



المجتمعات الإفريقية.. من ثقافة الاستهلاك إلى ثقافة الإنتاج

د. سييسي أماندو

كاتب وباحث في السياسات التربوية -
كوت ديفوار



من أهم وأبرز التحديات والآفاق المستقبلية التي تواجه إفريقيا هي كيفية تحوُّل المجتمعات الإفريقية من ثقافة الاستهلاك، التي تؤثر سلباً في الاقتصاد والتنمية، إلى ثقافة الإنتاج.

لقد أصبحت المجتمعات الإفريقية فريسة سهلة لثقافة الاستهلاك، خاصة في ظل السماوات المفتوحة والتدفق الإعلامي والمعلوماتي، وتحولت هذه الثقافة إلى أسلوب حياة يدفع الأفراد إلى الهرولة وراء الاستهلاك، بل وأصبحت وسيلة إعلانية فعالة تُحوّل الاستهلاك والتسوق إلى أنشطة تهدف إلى القضاء على الهوية والخصوصية، فالثقافة الاستهلاكية آلية جديدة يستطيع منتجها أو مُسوّفها أن يهيمن على فكر الأفراد، وتحولت السلعة إلى رمزٍ بعيداً عن جودتها وأهميتها.

وتميل هذه الثقافة إلى الوجدانية غير المدروسة، فيرتبط الفرد من خلالها بالسلعة دون وعي، ويشتريها دون حاجته إليها، بهدف تحصيل مكانة بين المجتمع، وهنا يصبح التاجر هو القادر على امتلاك وسائل الإعلام لقهر هذه العقول نحو السلع المستوردة.

ولأهمية هذا الموضوع وخطورته؛ فقد انطلقت هذه الورقات إلى آفاق استشرافية؛ من خلال مناقشة المحاور الآتية.

المحور الأول: ثقافة الاستهلاك؛

أولاً: ثقافة الاستهلاك ظاهرة اجتماعية واقتصادية عالمية؛

أرجع مُعظّم الباحثين في علوم الاجتماع والاقتصاد جذور الثقافة الاستهلاكية إلى أوروبا في القرن ١٧، حين توسع إنتاج السلع نوعاً وكماً، وبدأ البحث عن أسواق جديدة لفوائض الإنتاج، ومع بداية القرن العشرين صار الاستهلاك جزءاً مهماً في تحقيق المكاسب والثروات للشركات والحكومات، وساهمت المخترعات الجديدة في مجال التكنولوجيا والاتصالات، كالتلفزيون والإنترنت، في النصف الثاني من القرن العشرين، على نشر هذه الثقافة في جميع أنحاء الأرض^(١).

في أربعينيات القرن الماضي؛ نظرت الحكومات

الأوروبية إلى الاستهلاك بوصفه مُحركاً رئيساً في تحقيق النمو الاقتصادي العالمي، فالتجهت الولايات المتحدة عقب الحرب العالمية، وكسادها التجاري والاقتصادي، إلى رفع سقف الإنتاج لتعويض الخسائر، وتعظيم الاستهلاك، فحولت عملية بيع وشراء المنتجات إلى طقس مُقدّس، ونشرت قيم ثقافة الاستهلاك، وغزت بها العالم^(٢).

وعن طريق فن الدعاية الأمريكية؛ نجحت الولايات المتحدة في اختراق عقول البشر ووجدانهم، وسيطرت بها على حركة التجارة العالمية، ونشأت التجارة عابرة القارات؛ عبر عولمة زادت فيها الدول الكبرى ثراءً ونفوذاً سياسياً واقتصادياً بفعل كثرة إنتاجها، بينما تحوّل باقي العالم إلى مجرد مستهلك لما تنتجه الدول الكبرى، وخرجت شعوبه من دائرة الإنتاج إلى دائرة التلقي والاستيراد والاستهلاك^(٣).

من هنا؛ فإن الاستهلاك أصبح في ذاته قيمة اجتماعية عالمية كبرى^(٤)، ويقاس مركز الفرد الاجتماعي بقدر ما يستهلكه من السلع والخدمات، ومدى قدرته على التغيير المستمر، حتى يشعر الفرد بحاجته إلى التغيير في استهلاكه؛ مما يؤدي إلى الاستهلاك المستمر^(٥)، ما يعني أن الاستهلاك ظاهرة اجتماعية عالمية، فالفرد لا يستهلك ما يريد فحسب، ولكنه يستهلك أيضاً ما يجد جيرانه وزملاءه يستهلكونه محلياً ودولياً.

