي، يقوم على مبدأ التوازن والاستخدام السليم والأمثل للسلع والخدمات، ما يحقِّق للفرد إشباعًا ماديًّا ومعنويًّا يعينه على أداء دوره في عبادة الله تعالى، وعمارة الأرض دون الوقوع في أتون الأزمات المالية الخانقة، أو السقوط في شراك المديونيَّة المقيتة.

المراجعُ والمصادرُ

- القرآن الكريم.
- محمد بن يعقوب الكليني: الكافي، صححه وعلق عليه: علي أكبر الغفاري، طهران، دار الكتب الإسلامية، لا ط، ١٣٦٥ه.ش.
- إدغار موران: السبيل لأجل مستقبل البشرية، ترجمة: بشير العزاوي، بيروت، منشوارت الجمل، لا ط، ٢٠١٧.
- زيغمونت باومان: الحداثة السائلة، ترجمة: حجاج أبو جبر، بيروت: الشركة العربية للأبحاث، ط٣، ٢٠١٩.
- عبد الحميد محمد بوخاري: دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، ٢٠١١.
- عبد الوهاب المسيري وفتحي التريكي: الحداثة وما بعد الحداثة، دمشق، دار الفكر، ط، ٢٠٠٣.
- محمد بن عيسى الترمذي: سنن الترمذي (الجامع الصغير)، بيروت، دار الغرب الإسلامي، لا ط، ١٩٩٦م.
- مسلم بن الحجاج النيسابوري: صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي، ط١، ١٩٥٥م.