

القنوات الفضائية وأثرها على تغير العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية

## القنوات الفضائية وأثرها على تغير العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية

د. بودرواية لامية

دكتوراه العلوم في علم

الاجتماع تخصص علم الاجتماع

الريفي

الملخص

تهدف هذه الدراسة الى تقصي اثر التلفزيون بقنوات الفضائية على العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية للأسرة الجزائرية ، حيث يعتبرالتلفزيون بقنواته الفضائية من أكثر وسائل الاتصال الجماهيري انتشارا وذلك لما يتميز به من سهولة الانتقال إلى المشاهدين وفي مختلف أماكن تواجدهم ، ملبيا أذواق كل فرد في الاسرة من خلال ما يتمتع به من تقنيات حديثة كالصوت والصورة والحركة التي لا توجد في وسائل الاعلام الاخرى .

و مما لا شك فيه أن البرامج المعروضة عبر هاته القنوات تحمل معها توجهات غربية مخالفة للعادات والقيم الوطنية وبالتالي سيكون لها انعكاسات على ثقافتنا وقيمنا الوطنية ومن ضمنها العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية للأسرة الجزائرية .

بالإضافة إلى ذلك فإن الإعلانات التلفزيونية تعد من بين أهم الأساليب التي تؤثر على ثقافة الاستهلاك وذوق المشاهدين ، حيث تتضمن كافة المجالات من سلع مثل الأجهزة المنزلية والألبسة وبضائع غذائية مثل الطعام والمشروبات ..... الخ مما يعزز وتيرة النزعة الاستهلاكية للأفراد والأسرة.

و من جهة أخرى فإن الإعلانات التلفزيونية تخاطب كل الشرائح الاجتماعية ، عليا ، متوسطة ودنيا والمناطق الجغرافية الريفية منها والحضرية لإقناع المشاهدين على شراء السلع والبضائع المعروضة في السوق ، كما انها تخاطب المرأة باعتبارها العمود الفقري والأساسي للإعلانات التلفزيونية سواء أم او ربة بيت ، عاملة في حي شعبي او حي راقى ، ولعل هذا ما جعلنا نتطلع ونسعى من خلال هذه الدراسة لاستجلاء معالم تلك التأثيرات الخاصة بالقنوات الفضائية على العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية للأسرة الجزائرية في كل من المدينة والريف .

و عليه سوف نتم معالجة الموضوع من خلال المحاور التالية:

**المحور الأول:** تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة.

**المحور الثاني:** الإعلام وثقافة الاستهلاك .

**المحور الثالث:** عولمة الغذاء .

**المحور الرابع:** تغير الأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية.

**الكلمات المفتاحية :** القنوات الفضائية ، العادات الغذائية ، النمط الاستهلاكي ، الأسرة، الثقافة الاستهلاكية

## المقدمة

عرف المجتمع الجزائري وكغيره من المجتمعات عدة تغيرات وتحولات جذرية في شتى المجالات الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية، والسياسية ولعبت العولمة والانفتاح الاقتصادي والثقافي دورا هاما في التأثير على البنيات الاجتماعية للمجتمع، حيث انتشرت قيم وأنماط استهلاكية لدى أفراد المجتمع، مما أدى إلى بروز مظاهر ثقافية مرتبطة بالسلع الاستهلاكية وظهر ذلك بكل جلاء ووضوح في انتشار ثقافة استهلاكية جديدة سواء تعلق الأمر بالمواد الغذائية أو الأطعمة السريعة، أو نوع الملابس والأثاث وشراء السيارات في كل من البيئتين الريفية والحضرية.

ولعبت وسائل الإعلام بما فيها التلفزيون والقنوات الفضائية إلى جانب هاته التحولات دورا هاما في التأثير على القيم والعادات الاستهلاكية المحلية، ولا سيما بعد الانفتاح الاقتصادي، حيث تم فتح العديد من الأسواق والمنتجات الغربية وبذلك انتشرت الفضائيات التجارية الكبرى خاصة المدن الكبرى ومن ثمة ظهرت أنماط استهلاكية جديدة، وعادات غذائية جديدة وأصبحت الأسرة تقف عاجزة عن تلبية طلبات أفراد أسرتها التي أصبحت في مجملها مهمة في عصرنا الحالي.

و عليه فقد أدت وسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون بقنواته الفضائية وإعلاناتها البراقة إلى التأثير على اتجاهات الأفراد وأنماط سلوكهم وأساليب حياتهم اليومية، مما أدى إلى خلق ضغوطات مختلفة على معظم الأسر

محدودة الدخل، مما ترتب عن ذلك بعض

التأثيرات على العلاقات الأسرية

و بهذا أصبحت الأسرة الجزائرية اليوم تتعامل مع أنماط استهلاكية جديدة غريبة عن المجتمع الجزائري ومخالفة تماما لعاداتها الأصلية الأمر الذي زاد من الضغوطات على الأسرة حيث أصبحت غير قادرة على تلبية احتياجات أفرادها المتزايدة وضعف قدرتها الشرائية التي لا تفي بتلك الاحتياجات

### المحور الأول: تحديد المفاهيم

#### أولا: مفهوم القنوات الفضائية

القنوات لغة : هي جمع قناة والمراد بها في اللغة الرمح وقناة) الظهر و( القناة ) المحفورة ويجمع الكل على ( قنى ) مثل حصاة وحصى وعلى ( قناء ) مثل حبال و( قنوات ) و(قنوات) القناة الرمح والجمع قنوات وكل خشبة عند العرب قناة كالعصا والرمح وجمعها قنا وقني والمراد بها هنا هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص.