ففي الدول الغنية، حيث الاستهلاك هو نمط الحياة السائد، يعيش فقط ١٦٪ من سكان الأرض، فنسبة الأغنياء في العالم ١٦٪ من سكان الأرض، واستهلاكهم يصل إلى ٧٨٪ من الاستهلاك العالمي، وتتصدرهم

(٢) المرجع نفسه، ص ٣.

(٣) المرجع نفسه، ص ٣.

(٤) كنعان، علي، (د.ت)، الاستهلاك والتنمية، دمشق: جمعية العلوم الاقتصادية السورية، ص ٣.

(٥) الرمان، زيد محمد، (١٤٣٩)، الاستهلاك في حياتنا إضاءات اقتصادية: أربعون نموذجاً، ص ٨، شبكة الألوكة على الرابط: <https://www.alukah.net/web/1127009/rommany/0>

(١) السهيل، سارة، (٢٠١٨)، ثقافة الاستهلاك وأزماتها الاقتصادية، بي دي إف، ص ٣، الرابط: aialyoum.com/index.php

Global Consumer Culture، التي تخدم النظام العالمي الجديد، القائم على فتح الأسواق، وإلغاء الحدود بين الدول، ما يُعزّز عملية نقل القيم الاستهلاكية من دولة لأخرى عبر الوسائل الترويجية للشركات المتعددة^(٥). ومن البديهيّات التي تجعل ثقافة الاستهلاك ظاهرة

اجتماعية واقتصادية عالمية ما يأتي:

♦ محددات الاستهلاك الاقتصادية:

يتأثر الاستهلاك كمتغير اجتماعي بالعوامل الاقتصادية قبل العوامل الاجتماعية، ويمكن أن تؤدي العوامل الاقتصادية لدوران العوامل الاجتماعية، ومن أهم العوامل الاقتصادية المؤثرة في الاستهلاك: مستوى الدخل- ويُعدُّ أهمها^(٦)؛ والمستوى العام للأسعار، حيث يؤدي التضخم إلى ارتفاعه، وبالتالي انخفاض القوة الشرائية للدخل والاستهلاك^(٧)؛ وسعر الفائدة؛ وسعر الائتمان^(٨).

♦ محددات الاستهلاك الاجتماعية:

ارتبط الاستهلاك تاريخياً بالعادات والتقاليد الشعبية والثقافة العامة، والدين والتراث، فظهرت الأمثال الشعبية التي تحض على الادخار، وتأجيل الاستهلاك، مثل: (ادخر لوقت الحاجة، لا تبذر في الاستهلاك، خير الأمور أوسطها)، وغيرها، وآيات قرآنية وأحاديث نبوية شريفة، تُحدد فكرة الاستهلاك وحجم الادخار^(٩).

الولايات المتحدة بنسبة ٣٢٪ من الاستهلاك العالمي، رغم أن تعدادهم لا يتجاوز ٥٪ من سكان الأرض. وأما الدول النامية- ومنها الدول الإفريقية- فتتطرق إلى الدول المتقدمة على أنها قدوة، وتحاول أن تحذو حذوها، وتتبنى طريقة معيشتها^(١٠).

ولقد اكتسبت الدراسات والبحوث حول «ثقافة الاستهلاك» بعداً جديداً بعدما أصبحت العولمة ظاهرة تحظى باهتمام الكثير من الباحثين، فثقافة الاستهلاك ظاهرة اجتماعية واقتصادية ارتبطت مباشرة بمفهوم السوق الكونية، حيث ركزت الأبحاث على تأثير عولمة نمط استهلاكي مُحدّد من الدول الصناعية إلى الدول الأخرى، ما يمكن أن يصيب التنمية الاقتصادية في الدول النامية بضررٍ قوي، ومن ثم يؤدي إلى انتعاش الاقتصاد في الدول الصناعية، وإلى التبعية الاقتصادية في الدول النامية، وتلك التي في طور النمو، وهذا الترابط أدى- بحسب المفكر السياسي بنجامين باربر^(١١)- إلى «أن يصبح المواطنون عبر العالم مستهلكين بالدرجة الأولى، وتحول الدولة إلى لاعب ثانٍ على الصعيد الدولي، ويُترك المجال أمام الشركات متعددة الجنسيات. وهذا الثنائي (عولمة - ثقافة الاستهلاك) أدى إلى فقدان الدول استقلالها، وقدرتها على حفظ استقلالها؛ حيث تصبح مرهونة بالحاجات الاستهلاكية لمواطنيها بدل تنفيذ استراتيجياتها الاقتصادية الإنمائية»^(١٢).

