

الاستهلاك والنزعة الاستهلاكية من منظور الإسلام وعلم الاجتماع الاقتصادي

♦ السيد أكبر سيدي نيا^(١) ♦ ترجمة: د. محمد فراس الحلباوي^(٢)

■ خلاصة

تؤثر الثقافة العامة والمعايير والقيم السائدة في المجتمع في الاستهلاك والنزعة الاستهلاكية. ويؤكد الإسلام على ضرورة الحفاظ على المال، وتأمين الاحتياجات المعيشية، والاستثمار الاقتصادي، وتأمين الرفاهية المعيشية للفرد، ولمن يعولهم مراعيًا التوسط في ذلك، وبيع للمسلمين الاستهلاك مع الالتزام بالاعتدال، وينهى عن كل أشكال الإسراف والتبذير والإتلاف فيه. وللاستهلاك آثار متعددة ومتنوعة: اقتصادية، وسياسية، ونفسية، واجتماعية. من الآثار الاجتماعية للنزعة الاستهلاكية يمكن ذكر تحول الثروة والاستهلاك إلى قيمة وهيمنتها على القيم الأخرى، واستعراض الثروة والفجوة الطبقيّة والتفاوت الاجتماعي والشعور بالحرمان... إلخ. يتناول هذا المقال آثار النزعة الاستهلاكية في المجتمع مستخدمًا الأسلوب الإسنادي ومنهج تحليل المحتوى الوصفي بالمنظور الاجتماعي، ثم يدرس النزعة الاستهلاكية من منظور التعاليم الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: الإسلام- الاستهلاك- النزعة الاستهلاكية- علم الاجتماع

الاقتصادي- الإسراف- التبذير.

١ - خريج الحوزة العلمية في قم المشرفة، وباحث في علم الاجتماع والاقتصاد- إيران.

٢ - دكتورة في اللغة الفارسية وآدابها، محاضر في جامعة دمشق، ترجمان محلف.

مقدمة

الاستهلاك والنزعة الاستهلاكية موضوعان متعدداً الأبعاد، ويمكن النظر إليهما من زوايا مختلفة. للنزعة الاستهلاكية، فضلاً عن العوامل والتأثيرات الاقتصادية، آثار نفسية واجتماعية أيضاً، ينبغي دراستها وتمحيصها والتركيز عليها. ويمكن عدُّ الاستهلاك بمنزلة حركة اجتماعية وثقافية تتضمن علامات ورموزاً ثقافية، وليس مجرد عملية اقتصادية نفعية بحتة؛ لذلك، ينبغي الاهتمام بالجوانب الاجتماعية والثقافية الخاصة به.

وعلى الرغم من أنه في هذا النهج، تبقى للعوامل الاقتصادية أهميتها ومكانتها. فعلى سبيل المثال، في تحديد المجموعات الاستهلاكية التي لديها أنماط استهلاكية خاصة بها، يبقى وضعها الاقتصادي هو المحدد وليس العوامل الاجتماعية والثقافية^(١). وفضلاً عن التكاليف الاقتصادية، ثمة إنفاق وتكلفة للوقت والطاقة وما إلى ذلك في العملية الاستهلاكية، وأن لذلك تداعيات نفسية واجتماعية عديدة، ومن الضروري تحليل عواقب النزعة الاستهلاكية ونتائجها التي تُعدُّ نوعاً من الإضرار في العملية الاجتماعية؛ لذلك ينبغي الاستعانة بحصيلة البيانات الناتجة عن الأبحاث، والتخطيط لإصلاح هذه النزعة. وبالتالي، فكما تغيرت أنماط الاستهلاك عبر التاريخ تبعاً لتغير الرؤى والعوامل الاجتماعية والثقافية، فقد أثرت هذه العوامل جنباً إلى جنب مع العوامل المادية والاقتصادية، في تغيير نمط الاستهلاك.

يهتم علم الاجتماع بدراسة الظواهر الاجتماعية الناتجة عن سلوك الإنسان وأفعاله. ويُخضع سلوك الإنسان للأهداف والدوافع والقيم التي تحكم الشخص. ولتحليل سلوك الشخص، ينبغي الاهتمام بهذه المؤشرات ودراستها بعناية. حين نتحدث عن قيمة السلوك وهدفه، فإننا في الواقع

١ . روبرت باكاك: مصرف، ص ٣.

نثير مسألة السلوك الهادف والرشيد. فسلوك الإنسان له هدف وينبع من تفكير منطقي عقلائي. ولفهم معنى السلوك وكونه اعتبارياً، ينبغي فهم الأهداف والقيم الكامنة وراءه وإدراكها؛ لأنَّ فهم الأهداف والدوافع والأغراض والمعايير والقيم، هو مقدّمة للمعرفة الكاملة بالسلوك وتحليله، لا سيّما في السلوك الجماعي.

وبطبيعة الحال، فإنَّ هذه المؤشّرات تختلف من بلد إلى آخر، وحتّى من ثقافة إلى أخرى. كما أن التشابه الظاهري للرموز الاجتماعية لا يمكن أن يكون مؤشّراً على السلوك المشترك والعلاقات الداخليّة والخارجيّة؛ لأنّه كما قيل، فإنَّ جميع ذلك ينضوي ضمن الأهداف والدوافع والقيم، ويتغيّرها ستختلف السلوكيّات ووظيفة الرموز.

أولاً: الإطار النظريّ

المنهج الذي يتّبعه هذا المقال، هو منهج اجتماعي خاصّ بقضيّة الاستهلاك. لذلك، سيُحلّل أولاً الاستهلاك بالرؤية الاجتماعية، ثمّ ستُدرس هذه القضية من خلال رؤية الإسلام. ومنهج البحث يعتمد على الأسلوب الإسنادي والتحليلي للمحتوى مع المنهج التوصيفي.

في البحث الحالي، نسعى إلى إثبات أنّ الاستهلاك بذاته أمرٌ مستحسنٌ ومقبولٌ في الإسلام، وأنّه بمنزلة المحرّك للاقتصاد والمجتمع، كما أنّ الترشيد الأمثل للاستهلاك ومراعاة الضوابط الشرعيّة له هو أمرٌ حسنٌ، ولكن عندما يكون الاستهلاك هو هدف الحياة ويصاب الأفراد بالإسراف والتبذير، فسيصبح هذا الأمر مذمومًا وغير مستحب. ولدراسة ظاهرة النزعة الاستهلاكيّة، ينبغي دراسة بعض المفاهيم الرئيسيّة.

ثانياً: مفهوم الاستهلاك

الاستهلاك في اللغة يعني الإنفاق⁽¹⁾، وفي المصطلح الاقتصادي، "الاستهلاك عبارة عن القيم

١ - علي أكبر كلانتری: إسلام والگوی مصرف، ص ٢٣.

النقدية للسلع والخدمات التي تؤمن من قبل الأفراد ويقومون بشرائها^(١).

و«يُستخدَم الدخل الصافي لغرضين، يُخصَّص جزءٌ منه لتجميع الثروة وتكديسها والادخار، ويُخصَّص الجزء الآخر منها لتحقيق اللذة. وذلك الجزء من الدخل الذي يُنفق على تحقيق اللذة يُسمَّى الاستهلاك»^(٢).

ثالثاً: النزعةُ الاستهلاكيةُ

النزعة الاستهلاكية هي عبارة عن إعطاء الأولوية للاستهلاك وجعل الرفاهية والممتلكات المادية هدفاً. وقد غير العالم الغربي مساره، من الأخلاق الإنتاجية أو الأخلاق البروتستانتية إلى الأخلاق الاستهلاكية. ونتيجة لذلك، تحوّل الغرب من مجتمع منتج إلى مجتمع مستهلك، وأصبح الأصل في المجتمع هو تعظيم الاستهلاك والمتعة بحدّهما الأعلى. وبعد الغرب، تحوّلت الدول النامية أيضاً إلى مجتمعات استهلاكية إثر الدعاية والإعلان وعوامل أخرى.

ولتسريع هذا التحوّل إلى المجتمع الاستهلاكي، استُخدمت سياسات لتنظيم المعارض، وإنشاء متاجر كبيرة ومتسلسلة، وتوفير السلع الاستهلاكية الرخيصة ودخولها الأسواق بكميات كبيرة. وكان الفارق بين المجتمع الاستهلاكي وما سبقه هو أن استهلاك السلع الوفيرة كان مقتصرًا على الطبقة الثرية والمرفهة، لكن في المجتمع الاستهلاكي، بات استهلاك هذه السلع شائعاً أيضاً بين عامة الناس. بالطبع؛ ستظلّ السلع باهظة الثمن وذات الجودة العالية حكرًا على الأثرياء، والسلع الرخيصة وذات الجودة الأقل خاصة بعامة الناس.

برأي (فوكو-Foucault)، إنّ سلوك الأفراد وتصرفاتهم عامّة وفي أي زمن، يُستمدّ وينبع من الرؤية السائدة في ذلك العصر. بعبارة أخرى، فإنّ بناء الفعل تابع لبناء الفكر. ولصناعة الفكر، ثمة حاجة إلى الإيمان والارتباط بين الذهن والعين. ولخلق هذا الإيمان وهذه الصلة، تلعب اللغة الدور الأكبر، فاللغة مليئة بالمفاهيم القيمة وتمارس دوراً كبيراً في الدعاية وإضفاء نوع من

١ - أحمد أخوي: اقتصاد كلان، ص ١٥١.