**الفضائية :** يقصد بها المد المكان الواسع و( فضا ( المكان ) فضا ) من باب قعد إذا اتسع فهو (فضاء) (فضو) و( فضا المكان فضاءً وفُضوا ) كعُلُو ( اتسع ) فهو فاض<sup>1</sup>.

وتعتبر القنوات الفضائية من الأدوات الهامة التي تلعب دورا مؤثرا على تغير العادات الغذائية وأنماط الاستهلاك لدى الأسرة الجزائرية بصفة خاصة وأفراد المجتمع بصفة عامة، وقد عرفت القنوات الفضائية كما يلي:

**ثانيا : مفهوم التلفزيون**

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري حيث انه يعد وسيلة إعلامية هامة، وجاء التلفزيون لنقل الكلمة المذاعة المصحوبة بالصورة المتحركة لتصل إلى الجماهير في مختلف أعمارهم وفي أماكن تواجدهم.

و يعرف التلفزيون في معجم مصطلح الإعلام بأنه عبارة عن وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريقة الدفع الكهربائي ويعتبر من أهم الوسائل السمعية والبصرية للاتصال الجماهيري عن طريق البث.<sup>5</sup>

**ثالثا: مفهوم الثقافة الاستهلاكية**

ينظر البعض للثقافة الاستهلاكية أنها "إحدى الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، فهي مجموعة المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية والتي تضي على هذه العملية معناها وتحقق دلالتها في الحياة اليومية" كما تتضمن الثقافة الاستهلاكية الشكل العلامات والإشارات والطبوس والممارسات والقيم المرتبطة بالسلع والمنتجات وعملية الشراء.<sup>(6)</sup>

كما يعرفها مارتين بأنها ترابط الأنشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية، تلك الممارسات التي يمكن تحديدها تماما بواسطة دوران رأس المال أو سيكولوجية الأفراد.<sup>(7)</sup>

و الثقافة الاستهلاكية ليست ثقافة تحمل مظاهر ثقافات الشعوب التقليدية من قيم واعتقادات وفنون، بل تعني بالدرجة الأولى الجوانب الغريزية بالإنسان، وبالمظاهر والكماليات الشكلية التي تحدد قيمة الإنسان بمقدار ما يقتنه من أشياء مادية أو مال،

أنها عرض تلفزيوني مرن يبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، وتحدد بالزاوية والإتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منه<sup>2</sup>

هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص<sup>3</sup>

كما تعرف أيضا بأنها كل ما يلتقط أو يستقبل من محطات تلفزيونية عربية وأجنبية، عبر الوسائل التكنولوجية كالتلفاز والجوال والشبكة العنكبوتية وغيرها.<sup>4</sup>

أما التعريف الإجرائي للقنوات الفضائية: أنها تلك القنوات التي تعتمد على البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية، وقد تكون قنوات خاصة أو حكومية وثبت إرسالها من الداخل ومن خارج الوطن، وقد تحمل هاته القنوات ولا سيما الوافدة من أوروبا ثقافة وقيم غريبة عن مجتمعنا.

و في هذا السياق يرى بعض الباحثين أن الانفجار الحاصل في عدد القنوات الفضائية في كل جزء من أجزاء المعمورة بما فيه المجتمع العربي لا يهدف كما يدعي البعض إلى خلق علاقات كونية بقدر ما يهدف إلى الترويج لنمط معين من الأنماط والقيم الاستهلاكية الغربية، وهكذا تقوم القنوات الفضائية من خلال إعلاناتها المتميزة والمتواصلة من خلق أنماط استهلاكية جديدة، من خلال تشجيع الشباب على الإقبال على الوجبات السريعة الضارة والابتعاد عن الوجبات التقليدية الصحية .

القنوات الفضائية وأثرها على تغير العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية

و في قول آخر لكل من قاربوين ريرول ودويان (Gerbouin, Rerolle et Dupin)، "أن العادات الغذائية لمجتمع ما تعكس تنظيمه الاجتماعي ونوع العلاقات التي تربطه بوسطه الطبيعي"<sup>(13)</sup>

كما يرى تورن (Tourne)"أن تغير العادات والممارسات الغذائية مؤشر من بين المؤشرات الأخرى التي تدل على تطور مجتمع ما"<sup>(14)</sup>

وتظهر أيضا أهمية العادات الغذائية في السلوكيات التي يتبعها الإنسان، في كيفية اختيار وإعداد وطهي وتقديم وتناول وحفظ غذائه، فالأسرة هي التي تقوم على تربية الطفل وتعرفه بعاداتها وممارستها الغذائية وتشكيل اتجاهاته المرتبطة بطعامه لكي تتفق مع الآداب الغذائية السائدة في المجتمع أو ما يعرف بالعرف الغذائي، ولا شك أن ما يعزز هذه العادات الغذائية وينميها صور الأنشطة الاجتماعية التي تبرز في الأعياد العامة وكذلك المناسبات الدينية وغيرها من الاحتفالات .