وأبعد من ذلك؛ فقد انصهرت ثقافة العولمة بثقافة الاستهلاك، وتبلور تعبير «ثقافة الاستهلاك المعولمة»^(١٣)

companion to globalization", London, Wiley-Blackwell, p.342.

(٥) أبوغزالة، فيرونك، (٢٠١١-٢٠١٢)، دور الإعلام المرئي اللبناني في تفعيل استراتيجيات ترشيد الاستهلاك وتعزيز ثقافة الإنتاج والادخار لدى اللبنانيين، رسالة ماجستير غير منشورة، المعهد العالي للدكتوراه، الجامعة اللبنانية، ص ٢٢.

(٦) جيمس، جوارتينسي؛ وريجارد، استروب، (١٩٨٨)، الاقتصاد الكلي، الرياض: دار المريخ، ص(٢٤٨-٢٤٩).

(٧) علي، عبد المنعم السيد؛ والعيسى، نزار سعد الدين، (٢٠٠٣)، النقود والمصارف والأسواق المالية، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ص ٢٩٨.

(٨) المرجع نفسه، ص ٢٩٨.

(٩) السابق، ص ٩.

(١٠) السهيل، سارة، (٢٠١٨)، م.س، ص ٥.

(١١) عالم سياسة، ومؤلف أمريكي، اشتهر بعد تأليفه كتاب (الجهاد في مواجهة عالم ماك)، عمل بجامعات روتجرز، ماريلاند، وجامعة مدينة نيويورك، وُلد في ٢ أغسطس ١٩٣٩م في نيويورك، ومات بها في ٢٤ أبريل ٢٠١٧م، بسرطان البنكرياس.

(١٢) Barber, Benjamin, (2008), "Shrunkein Sovereign: Consumerism, Globalization, and American Emptiness, World Affairs journal, Vol.170, n.4, p.75.

(١٣) Ritzer, Georges, (2007), "The Blackwell

إن العلاقات الاجتماعية في جانبها الروحي، من أفكار وقيم وأخلاق وتعاون ومواساة وغيرها، جميعها عادات وتقاليد تؤثر بشكل مباشر في الاستهلاك والادخار معاً، كما أن الدين الإسلامي نظم الإنفاق الاستهلاكي بشكل واضح، فمَنع الإسراف، ودَعَا إلى التوسط في الإنفاق: ﴿وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا [٢٦] إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا﴾ [الإسراء: ٢٦-٢٧]، فالتوسط في الاستهلاك للنفس، وفي منافع المجتمع، مع تحريم الإسراف والتبذير والربا والاكتمار، وتقديم الزكاة، يؤدي إلى توفير المدخرات اللازمة للاستثمار في المجتمع، الأمر الذي يؤدي إلى تطوير وتحسين ظروف العمل والمجتمع بشكل عام^(١)، ومن ثم يساعد على زيادة حجم الاستهلاك من المنتجات الأجنبية.

♦ الاستهلاك والوعي الاجتماعي:

يرتبط الوعي الاجتماعي ارتباطاً وثيقاً بالوجود الاجتماعي؛ فلو لا هذا الوجود لما وُجد الوعي، ومن ثم يُشكّل الوجود الاجتماعي الحياة الاقتصادية، بما تتضمنه من إنتاج وتبادل وتوزيع واستهلاك، وتشبّع العلاقات الإنتاجية فيما بين المنتجين والمستهلكين.

وفي هذا الإطار؛ فإن الوعي الاجتماعي يتأثر بالتغيرات الحاصلة في علاقات الإنتاج وقوى الإنتاج، لكن هذا الوعي يستقل في كثير من الأحيان عن التطورات الحاصلة، متأثراً بالأخلاق والتراث والدين والحق والقانون، وهي مفاهيم روحية تؤثر بشكل مباشر في الإنتاج المادي^(٢).