٢ - باقر قديري أصل: كليات علم اقتصاد، ص ٢٧٤.

الشرعية، وتستخدم وسائل الإعلام، جنباً إلى جنب مع اللغة، الرموز والعلامات لبناء الفعل، وفي بحثنا هذا في الاستهلاك^(١).

تظهر النزعة الاستهلاكية مع تغيير أفكار الناس عن الاستهلاك. في الماضي، كان الناس يشترون السلع والخدمات الرئيسة أولاً، ثم السلع غير الضرورية حسب أولوياتهم وقدرتهم الشرائية ثانياً، وكانوا يمارسون دوراً في تلبية احتياجاتهم، وكانت هذه هي الفكرة السائدة لدى الناس، ولكن لإيقاظ النزعة الاستهلاكية وتقويتها بين الناس، كان من الضروري تغيير هذه النظرة، لذلك، غيّرت النظرة لدى الناس عن طريق الدعاية ومن خلال وسائل الإعلام، وأصبح الناس يسعون إلى استهلاك المزيد والمزيد.

في هذا التغيير، كان الأصل الرئيس له أن الاستهلاك تحول إلى قيمة ومعياري، ولم تعد النزعة الاستهلاكية مستهجنة. يستفيد النظام الرأسمالي من وسائل الإعلام لإعداد الأرضيات الثقافية والفكرية للنزعة الاستهلاكية، ويستهدف الشرائح المفكّرة والمتوسّطة.

ليس للنزعة الاستهلاكية في الثقافة الدينية مكافئ دقيق ومحدّد، ولكنها مرتبطة بمفاهيم مثل: الإسراف والتبذير والإتلاف. ولتوضيح رؤية الإسلام في هذا الشأن، سندقق في هذه المفاهيم في تمّة المقال.

رابعاً: النزعة الاستهلاكية الحديثة

بدأت النزعة الاستهلاكية الحديثة في أواخر القرن التاسع عشر بشعار "دع الحدود تكون حرة"، وبلغت ذروتها في النصف الأول من القرن العشرين. في هذا النموذج، ينظر الناس إلى الاستهلاك كونه شيئاً مبنياً على رغباتهم وليس فقط على تلبية احتياجاتهم. إنهم يريدون شراء أشياء كانت قد انطعت في أذهانهم من خلال الإعلانات، عبر الأفلام والصحافة والإذاعة والتلفاز وأساليب الإعلان الأخرى. في هذه الرغبة والشهوة، لا يجري الاهتمام بالقوة الشرائية والقدرة المالية للشخص؛ لأنّ المعيار بالنسبة له هو الرغبة وليس تلبية الحاجة. وتستخدم الرأسمالية

١ - روبرت باكوك: مصرف، ص ٣.

بغرض التمهيد لإيجاد هذا النوع من النزعة الاستهلاكية وترسيخها، العلامات والرموز في بيع المنتجات. وكان للنبوية دور بارز في إيلاء الأهمية للعلامات والمؤشرات التي أوضحها عالم الأنثروبولوجيا الفرنسي (كلود ليفي شتراوس - Claude Lévi-Strauss)، والتي خلصت إلى أن العلامات والرموز المستخدمة في الإعلانات فعالة وتمارس دوراً رائداً جنباً إلى جنب مع اللغة المكتوبة^(١).

والنزعة الاستهلاكية هي قضية دولية يمكن دراستها من منظور جزئي وكلي. وقد أصبحت النزعة الاستهلاكية المفترمة اليوم منتشرة في معظم البلدان. الشركات متعددة الجنسيات والعالمية، والمناطق الحرة، والفضاء السيبراني، والإنترنت، والإعلانات عبر الأقمار الصناعية قد كسرت الحدود، وتجد جمهورها دائماً. هذه الوسائل تغير الأذواق وثقافة الاستهلاك؛ حيث يسعى أفراد المجتمع يومياً إلى مواكبة أحدث صيحات الموضة التي يشاهدونها على شاشات التلفاز ليلاً. كما أن التسوق عبر الإنترنت قد أزال عدداً من القيود.

وتهدف النزعة الاستهلاكية الحديثة إلى زيادة الاستهلاك لتحقيق أقصى قدر من الربح. كما أن نظرة الاقتصاديين قد تغيرت، وهم يسعون الآن إلى تحقيق الاستهلاك المتزايد؛ لأن الاستهلاك المتزايد سيؤدي إلى الإنتاج المتزايد أيضاً؛ ما يعني مزيداً من الأرباح. ولتحقيق الاستهلاك المتزايد لا يمكن الاكتفاء باستهلاك الطبقة المرفهة والغنية.

لذلك، وبالاستعانة بوسائل الإعلام العالمية، فقد اندفع جميع سكان العالم في كل مكان إلى الانخراط ضمن مسار النزعة الاستهلاكية المتأججة. ولكي لا يُقيد الاستهلاك المتزايد تحول الإنتاج من السلع الضرورية إلى السلع غير الضرورية والفاخرة، ولضمان استمرار الاستهلاك المتزايد، يروج للاحتياجات الوهمية.

وتمثلت السياسة الأخرى أيضاً في إنتاج سلع للاستخدام لمرة واحدة، وذات عمر قصير وغير قابلة للإصلاح، بحيث يعيد المستهلك شراءها مرة أخرى بدلاً من إصلاحها وإعادة استخدامها. وينخرط الأفراد ضمن عملية النزعة الاستهلاكية الحديثة في الشراء دون حاجة حقيقية؛

١ - روبرت باكوك: مصرف، ص ٣.

لأسباب مثل التظاهر، وفي بعض الأحيان لا يستطيعون السيطرة على شرائهم، لدرجة أن علماء النفس يعدّون هذا النوع من النزعة الاستهلاكية مرضاً يُعالج ويسعون لإيجاد حلول له. أحد هذه الحلول هو تسمية يوم من أيام السنة بيوم "عدم شراء أي شيء"، والذي سُمّي في أيلول، سبتمبر ١٩٩٢ من قبل فنّان من فانكوفر في كندا، بهدف تخفيض الاستهلاك^(١). والآن، خُصّص يوم لهذا الغرض في معظم البلدان^(٢). إنّ تخصيص هذا اليوم لعدم الشراء هو محاولة لتثبيت الاستهلاك الرشيد.

خامساً: النظريّات الاقتصادية حول الاستهلاك

باعتقاد (آدم سميث-Adam Smith) واقتصاديين آخرين، فإنّ الاستهلاك غير الإنتاجي والشخصي يتعارض مع التنمية. والادّخار والاستثمار هما المحرّكان الرئيسان للتنمية^(٣).

ثمّة نظريّات ومناهج مختلفة عن الاستهلاك كانت سائدة في فترات مختلفة. في عصر الماركنتيلية^(٤)، كان الاستهلاك المنتج شائعاً؛ أي استهلاك السلع والخدمات التي ينتجها المستهلك نفسه. بعد ذلك تحوّل نهج الاقتصاديين إلى الاستهلاك، وأصبح في مرحلة النظرية الحديثة مؤطّراً بالاستهلاك الفردي. بعد هذه الفترة التي ارتبطت كثيراً بأفكار (كينز-Keynes)، جرى التركيز على زيادة الاستهلاك بأكبر قدر ممكن؛ حيث أصبح الاستهلاك هو أساس الازدهار الاقتصادي. وفي الفترة الحالية، يجري الاهتمام بالاستهلاك الوظيفي؛ إذ يركّز على العوامل غير الاقتصادية وتأثيرها في الاستهلاك. في الجدول الآتي، تُقارن الفترات الثلاث معاً.

- ١ - صحيفة التفاهم: مصرف جرايبي يا بيماري پنهان قرن، عدد ٨٧.
- ٢ - صحيفة التفاهم: مصرف جرايبي يا بيماري پنهان قرن، عدد ٨٧.
- ٣ - ويليام جي باربر: سير انديشه هاى اقتصادى، ص. ٤٢-٤٧.

4 - Mercantilism.

جدول^(١) مقارنة الفترات الثلاث للنظريات الاقتصادية عن الاستهلاك

عنوان المرحلة	النظرية السائدة	الأسس والأصول
المركنتيلية	الاستهلاك المنتج (استهلاك الخدمات والسلع التي ينتجها الأفراد)	١. الثروة العالمية محدّدة ومعينة. ٢. التنافس للحصول على الثروة بنوع من لعب مجموعته صغرى. ٣. تستند السياسات الوطنية والدولية إلى تحصيل سباتك ذهبية لتحقيق رفاه أكثر. ٤. التفريق بين الاستهلاك المنتج الذي يؤدي إلى التوازن وبين الاستهلاك غير المولّد الذي يؤدي إلى خلل في التوازن.
الحديّة	الاستهلاك الفردي (الاستهلاك الأكبر يؤدي إلى الازدهار الاقتصادي وتحريك العجلات الاقتصادية)	١. الوقوف في مقابل المركنتيليين. ٢. الاستهلاك هو المحرك الرئيس للأسواق. ٣. تنتج قيم السوق ضمن الأسواق التنافسية في الزمن الذي يتقاطع فيه منحني العرض والطلب (منحنى مارشال). ٤. يظهر في المنحنى في قسم العرض سلوك الزبائن الذين يتعاون وسائل معينة ومحدّدة بالأسلوب الرشيد للحصول على أهداف بالحد الأعلى. ٥. الاستهلاك هو هدف بحد ذاته وليس وسيلة للوصول إلى أهداف أخرى. ٦. الأهداف فردية. ٧. الاستهلاك هو المحرك لإنتاج السلع.
المرحلة الأخيرة	الاستهلاك الوظيفي	١. يتمتع سوق السلعة الواحدة بميزات متنوّعة تحدّد الطلب والقيمة وكمية الاستهلاك. مثال عوامل الراحة والأمان في شراء السيارة. ٢. العوامل غير الاقتصادية دخيلة في الاستهلاك. ٣. الهدف هو الحصول على المنفعة المتزايدة جرّاء استهلاك سلعة واحدة.