#### رابعاً : الأنماط الاستهلاكية

##### 1- تعريف الاستهلاك

يعرف الاستهلاك حسب ما جاء به مجموعة من الباحثين "هو استخدام المنتجات والاستفادة منها لإشباع حاجات الإنسان، كما يطلق على الاستهلاك أيضا انه جزء من الدخل"<sup>15</sup>

##### 2- الأنماط الاستهلاكية

يعرف محمد المكاوي الأنماط الاستهلاكية "بأنها الأساليب التي تنفق بها

وتعمل الثقافة الاستهلاكية على تحويل جميع مظاهر الثقافة الإنسانية، وأبرزها الفنون إلى سلعة تجارية<sup>8</sup>

و حسب بعض الباحثين أن عملية الترويج لثقافة الاستهلاك في عصر العولمة أصبحت صناعة في غاية الدقة وغاية في السهولة في نفس الوقت، فهي تعتمد على وسائل تكنولوجية معقدة لتفتح المجال أمام التدفق الحر للمعرفة وطرح كل ما هو بسيط وسريع الانتشار.<sup>(9)</sup>

#### ثالثاً : مفهوم العادات الغذائية

تعرف العادات الغذائية بأنها عبارة عن سلوك تعود عليه الفرد والجماعة في اختيار وجباته الغذائية وأنواع الطعام المناسب طبقا لما تقرره عادات مجتمعه الذي يعيش فيه سواء من حيث الإعداد والتحضير والتقديم أو من حيث تناول او من حيث المواد التي تدخل في التحضير وكل هاته العوامل تمثلها الثقافة السائدة في ذلك المجتمع<sup>10</sup>.

لقد تطرق الكثير من المفكرين إلى أهمية العادات الغذائية في المجتمعات من خلال تحديد مفهومها من بينهم بارفيز (Parviz) حيث يقول "أن معرفة العادات الغذائية وحدودها هو أمر أساسي من اجل تحليل المخططات الغذائية في أي مجتمع فالعادات الغذائية هي أحد الملامح المميزة الأكثر وضوحا للشعوب، لأنها تعكس وتتأثر بالملامح الثقافية للمجتمع."<sup>(11)</sup> كما عرفها دامون واغبيسي (Damon et Agbessi) "أن العادات الغذائية لشعب ما ، هي تعبير عن نموذج الحضارة التي يعيشها"<sup>(12)</sup>.

القنوات الفضائية وأثرها على تغير العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية

الغربية، وترتب على ذلك تدفق الثقافة الاستهلاكية بلا ضوابط ضمن إطار تنافسي تجاري بحت.<sup>18</sup>

و يعد التلفزيون وما يتضمنه من قنوات فضائية من ابرز الوسائل الناقلة للثقافة الاستهلاكية في عصرنا الحالي، إذ عرفه الباحث (جون فيسك ) بأنه نظام ثقافي، وتكنولوجيا ناقلة للمعاني، يحول السلعة أو الأشياء إلى مواد قابلة للاستهلاك لها أثارها الاجتماعية والاقتصادية على الجمهور.<sup>19</sup>

ومن أهم المخاطر والتحديات التي تواجه الثقافة العربية من الإعلام الغربي، هو شيوع النموذج الاستهلاكي الذي يساهم في خلخلة وتمزيق القيم والقواعد الأخلاقية العربية، حيث تمارس وسائل الإعلام خاصة التلفزيون وما يتضمنه من برامج، تحقيق سيادة المنتج الغربي المسيطر على العربي في ضل التحولات السياسية والاقتصادية للمجتمعات العربية . وبين أهم طرق الاستهلاك التي تنتشر بين شرائح المجتمع العربي هو الاستهلاك العشوائي الذي يتمثل في قضاء المستهلك اوقانا طويلة أمام برامج تعمل على ترويج النمط الاستهلاكي، وتعزيز الفردية والخصوصية والهوية وراء الكماليات وبهذا أصبحت تكنولوجيا الاستهلاك اليوم تتجسد في السلع الغربية التي يشتريها المستهلك العربي رغم عدم تلاؤمها مع طبيعة البنية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات العربية .

و عليه فان احتكار دول الشمال لوسائل الإعلام أدى إلى تعريض الهوية الثقافية إلى الخطر وفرض نموذج الحياة الغربية على الشعوب، وهو ما يؤدي إلى السيطرة الثقافية

النقود لمواجهة الحاجات البيولوجية والاجتماعية والثقافية".<sup>(16)</sup>

و يتضح من هذا التعريف أن الاستهلاك لا يقتصر على الحاجات البيولوجية باستهلاك الطعام والشراب، بل يشمل الحاجات الاجتماعية والثقافية لتقديم الهدايا والاحتفالات الدينية والاجتماعية او الاستهلاك الموجه لتحقيق أسلوب حياة متميز، وهناك نمطين من الاستهلاك :

**النمط الأول :** يتصل بالإنفاق على الحاجات الأساسية التي تتخذ شكلا مستمرا ومنتظما وهي تشمل كل مظاهر الاستهلاك الدائم مثل الإنفاق على المسكن والأثاث والطعام والملبس والتعليم والعلاج، ومن هذه الأنماط ما يسد الحاجات البيولوجية مثل الإنفاق على المسكن والطعام ومنها ما يسد حاجات ويرتبط برموز خاصة مثل الإنفاق على السيارات ووسائل الترويج .

**النمط الثاني :** يطلق عليه أنماط استهلاك غير عادية ويختص بالإنفاق في مناسبات دينية او اجتماعية مثل الاحتفال بأعياد الميلاد او النجاح في الدراسة أو الزواج أو الخطوبة .....الخ وهذه الأنماط من اجل سد حاجات اجتماعية".<sup>(17)</sup>

**المحور الثاني : الإعلان وثقافة الاستهلاك**

لقد أدى تركيز تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في دول الشمال الغنية إلى تحول دول الجنوب إلى سوق للاستهلاك الإعلامي والإعلاني، وتجسد ذلك في زيادة اعتماد دول الجنوب على الوكالات الإخبارية العالمية، و البرامج الترفيهية والمسلسلات والإعلانات