ومن أهم القضايا التي تواجه الشعوب والمجتمعات في الظروف الراهنة- في قضية تدويل العادات والتقاليد- هي تغيير الوعي الاجتماعي، فالشركات متعددة الجنسيات بدأت بنشر فروعها في كل المدن والأقاليم،

فبدأت المجتمعات تستهلك الأطعمة والأزياء التي تقدمها هذه الشركات، وبذلك بدأ الاستهلاك المحلي سواء في مجال الأغذية أو الأحية أو الألبسة يتأثر، لدرجة أن ٢٠٪ من المدن الكبرى في العالم قد تشابهت في أنماط استهلاكها^(٣).

ثانياً: خصائص ثقافة الاستهلاك في الدول الإفريقية:

إن ثقافة الاستهلاك التي تبرز نواحي إيجابية لتعزیزها في الدول المتقدمة، من ناحية إطلاق إستراتيجيات جديدة لتحفيز الطلب الداخلي على «المنتجات المحلية» تحديداً، تبدو على النقيض تماماً في الدول النامية- ومنها دول إفريقيا-، فالاختلافات الجذرية في الأنظمة الاقتصادية، ومدى تطورها بين الدول المتقدمة والدول النامية، بالإضافة إلى وعي المواطنين بسلوكهم الاستهلاكي، تجعل فروق ثقافة الاستهلاك بين المجموعتين كبيرة، ولا يمكن التغاضي عنها باعتبار أن هذه الثقافة هي نفسها أينما حلت^(٤)، حيث يؤكد دوغلاس غودمان: أن «المستهلكين في دول العالم الثالث- بما فيها معظم دول إفريقيا- يتعرضون لأنواع مختلفة من الإكراه من الناحيتين الاقتصادية والاجتماعية»^(٥)، وعليه: لا يمكن إلا التساؤل حول العوامل التي تحكم سلوك المستهلكين في دول إفريقيا، وما إذا كانت هي نفسها العوامل التي توجّه المستهلك في الدول المتقدمة؟

ولابد أولاً من التنبيه إلى فئتين من المستهلكين في معظم الدول النامية- بحسب غودمان:

- فئة شعبية عاشت أسوأ ظروف التخلف في هذه

الدول، وهي تتمسك بعاداتها الادخارية مهما انفتح المجتمع الذي تعيش فيه اقتصادياً، لذا فهذه الفئة يمكن

(٣) السابق، ص ٧.

(٤) أبوغزالة، فيرونيك، (٢٠١٢)، م.س، ص ٢٥.

(٥) Goodman Douglas J. & Cohen Mireille, (2004), "Consumer Culture: A reference handbook", ABC clio, p.65

(١) عفر، محمد عبد المنعم، (١٩٨٥)، الاقتصاد الإسلامي،

جدة- دار البيان العربي، ص ١٨.

(٢) كنعان، علي، م.س، ص (١١-١٢).

وواقع الأمر؛ أن المدخل الحقيقي لفهم صناعة ثقافة الاستهلاك، وحرفية هذه الصناعة وآلياتها الترويجية، يحتم على دول إفريقيا تحليل الأبعاد والعوامل المتداخلة بين الداخل والخارج، بين التقبل والسيطرة، بين الثقافة الجماهيرية وثقافة النخبة، في ظل العلاقات الدولية، وبخاصة أبعادها التجارية.

وهناك عوامل أخرى، إلا أن العناصر السابقة هي أساس تقدم أي دولة وتطورها، وهذا يقود إلى التساؤل: ما الضرر الذي تحدثه ثقافة الاستهلاك في هذه العناصر الرئيسة الثلاثة؟

إذا انطلقنا من أن المجتمعات النامية- ومنها الدول الإفريقية- تحتاج إلى تطوير قدراتها الذاتية في شتى المجالات، زراعية أو صناعية أو تجارية أو خدمية، لتلبية حاجات سكانها^(٣)، فثقافة الاستهلاك تؤثر في هذا المجال أولاً، ولا يمكن مقارنة الدول الإفريقية كلها بعضها ببعض الآخر؛ بسبب اختلاف الثروات الطبيعية بين دولة وأخرى؛ ما يُشكل فارقاً مهماً^(٤).

ثالثاً: ظاهرة وتأثيرات ثقافة الاستهلاك وسماتها في إفريقيا (الخصوصية الإفريقية):

تمثل دراسة سلوك المستهلك مدخلاً رئيساً لفهم تأثيرات العوامل الشخصية أو الخارجية في عملية الشراء، فمن المهم الإشارة إلى مجموعة من العناصر التي ترتبط بالعملية الاستهلاكية لفهم سلوك المستهلك (كيف يشتري؟ ماذا يشتري؟ لماذا يشتري؟)^(٥).