١ - لمزيد من التوضيح انظر إلى كتب بمضامين تاريخ الأفكار الاقتصادية، وأسس علم الاقتصاد وعلم اجتماع الاستهلاك لمؤلفين من قبيل: تفضلي بجويان: Swedberg, Himmelstrand & Brulin

سادساً: الاستهلاك برأي علماء الاجتماع الاقتصادي

في علم الاقتصاد، تعدُّ مسألة النُدرة أمراً مفترضاً، ويُذكر في هذا الشأن أنَّ منفعة السلعة واستهلاكها يعتمدان على نُدرتها، وأنَّ ثمة علاقة عكسيَّة بينهما. بمعنى أنَّه كلما ارتفعت منفعة السلعة، زاد الطلب على استهلاكها، ولم يكن معظم الاقتصاديين، ولا سيَّما في الفترات السابقة، يولون اهتماماً كبيراً بالعوامل الأخرى.

يهتمُّ علماء الاجتماع الاقتصادي أيضاً بمسألة ندرة الموارد ويعدونها عنصراً مؤثراً في المنفعة والاستهلاك، لكنهم يهتمون أيضاً بعناصر أخرى مثل الثقافة. برأيهم، يُعدُّ الطلب والاستهلاك نتاجاً للقوى الاجتماعية في المجتمع، ولهذا السبب يُعدُّ البناء الاجتماعي والثقافة من العناصر التي يراعيها علماء الاجتماع الاقتصادي في المداورات الآنفه الذكر. ويرى علماء الاجتماع أنَّ القوى الاجتماعية تؤثر في تحديد الكميَّة والحجم والمحتوى وينبغي الانتباه إلى أنماط الاستهلاك، وفي نمذجة الأنماط أو تعديلها أيضاً ينبغي الانتباه إلى هذه المكونات، وتغييرها بتغيير الأنماط أيضاً. بمعنى أنَّه بتغيير الثقافة تتشكَّل أنماط استهلاكية جديدة وتُعدَّل الأنماط السابقة. يهتمُّ الاقتصاديون في بحث العرض والطلب وكذلك الاستهلاك بدوَال العرض والطلب وكيفية زيادة الطلب وزيادة الأرباح والدخل، وقيسون الاستهلاك من هذا المنطلق. وهم يدرسون الدخل الحدي والعرض الحدي والطلب الحدي والربح الناتج، لكنَّ علماء الاجتماع، على عكس الاقتصاديين، يدرسون المنتجات التي استهلكت، ومن هذا المنطلق، فإنَّهم يدرسون العوامل الاجتماعية للاستهلاك، وسبب استهلاك سلعة ما، والجماعات وفئات المستهلكين، وما إلى ذلك، ومدى تأثيرها في استهلاك السلعة قيد الدراسة. على سبيل المثال، عند استهلاك الكتب وشرائها، فإنَّهم لا يدرسون العلاقة بين العرض والطلب وكيفية الحصول على قيمتها السعريَّة، بل يطرحون هذه القضايا: لماذا يقرأ الناس الكتب؟ من المجموعات التي تشتري الكتب؟ ما أنواع الكتب التي يجري ابتياعها؟ ما الموضوعات التي تهتمُّ الناس؟ هل الإعلام والإعلان فعَّالان في بيع الكتب؟ ما العوامل المؤثرة في استهلاك الكتاب؟ كما تلاحظون، فإنَّ علماء الاجتماع، فضلاً عن اهتمامهم بالقضايا الاقتصاديَّة المتعلقة بالاستهلاك، يهتمُّون بالعوامل الاجتماعيَّة والنفسية والثقافية^(١).

١ - نيل جي اسمل سر: جامعه شناسي اقتصادي، ص ١٣٠.

كان علم الاجتماع الاقتصادي^(١) في الماضي مُنكبًا على دراسة الإنتاج والعرض، أمّا علم الاجتماع الاقتصادي اليوم، فيدرس الاستهلاك والعرض. كانت دراسة إنتاج السلع وعرضها وكيفية عملها من القضايا الرئيسة في علم الاجتماع الاقتصادي في الماضي، لكن اليوم أصبحت كيفية استهلاك السلع وعرضها هي القضية الرئيسة في علم اجتماع الاستهلاك بسبب زيادة الإنتاج. هذا التغيير في الموقف والأساس يرجع إلى تغيير الافتراض الأساس لعلم الاجتماع والاقتصاد. في الماضي، كان علم الاجتماع والاقتصاد يعدّان النُدرة في مستويات الطلب المرتفعة على السلع والخدمات هو افتراضهما الرئيس، وهذا ما جعل إنتاج السلع والخدمات وعرضها ذا أهميّة^(٢).

سابعًا: ضروريّات الاستهلاك في الإسلام

الإسلام هو دين الاعتدال والوسطية، فمن جهة يأمر بإصلاح المال وإنفاقه في المصارف الشخصية وفي حدود الكفاف وشؤون الأفراد، ومن جهة أخرى، يحذّر من السلوكيات المنحرفة، كالإسراف والتبذير والترف والكنز وتكديس الثروات. ويمكن تقسيم استهلاك الأفراد في الإسلام عامّة إلى خمس فئات:

١. النفقات الواجبة التي تستخدم لتلبية الاحتياجات الضرورية للفرد ولمن يعولهم وأداء الواجبات التعبدية، مثل المأكل والملبس وحجّ التمتع.
٢. النفقات المستحبة التي تهدف إلى كسب رضا الله والأهداف الخيرة والإنسانية وكسب الثواب.
٣. النفقات المحرّمة التي تُنفق في الطرق غير المشروعة والمحرّمة وفي الحالات التي تتجاوز الحدّ الشرعي والحاجة مثل الإسراف والتبذير والاستهلاك المفرط.

١ - علم الاجتماع الاقتصادي، هو عبارة عن تطبيق إطار القياس الكليّ للمتغيّرات والأنماط التوضيحية لعلم الاجتماع على تلك الأنشطة المعقّدة المتعلقة بإنتاج السلع والخدمات النادرة وتوزيعها وتبادلها واستهلاكها. انظر: نيل جي اسمل سر: جامعه شناسي اقتصادي، ص ١٣٠.

٢ - نيل جي اسمل سر: جامعه شناسي اقتصادي، ص ١٣٠.

٤. النفقات المكروهة التي تشمل الاستهلاك المفرط، وكذلك التضييق في الاستهلاك اليومي.

٥. النفقات المباحة التي تشمل حالات أخرى غير الحالات المذكورة آنفاً ولا يوجد فيها ذمٌ ولا ثواب.

إنَّ النزعة الاستهلاكية، التي هي موضوع هذا المقال، تقع في البندين الثالث والرابع من هذا التصنيف، وترتبط بمفاهيم الترف والتبذير والإسراف والإتلاف التي سيتم تناولها في المباحث القادمة.

ثامناً: ضرورة الحفاظ على المال

في الإسلام، يعدُّ الحفاظ على المال وعدم إضاعته أمراً واجباً ومؤكّداً. وهذا الأمر له أهمية كبيرة، ولهذا السبب يرى الإسلام أنَّ الحفاظ على المال وتقدير قيمته سببٌ لبقاء الإسلام والمسلمين. يشير الإمام الصادق عليه السلام إلى أنَّ من أسباب بقاء المسلمين والإسلام أن تكون الأموال في أيدي أناس يعرفون قيمتها وينفقونها بطريقة مستحسنة. من الأمور التي تؤدي إلى هلاك الإسلام والمسلمين أن تكون الأموال في أيدي أناس لا يعرفون قيمتها ولا ينفقونها بطريقة مستحسنة^(١). ويقول عليه السلام أيضاً، إنَّه ينبغي أن تحافظ على المال الجيد؛ لأنَّ الإنسان المعطاء يتقوى به، ويستغني عن الناس الوضيعين^(٢). ويقول الرسول الأكرم صلوات الله عليه وآله في هذا الشأن: "من المروءة استصلاح المال"^(٣).

تاسعاً: ضرورة تلبية احتياجات الحياة

ومن الواضح أنَّ الاستهلاك المفرط والإنفاق في غير محلّه، هو أحد مظاهر سوء الاستخدام

١ - محمّد بن حسن الحر العاملي: وسائل الشيعة إلى تحصيل مسائل الشريعة، ج ١١، ص ٥٢١.

٢ - محمّد يعقوب الكليني: الكافي، ج ٥، ص ٨٨.

٣ - محمّد باقر المجلسي: بحار الأنوار، ج ٧٦، ص ٣١٣.

