

الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات المدينة الحديثة

شارون زوكين: الحداثة والثقافة الاستهلاكية الحضرية

Consumer culture in modern urban societies

Zukin's contributions in modernity and urban consumer culture

صاولي سلمى¹، بن تامي رضا²¹ مخبر المؤسسة الصناعية والمجتمع في الجزائر، جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان،

selomaseloma1993@gmail.com

مخبر المؤسسة الصناعية والمجتمع في الجزائر، جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان،

maussboas@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022/06/28

تاريخ القبول: 2021/11/22

تاريخ الاستلام: 2020/02/11

ملخص:

تعد شارون زوكين من الباحثين الماركسيين المعاصرين، اهتمامها كان منصبا على الدراسات الحضرية، وتأثرت بعدة منظّين منهم ماركسيون (كاستيلز وديفيد هارفي وبورديو) إضافة إلى أعمال جين جاكوبس التي خدمت التوجه الليبرالي في عمليات التطوير والتحسين الحضري الرأسمالي في المدينة؛ وتغيير وجه المدينة. انتقاد زوكين لجاكوبس كان منصبا على رفض ما جلبته التحسينات من تغيير في الفضاء الحضري؛ وطالبت بالحق في المدينة والأصالة، فالمدينة أصيلة بتنوعها واختلافها العرقي والطبقي بفقرائها وأغنيائها؛ بمحلاتها ومطاعمها وتنوعها، الأصالة روح المدينة ونافذتها التي لها سحر خاص وتمييز الأجزاء القديمة ينبأ باحتياج تنمية المدينة الذي يسببه التحسين الحضري، وساهم فيه المجتمع الاستهلاكي ذو النزعة الاستهلاكية بطابع حدائي، فتوحد النمط يفقد المدينة خصوصيتها الحضرية. ناهضت الأفكار الحدائية التي جلبتها الرأسمالية للأحياء في المدن، وتكديس الطبقات الغنية والوسطى مما صعب الحياة على الطبقات العمالية والفقيرة، رغم كونها أحياء محسنة ذات طابع جمالي فخم وعصري؛ بسبب التوجه المادي للحداثة المعولمة، رغم أن الثقافة وسيلة قوية للتحكم في المدن ووقود للاقتصاد الرمزي واقصاء مساحات الاستهلاك الاصلية خاصة المتاجر والمطاعم القديمة نتيجة للحداثة، وذلك بسبب ارتفاع قيمة العقار والايجار وعجز المالكين القدامى على مواكبة التغير في المشهد الحضري، وصارت الثقافة الاستهلاكية التي استمدت مبادئها من

الحضرية كطريقة للحياة بما تتميز به من عقلانية ورشادة لتصبح ثقافة استهلاك تميز المجتمع الاستهلاكي ما بعد الحداثي، خدمة للمبادئ الرأسمالية وإرضاء للرأسماليين والطبقات العليا، واتساع الهوة بينهم وبين الطبقة الدنيا المهمشين في المدينة، إضافة لارتفاع الأيجار وتحسين وجه الشوارع المحلية؛ ساهم في تغيير البنية الاجتماعية والطبقية في الأحياء والشوارع القديمة، واستبدلت معظم المحلات بمتاجر متعددة الأقسام بطابع مفتوح؛ وتحررت سوق الاستهلاك الجمالي والعصري بطابع حداثي.

كلمات مفتاحية: الاقتصاد الرمزي، الاصاله الحضريه، الحداثه، الاستهلاك الحضري، شارون زوكين.

Abstract:

Sharon Zukin is a contemporary Marxist scholar and urban sociologist; her works focuses on urban studies and consumer culture. Zukin's work was focused on the gentrification brought, by changing in the authentic urban space and demanded the right of the city and "Authenticity". The city is authentic in its diversity and ethnic and class differences, with its poor and rich, and disagree with the modernist ideas brought by the offices; the city's culture has lost its authenticity and made the life difficult on the lower working classes. In addition, the high rent and improving the face of local streets in changing the social, ethnic and class structure in the old neighborhoods and streets, most of the old stores replaced by shopping in open supermarkets and expensive stores; with new owners. Although, it is gentrified but it serves only upper classes. The reason for this modern material orientation at the expense of the culture brought by modernity to the cities. The Authenticity is the spirit and the soul of the city as she think is, and the modernization of this consumption spaces (stores, boutiques, restaurant...); consuming the aesthetic luxury and modern culture change its old and authentic faces, it is what caused the urban landscape change; this caused also the interruption of social relations, and makes the city naked. The cities in the third world also affected by the globalization and the modernization this is make us asking about the results on its traditional and authentic urban culture in consumption spaces.

Keywords: Authenticity- public space- Sharon Zukin- symbolic economy- urban consumption.