تتمتع إفريقيا بتجمعات سكانية هي الأسرع نمواً على مستوى العالم والأكثر شباباً، حيث لا تتجاوز أعمار أكثر

اعتبارها مقاومة لثقافة الاستهلاك المنتشرة بزخم سريع، خصوصاً أنها ترى هذه الثقافة كنتيجة مأساوية لتداخل الحضارات.

- أما الفئة المناقضة؛ فهي تجمع كل من يواكب تطورات العصر، ويتأثر بالموجات العالمية، ومنها ظاهرة ثقافة الاستهلاك، وهم ينظرون إلى الفئة الأولى بوصفها مختلفة، ولا تليق بها الحياة العصرية^(٦).

وما سبق يعني أنه لا يمكننا النظر إلى المجتمعات الإفريقية كوحدة واحدة، فهناك اختلافات في طريقة التعامل مع ظاهرة ثقافة الاستهلاك، غير أن ذلك لا يلغي وجود قواسم مشتركة بينها، والتي يهمن إلقاء الضوء عليها لاستشرافها لاحقاً، في المجتمعات الإفريقية تحديداً.

ومن المهم الإشارة إلى أن هناك اعتبارات أساسية في تحليل خصائص ثقافة الاستهلاك في دول إفريقيا، وهي^(٧):

(١) أن الاقتصاد لم يعد المدخل الحقيقي وحده لفهم سلوك المستهلك، بل صارت النزعة إلى الاستهلاك عنصراً ثقافياً مؤثراً في اقتصادات الدول، نتيجة لما تمارسه من تأثيرات قوية في سلوك الإنسان تجاه الاستهلاك، بل وجعله هدفاً في حد ذاته.

(٢) أن التحليل الاجتماعي النفسي أصبح هو الأقدر على فهم شخصية المستهلك الإفريقي، وملامح السلعة وطبيعتها ودرجة التشوّق إليها، ويعني ذلك التركيز على بُعدين، أولهما: البُعد الثقافي للعملية الاقتصادية والتجارية، وثانيهما: اقتصادات السلع الثقافية وفلسفة السوق الخاصة.

(٣) أن التطورات التي شهدتها العالم في مجال العلاقات التجارية والاتصال أدت إلى انتقال عناصر ثقافة الاستهلاك إلى أنحاء العالم كافة، وتغيرت أساليب حياة الشعوب، وتبدلت الأذواق، وظهرت أنماط جديدة من الاستهلاك، وساعد على ذلك دعم صناعة الثقافة وتكنولوجيا الاتصال والإعلام.

(٣) الدول الغنية تمرّ قلّ تحرير التجارة العالمية، (١٢ آب ٢٠٠٤)، وكالة أنباء الشرق الأوسط.

(٤) الحميدي، محمد، (٢٤ أيار ٢٠٠٤)، حجم القروض الشخصية يتفاهم في منطقة الخليج ومصر وسط اشتغال المنافسة بين البنوك في تقديم التسهيلات، صحيفة الشرق الأوسط- ملف الشرق، ص ١٢.

(٥) Deaton Angus & Muellbauer John, (1980), "Economics and consumer behavior", United Kingdom, Cambridge University Press, p.8

(١) أبوغزالة، فيرونك، (٢٠١٢)، م.س، ص ٢٥.

(٢) يتصرف من: أبوغزالة، فيرونك، (٢٠١٢)، م.س، ص ٢٦.

وفق نظرية الإلحاح بخصائص المنتج عاطفياً وسلوكياً. ومن اللافت للنظر أن الإمكانيات الاقتصادية التي تتمتع بها إفريقيا، والفرص التجارية المصاحبة لها، من الأمور المسلم بها على نطاق واسع، صحيح أن معدلات الفقر والبطالة بها ما زالت هي الأكبر^(٥)، ولكن النمو المتسارع منذ العام ٢٠٠٠م يجعل من إفريقيا ثاني أسرع مناطق العالم نمواً بعد آسيا الناشئة، وبالتساوي مع الشرق الأوسط، وأتى هذا النمو السريع بالمزيد من المستهلكين المزدهرين، والعكس صحيح، ذلك أن ٤٥٪ من مجموع نمو الناتج المحلي الإجمالي على مدى العقد الأول من القرن ٢١ (قبل الأزمة المالية ٢٠٠٨م)، جاء من القطاعات الاقتصادية المتصلة بالمستهلك^(٦).