الاستهلاك والرغبة في البحث - بشغف -  
 عن كل ما هو متداول في الأسواق. إنه نظام  
 معرفي مخطط يهدف إلى تغيير الفكر لتقبل  
 مخرجات السوق والسلع المتداولة فيه، بالاعتماد  
 على وسائل عدة من أهمها المعلوماتية  
 وتكنولوجيا الاتصال والوسائط الإعلامية  
 المسموعة والمرئية إلى جانب دراسة الثقافة  
 والشخصية للجمهور المستهلك<sup>22</sup>  
 امتلاك الشركات المتعددة الجنسيات  
 لتكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال، مما  
 ساعد هذه الشركات على إعادة تشكيل أذواق  
 المستهلكين، وترغيبهم في السلع المنتجة، ودفعهم  
 نحو نزعات استهلاكية لا حدود لها والسؤال  
 الذي يثور في هذا الإطار يتعلق في أكثر الوسائل  
 فعالية في نشر الثقافة الاستهلاكية في الواقع  
 العربي في المرحلة الراهنة يقول مايثي ايزنر  
 "أراد ستالين أن يكون القوة العظمى، إلا أن ميكي  
 ماوس قد تفوق عليه في ممارسة القوة وامتلاك  
 السيطرة. لقد لعب الإعلام الدور الرئيسي في  
 خلق ودعم ثقافة الاستهلاك في ظل العولمة"  
 تؤكد معظم الدراسات والبحوث  
 الإعلامية أن عملية الترويج لثقافة الاستهلاك  
 في عصر العولمة أصبحت صناعة غاية في الدقة  
 والسهولة في نفس الوقت، فهي تعتمد على  
 وسائل تكنولوجية معقدة لتفتح المجال أمام  
 التدفق الحر للمعرفة وتحويل إنتاج المعلومات  
 إلى صناعة تنتج سلعا، وتدعو إلى الانفتاح الحر  
 وطرح كل ما هو سهل وبسيط وسريع الانتشار.  
 لقد قامت فلسفة التأثير في المستهلك على  
 سيادة مفهوم المنافسة كمحرك محوري للعولمة  
 الاستهلاكية. فالمنافسة في السوق العالمي

وزيادة تبعية دول الجنوب الى دول الشمال، واكد  
 تقرير لجنة (ماك برايد) عام 1980 "أن اثر  
 التبعية الفكرية والثقافية لا تقل في خطورتها  
 عن التبعية الاقتصادية والخضوع السياسي، فلا  
 يحق لأمة أن تتدعى الاستقلال، إذا كانت  
 وسائلها الإعلامية تحت سيطرة أجنبية"<sup>20</sup>.  
 وقد احدثت وسائل الاعلام تطورات هامة  
 في الثقافة الاستهلاكية نلخصها فيما يلي:  
 تحول مضمون الإعلان وهدفه من فكرة  
 خلق الاهتمام لدى المستهلك بفائدة السلعة  
 وجودة مكوناتها وقيمتها الفعلية، كما كان  
 سائدا في الخطاب الإعلاني التقليدي، إلى  
 عملية تسهيل الحصول على السلعة ودعم النزعة  
 الاستهلاكية للجماهير، ودفع المواطن للهرولة  
 إليها وامتلاكها بغض النظر عن مبدأ الجودة أو  
 القيمة الحقيقية للسلعة المعلن عنها، ومن هنا  
 كان إصرار أصحاب الشركات والمؤسسات  
 الإنتاجية الكبرى التخطيط لامتلاك المؤسسات  
 الإعلامية والسيطرة على وكالات الإعلان  
 القادرة على القيام بوظائف الترغيب والتشويق  
 والتسويق بل وتحويل النزعة الاستهلاكية إلى  
 أسلوب حياة يقترب من حالة الإدمان.<sup>21</sup>  
 تركز ثقافة الاستهلاك، التي تم تصنيعها  
 والترويج لها بدكاء تقني، على قاعدة ثابتة  
 تشير إلى أن الناس في كل مكان قادرون على  
 الاستهلاك، وهي ثقافة خطط لها بوعي وتم  
 دعمها بأساليب متنوعة وبفكر عملي وبعقلانية  
 ربحية ظهرت بوضوح في توسيع دائرة الإنتاج  
 وتعميم ثقافة التعطش لاقتناء كل ما هو  
 معروض من سلع، وهي ثقافة تحمل رموزا  
 وأفكارا وقيما كفيلا بتبرير وتدعيم النزعة إلى

القنوات الفضائية وأثرها على تغير العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية

عصر التكتل قد بات محتما وكيف نقنع الشعوب العربية بأن قدرات البشر بلا حدود، وأن دعم الإنتاج هو المدخل إلى الاستهلاك الرشيد.

لقد زاد معدل النفقة الشهرية للأسرة الجزائرية لسنة 2013 بلغ 59.700 دج، منها 25.000 دينارا موجهة للنفقات الغذائية، حيث تضاعفت نفقات الجزائريين 3 مرات خلال العقد الأخير، وهذا بسبب ظاهرت الإشهار التي غزت البيوت الجزائرية من خلال القنوات التلفزيونية التي حولت المشاهد إلى مستهلك، وما أثار استغراب المختصين في التحقيق هو تخصيص 64 بالمائة من المدخول الشهري للعائلة للألبسة والأحذية ومستحقات الهاتف والإنترنت والنقل، وهذا ما يعتبر تحولا للعائلة الجزائرية التي باتت تهتم بالمظاهر أكثر من أي شيء آخر<sup>23</sup>.