Résumé :

Sharon Zukin est une marxiste contemporaine et sociologue urbaine ; ses travaux portent sur les études urbaines et la culture de consommation. Le travail de Zukin était axé sur la Gentrification apportée, en changeant dans l'espace urbain authentique et exigeait le droit de la ville et «l'authenticité», la ville est authentique dans sa diversité et ses différences ethniques et classes sociales, avec ses pauvres et riches. En outre, le loyer élevé et l'amélioration de la forme des rues locales En changeant la structure sociale, ethnique et de classe dans les vieux quartiers et rues, la plupart des magasins et des vieux magasins ont été remplacés par supermarchés et les magasins chers; avec de nouveaux propriétaires. Bien qu'il soit embourgeoisé mais il ne dessert que les classes supérieures. La raison de cette orientation matérielle moderne au détriment de la culture apportée par la modernité aux villes. L'Authenticité est l'esprit de la ville comme elle le pense, et la modernisation de ces espaces de consommation (magasins, boutiques, restaurant...) et la vie urbaine authentique ; consommer le luxe esthétique et la culture moderne changent ses visages anciens, ce qui a causé le changement de paysage urbain. Cela a également causé l'interruption des relations sociales et l'a détruite et a changé la structure sociale ; et rend la ville nue. Les villes du tiers monde également touchées par la mondialisation et la modernisation que cela nous fait nous interroger sur les résultats de sa culture urbaine traditionnelle et authentique dans les espaces de consommation.

Mots clés : Authenticité-Consommation urbaine- économie symbolique- Espace public - Sharon Zukin

● مقدمة

قد يبدو أن الاستهلاك ليس العدسة التي يمكن من خلالها رؤية التغيرات في المشهد الحضري، لكن عرفت المدينة ثورة في الاستهلاك نهاية القرن الماضي، مع تصاعد القيم ما بعد الحداثية؛ والانتقال إلى المجتمع الاستهلاكي، بدعم من النظام الدولي الجديد الذي دعم القيم الرأسمالية الغربية والأمريكية تحديداً، وزادت نسب الانفاق على السلع الاستهلاكية، واستهلاك الماركة والعلامات التجارية، كتعبير رمزي على التفوق في الفضاء الحضري، والتي سوقت لها الشركات الكبرى والمتعددة الجنسية، ووسائل الاعلام حيث سادت عولمة لقيم الرأسمالية وتشجيع للزعة الاستهلاكية خصوصاً بعد سقوط المعسكر الاشتراكي في الشرق، وهيمنت قيم الرأسمالية الغربية التي تشجع الحرية، النزعة الفردية، المنافسة وتحرير السوق وتشجيع زيادة الاعمال، حاملة في ثناياها قيم ما بعد الحداثة، وشملت كل مناحي أساليب الحياة الحضرية من الغذاء واللباس والموسيقى والترفيه والاذواق بشكل عام، وانشار السلع بأنواع مختلفة وأسعار متنوعة، بكميات هائلة وبتدفق مستمر، ساهمت في التقارب وتوحيد أسلوب الحياة مع الاختلاف في نوعية السلع من حيث جودتها وتشابهاً شكلياً؛ وتوحيد الذوق العام بمساعدة وسائل الاعلام والتواصل.

إن إغراق السوق بالسلع جعل من مساحة الاستهلاك مساحة صراع بين مختلف الطبقات والشرائح الاجتماعية؛ وتحديداً الطبقات الشعبية الأدنى والطبقات الأعلى، ومحاولة الطبقات الأدنى تسلق الهرم الاجتماعي وإرضاء الذوق العام وتحقيق الذات وتعزيز المكانة الاجتماعية من خلال مساحة الاستهلاك؛ ما جعل الطبقات الأعلى تبتكر وتغير في أساليب استهلاكها، لتتميز وتأخذ التيار الحداثي وتقديس القيم الجمالية الفاخرة والعصرية، التي تدل على الذوق الرفيع وتعزز المكانة الاجتماعية الرفيعة الخاصة بهم؛ من خلال ممارساتهم الاستهلاكية المتميزة عن غيرها، وساهم في ذلك محيط المدينة وما تقدمه من متاجر متعددة الأقسام والمتخصصة، إلى المطاعم وأماكن الترفيه وقضاء وقت الفراغ، وركزت استراتيجيات التطوير الحضري التي خدمت قيم الرأسمالية على خلق بيئة حضرية تشجع على الانفاق؛ والاستهلاك وتدجين مجتمع المدينة، وتحضر أساليب العيش واكسابهم صفات الحضرية، ذات الصبغة الحداثية وعولمة تلك النماذج الاستهلاكية.