وإهدار الأموال، وهو أمر غير صحيح من وجهة نظر التعاليم الإسلامية. ويؤكد الإسلام ضرورة تلبية احتياجات الحياة لدى المسلمين بالاستفادة من نعم الله وتلبية احتياجاتهم الشخصية كما جاء في آيات عديدة في القرآن الكريم: [الملك: ١٥]؛ [يس: ٣٤]؛ [سبأ: ٣٥]؛ [النحل: ١١٤]؛ [طه: ٨١]؛ [البقرة: ١٧٢]؛ [المائدة: ٨٧-٨٨]. كما يركز الإسلام على أهمية الانتفاع والاستهلاك الأمثل بعيداً عن الإسراف والتبذير، وينهى عن الرهبانية والتشدد على النفس والأبناء والعائلة على مدار العام^(١). وفي رواية عن النبي الأكرم ﷺ بشأن توفير وسائل المعيشة بقدر الحاجة؛ يشير فيها إلى "أَنَّ النَّفْسَ إِذَا أَحْرَزَتْ قُوَّتَهَا اسْتَقْرَّتْ"^(٢). وقد كانت سيرة الأئمة المعصومين (عليهم السلام) على هذا النحو أيضاً. فعلى الرغم من أن هؤلاء العظام كانوا أسوة في الجود والعتاء للعالم أجمع، لكنهم كانوا يفكرون في توفير احتياجاتهم المعيشية واحتياجات أهلهم وعيالهم. وقد روي عن الإمام الرضا (عليه السلام) في ما يتعلق بسيرة الإمام الباقر والصادق (عليهما السلام)، أنهما أشارا إلى أَنَّ الإنسان إذا هَيَأَ مقدار طعامه لسنة، خَفَّ وزرُه واطمأنَّ قلبُه. وكان الإمام الباقر والإمام الصادق (عليهما السلام) لا يشتريان ملكاً حتى يَهَيِّئُوا مقدارَ طعامِ سَنَتِهِمْ^(٣).

عاشراً: مراعاة الاعتدال والتوسط

الاعتدال والتوسط من أصول الإسلام الرئيسة، فالإسلام يحذّر المسلمين من أي نوع من الإفراط والتفريط. وهذا الأصل قائم أيضاً في موضوع الاستهلاك، والإسلام يدعو الإنسان إلى الاعتدال في الاستهلاك. وقد نهى النبي الأكرم ﷺ في هذا الشأن عن الإسراف والبخل والإتلاف^(٤). وقد أوصى أمير المؤمنين (عليه السلام) بسلوك طريق الاعتدال والرشاد؛ لأن ذلك علامة المروءة. إذا أراد الله أن يوصل خيراً إلى عبده ألهمه الاعتدال^(٥).

١ - انظر: محمد يعقوب الكليني: الكافي، ج ٤، ص ١١.

٢ - محمد يعقوب الكليني: الكافي، ج ٤، ص ١١.

٣ - محمد بن حسن الحر العاملي: وسائل الشيعة إلى تحصيل مسائل الشريعة، ج ١٢، ص ٣٢٠.

٤ - محمد باقر المجلسي: بحار الأنوار، ج ٧٧، ص ١٦٦.

٥ - عبد الواحد الأمدي التميمي: غرر الحكم ودرر الكلم، ص ٣٥٣.

حادي عشر: محذورات الاستهلاك في الإسلام

١ - الإسراف

الإسراف في اللغة ضد القصد والاعتدال، وهو تجاوز الحد في النفقة^(١)، وعدّ الطريحي في «مجمع البحرين» أنّ أكل الحرام، وتجاوز الحد في أكل الحلال، والإنفاق في غير طاعة الله، والأكل ما لا يناسب حال الشخص، وشراء الملابس غير الضرورية وارتداءها، جميعاً من معاني الإسراف^(٢). ويرى المرحوم النراقي - بعد نقل المعاني المذكورة آنفاً - أنّ جميعها يعود إلى معنيين: أحدهما تجاوز الحد، والآخر الإنفاق في المعصية. ثم يقول، إنّ الإنفاق في المعصية هو أيضاً نوع من تجاوز الحد. وبالتالي، فإنّ جميع المعاني تعود إلى معنى واحد وهو تجاوز الحد^(٣).

ويقول القرآن الكريم عن الإسراف: ﴿وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأعراف: ٣١]. ويقول في موضع آخر: ﴿وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكُلُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأنعام: ١٤١].

إنّ الآيات التي تتناول قضية الإسراف مباشرة وتذمّه، تتكرّر في القرآن الكريم، مثل: [الفرقان: ٦٧]؛ [النساء: ٦]؛ [الشعراء: ١٥٢]؛ [المائدة: ٣٢]؛ [طه: ١٢١]؛ [الأعراف: ٨١]؛ [غافر: ٢٨]؛ [يونس: ١٨٣]؛ [الإسراء: ٣٣]. وقد وردت روايات عدّة أيضاً عن الإسراف ومصاديقه وحدوده وأنواعه ومشتقاته، ونشير إلى مثال واحد للاختصار. يُشير الإمام الصادق (عليه السلام) في ذيل [الأعراف: ٣١]، إلى أنّ المال هو مال الله، قد استودعه عند الناس، وأذن لهم أن يأكلوا منه باقتصاد، ويشربوا منه باقتصاد، ويلبسوا منه باقتصاد، وينكحوا منه باقتصاد، ويركبوا منه في حدّ المتوسط، وما فضل عن ذلك فليردّوه إلى فقراء المسلمين، وليرأبوا به ما انصدع من معاشهم الاجتماعية، فعند ذلك يستوجبون الزيادة. إن طرائق تناول الطعام والشراب والركوب والزواج

١ - إسماعيل بن حمّاد الجوهري: الصحاح، ص ٤.

٢ - فخر الدين بن محمّد الطريحي: مجمع البحرين، ص ٥-٦٩.

٣ - مهدي النراقي: جامع السعادات، ص ٦١٧-٦٢٠.

تعتبر استهلاكاً حلالاً، وفي غير هذه الحالات يكون حراماً. وأتمّ كلامه: ﴿وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأعراف: ٣١]^(١).

٢ - التبذير

التبذير في الأصل من مادة «بذر»، بمعنى التفريق والنشر، وأصله نثر البذور^(٢). يذكر مؤلف «مجمع البحرين» عن معنى التبذير: «المبذرون هم الذين يبذرون ويسرفون في الإنفاق، وينفقون المال في غير ما أحله الله وأجازته»^(٣).

وقد ذمّ الله -تعالى- في القرآن الكريم التبذير والسلوك المبذر، وعد من يقوم بذلك أنحاً من إخوان الشياطين: ﴿وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا * إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا﴾ [الإسراء: ٢٦-٢٧].

ويعدّ الإمام علي (عليه السلام) التبذير من مصاديق الإسراف، ويقول: «إِنَّ إعطاء المال في غير حقّه تبذير وإسراف»^(٤).

٣ - الإتراف

أحد أشكال الإفراط في الاستهلاك، الاستهلاك المترف. والإتراف في اللغة هو تجاوز الحدود والانطلاق في الخلاعة والشهوات الدنيويّة^(٥). ومن ناحية أخرى، الإتراف مشتق من جذر «ترف»، بمعنى الحياة المرفّهة.

ويتّضح من المطالب السابقة، أنّ الإفراط في الاستهلاك والنزعة الاستهلاكيّة التي تنطوي على

١ - محمّد بن حسن الحر العاملي: وسائل الشيعة إلى تحصيل مسائل الشريعة، ج ٨.

٢ - الراغب الأصفهاني: المفردات في غريب القرآن الكريم، ص ١١٣-١١٤.

٣ - فخر الدين بن محمّد الطريحي: مجمع البحرين، ج ٣، ص ٢١٧.

٤ - الإمام علي: نهج البلاغة خطبة: ١٢٦، ومحمّد باقر المجلسي، بحار الأنوار، ج ٣٢، ص ٤٨.

٥ - فخر الدين بن محمّد الطريحي: مجمع البحرين، ج ١، ص ٢٨٩.

تجاوز الحدّ والإسراف يندرجان ضمن أحكام هذه الصفات الذميمة.

وينبغي على الفرد المسلم أن يتجنّب اكتناز الثروة وتجميدها، وأن يستثمر ماله. وعليه توفير الوسائل واحتياجاته واحتياجات من يعولهم، وألاّ يستهلك أكثر من الكفاف. من ناحية أخرى، يحثّ الإسلام المسلمين على مساعدة الفقراء والتضامن معهم، ويدعوهم إلى الإنفاق في سبيل الله.

٤ - الإقتار

الإقتار في اللغة يعني النقص والتضييق في الرزق، وكلمة «قتر» في سياق إنفاق المال، تعني إنفاق المال بطريقة لا تنقذ الإنسان إلّا من الموت، وتُبقي فيه الرمق فقط^(١). ورد في لسان العرب: قَتَرَ عَلَى عِيَالِهِ، يَعْنِي ضَيَّقَ عَلَيْهِمْ فِي النِّفْقَةِ^(٢). وذكر في القرآن الكريم بشأن الإقتار: ﴿قُلْ لَوْ أَنْتُمْ تَمْلِكُونَ خَزَائِنَ رَحْمَةِ رَبِّي إِذًا لَأَمْسَكْتُمْ خَشْيَةَ الْإِنْفَاقِ وَكَانَ الْإِنْسَانُ قَتُورًا﴾ [الإسراء: ١٠٠]. بناءً على ذلك، فكما أنّ الإسراف والتبذير مذمومان وغير مستحسنين في نظر الإسلام، فإنّ التشدّد والتضييق في الإنفاق على من تعولهم مذمومان وغير مستحسنين أيضًا.