#### المحور الثالث: عولمة الغذاء

ارتبط تعريف العولمة كظاهرة تتصل بمجموعة من التطورات في المجالات الفكرية والتكنولوجية والاقتصادية، وزادت من تقارب العالم وضيق أفقه، مما أدى إلى زيادة الوعي نحو تكوين عالم بلا حدود، أين تتقارب المسافات الجغرافية والموضوعية وتلاشت وترابطت المجتمعات وزالت فكرة العزلة والتقوقع.<sup>24</sup>

فالعولمة في نظر بعض المفكرين هي: "العملية التي يتم بمقتضاها إلغاء الحواجز بين الشعوب تلك العملية التي تنتقل الشعوب من حالة الضيقة والتجزؤ إلى حالة الاقتراب والتوحد ومن حالة الصراع إلى حالة التوافق، ومن حالة التباين والتمايز إلى حالة التجانس والتماثل وهنا تتشكل قيم عالمية موحدة،

تتطلب التكيف مع ثقافة هذا السوق، ولذلك فهي تؤمن بحرية الإعلام وفتح المجالات الواسعة أمام التقنية الإعلانية. وامتلاك وسائل الإعلام وأساليب الدعاية والتسويق للسلع.

أدت التطورات التي شهدتها العالم في مجال العلاقات التجارية والاتصال إلى انتقال عناصر ثقافة الاستهلاك إلى كافة أنحاء العالم وتغيرت أساليب حياة الشعوب وتبدلت الأذواق وظهرت أنماط جديدة من الاستهلاك، وساعد على ذلك دعم صناعة الثقافة وتكنولوجيا الاتصال والإعلام. وواقع الأمر أن المدخل الحقيقي لفهم صناعة ثقافة الاستهلاك وحرفية هذه الصناعة وآلياتها الترويجية يحتم علينا تحليل الأبعاد والعوامل المتداخلة بين الداخل والخارج، بين التقبل والسيطرة، بين الثقافة الجماهيرية وثقافة النخبة في ظل العلاقات الدولية وبخاصة أبعادها التجارية. ولا شك أن الإشكالية المطروحة (الاستهلاك) ليست قائمة بنفس الصورة في كافة الدول، حيث تختفي في الدول المتقدمة، بسبب قدرتها على المنافسة والامتلاك والسيطرة على الأسواق وإمكاناتها العظمى في صياغة ثقافة الاستهلاك وتشكيل شخصية المستهلك وفقا لشخصية السلعة المعروضة. لقد صارت الإشكالية التي تواجه البلدان العربية، رغم مواردها المتنوعة، تتمثل في ضعف قدراتها الإنتاجية وهدر إمكانات تقدمها، هذا بالإضافة إلى ما تتعرض له من إختراق ثقافي بهدف توسيع دائرة الاستهلاك التي تلتهم كافة مقومات التنمية الحضارية، ويظل السؤال محور الاهتمام: كيف يمكن إقناع النخب العربية بأن عصور التجزؤ قد ولت وأن

السياسية والثقافية للعالم ما هو إلا نوع من عولمة الثقافة الاستهلاكية الأمريكية فمعالم ثقافة الاستهلاك الأمريكي، يجري الآن تسويقها على نطاق واسع في مختلف أنحاء العالم بداية من الملابس إلي الفن والموسيقي والطعام كل ذلك يتم تسويقه عالميا ليصير النمط الشائع والمتردد في كل مكان، وفي مختلف دول العالم بغض النظر عن التباينات والاختلافات التي تميز كل مجتمع عن الآخر، في ذلك يقول جلال أمين : " أن العولمة في الحقيقة هي عولمة نمط معين من الحياة شاع الاعتقاد بضرورة تبنيه وإتباعه لمجرد أنه يندر أن تثار مسألة خصوصيته وارتباطه بثقافة معينة، ونظرة معينة إلي الحياة وإلى الكون، أي أيديولوجيا معينة في الحقيقة"<sup>27</sup>

إن من أهم القضايا التي تواجه الشعوب والمجتمعات في الظروف الراهنة هو الحفاظ على العادات والتقاليد التي نشأت عليها المجتمعات وقد بدأت بأشكال بسيطة من خلال الحفاظ على العادات الاستهلاكية، فالشركات متعددة الجنسيات بدأت بنشر فروعها في كافة المدن والأقاليم ومن خلال هذا الانتشار بدأت المجتمعات تستهلك الأطعمة وتلبس الأزياء التي تقدمها هذه الشركات وبذلك بدأ الاستهلاك المحلي سواء في مجال الأغذية أو الأحذية أو الألبسة يتأثر لدرجة أنك تشاهد % 20 من المدن الكبرى في العالم قد تتشابه في أنماط استهلاكها.

إن توجهات العولمة بما تحمله من توحيد أنماط الإنتاج والرسوم وإزالة القيود المفروضة على السلع سوف تساعد على توحيد أنماط

ويتشكل وعي عالمي يقوم على مواثيق إنسانية عامة " ويعرفها البعض بأنها " :مرحلة جديدة من مراحل تطور الحداثة، تتكاثف فيها العلاقات الاجتماعية على الصعيد العالمي بروابط اقتصادية، ثقافية وسياسية، هذه الروابط لا تعني إلغاء المحلي وإحلاله واستبداله بالعالمي ولا تعني استبدال الداخل بالخارج، وإنما تعني إضافة بعد جديد لما هو محلي بحيث يصبح العالم الخارجي بنفس حضور العامل الداخلي في تأثيره على الأفراد والمجتمعات"<sup>25</sup>.