وقد أولت الباحثة الأمريكية المتخصصة في سوسيولوجيا المدينة والثقافة الحضرية؛ شارون زوكين اهتماماً كبيراً في البحث عن تأثيرات الحداثة على المدينة ومجتمع المدينة، والثقافة الاستهلاكية في المدن وهو ما سيتم التطرق له انطلاقاً من الأسئلة التالية:

- كيف أثرت الحدائة على الثقافة الاستهلاكية وفضاءات الاستهلاك الحضرية؟
- هل تغيرت أساليب الحياة الحضرية مع تحديث أساليب العيش في المدن الى استبدال الثقافة الاستهلاكية بشكلها التقليدي -التي ميزت فترة ما بعد الصناعة -الى ثقافة استهلاك ما بعد حدائية؟
- ماهي أهمية المحافظة على الاصالة الحضرية لفضاءات الاستهلاك الاصيلة للترويج للثقافة الحضرية المحلية وتميزها؟

1. المسار الأكاديمي الاهتمامات والإنتاج العلمي للباحثة شارون زوكين

شارون زوكين أستاذة بجامعة بروكلين نيويورك قسم علم الاجتماع ولدت عام 1946، وهي حاصلة على درجة الدكتوراه من جامعة كولومبيا، تعيش حاليا في مدينة نيويورك، تكتب عن المدن والثقافة الحضرية والاقتصاد وتحديدا مواضيع متعلقة بالاستهلاك في المجال الحضري، وناشطة في الدراسات السوسولوجية الحضرية والسياسات الحضرية؛ إضافة للاقتصاد السياسي وعلم الاجتماع السياسي الذي كان أساس اهتماماتها الأولى، بعد أن عرض عليها تدريس قسم علم الاجتماع الحضري، فوسعت اهتماماتها إلى الدراسات الحضرية، كما عملت كأستاذة في مركز الدراسات العليا بجامعة نيويورك ، وأستاذة زائرة بجامعة تونكجي بشنغهاي في الصين، وامستردام وسيدني الغربية، وقدمت محاضرات في طوكيو باليابان، كما تعمل كمحكمة في مجلات عريقة مثل المجلة الامريكية لعلم الاجتماع، ومجلات حول الثقافة والثقافة الاستهلاكية، ومجلات عالمية في الدراسات الحضرية. حازت على عدة جوائز منها جائزة ليند لإسهاماتها في علم الاجتماع الحضري من الجمعية الامريكية لعلم الاجتماع، وجائزة رايت ميلز لكتابتها "مشاهد من السلطة". كما كتبت العديد من الكتب منها: ثقافات المدن، كتاب ما بعد مركز التجارة العالمي ، كتاب المدن العالمية والشوارع المحلية، كتاب المدينة العارية "موت وحياة الأماكن الحضرية الاصيلة" ، كتاب ما بعد ماركس وتيتو ، كتاب نقطة الشراء " كيف غير التسوق الثقافة الامريكية" ، كتاب السياسة الصناعية " الاعمال والسياسات في الولايات المتحدة الامريكية وفرنسا" ، الدور العلوي حي ، كتاب مشاهد من السلطة " من ديترويت الى عالم ديزني" ، كتاب الفضاءات الثقافية ، كتاب تراكيب رأس المال "التنظيم الاجتماعي للاقتصاد"، إضافة الى كتابة عدة مقالات في مجلات عالمية منها ما هو تلخيص لدراسات ميدانية قامت بها في مجال الاستهلاك والثقافة

الحضرية، ومواضيع متعلقة بالثقافة والاقتصاد الرمزي والفضاء العمومي؛ وأهم مصطلح طورته هو "الأصالة الحضرية".

بالإضافة إلى مشاركتها في ندوات وملتقيات واجتماعات عالمية؛ كمتحدث رسمي في مدن أوروبا والولايات المتحدة البرازيل، اليابان والصين، ونتاجها لعدة أعمال: مقالات، وأبحاث ميدانية بلغات عديدة، فهي تستعمل أكثر من ثماني لغات (انجليزية، فرنسية، روسية، صربية، كرواتية، تشيكية، اسبانية، اليابانية، الصينية، برتغالية)، فقد بدأت دراستها وأبحاثها الميدانية في يوغوسلافيا السابقة؛ التابعة للاتحاد السوفياتي ثم عادت الى الولايات المتحدة وأوروبا الغربية، وآسيا أمريكا الجنوبية، وأستراليا حيث درست في جامعات من القارات الخمس. (zukin)

2. أساليب الحياة الحضرية والحدثة

استهلت زوكين كتابها حول التسوق وكيف حول الثقافة في المدينة الأمريكية؛ بكلمة عمدة نيويورك بعد حادثة برج التجارة العالمي والتي وجهها لسكان المدينة، وحثهم على أخذ إجازة من العمل؛ والذهاب إلى التسوق. فعبر بذلك عن الإيديولوجية الحديثة بشكل عميق، وعن المرحلة الحالية التي تعيشها المجتمعات الغربية التي طورت الاستهلاك الرأسمالي، واسترعى انتباهها أنه لم يطلب البقاء في المنزل للاسترخاء؛ أو قضاء الوقت مع العائلة أو حتى الصلاة. (UGUR, 2007, p. 09)