ثاني عشر: الاستهلاك الأمثل في الإسلام

يُستخلص من المطالب المذكورة أنّها، أنّ نظرة الإسلام إلى الاستهلاك تتمثّل في إلزام الإسلام المسلمين والناس بالمحافظة على أرواحهم وأموالهم، وأن يحذروا من اكتناز المال وتجميد رأس المال، ومن ناحية أخرى، دعا المسلم إلى العمل والسعي ومزاولة الأنشطة الاقتصادية. وقد حثّ الإسلام المسلمين على توفير الرفاهية لأنفسهم ولأسرهم، ولم يمنعهم من الاستهلاك، ولكن مع ذلك، يُحدّد ضوابط، ويترك الاستهلاك حرّاً في هذا النطاق.

١ - الخليل بن أحمد الفراهيدي: العين، ج ٥، ص ١٢٤.

٢ - محمّد بن مكرم (ابن منظور): لسان العرب، ج ٥، مادة (قتر).

ثالث عشر: تداعياتُ النزعةِ الاستهلاكيَّةِ

إنَّ تعزيز النزعة الاستهلاكيَّةِ دون الاهتمام بالبنى التحتيَّةِ للإنتاج والطاقة الإنتاجية وتوفير المرافق، يؤدي إلى آثار سلبية في المجتمع والاقتصاد. وعادةً ما تشيع النزعة الاستهلاكيَّةِ في أوج النمو والازدهار الاقتصادي، حتى تصل السلع والخدمات المنتجة إلى الاستهلاك، وتتدفق دورة الإنتاج والاستهلاك جيِّدًا في المجتمع الذي يتوخى من هذه السياسة تحقيق المزيد من النمو الاقتصادي فيه.

في هذا الوقت، عادةً ما تكون القوة الشرائية لدى الناس مرتفعة. وينبغي في مثل هذه السياسة أخذ عواملٍ أخرى - غير الظروف الاقتصادية - بالاعتبار. العوامل والظروف الاجتماعيَّة والثقافيَّة للمجتمع هي من بين هذه العوامل، وهي فعَّالة في تحديد إطار حدوثها وكيفيَّته، وهذا يؤكد على أهميَّة دراسة أبعاد النزعة الاستهلاكيَّة من خلال علم الاجتماع وأطوره.

١ - تحويلُ الثروةِ والاستهلاكِ إلى قيمةٍ عليا

يختلف مقدار الثروة بين أفراد المجتمع. وبالتالي، تختلف القوة الشرائية والاستهلاك بينهم أيضًا. إنَّ ظهور المجتمع الاستهلاكي وانتشار النزعة الاستهلاكيَّة يزيدان من حرص أفراد المجتمع على الشراء والاستهلاك، وهذا يؤدي إلى تحويل الثروة والاستهلاك إلى قيمة. وهكذا، فإنَّ استمرار عمليَّة تحويل الثروة إلى قيمة على المدى الطويل، يؤدي إلى تغلب القيم الماديَّة على القيم الأخرى، ومع تهمين الاستهلاك والنزعة الاستهلاكيَّة تتلاشى قيم مثل القناعة والاعتدال والزهد.. إلخ، وتصبح القيم السلبية مثل: الاستهلاك المفرط والإسراف والتبذير والموضه و... إلخ. ذات قيمة، وتتعارض مع القيم غير الماديَّة. هذه العمليَّة تسبب في ظهور فجوة طبقيَّة وعدم مساواة اجتماعيَّة.

فتغدو حياة الفقراء مع رؤيتهم لهذه الأمور وعدم إمكانيَّة حصولهم عليها لضعف قوتهم الشرائية و فقرهم وعوزهم غير قابلة للتحمُّل، فتنشر حالة من الاستياء ويتأجج صراعٌ بغيض في المجتمع. قد يكون الفقر محتملاً بحد ذاته، لا سيَّما في المجتمعات الإسلاميَّة التي يتميَّز أهلها بالإيمان

والقيم، لكن الصراع الآنف يترك آثاره الخاصة في المجتمع.^(١) يقول (كونيغ - Konig) - وهو مفكرٌ غربي - عن هذا الموضوع، مع تركيزه على أفكار (دوركهايم - Durkheim) و(ميرتون - Merton).
 ”نمّة شكل تقليدي ومقبول من الفقر اعتاد عليه الإنسان، ولكن الظروف تتغير عندما تتسلل صورة لنوع آخر من الحياة أكثر رفاهية إلى أقصى نقاط المجتمعات غير المتطورة من خلال ما تنشره وسائل الإعلام. ونتيجة لتضارب هذين العاملين، تنمو الاحتياجات غير المحدودة، وبعد ذلك فإنّ التحركات المفاجئة للركود أو النمو الاقتصادي، في كثير من الأحيان، تؤدي إلى حالة من عدم المعيارية تبدو على هيئة ضياع ثقافي مفاجئ لا يسبب استياءً عميقاً فحسب، بل يؤدي أيضاً إلى اضطرابات سياسية واسعة النطاق“^(٢).

٢ - استعراضُ الثروة

إنّ استعراض الثروة، على حدّ تعبير (دوزنبري - Duesenberry) ”تأثير الاستعراض“، هي حالة يتّسم بها الأثرياء فيقومون بعرض ما بحوزتهم من مقتنيات و ثروات^(٣). في هذه الحالة، تصبح الثروة قيمة في أيدي الأثرياء وأبنائهم. تُستعرض الثروة من خلال ركوب السيّارات الفارهة التي تبلغ قيمتها مئات الملايين، وارتداء الأحذية والملابس الفاخرة، وارتداء القلائد الذهبية والخواتم الثمينة، وما إلى ذلك. هذا الاستعراض يهدف إلى إظهار الذات والتفوق، وله آثار سلبية عدة. في بعض الأحيان، تُساعد ظروف المجتمع أيضاً على القيام بهذا النوع من السلوكيات. على سبيل المثال، في إيران، بعد الحرب المفروضة واعتماد سياسة التنمية الاقتصادية، اكتسب رأس المال قيمةً كبيرة، ونتيجة لذلك، أصبح أصحاب رؤوس الأموال والأثرياء من أصحاب القيمة لدى بعض الناس وبادروا في عرض ثروتهم، وساعدت على ذلك سياسات مثل تحرير استيراد السيّارات الفاخرة، وما إلى ذلك.

١ - فرامرز رفيعي بور: توسعه وتضاد، ص ١٩٧.

2 - Rene Koenig: Anomie, p: 31.

3. James Duesenberry: «Die beziehung zwiehung einkommen und konsum und ihre folgen», p 139.

السؤال الذي يطرح هنا، هو لماذا تأثير هذا الاستعراض في دول العالم الثالث والدول النامية يبدو أكبر ممّا هو عليه الحال في الدول المتقدّمة؟ للإجابة ينبغي القول: إنّ تلك الدول منتجة ومصدّرة بحدّ ذاتها، وتتصرّف بحنكة حين يزداد الدخل لديها. ربّما يُمكن القول: إنهم يتصرّفون بعقلانية أكبر في مثل هذه الحالات، في حين أنّ ثقافة المجتمع وظروفه في دول العالم الثالث هي على عكس ذلك، وتتخذ القرارات على أساس المشاعر أكثر، وترنو غالبًا الطبقة المتوسطة وما دونها لتتصرّف مثل الأثرياء، وفي بعض الأحيان لا تتردّد في فعل أيّ شيء لتحقيق ذلك^(١).

٣ - خلق الحاجات

إحدى التبعات الأخرى للنزعة الاستهلاكية هو خلق الحاجة، والذي يظهر غالبًا عن طريق الدولة والشركات الإنتاجية والإعلانية باستراتيجياتها الخاصة. إنّ عرض الثروة من قبل الأثرياء أنفسهم يؤدّي دورًا فعّالًا في خلق الحاجة، ولكنّ دور الدولة يكتسب أهمية من خلال آليات مثل: الإعلانات واستيراد السلع المختلفة والمعارض.. إلخ. وفي هذا السياق، يؤدّي الاستيراد المفرط للسلع المختلفة؛ مثل السيّارات والأجهزة الكهربائية ومستحضرات التجميل.. إلخ، دورًا كبيرًا. فضلًا عن ذلك، فإنّ الناس يشعرون بالنقص عند رؤية ثروة الأغنياء وإمكاناتهم؛ ذلك أنّ الآليات المشدّدة التي تطبّقها الدولة والشركات الإنتاجية والتجار و... إلخ. تزيد من هذا الشعور وتحفّزهم على النزعة الاستهلاكية^(٢).

٤ - الفجوة الطبقيّة

تتسبّب النزعة الاستهلاكية في حدوث فجوة طبقيّة، نظرًا لاختلاف القدرة الشرائية لدى أفراد المجتمع ودخلهم. وفي سياق هذا الأسلوب المتبع لدى أصحاب النزعة الاستهلاكية، ستقوم

1 -John Story: Cultural Consumption and Everybody life, p: 277 - 301. Paul Dimaggio: Social Stratification, Lifestyle, Social Cognition and Social Participation, p: 458 - 465 .