لقد بدأت العملية الاستهلاكية في ظل العولمة تأخذ أبعادا جديدة لم تكن تعهدها من قبل، فلم يعد الأمر يقتصر على مجرد بعض السلع التي يأتي بها المستوردون من هنا وهناك، ولكن في ظل الآليات الإعلامية الرهيبة التي تملكها العولمة، وفي ظل التنامي الرهيب لقدرة الشركات المتعدية للجنسيات في النفاذ إلى الأسواق الوطنية والسيطرة عليها، أصبح الإنسان محاصر بهالة ضخمة ومتنوعة من الآليات الداعمة لنشر الثقافة الاستهلاكية وعولمة الغذاء " التي أصبحت أكثر خطورة بالنسبة لأوضاع البلدان النامية أو الفقيرة عموما، تلك التي لم تعد قادر على الصمود أمام هذا الطوفان الهائل من السلع المدعمة بقوة ونفوذ العولمة"<sup>26</sup>

و ينظر الكثيرون إلى العولمة على أنها تساوي الأمركة، ومن ثم فإن السمعة التي تغلب على العولمة ذاتها من وجهة نظرهم، هي عولمة النمط الاستهلاكي الأمريكي، فواقع الحال أن ما يجري من ترتيبات وتحولات في بنية النظام الاقتصادي العالمي، فضلا عن الخريطة



ففي المنزل مازالت تحفظ بقايا اطباق محلية ومن وقت لآخر بدأت الاطباق المستوردة تحل محل الاطباق التقليدية في المنازل مثل البيتزا التي يتهافت عليها الشباب كنوع من طعام الموضة الذي يجعل متناوله يواكب الحداثة، إضافة إلى الكثير من الوجبات السريعة الأخرى كالهومبورغر كذلك لا ننسى المشروبات مثل الكوكاكولا ..... الخ .

كما اندثرت ايضا المئونة المنزلية وياتت تعتمد على السوق بشكل رئيسي، حيث يتم شراء الخضر والحبوب، إضافة إلى المنتجات الاستهلاكية الجديدة المتوفرة غالبا في أي وقت، وبهذا أصبح المطبخ العربي متنوع بالمأكولات المستوردة التي لا تتلاءم مع الثقافة الاصلية للمجتمع.<sup>29</sup>

#### المحور الرابع: تغير الأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية.

لقد عرفت الثقافة الاستهلاكية في السنوات الأخيرة تغيرات هامة ، وهذا يرجع إلى التحولات التي عرفها المجتمع الجزائري خلال العقود الاخيرة، وفي شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، مما يتطلب من الأسرة حسب سكاغ ديغلي ( Scardigli ) "خلق انسجام بين عناصر التنمية ضروري وهذا تماشيا مع متطلبات الحياة العصرية والحديثة والتي تعتمد أساسا على منطق الاستهلاك"<sup>(30)</sup>.

فأثناء "مرحلة الاحتلال الفرنسي، نجد أنه رغم وجود هذا الاستعمار الذي كان يعمل على تغيير اتجاهات الشعب الجزائري في كل المجالات إلا أن النسق القيمي للمستهلك الجزائري كان أكثر تنظيما وانضباطا، بحيث

الاستهلاك وعودة الغذاء وقد ظهر ذلك بشكل واضح من خلال الأدوات التالية<sup>28</sup>:

توجه منظمة التجارة العالمية لتوحيد إجراءات التعامل وتوحيد الرسوم الجمركية وحرية تبادل السلع والخدمات الأمر الذي يساعد على سيطرة الشركات الكبرى ونشر منتجاتها في الأسواق وبأسعار رخيصة مما يدفع الأفراد لاستهلاكها وبذلك تزول العادات المحلية بشكل تدريجي.

تطور وسائل الإتصال والمعلوماتية والإنترنت مما ساعد التجار ورجال الأعمال لاستيراد السلع الرخيصة ونشرها في الأسواق بهدف الاستهلاك، ولقد شجعت ثورة الاتصالات على انتقال عادات الاستهلاك من بلد لآخر وفي النهاية سوف تجد شبه توحيد للعادات الاستهلاكية.

وحدة وسائل الإنتاج: حيث استطاعت الشركات الأوروبية الكبرى والأمريكية واليابانية اعتماد أنماط محددة من الآلات والشركات الصغيرة تلتزم بهذه الآلات والشعوب تلتزم باستهلاك هذه المنتجات سواء كانت في مجال اللباس والغذاء أو حتى في مجال السكن خاصة السكن مسبق الصنع.

إن عادات الاستهلاك المتباينة سوف تصبح في يوم من الأيام متماثلة نظراً لتوحيد وسائل الإنتاج ونشر سلع متماثلة في جميع الأسواق العالمية.

وقد لا يكون تأثير العولمة مباشرة على المطبخ التقليدي ولكن نتيجة الانفتاح والتحول نرى المواد الاساسية في مطبخنا التقليدي قد تغيرت وتبعها بالتالي تحول في أصناف الطعام،

**بتوجه تنازلي لصالح منتجات أخرى كلما تحسن المستوى المعيشي".**

و عليه فان هذه المؤشرات الخاصة بإنفاق الأسرة الجزائرية وتطور نمطها الاستهلاكي لدليل قاطع على مدى تطور وتحسن وضع الأسرة في المجتمع الجزائري، غير ان هناك بعض الأسر تتجه إلى الاستهلاك أكثر من مداخلة ولا سيما في ضل العوامة والانفتاح وتدفق السلع والخدمات فأنتجت ضغوطات استهلاكية دفعت بها إلى التوجه نحو القروض التي أثقلت كاهلها ودفعت بها إلى زيادة نفقاتها الاستهلاكية في جميع المجالات .