ولفهم المدينة الحديثة؛ علينا فهم منطق الحدثة الرأسمالية، والذي يهدف إلى تحويل المجتمعات عموماً ومجتمع المدينة إلى مجتمع استهلاكي، كمنتج مميز للحدثة إلا أن توقيت ظهوره وتطور أشكاله الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية؛ يختلف باختلاف المجتمعات والفترات الزمنية، ومناطق العالم التي تطلق العنان للتعبير عن الفردية كسمة مميزة للحضرية، وتوجه هذه الرغبات إلى المنتجات الاستهلاكية، وتخلق مساحات وفضاءات مدينية كالأسواق والمتاجر المتعددة الأقسام؛ والمحلات الكبرى ونقاط الشراء، بالموازاة مع ضعف المراقبة الاجتماعية والمؤسسات الاجتماعية؛ كالمؤسسة الأسرية والدينية، والمعايير التي تتحكم في الفرد وتحدد الإطار الاجتماعي لممارساته وتوجهاته في ظل المجموعات القديمة وخاصة القرابية، وظهور استقلال جديد للعقلانيات والتخصص، تقسيم العمل المعقد في الفضاء الحضري، وانتشار أساليب الحياة الفردية المستقلة عن سلطة المجموعة.

قد كان هناك نقاش قديم منذ قرون حول وقت ظهور المجتمع الاستهلاكي في العالم الرأسمالي؛ منذ القرن السادس عشر فترة النهضة الأوروبية وازدهار الفترة الفكرية والعلمية وحتى أواخر القرن الثامن عشر، بعد الثورة الصناعية وتصنيع المدن في أوروبا وظهور أساليب العيش الحضرية في المدن الصناعية، ومع سقوط العالم الاشتراكي جاءت الفرصة للانتقال والتحول الى الرأسمالية؛ وتحول أساليب الحياة الحضرية إلى أسلوب استهلاكي بحت، وخاصة بعد تبني المعسكر الشرقي كالصين وروسيا وشرق أوروبا للحدثة واقتصاد السوق، وكل دولة قامت بإدخال الحوافز التسويقية والسماح

بالممتلكات الخاصة للأفراد، لتحفيز قوى العمل وتحرير السوق وتحفيز الطلب مما يشجع انتاج السلع لتلبية رغبات المستهلكين، وثورة الابتكار لخلق منتجات جديدة، وتشجيع المبادرات الفردية في الاعمال وتحرير السوق بتحديد مجال تدخل الدولة.

وأشارت إلى نقطة مهمة حول ما منحه المجتمع الاستهلاكي ما بعد الحدائي من مساحة حرية فردية واسعة في المدن، وتحدثت عن المطاعم والمقاهي التي منحت المرأة مساحة للجلوس والخدمة على قدم المساواة مع الرجال، وطاولات للتجمع وأداء الواجبات المنزلية مثل مطاعم مكدونالد ومقاهي ستار باكس، وأطلقت على فضاء الاستهلاك أنه أحيانا فضاء للتمكين والتغيير والحريات الفردية خاصة بعد حتى "الفيمينيسست" أو النسوية التي اجتاحت العالم (zukin & Maguire, Consumers and consumption, 2004)

هناك قلق من أن عملية التحديث جلبت معها ميلا إلى تعريض الناس للظروف والأفكار المادية التي من شأنها أن تقوض التنوع الثقافي وتعزز التشابه في أساليب الحياة، وبذلك يصبح للفضاء الحضري تأثير محدود في التحكم في الحياة الاجتماعية الحضرية، واستمرار هيمنة الاستهلاك كطريقة للحياة، كما لا ننسى أن الفئات المستهدفة هي الفئة الشبابية والأكثر طوعية وقابلية للانصياع للزعة الاستهلاكية؛ لأن الشباب يحتضن المدينة بشكل إيجابي؛ كموقع للاستهلاك، وتوصلت زوكين إلى أن بناء ما بعد الحدائة يعمل على تقويض شعور الناس بالهوية في المدينة؛ والتنوع والاختلاف، الذي كان سمة مميزة للمدن الكلاسيكية، وتزايد الرغبات المادية على حساب التنوع الثقافي وتمهيش للطبقات العمالية والفقيرة، كما تهدد بزيادة التشرذم على أطراف المدينة وافراغ مركز المدينة بسبب عدم قدرتهم على التنافس الاستهلاكي، ودفع الإيجارات وغلاء العقارات؛ مقارنة مع الطبقات الأكثر ثراء (Miles & Hall, 2004, p. 71)