٢ - فرامرز ريفعي بور: توسعه وتضاد، ص ١٩٩.

الطبقة المرفهة في المجتمع، وتبعاً لها الطبقة المتوسطة التي ترغب في تقليد الطبقة المرفهة والوصول إليها بشراء السلع الاستهلاكية والسلع الفاخرة، ولكن الطبقة الضعيفة ودون المتوسطة لن تكون لديها القدرة على الشراء، ممّا سيؤدّي إلى فجوة طبقية.

هذا الوضع المجتمعي يخلق تمييزاً اجتماعياً، فعندما لا تتفاهم الفجوة الطبقيّة ولا يعرض الأثرياء ثروتهم على مرأى من الناس، يكون التمييز الاجتماعي ضئيلاً وغير ملحوظ. على سبيل المثال، في أوائل الثورة وحتى العام ١٩٨٩ في إيران، كانت الثقافة العامّة للناس، وبتأكيد من (الإمام الراحل)، على نحو لم يكن فيه أثرياء المجتمع متميّزين عن عامّة الناس، ولم تكن لديهم فرصة لعرض ثروتهم، ولكن مع بداية التنمية الاقتصادية بدأ انتشار النزعة الاستهلاكية، واستعراض الثروة، وظهرت الفجوة الطبقيّة في إيران، ووصل ذلك إلى حدّ التمييز الاجتماعي، وإن لم يكن قد بلغ ذروته بعد. بالطبع، فإنّ وجود الثقافة والقيم الإسلامية بين الناس قد قلّل من نموّ هذا الاتجاه.

٥ - الشعور بالحرمان

يؤدّي عرض الثروة والدعاية والإعلان إلى شعور حادّ بالحاجة إلى السلع الاستهلاكية، ويسعى الجميع إلى الحصول على سلع متنوّعة وغير ضرورية. في البلدان النامية التي تعاني من التضخّم، تتضاءل القوّة الشرائية للناس، ولكنّ الحاجة إلى السلع الاستهلاكية تشتدّ في ظلّ الإعلانات والعوامل الأخرى، وهذا نوع من الانحطاط السياسي والاجتماعي والثقافي. ولمنع مثل هذا الوضع، تسيطر الدول الرأسمالية على الإعلانات وتروّج لها بما يتناسب مع القوّة الشرائية للناس. وفي وضع النزعة الاستهلاكية الذي يقع فيه الجميع، يسعى الناس إلى الحصول على الخدمات والسلع التي تحوّلت إلى قيمة، وفي هذا المسار يُقارنون أنفسهم بأقرانهم وبالطبقة المرفهة، وإذا كان لديهم أقلّ منهم، فإنّهم يشعرون بالحرمان والشظف^(١).

1 - John Story: Cultural Consumption and Everybody life, p: 277 - 301/ Paul Dimaggio: Social Stratification, Lifestyle, Social Cognition and Social Participation, p: 458 - 465.

وفرامرر ربيع بور: توسعه وتضاد، ص ٢٠١.

٦ - الضَّغْطُ الْمَعْيَارِيُّ

من تبعات النزعة الاستهلاكية أنه عند تحولها من ظاهرة إلى معيار وتقبلها من عامة الناس، فإن ذلك يتحوّل إلى ضغط معياري في المجتمع ولدى الأسر. في هذه الحالة، يقارن بعض الناس أنفسهم ببعض، ويسعون جاهدين ليكونوا متماثلين مع الآخرين في الاحتياجات وفي تلبّتها، ويراقبون سلوك بعضهم، ويرون أن السلوك غير الجماعي وعدم التأقلم مع الجماعة هو أمر غير معياري. كما أنه غالباً ما يحظى الناس في المجتمعات بوحدة قومية، ناهيك عن أن مجتمعاتهم ذات طبيعة تقليدية ولها سوابق تاريخية؛ لذلك يُحافظ في هذه المجتمعات على الخصائص والأعراف التقليدية، وتكون الأعراف فيها شاملة ومنتشرة ومستقرة.

ومن ناحية أخرى، يُصبح الاستهلاك والملكية قيمة ومعيّاراً، يسعى الجميع إلى اكتسابها، وإذا لم يتمكن المرء من تحقيق ذلك، فسيكون رازحاً تحت الضغط المعياري. في هذه الحالة، تُعدّ الثروة والملكية ذات قيمة وشرف، والفقر والعوز مدعاةً للخي والعار. فالناس يسعون إلى التماثل والتماهي قدر الإمكان مع الآخرين، ولهذا الغرض يقارنون أنفسهم بالآخرين، وفي الواقع يتأثرون بالضغط المعياري^(١).

بعض أفراد الطبقة المتوسطة والدنيا لديهم سلوكيات استعراضية بسبب العوامل التي ذُكرت آنفاً، ولأنهم لا يملكون القدرة الشرائية، فإنهم يلجؤون إلى السلع المقلّدة أو الاقتراض، ومن خلال هذه الطريقة يكسبون الاحترام، وبعض آخر يتظاهر بامتلاك شيء لا يملكه^(٢).

٧ - تعويضُ نقصِ الدَّخْلِ بطرقٍ غيرِ سويّةٍ

يعتمد دخل كل شخص على نشاطه ووضع الوظيفي، فهو يحصل على دخل معين مقابل مقدار العمل أو الخدمة المحددة. في عملية الاستهلاك، وعندما تظهر حالة من خلق الحاجات في أعقاب استعراض الثروة لدى الأفراد ويسيطر على البقية الشعور بالحرمان، تزيد الضغوط

١ - فرامرز رفيع بور: توسعه وتضاد، ص ٢٠١.

٢ - فرامرز رفيع بور: توسعه وتضاد، ص ٢١٤.

المعياريَّة والاجتماعيَّة الطين بلة؛ إذ يرى الفرد أنَّ الاستهلاك يشكِّل قيمة وضرورة لحياته. في هذه العمليَّة، لا يريد الشخص أو لا يستطيع تقليل استهلاكه والاستهلاك بما يتناسب مع دخله، لا سيَّما إذا لم يكن ملتزماً بالمعتقدات القيميَّة والدينيَّة التي توصي بالقناعة والاستهلاك الأمثل.

لهذا السبب، يسعى الشخص إلى زيادة دخله بطرق مختلفة. ولتحقيق هذا الهدف، فإنَّه يسلك طرقاً مشروعة ولكن لها تبعات اجتماعيَّة؛ مثل الانخراط في وظيفة ثانية، وأحياناً الالتحاق في المدن الكبرى بوظيفة ثالثة، والعمل الإضافي، وعمل أفراد الأسرة من زوجة وأطفال، والاقتراس، وطلب المساعدة من الأقارب، وبيع الأغراض. هذه الطرق لها آثار سلبية للغاية على مؤسَّسة الأسرة ووظائفها، بما في ذلك تربية الأطفال الذين هم رأس المال البشري للبلاد. في بعض الأحيان، يقوم الأفراد الذين يعملون في وظائف غير حكومية بزيادة أجورهم أو أسعار سلعهم وخدماتهم بالتناسب مع الأسعار والقيم، وأحياناً يستغلُّون الموقف بما يتجاوز التضخُّم وارتفاع الأسعار، لرفع دخلهم. وبالتالي، تؤدِّي هذه الآليَّة إلى مشاكل لأولئك الذين ليس لديهم دخل كافٍ؛ مثل الموظَّفين والعمَّال، ولا يتغيَّر دخلهم كثيراً مقابل التضخُّم.

والآن، إذا كان الأفراد غير قادرين على زيادة دخلهم بالطرق المذكورة آنفاً وغير ملتزمين بالمبادئ الأخلاقيَّة، وبتعبير أدق، مع انخفاض الرادع الداخلي والخارجي، فإنَّهم سيسعون إلى كسب الدخل بأيِّ شكل ممكن، ويختارون طرقاً غير مشروعة لرفع الدخل وتلبية احتياجاتهم؛ مثل استخدام الأموال الحكوميَّة والتهريب والاختلاس والرشوة والدعارة والاحتكار والغش والسرقة. بالطبع، فإنَّ أولئك الذين يلتزمون بالأخلاق والمعايير الدينيَّة والإسلاميَّة ولم يفقدوا الرادع الداخلي والخارجي لا يلجؤون إلى طرق غير مشروعة وغير سويَّة. في الأصل، وخلاصة الأمر، يُمكن البحث عن جذور الاستهلاك المفرط والإفراط في الاستهلاك في الرذائل الخُلقيَّة وفي عدم الإيمان والتقوى.

٨ - الموضوَّة

مع تغيُّر المستوى الاستهلاكي للشخص، تزيد الحاجة إلى السلع التكميليَّة. على سبيل المثال، عندما يغيَّر شخص منزله ويسكن في حيٍّ أكثر ثراءً، ينبغي عليه أيضاً توفير الأدوات المناسبة

والسيارة المناسبة له، لكي يتماشى مع الأشخاص وطبقة ذلك الحيّ، أو مع تغيير السيارة وترقيتها، عليه اختيار الغطاء المناسب لها. هذه العملية تزيد من النزعة الاستهلاكية، فيُضطرُّ الشخص إلى زيادة استهلاكه للامتثال للموضة.