كما أن النمط الاستهلاكي الجزائري اصبح يتجه نحو الاعتماد على السلع الوافدة من الخارج مثل استيراد الحوم البقر ، وهذا النمط أدخل من طرف الفئة الاجتماعية ذات المردود العالي أو الدخل العالي، حسب حميد ايت عمارة هو غريب وخارج عن عادات الجزائريين، أما لحم الخروف الذي يعتبر مادة تقليدية بالنسبة للفئات ذات الدخل المنخفض صعبة المنال أو ليست في متناولهم بسبب ركود الإنتاج، والغلاء والزيادة في السعر هذا ما دفع بأغلبية الفئات الاتجاه نحو استهلاك لحوم الدواجن دواجن وبيض".<sup>(32)</sup>

ويرى عريف صلاح الدين "أن التغيير في بعض السلوكات الاستهلاكية يترجم أو يعكس تنوع المكونات الاستهلاكية الجزائرية، فتطور الاستهلاك الغذائي على مستوى المواد الغذائية له معنى مميز عندما نرجع إلى النمط الغذائي السابق، وبالفعل فاستهلاك الحبوب مثل البقول الجافة ارتفعت في السنوات الأخيرة بالمقارنة مع

أنه لم تكن هناك فرص لتناول المشروبات الكحولية أو التدخين، باعتبار هذه المواد وغيرها تدخل في دائرة الاستهلاك الممنوع"<sup>(31)</sup> وكان هذا العزوف انطلاقا من العمل على ضرورة الحفاظ على الهوية الوطنية للفرد الجزائري يعني هذا أن السلوك الاستهلاكي في هذه المرحلة كان موجها ومحكما . بحيث أن عملية تغيير اتجاهه كانت صعبة وفي بعض الأحيان مستحيلة .

وجاءت مرحلة الاستقلال، ومرحلة التشييد والبناء، أين فتحت الجزائر أسواقها، مما سمح بتدفق سلع وخدمات جديدة لم تكن متوفرة من قبل وقد بينت نتائج إحصائيات الديوان الوطني للإحصاء أن التطور الشامل للاستهلاك في الجزائر شهد تغيرا واضحا ابتداء من سنة 1990 إلى غاية سنة 2010، حيث عرفت النفقات الغذائية للأسر الجزائرية في 2011 تطورا قدر ب 1.875ر4 مليار دينار أي 41ر8 بالمائة من النفقات الإجمالية وفي سنة 2000 قدرت 4.489ر5 مليار دينار مقابل 682ر6 مليار دينار أي 44ر6 بالمائة.

ومثلت الحاجيات الغذائية التي انخفضت ب 2ر8 نقطة في 2011 مقارنة ب سنة 2000 التي بلغت (3ر594 مليار دينار) .

أما المداخيل السنوية للأسر الجزائرية قدرت ب(1ر281 مليار دينار) أي 46 بالمائة في الوسط الريفي و40 بالمائة من الميزانية السنوية للأسر في الوسط الحضري ويبين هيكل النفقات حسب فئات المنتجات أن "النفقات الغذائية تحتل المرتبة الأولى بالنسبة لجميع فئات السكان ولكن

الأمر للأجهزة الكهرومنزلية التي تحولت إلى ضرورة، كما أن نفقات الهاتف والإنترنت والسيارة أثقلت كاهل العائلات الجزائرية، بالإضافة إلى الغلاء الفاحش للألبسة ما يدفع العديد من العائلات إلى استهلاك أكثر من مدخول عن طريق الاستدانة التي تحولت إلى ظاهرة، حيث كشف التحقيق للديوان الوطني للإحصاء أن متوسط فاتورة الهاتف الواحد من 1000 إلى 2000 دج، وهذا ما يجعل العائلة الجزائرية تنفق شهريا ما بين 2000 إلى 5000 دج على الهاتف، بالإضافة إلى 2000 دج على الإنترنت التي تحولت هي الأخرى لأكثر من ضرورة<sup>34</sup>.

كما أن الزيادات الأخيرة في الأجور التي شملت مختلف القطاعات، والمنح المغربية التي استفاد منها العمال بأثر رجعي، ساهم في زيادة قيمة الاستهلاك، على غرار ارتفاع مبيعات السيارات، والإقبال على تأثيث البيوت، وهو ما يعني توجه المجتمع إلى الاعتماد على الكماليات وتوجه المجتمع نحو الرفاهية .

### الخاتمة

وفي الأخير نخلص من خلال استعراضنا للمحاور السالفة الذكر والخاصة بمدى تأثير القنوات الفضائية على تغيير العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة في المجتمع الجزائري، حيث اتضح لنا أن الأسرة الجزائرية عرفت تغيرات هامة في أنماطها الاستهلاكية وعاداتها الغذائية وأصبح التركيز على الاستهلاك والشراء من الأهداف الرئيسية للأسرة الجزائرية .

اللحوم، والمواد الدهنية، الخضار الطازجة التي تراجعت بسبب ارتفاع في الأسعار، كما يجب التأكيد على أن الحبوب تبقى المصدر الأساسي للفئات ذوي الدخل الضعيف هذا ما يبين أنها المادة الغذائية الأساسية للجزائريين"<sup>(33)</sup>.

كما أن تغير وتيرة حياة الأفراد في المجتمع التي أصبحت تتسم بالسرعة والعمل، كذلك تحول أدوار الرجل والمرأة في يومياتهم، وخروج المرأة للعمل، وتزايد رقعة نمو الحواضر، ووفرة وسائل النقل التي ساهمت في تشجيع بعد المسافة بين مكان العمل ومكان الإقامة، كلها عوامل ساهمت في توجه الأفراد نحو الوجبات السريعة التي أصبحت اليوم تميز النمط الاستهلاكي الجزائري، فأصبحت محلات الوجبات السريعة قبلة يرغبها الكثير من الناس على اختلاف فئاتهم العمرية، والثقافية والمادية، وتهديدا لمحيط الأسرة الذي يظهر من خلال الانتقال من الطريقة الغذائية الكلاسيكية (فطور، غداء، عشاء ) وهي عادة منظمة إلى طريقة الأكل العشوائية (الأكل في أي مكان وفي أي زمان )، فلاقبال على هذا النوع من الخدمة يعتبر مؤشرا هاما على التحول في العادات الغذائية والأنماط الاستهلاكية التي تعكس ثقافة المجتمع الجزائري .