أساليب الحياة تغيرت حسب تعبير شارون زوكين في تعريفاتها منذ أكثر من ثلاثين سنة مضت، حسب المنطق الحدائي من التركيز على المكانة الاجتماعية بامتياز وبشكل مستقر حسب نظرة ماكس فيبر؛ إلى السعي بقوة وباستمرار وراء رأس المال الثقافي حسب تعبير بيار بورديو، وهو ما شجع الافراد على اظهار مختلف أشكال الاستهلاك الثقافي، وبالنسبة للمدن فهو يحفز نمو كل من الثقافة الربحية للمصانع وغير الربحية للمؤسسات الثقافية، هذه التحولات مرتبطة بعدد من التغيرات البنوية مثل صعود ما بعد الحدائة ونموذج الإنتاج ما بعد الصناعي ، وظهور فضاءات جديدة للاستهلاك مرتبطة بأنماط جديدة في مساحة الترفيه، قضاء وقت الفراغ، السياحة والثقافة، وتعتقد أن الدراسات الحضرية من بين كل الدراسات الاجتماعية ارتبطت أكثر بالتفسيرات الثقافية للحدائة ، وارتبطت أكثر بها الثقافة الاستهلاكية الحضرية؛ فقد قسمت خصائص الثقافة الاستهلاكية حسب الفترات التاريخية من

الحداثة(1880-1945م) إلى الحداثة المتأخرة (1945م-1975م)، ثم ما بعد الحداثة بعد (1975م) وتغير منطق الاستهلاك في المدن حسب كل مرحلة تاريخية.(Zukin, 2010)

3.سلطة الثقافة والاقتصاد الرمزي في الفضاء الحضري

منطق الرأسمالية المعاصرة منطق مكاني ومادي، يهدف دوما لتعظيم قيمة الفضاء والتحكم في الاستهلاك وإنتاج فضاء احتفالي وثقافي مرغوب فيه ومطلوب، تستخدم زوكين تعبير "التهدئة بالكابتشينو" في كتابها ثقافة المدن حيث توضح أهمية الرمز في الحداثة المعاصرة، وتربطه بالفضاء وتجديد مراكز المدن لتتوافق مع المتطلبات الاستهلاكية العصرية، وتنشيط هذه الفضاءات والمراكز باستخدام سلطة الثقافة والاحتفالات والمعارض أملا في جلب الزوار والفئات المستهدفة من الطبقات العليا، والتي تميز نفسها بأسلوب استهلاكها للثقافة، والذين لديهم قدرة شرائية كبيرة لخدمة المنطق المادي بالموازاة مع الاستهلاك الثقافي؛ ولديهم رأس مال رمزي، فاستعارت مصطلح موت وحياة المكان في كتابها المدينة العارية من الباحثة الأمريكية المساندة للنيوليبرالية جاكوبس جاين، والتي كتبت كتاب عن موت وحياة المدن الأمريكية، وانتقدتها في أسلوبها عن الدفاع عن الليبرالية الجديدة التي ستفرغ المدينة من محتواها، بسبب التمييز الطبقي والتهميش الاجتماعي؛ وتوفير أنماط من أساليب الحياة والتي لا تتوافق مع كل الفئات والعرقيات في المدينة، و"تكديس الطبقات" بتعبير باركر، لذا تؤكد على المخططين والمطورين أخذ ذلك بعين الاعتبار، لأن المدينة نشأت وهي تحمل سمة التنوع والاختلاف وهي جزء منها(De la Barre & Blagovesta, 2016)

الترويج لأفكار الحداثة الرأسمالية والاستثمار في الأفكار؛ وبيع الرمز للعملاء والزبائن، يعطي فكرة عن سلطة وقوة الثقافة في السيطرة على الفضاء، ومصطلح المنظر الذي استخدمته زوكين لتركز اهتمامها على المجتمع المحلي في مدن المصانع؛ ثم مدن ما بعد الحداثة كبناء مادي ورمزي في آن واحد، ونمو المطاعم والمتاحف وأماكن الاستهلاك الثقافي والترفيه؛ يشير إلى الاقتصاد الرمزي الذي يؤثر على الوظائف والمهن، تقسيم العمل، والتنوع العرقي والصور الثقافية المختلفة. "فالثقافة وسيلة قوية للسيطرة على المدن"، ونمو الاستهلاك الثقافي في الفن، الطعام، الموضة، الموسيقى والسياحة... إلخ؛ يعد وقود الاقتصاد الرمزي للمدينة، وهي إمكانية ملموسة لإنتاج الرموز والفضاء العام، (Zukin S. , 1995, p. XI)