وتَرَنو الموضةُ والنَّزعةُ نحوها لتحقيقِ الهدفينِ الآتيينِ:

أ. التَّكْيُفُ، أي الانسجام والتماهي مع مجموعات اجتماعية معيَّنة.

ب. الفصل، أي فصل الذات عن مجموعات معيَّنة.

يسعى الناس إلى تحويل ظاهرة ما إلى معيار اجتماعي؛ نتيجةً للضغط المعياري، ولكي لا يتخلَّفوا عن البقية، فإنَّهم يعرضون بسرعة المقاييس القيمة الموحَّدة لإشباع الحاجة إلى الاحترام وإبعاد الشعور بالحرمان والظلم عن أنفسهم.

وبالتالي، فإنَّ سرعة الانتشار تغدِّي الموضة. من ناحية أخرى، يمكن توجيه هذه الميزة في البعد الإيجابي. بمعنى أنَّه يمكن نشر القيم الاجتماعية والثقافية التي أقرَّنها التعاليم الإسلامية من خلال تحويلها إلى معيار.

٩ - الحاجةُ إلى الاحترام والتأييد الاجتماعي

الإنسان كائن اجتماعي ينسَّق سلوكياته مع الآخرين ويجعلها مماثلة لهم، ويقوم سلوكياته وينظّمها بالنسبة للآخرين. وتهدف هذه العملية إلى اكتساب تأييد الآخرين واحترامهم. في هذه المجتمعات، يُولي الأفراد أهميةً كبيرة للحفاظ على السُّمعة والمكانة الاجتماعية في المجتمع، ويعزِّز الناس مكانتهم الاجتماعية من خلال كسب احترام الآخرين وتأييدهم. ويساعد نوع ثقافة المجتمع في هذه العملية أيضًا؛ بمعنى أنَّه في مجتمعات مثل إيران وإنجلترا، حيث يوجد تجانس أكبر في المجتمع، ستكون هذه الحاجة أيضًا أكثر حدة. ولكن في المجتمعات التي يكون فيها التجانس منخفضًا وتكوينها العرقي متنوعًا، فإنَّ هذه الحاجة تُظهر نفسها بشكل أقل، مثل الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث إنَّ معظمهم من نسل إفريقي وآسيوي وأوروبي وإسباني، ويشكِّلون تركيبات مختلفة.

وفي المجتمعات المتجانسة ذات الخلفيات الإقطاعية والاستبدادية، يعتاد الناس على احترام الآخرين ومراعاتهم، ويسعون بدورهم إلى كسب الاحترام. في هذه المجتمعات، الحفاظ على السمعة أهم من أي شيء آخر، وبالتالي، فهم يُضخّون للحفاظ على سمعتهم من أجل كسب احترام الناس وتعزيز مكانتهم. يلجأ الناس إلى النزعة الاستهلاكية للحفاظ على سمعتهم وكسب الاحترام، ويسعون إلى تلبية الاحتياجات التي يتعرّضون لضغوط بشأنها من الآخرين. على سبيل المثال، في حفلات الزفاف، على الرغم من أن استئجار قاعة استقبال ليس ضرورياً وأحياناً يكون إسرافاً أيضاً، فإن الشخص يلجأ إلى استئجار قاعة استقبال ليكسب الاحترام، وليحافظ على السمعة، ويتحمّل مع ذلك صعوبات جمّة، ويواجه عواقب ذلك لفترة طويلة^(١).

خاتمة

١. الاستهلاك والنزعة الاستهلاكية قضية متعدّدة الأبعاد يُمكن دراستها من جوانب مختلفة. أحد هذه الجوانب هي دراسة النزعة الاستهلاكية من بُعدي علم الاجتماع والاقتصاد؛ إذ إنّه يتولّى هذه المسؤولية علم الاجتماع الاقتصادي.
٢. تتكوّن النزعة الاستهلاكية في سياق المجتمع والثقافة العامة، وتتدخل عوامل غير اقتصادية في تكوينها، الأمر الذي يستدعي الانتباه إليها أيضاً في علم الاقتصاد.
٣. يمكن تصوّر ثلاث مراحل للنظريات الشائعة عن الاستهلاك: في مرحلة الماركاتيليين، يجري التركيز على الاستهلاك المنتج؛ حيث يكون المجتمع متبجاً ومستهلكاً في الوقت نفسه، وفي مرحلة الحديين ينظر منظّرون مثل (كينز - Keynes) و(فريدمان - Friedman) إلى الاستهلاك كونه المحرّك الرئيس للسوق، ويؤكّدون على زيادة الاستهلاك قدر الإمكان. أمّا في المرحلة الأخيرة، فضلاً عن العوامل الاقتصادية، يجري الانتباه إلى خصائص السلع والعوامل غير الاقتصادية المؤثرة في الاستهلاك.

١ - فرامرز رفيع بور: توسعه وتضاد [التنمية والتضاد]، ص ٢٠٤.

٤. النزعة الاستهلاكية هي إضفاء الأصالة على الاستهلاك وجعل الرفاهية والممتلكات المادية هدفاً. وقد ساوى بعضهم بين السعادة والنزعة الاستهلاكية وشراء الممتلكات المادية.
٥. يتطابق مفهوم النزعة الاستهلاكية في الأدبيات الدينية مع مفاهيم الإسراف والتبذير والإتراف، وهذه المفاهيم هي أفعال محرمة. وبالتالي، فإنَّ الاستهلاك المفرط وجعل الاستهلاك هدفاً هو أمر غير جائز.
٦. يحث الإسلام المسلمين والناس على الحفاظ على أرواحهم وأموالهم، ويحذر من كثر رأس المال وتجميده، وفي الوقت نفسه يدعو المسلم إلى العمل والاجتهاد وممارسة الأنشطة الاقتصادية.
٧. لا يعارض الإسلام الاستهلاك، بل يشجّع المسلمين على الاعتدال والتوسط في الاستهلاك والسعي لتأمين وسائل العيش على مدار العام. لذلك، فإنَّ الاستهلاك في حد ذاته وفي حدود الكفاف والبعيد عن الإسراف أو التبذير هو أمر محمود ومقبول في الإسلام.
٨. تترك النزعة الاستهلاكية وانتشارها الآثار الآتية في المجتمع: تحويل الثروة والاستهلاك إلى قيمة لعرض الثروة، خلق الحاجات، الفجوة الطبقيّة، الشعور بالحرمان، الضغط المعيارى، تعويض العجز في الدخل من خلال طرق غير سويّة، اتّباع الموضة، الحاجة إلى الاحترام والتأييد الاجتماعي.

المقترحات والحلول

يعتمد الاستهلاك في أيّ مجتمع على الثقافة والأعراف السائدة فيه، ويبدأ التغيير في نمط الاستهلاك وشيوع النزعة الاستهلاكية من منظور المفكرين الغربيين بتغيير الموقف والفكر. إنَّهم من خلال تغيير الفكر السائد عن طريق الإعلانات والغزو الثقافي، يجرّون المجتمعات إلى النزعة الاستهلاكية التي تضمن بقاء النظام الرأسمالي.

لذلك، فإنَّ تغيير الموقف هذا يختلف في شدَّته وضعفه تبعاً لثقافة كلِّ مجتمع ونسيجه. في السنوات الأخيرة، شهدنا أيضاً تغييراً في المواقف في بلدنا [إيران]، والتي أشرنا إلى بعضها في المقال. على الرغم من أنَّ معظم عوامل النزعة الاستهلاكية وآثارها متماثلة في المجتمعات البشرية، فإنَّه من أجل منع الاستهلاك المفرط والإسراف وتصحيح نمط الاستهلاك في بلدنا، نحتاج إلى دراسة هذا الموضوع استناداً إلى خصائص مجتمعاتنا والتخطيط لتصحيح ما انحرف عن المسار الصحيح. الخطوة الأولى في تصحيح نمط الاستهلاك هي تصحيح نوع الموقف والفكر السائد في المجتمع، لا سيَّما لدى رجال الدولة؛ لأنَّ تصحيح نمط الاستهلاك والتخطيط له، لا يتفقان مع شيوع النزعة الاستهلاكية واستهلاك السلع والخدمات المختلفة.

لسوء الحظِّ، في الوضع الحالي للبلاد، يُشجِّع الناس على الاستهلاك؛ لذلك، من الضروري تصحيح هذا الموقف في الخطوة الأولى. من ناحية أخرى، يعدُّ الاستهلاك المحرِّك للاقتصاد، لكنَّ استهلاك السلع الأجنبية والفاخرة التي لها بدائل في الداخل لا يفيد البلاد، بل ينبغي تحفيز الناس على الاستهلاك الرشيد للسلع المحليَّة مع مراعاة تعاليم الإسلام، من خلال رفع جودة السلع المحليَّة. ولتحقيق هذا الهدف، من الضروري أن يكون لدينا إشراف ورقابة دقيقة وكافية وعلميَّة على مسألة الإعلانات.

إذ تحمل الإعلانات معها وزناً قيِّماً، ولها تبعات خاصة. لذلك، يزيد هذا الموضوع من حساسيَّة السيطرة على الاستهلاك وضبطه. الخطوة التالية، هي الاهتمام بالقيم الدينيَّة؛ مثل القناعة، وتجنُّب كثر المال، وبناء الثقافة، وتقديم القدوة على أساس التعاليم الإسلاميَّة في المجتمع، ومنع انتشار القيم غير الدينيَّة والخُلقيَّة مثل الإسراف والتبذير والتخطيط للتنفيذ الصحيح لقوانين الإسلام.