كما أن من أكثر الأسباب التي جعلت الاستهلاك يتضاعف في السنوات الأخيرة لدى الجزائريين بثلاثة مرات، هو تعدد القنوات الفضائية المحلية التي تتعامل مع المشاهد كمستهلك، من خلال عرض عدد كبير من الموضات الاشهارية التي غزت المواطن في البيوت، ما جعل نفقات المواد الغذائية تتضاعف، ونفس

## الهوامش والمراجع :

- <sup>15</sup> غريب سيد أحمد، علم الاجتماع الريفي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1984 ص 156.
- <sup>16</sup> محمد المكاوي، التداعيات البيئية لأنماط الاستهلاك، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2001، ص 30
- <sup>17</sup> محمد المكاوي، التداعيات البيئية لأنماط الاستهلاك، نفس المرجع 31 .
- <sup>18</sup> سماح حسين القاضي، تلفزيون الواقع ونشر ثقافة الاستهلاك، رسالة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، جامعة دمشق، سوريا، 2009، ص 27 .
- <sup>19</sup> خضور أديب، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق سورية، 1997، ص 105
- <sup>20</sup> إبراهيم نهلة، علم الاجتماع المعرفة بين العلم والأيديولوجيا، دار الرواد للتوزيع، مصر، الإسكندرية، 2007 .
- <sup>21</sup> زيد الرماني، ثقافة الاستهلاك والتسوق، جريدة الجزيرة، العدد 10276.
- <sup>22</sup> <http://www.al-jazirah.com.sa/2000jaz/nov/16/ec.16.htm>
- بيرمارتن وهارلو شومان، فخ العولمة الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية، عالم المعرفة (338) الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1998 حتى 245.
- <sup>23</sup> Office nationale des statistiques
- <sup>24</sup> محمد حسين أبو العلا، ديكتاتورية العولمة : قراءة تحليلية في فكر المثقف، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2004، ص 34
- <sup>25</sup> محمد حسين أبو العلا، نفس المرجع، ص 35 .
- <sup>26</sup> Rainer Winter , Global America?The Cultural Consequences of Globalization , Liverpool University Press , 2003 , p., 121
- <sup>27</sup> جلال أمين : العولمة والدولة . المستقبل العربي . مركز دراسات الوحدة العربية . بيروت . العدد 228 , فبراير . 1998 , ص 23
- <sup>28</sup> علي كنعان، الاستهلاك والتنمية، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، بدون سنة، ص 7 .
- <sup>29</sup> الأكل الشعبي مجلة الفنون الشعبية، العدد السادس، عمان، الأردن، ص 67 .

- <sup>1</sup> أبي الحسين احمد، معجم مقاييس اللغة - دار الجيل، ط 2، بيروت، 1999
- <sup>2</sup> الحربي عبد الكريم، الأنترنت والقنوات الفضائية، المملكة العربية السعودية، ط 1، 2003 ص 12.
- <sup>3</sup> القحطاني سالم، أثر القنوات على النشر، رسالة ماجستير، السودان، 2007، ص 78.
- <sup>4</sup> العمر ناصر، البث المباشر حقائق وارقام، دار الوطن، ط 1، 2007، ص 13
- <sup>5</sup> بدوي احمد زكي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1995، ص 168.
- <sup>6</sup> مجموعة من الأساتذة علم الاجتماع، المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، مطبوعات مركز البحوث والدراسات كلية الآداب، جامعة القاهرة، مصر، ص 196 - 197 .
- <sup>7</sup> مجموعة من الأساتذة علم الاجتماع، نفس المرجع، ص 122.
- <sup>8</sup> الجسيمي عبد الله، الهوية وثقافة العولمة، دار التنوير للنشر، العين الامارات، 2008، ص 39.
- <sup>9</sup> أمال عبد الحميد محمد، العولمة والثقافة الاستهلاكية، الإشكاليات والأليات، جامعة عين الشمس، 2001، ص 131 .
- <sup>10</sup> لطيفة عبد العزيز، الغذاء، ص 4 .
- <sup>11</sup> Parviz, Ghadrian et Thouez , résultats préliminaire d'une enquête sur les habitudes alimentaires des canadiens français a Montréal, Méd. et Nut, 1996, page 39.
- <sup>12</sup> Agbessi H, Dossantos et Damon M , Manuel de nutrition africaine, Édition Kartala, 1987,p 256 .
- <sup>13</sup> Gerbouin, Rerolle P et Dupin H , Aliment –origines et valeur nutritionnelle in l'enfant en milieu tropical, Paris, T205 ,1993,p308.
- <sup>14</sup> Tourne F , le comportement alimentaire des étudiants, MNEP/CEFS, Paris, novembre 1982, page 80.

<sup>30</sup> Scardigli. Victor : **La consommation culture du quotidien**, PUF, collection sociologie d'aujourd'hui, Pari, 1983,p 35.

<sup>31</sup> تونس علي، **العوامل الاجتماعية والثقافية**

**وعلاقتها بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري، رسالة**

مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علم النفس العمل والتنظيم، جامعة منتوري، قسنطينة، ص 92.

<sup>32</sup> HAMID AIT AMARA, **Types d'Alimentation**, cahier de CENEAP, sep 1985 p69 Page 75

<sup>33</sup> ARIF Salaheddine, ZGA Kamel, **Industrie et dépendance envers les approvisionnements extérieurs**, le cas Algérien O.PU, Publisud, Alger P 83.

<sup>34</sup> OFFICE NATIONALE DES STATISTIQUES