وبما أن الثقافة هي محرك النمو الاقتصادي في المدينة بالنسبة لزوكين، وبشكل قاعدة الاقتصاد الرمزي كما أشارت؛ فإنه يتم استخدام المساحات الحضرية من قبل المطورين العقاريين والمسؤولين في السياسات الحضرية لجذب المستأجرين الجدد؛ للسكنات والمحلات الفخمة، لجذب متسوقين مميزين. يمكننا رؤية الاقتصاد الرمزي في الفضاء الحضري جليا؛ حيث يتم ادراج مواضيع ثقافية للإيحاء والاشارة نحو ماض رومنسي أو تاريخي عريق ووهي للنمو الصناعي والحضري، وتصنيع مساحات استهلاكية حيث يعرض الرمز ويبيعه المعنى، فالفن والمحلات والمطاعم وفضاءات أخرى للاستهلاك؛

ترسم محيط لتبادل الأفكار والقيم الثقافية الرمزية، وهي الفضاءات التي تزدهر فيها الاعمال، نمو الاقتصاد الرمزي في الاعلام الممول؛ يثبت آليات عمل المقاولين والمصنعين ورجال الأعمال المستثمرين في المساحات الاستهلاكية الحضرية ، وتساهم في نمو البلدات والمدن بقوة، وتخلق قوى عمل جديدة؛ وتغير طرق تفكير المستهلكين والعمال، كما تم ربط الثقافة برأس المال والهوية في أنظمة الإنتاج في المدينة، ويتم إعادة قراءة للممارسات الاستهلاكية التمييزية للتمييز الاجتماعي الطبقي؛ من خلال إعادة تشكيل الذاكرة الجماعية في المدينة. (Jan & Christopher, 2013, pp. 349-351-353)

4. الاصلة والتحسين الحضري لفضاءات الاستهلاك

القارئ لأبحاث شارون زوكين ينتبه أن أهم مصطلح ركزت عليه في تحليلاتها لفضاءات الاستهلاك الحضرية؛ هو مصطلح الاصلة "Authenticity" الذي تقصد به العلاقة الدينامية بين الناس والأماكن، والمعاني والرموز التي تحملها تلك الأماكن في الذاكرة الجماعية للقائين في المدينة؛ الذين يرغبون بعيش تجربة الاصلة الحضرية والانتماء للمدينة، ويكونون جملة أحكام جمالية وذكريات خاصة بتلك الأحياء والمدن، وتلك المعاني والرموز هي ما يصنع المدينة؛ وينتجها من خلال الأبعاد المتصورة والمدركة والمعايشة من طرف الحضر. (Piazzoni)

زوكين ترى أن الصراع على الاصلة تنطوي على ألبتي الهيمنة وممارسة المقاومة؛ وهي فئة من الحكم الجمالي الذي يتحكم في القاطنين للمدينة؛ من خلال تعزيز قصص النمو السائدة لنشأة المدينة وأصلاتها، والفاعل في السلطة يرسم ويثمن رغبة الناس في البحث عن الاصلة من خلال انتاج فضاء رمزي للسلوكات الحضرية المقبولة، وقد تصل إلى المطالبة بالحق في المدينة بسبب الإقامة الطويلة والاستخدام والعادة، ويحدث ذلك لمنع مزيد من الزحف وافساد الفضاء الأصلي، وتخفيف التوترات بين الجماعات الاثنية في أجزاء من المدينة؛ وأحيائها القديمة ومواجهة الزاحفين مواجهة غير مباشرة. (Zukin , Changing Landscapes of power"upulence and the urge for Authenticity, 2009) (Zukin s. , consuming Authenticity from outpost of differnces to means of exclusion, 2008)، من خلال المطالبة بالحق في الاصلة ومواجهة التغييرات والتحسينات الحدائية في المدن الغربية، ويحافظ على نسيجها الأصلي، وتطالب في سبيل ذلك بتسخير قوانين التحسين والتطوير الحضري، ومساعدة السكان الأصليين في عملية التحسين؛ ليحافظوا على ممتلكاتهم وأعمالهم التجارية، خاصة في محلات البيع بالتجزئة والطاعم العائلية والعرقية ذات خصوصية في التقاليد الاجتماعية، وهي جزء من المدينة تشكلت به ولا يجب اهمالها أو تحطيمها. فالمدينة أخذت شكلها بالتنوع الطبقي والاختلاف العرقي؛ لا بتنميط وتوحيد نموذج الاستهلاك كما فعلت الحدائة الرأسمالية، التي زادت من معاناة الطبقات الفقيرة وزادت الأثرياء ثراء وميزتهم أكثر، فطردت الأدنى إلى الهوامش، إضافة إلى القوانين التي لم تكن في صالحهم أبدا فضريبة التنقل الباهظة من الهوامش إلى مركز المدينة؛ ساهمت

في طرد السكان الأصليين وتهميشهم. والضرائب الكبيرة جعلت الكل مديونين للانتهازيين، وزادت من تفاقم المشكلات الاجتماعية الحضرية، والفقر والتشرد بين العمال والفقراء، والقضاء على محلات البيع القديمة والتي يتم ابتياع الحاجات اليومية منها؛ من الطبقة الشعبية صعب الحياة في مراكز المدينة والاحياء العريقة.