المصادر والمراجع

القرآن الكريم.

الفارسيّة والعربيّة

- إبراهيم رزاقى: الكوى مصرف وتهيجم فرهنگى، طهران، ط ١، ١٩٩٥.
- أحد زرفروشان: جامعه شناسى اقتصادى، تبريز، دار نوبل للنشر، ط ٣، ١٩٧٨.
- أحمد اخوي: اقتصاد كلان، طهران، الشركة التجارية للطباعة والنشر، ط ٥، ٢٠٠١.
- أحمد بن محمد علي الأسدي: عدّة الداعي ونجاح الساعي، تحقيق: أحمد موحدى، طهران، دار وجداني للنشر، لا ط، لا ت.
- آيزاك ايليتش روبين: نظريه ارزش ماركس، ترجمه إلى الفارسيّة: حسن شمس آوري، طهران، دار مركز للنشر، ط، ٢٠٠٤.
- باقر قديري أصل، كليات علم اقتصاد، طهران، مركز سبهر للنشر، ط ٧، ٢٠٠٠.
- تورستين وبلن: نظريه طبقه تن آسا، ترجمه إلى الفارسيّة: فرهنگ ارشاد مع مقدمة سي رايت ميلز، طهران، دار ني للنشر، ط ٢، ٢٠٠٧.
- جمشيد بزويان وفرهاد خداداد كاشي ويكانه موسوي جهرمي: كليات علم اقتصاد، طهران، جامعة بيا نور، ط ٢، ٢٠٠٤.
- جورج زيمل: مسایل اساسى جامعه شناسى خرد [القضايا الرئيسة في علم الاجتماع الجزئي]، طهران: (دون طبعة ولا تاريخ).
- جون كونت غالبرايت: جامعه متمول، ترجمه إلى الفارسيّة حسين شجره، طهران، مؤسسة العلوم الإدارية، لا ط، ١٩٦١.
- حسين بن محمد (الراغب الأصفهاني): المفردات في غريب القرآن، تحقيق: صفوان عدنان

- داودي، بيروت، دار العلم ودار الشامية، لا ط، ١٤١٢.
- حسين توانيان فرد: تئورى مصرف، طهران، دار آزاده للنشر، لا ط، ١٩٧٨.
 - الخليل بن أحمد الفراهيدي، العين، بيروت، دار إحياء التراث العربي، لا ط، ١٤٢١ هـ.
 - روبرت باكك: مصرف، ترجمه إلى الفارسيّة: خسرو صبري، طهران، دار شيرازه، ط ١، ٢٠٠٢.
 - السيد حسن مير معزي: أنموذج الاستهلاك الكلي في المجتمع الإسلامي، فصلنامه علمي و پژوهشى اقتصاد اسلامي، طهران، مركز بحوث الثقافة والفكر الإسلامي، السنة الخامسة، العدد: ٢٠ / ٢٠٠٥.
 - السيّد رضا الحسيني: الكوى تخصيص درآمد و رفتار مصرف كننده مسلمان، طهران: مؤسّسة العلم والفكر المعاصر الثقافية، لا ط، ٢٠٠٠.
 - صحيفة التفاهم: مصرف گرايى يا بيمارى پنهان قرن، بتاريخ: ٢٩/١٠/٢٠٠٧.
 - طهماسب محتشم دولت شاهي: مباني علم اقتصاد، طهران، دار خجسته للنشر، لا ط، ١٩٩٩.
 - طهماسب محتشم دولت شاهي: نظريه ها وسياست ها در اقتصاد كلان، طهران، دار نشر وبستار، ط ٣، ١٩٩٧.
 - عبد الواحد الأمدي التميمي: غرر الحكم ودرر الكلم، تحقيق السيّد جلال الدين المحدث الأرموي، طهران، جامعة طهران، لا ط، ١٩٨٧.
 - علي أكبر دهخدا: لغت نامه، إشراف: محمّد معين والسيّد جعفر شهيدى، طهران، جامعة طهران، لا ط، ١٩٩٨.
 - علي أكبر كلانترى: اسلام والگوى مصرف، قُم المشرفة، مؤسّسة بستان الكتاب، ط ٥، ٢٠٠٩.
 - علي بن حسام الدين الهندي: كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال، بيروت، مكتبة التراث

- الإسلامي، لا ط، ١٣٩٧ هـ.
- فخر الدين بن محمّد الطريحي: مجمع البحرين، قُم المشرفة، مكتب نشر الثقافة الإسلامية، لا ط، ١٩٨٨.
- فرامرز رفيع بور: توسعه وتضاد، طهران، شركة الطباعة والنشر المساهمة، ط ٢، ١٩٩٨.
- فريدون تفضلي، تاريخ عقايد اقتصادية از افلاطون تا دورة معاصر، طهران، دار ني للنشر، ط ٢، ١٩٩٦.
- كونتر ويس وده: جامعه شناسی برای اقتصاد، ترجمه إلى الفارسية هادي صمدي، طهران، منظمة سمت، ط ١، ٢٠٠٢.
- لويس معلوف: المنجد، ترجمه إلى الفارسية: محمد بندريكي، نشر إيران، ط ٢٠٠٣.
- ماكس وبر: اقتصاد وجامعه، ترجمه إلى الفارسية: عباس منوجهري، مهرداد ترابي نژاد ومصطفى عماد زاده، طهران، دار مولى للنشر، ط ١، ١٩٩٥.
- مجيد أحمديان وجعفر عبادي: مسائل وكاربردهای تئورى مصرف در اقتصاد خرد، طهران، جامعة طهران، لا ط، ١٩٩٣.
- محمّد الروّاس القلعة جى: المعاملات الماليّة المعاصرة في ضوء الفقه والشريعة، الكويت، دار النفائس، ط ١، ١٤٢٠ هـ.
- محمّد باقر المجلسي: بحار الأنوار الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار عليهم السلام، بيروت، مؤسسة الوفاء، ط ٢، ١٤٠٣ هـ.
- محمّد بن الحسن الحر العاملي: وسائل الشيعة إلى تحصيل مسائل الشريعة، قم، مؤسسة آل البيت، ط ١، ١٤٠٩ هـ.
- محمّد بن مكرم (ابن منظور): لسان العرب، بيروت، دار صادر، ط ١، ١٤١٠ هـ.
- محمد بن يعقوب الكليني: الكافي، تحقيق: علي أكبر غفاري، بيروت، دار الصعب ودار

التعارف، ط ٤، ١٤٠١ هـ.

- محمد علي كرامي: دربارہ مالکیت خصوصی در اسلام، قم المشرفة، لا ط، لا ت.
- مرتضى قره باغيان: فرهنگ اقتصاد و بازرگانی، طهران، مؤسسة رسا للخدمات الثقافية، لا ط، ١٩٩٣.
- منوجهر فرهنگ: فرهنگ بزرگ علوم اقتصادي، طهران، نشر البرز، ط ١، ١٩٩٢.
- ميشم موسائي: دين و فرهنگ توسعه، طهران، معاونية البحوث في منظمة الإعلام الإسلامي، ط ١، ١٩٩٥.
- نيل جي اسمل سر: جامعه شناسی اقتصادي، ترجمه إلى الفارسيّة: محسن كلاهجي، المقدمة والتنقيح علي رضا قلبي، طهران، دار كوير للنشر، لا ط، ١٩٩٧.
- ويليام جي باربر: سير انديشه های اقتصادي، طهران، الثورة الإسلامية للنشر والتعليم، ط ١، لا ت.

ب- الأجنبية

- Carlo Trigilia: Economic sociology: state, and society in modern
- Charles- Chemens Ruling: Theories if Fashen, the Contributions
- Francisco, 2000.
- James Duesenbarry: «Die beziehung zwiehung einkommen und
- John Story: Cultural Consumption and Everybody life, Arnoland
- konsum und ihre folgen», in streissler, Erich und Monika streissler (Eds)
- konsum und nachfrage. Koln, kiepenhauer 8 witsch, 1966.
- Mark Granovetter: the sociology of economic life, west view Peter, Corrigan

(1997), The Sociology of consumption, London, sage, 2001.

- Neil Smeller: «Handbook of economic sociology», Princeton
- of Veblen, Simmil, Blumer & Bourdieu, www.hes.unige.ch/research_publications/cahier, 2000.
- Paul A Samuelson: Economics: An Introductorg Analgsis, 5th. ed, New York, Mc Grav, 1961.
- Paul Dimaggio: Social Stratification, Lifestyle, Social Cognition Publishers, London, 1999.
- Rene Koenig, (Hg): Anomie, In Wilhelm bernsdorf, worterbuch der soziologie, Frankfort a.m, Fischer, 1976.
- Research Repat Series of the Department of Sociologie at Uppsala ,1982, dons Theorg and Societg] University.
- Richard Swedberg: Ulf Himmelstrand and Goran Brulin, 1985, university press, 1995.
- The paradigm of Ecomomic Sociology Premises and Promises”, and Social Participation, In D. Grusky (Ed). Westview Press, San capitalism, Blackwell, 2002.