" صارت تحدد الإيجارات بدلا من وفرة السلع بأسعار منخفضة -إلغاء سياسة التخفيضات- من يعيش في حي ما"، فصارت المحلات لا تركز على التوفير للسلع بكميات كبيرة، بل أصبحت تهتم بالجماليات والفخامة والعصرية في التصميم ونوعية السلعة وليس كمياتها، وهذا يعني أن على أصحاب المحلات خدمة الطبقات العليا وارهاق الطبقة الشعبية؛ وتقديم الأرباح الكبيرة فوق مصلحة السكان الأصليين، ومواصلة الترويج للحداثة والعصرنة الرأسمالية المادية لمراكز المدينة، التي كانت تتمتع يوما ما بالتنوع الثقافي والطبقي في بدايتها، وتجاهلت التعبيرات القديمة والأصالة الحضرية "والحق في المدينة يعبر عن الحق في التسوق هناك"، فاعتبار السكان الأصليين في وتناقضت معها (Zukin S. , new rtail capital and neighbourhood change)"Boutique and Gentrification in New York city, 2009

ظهور مساحات الاستهلاك الجديدة مثل مطاعم المأكولات الجديدة الذواقة، المحلات الكبرى متعددة الأقسام والطوابق، والمعارض الفنية والألعاب مثل ديزني، المسارح الاستعراضية والمقاهي الفخمة ذات الماركة العالمية، تشكل موقعا أكثر منه موقع تداول رأس المال مواقع استهلاك ثقافي؛ جلبت حركة رؤوس الأموال والسياح المحليين والأجانب، إلا أنها لا تأخذ بعين الاعتبار السكان الدائمين للمناطق الحضرية المؤجرين بأسعار خيالية، والتي تعجز كاهلهم ما يدعوهم للانسحاب إلى الأطراف والهامش الحضري للإيجار الرخيص؛ فهتجر وجه المدينة الأصلي، والمؤسسات الجديدة تبين الاستراتيجية العالمية للحضارة التنافسية.(Brunett, 2014)

وأشارت في ورقة بحث لها إلى دور الاعلام في الترويج للمطاعم؛ وقامت بمراجعة لموقع الالكتروني والأساليب الشهارية التي يقدم بها المطاعم؛ والذي يعيد رسم خارطة معرفية لتوجهات المستهلك نحو هذه المطاعم، فوسائل الاعلام حسنها متورطة بشدة في تضمين معايير الاقتصاد الرأسمالي في الثقافة اليومية؛ والتوجيه نحو المطاعم "الأفضل". ومن خلال تحليل مراجعات ومحتوى الموقع والأرقام، وجدت أن هناك تمييزا بين مطاعم البيض والسود؛ أو المطاعم الخاصة بغير البيض، ووصف مطاعمهم بالمظلمة القنرة والغير صحية، مقابل المطاعم المريحة والنظيفة للبيض، وتعتبر أن مثل هذه المواقع تعبر عن قوة رمزية مسؤولة عن حركة وتدفق الأموال في مطاعم المدينة؛ ومن يدفع أكثر له الحظوة والسهم الأكبر من تدفق الزوار ورؤوس الأموال. (Zukin, Lindman, & Hurson, The omnivore's neighbourhood? Online Restaurant Reviews race and gentrification , 2015)

اعتمدت معظم دراسات زوكين في الاستهلاك على المقابلات المعمقة مع الزبائن ، وتحليل تجارب التسوق ، ودرست تطور السوق الاستهلاكية في المدينة الامريكية منذ 1870م، وقدمت التسوق على أنه حقل مؤسساتي من خلال الابتكارات في نظام الاستهلاك الجماهيري لمحات البيع بالتجزئة؛ ثم التطور إلى مواقع الويب في الآونة الأخيرة، وذلك عائد إلى التحول في البنية الاجتماعية والثقافة الاستهلاكية بالاعتماد على تقسيم المجال المؤسساتي إلى فضاءات ومساحات اجتماعية أو مواقع استهلاكية، واللغة المستعملة أو دليل المستهلك والقصص وتجارب التسوق، ثم تتبع التغيرات في استراتيجيات الاعمال التي توسع مؤسسات البيع بالتجزئة مع مرور الوقت؛ وتضفي طابع الديمقراطية في الوصول إلى السلع الاستهلاكية وإرضاء الذوق العصري. (Stevenson, 2003, pp. 7-8)

الخاتمة: تعد شارون زوكين باحثة ماركسية شرسة في مناهضة الليبرالية والحدائة؛ وما جلبته للمدينة في العالم والوصول إلى مجتمع استهلاكي ذو نزعة استهلاكية خالصة، وتوجه مادي؛ واقصاء للأصالة الحضرية لأماكن وفضاءات الاستهلاك، وتركيزها على الأصالة الحضرية قد يبدو لوهلة لفحة نوستالجية مرتبطة بتعلقها بذكريات وحنين إلى الوجه القديم للمدينة، وخاصة مدينة نيويورك التي عاشت فيها مدة طويلة، وحما لصخب وضجيج المدينة وازدحامها. بداياتها في مجال البحث السوسيولوجي في دولة اشتراكية قد أثر عليها وعلى الأيدولوجية الخاصة بها، لكن اشارتها لمشكلات فعلية ناتجة عن دراسات حضرية طويلة للتغير الحضري الذي جلبته الحدائة يستدعي الانتباه ، والوقوف مليا وبموضوعية وتوقع ما يمكن أن تؤول إليه المجتمعات الحضرية بعد فترة ما بعد الحدائة، (رغم أن المجتمع الجزائري لا يزال في فترة ما قبل التحديث)، والاشكالات المطروحة من التوجه المادي الرأسمالي وخاصة في مساحات وفضاءات الاستهلاك الحضري؛ لتجنب الأخطاء التي مرت بها المدن الغربية، والاستفادة مما يمكن الاستفادة منه في تجربتها الحدائية وحتى بعد الحدائية في سياسات التطوير والتحسين الحضري. كما يجدر الإشارة إلى نوع جديد من التحسين الحضري التلقائي أو غير الرسمي إن أمكن تسميته في مدن مثل المدن الجزائرية، مع استقدام مساحات وفضاءات استهلاك ذات طابع حدائي في مدن تعتمد التخطيط بعد التعمير، وتتم العملية بشكل آلي بتغير القيم الجمالية والاستهلاكية لمجتمع المدينة المستهدف من طرف العولة، ويقود العملية مجتمع المدينة المشحون بقيم استهلاكية جديدة، دون تدخل فعلي للسلطة الرسمية، وهو ما يلغي أصالة المدينة ويمش القديم فيها؛ لتدخل في التنميط العمراني العالمي واستيراد النماذج الحضرية الأجنبية، والرأسمالية تحديدا؛ بينما كان بالإمكان استغلال أصالتها للترويج لها ولثقافتها في السياحة، كل هذا ساهم في التوجه نحو المجتمع الاستهلاكي، لتصبح المدينة سوقا للسلع المستوردة، مفتوحة للاستهلاك والترفيه والتبضع اللاعقلاني.

- 1) Brunett, K. (2014). commodifying poverty genterification and consumption in vancouver's downtown Eastside. *35(02)*, 157-176. (U. Geography, Éd.) Routledge taylor and francis .
- 2) De la Barre, J., & Blagovesta, M. (2016). Introduction between spectacle and Resistance some thoughts on public space today . 1-12. streetnotes journals.
- 3) Jan, I., & Christopher, M. (2013). The urban sociology Reader . *seconde*. London- New York - , USA- Canada - UK: Routledge Taylor and Francis group.
- 4) Miles, M., & Hall, T. (2004). Urban futures; critical commentaries on shaping the city. London; New York, USA-UK: Routledge Taylor & Francis Group.
- 5) Piazzoni, M. F. (s.d.). Authenticity Makes the city"how the authentic effects the production planning for authenticity ". 154-169. New York - London , USA-UK: Routledge.
- 6) Stevenson, D. (2003). Cities and urban cultures. *first*. Philadelphia, USA: Open university Press.
- 7) UGUR, A. (2007). Distinctive consumption practices in urban everyday life-case study of Kanyon shopping Mall in Istanbul . Istanbul: Istanbul BilGi University.
- 8) Zukin , s. (2008). consuming Authenticity from outpost of differnces to means of exclusion. 724-748. Cultural Studies.
- 9) zukin , s. (2009). *Changing Landscapes of power"upulence and the urge for Authenticity*. International journal of urban and Regional research.
- 10) Zukin, s. (1995). The culture of cities . *1st*. Oxford, UK: Blackwell publishers.
- 11) Zukin, S. (2009, March). new rtail capital and neighbourhood change"Boutique and Gentrification in New York city. Washington D.C, USA: American sociological Association.
- 12) Zukin, S. (2010, March 16). Urban lifestyles diversity and standardisation in spaces of consumption . *35*, 825-839. (SAGE, Éd.) UK: Urban Studies.
- 13) zukin, s. (s.d.). *Sharon Zukin C.V*. Récupéré sur <https://www.gc.cuny.edu>.
- 14) zukin, s., & Maguire, J. (2004). Consumers and consumption. *30*, 173-197. USA: Annual Review of sociology.
- 15) Zukin, S., Lindman, S., & Hurson, L. (2015, October 15). The omnivore's neighbourhood? Online Restaurant Reviews race and gentrification . New York, USA: Journal of cosumer culture.