أجرى مركز ماكزي إفريقيا دراسة مسحية حول اتجاهات المستهلك، شملت ١٢ ألف فرد في ١٥ مدينة في ١٠ بلدان (من أصل ٥٤ دولة إفريقية)، في عامي ٢٠١١ و ٢٠١٢م، هذه البلدان (أنغولا، وتونس، والجزائر، وجنوب إفريقيا، والسودان، وغانا، وكينيا، ومصر، والمغرب، ونيجيريا) تمثل ٨١٪ من الاستهلاك الخاص بإفريقيا في ٢٠١١م^(٧).

وخلاصة هذه الدراسة المسحية: أن المستهلكين يزدون من إنفاقهم على مختلف فئات التجارة بالتجزئة؛ إذ يقول نحو ٢٠٪ من المستهلكين الأكثر تداوياً في بعض الدول: إنهم أصبحوا يتسوقون بوتيرة أكبر، ويشتررون منتجات جديدة وأكثر كلفة، ويزعم نصف المستجيبين للدراسة أنهم يضحون بشكل شبه يومي لادخار مبالغ كبيرة؛ لإنفاقها لاحقاً على عمليات شراء كبيرة.

من نصف سكانها العشرين عاماً، مقارنةً بنحو ٢٨٪ في الصين، ووفقاً لتقديرات الأمم المتحدة؛ فإن القارة ستمثل أكثر من ٤٠٪ من نمو سكان العالم حتى عام ٢٠٣٠م، ومن المتوقع أن يتجاوز عدد السكان في سن العمل في إفريقيا نظيره في الصين بحلول ٢٠٤٠م^(٨).

ويمكن الإشارة كذلك إلى تفاعل المفهوم الاستهلاكي المفرد مع العادات والتقاليد المتعددة للشعوب الإفريقية، حيث صارت ثقافة الاستهلاك ظاهرة يومية ومُعاشة تُمارَس كشيء طبيعي، كشرب الماء وتنفس الهواء، كما أضحت جزءاً رئيساً من اقتصادات الدول الإفريقية، وركائزها السياسية، معتمدة على دور الإعلام في بث ثقافة الاستهلاك، عبر تشكيل وعي جماهيرها العريضة بحاجاتها المتجددة للتغيير والتحديث^(٩).

ولا يكف المنتجون والمصنعون عن تطوير منتجاتهم بإضافة بعض التعديلات عليها، وتدور حلقة جديدة من مآكينات الدعاية للمنتج المطور والجديد، ولا تكف أيضاً المجتمعات الاستهلاكية عن مواكبة التحديث، وشراء السلع المطورة، علماً بأن المنتج القديم لا يزال يعمل بكفاءة عالية^(١٠)، فما إن يشتري الفرد هاتفاً من أحدث النواعيات حتى يظهر تحديث له في نوعية جديدة، فيسارع لشراؤه، بسبب تقنن أساليب الدعاية في عرض مميزاته، وهو ما يسري على كل السلع والخدمات التي ربما لا يحتاج إليها فعلياً، ولا يدفعه لشراؤها سوى اللهاث وراء كل جديد، أو مجرد التباهي بين الأقران^(١١)، وهذا ما يقودنا إلى القول: إن الشخصية الإفريقية أضحت في هذا العصر أمام وحش الدعاية ضحية الإغواء بالسلع،

(٥) Djibo, Bagna, (2018), Les Batailles du Consommer local en Afrique de l'Ouest. Fondation de France et le CFSI. Le Roppa est membre du comité d'orientation et de suivi du programme, p.8

(٦) ديفيد، فاين، (٢٠١٢)، من داخل ثورة الاستهلاك في إفريقيا، من الرابط الآتي بتاريخ: ٢٠٢١/١١/٤: <https://8/11/www.aljazeera.net/amp/ebusiness/2012>

(٧) السابق.

(٨) Foellemi Reto, (December 2005), "Structural change, Engel's consumption cycles and Kaldor's facts of Economic growth", University of Zurich, Institute for Empirical Research in Economics, p.4

(٩) السهيل، سارة، (٢٠١٨)، م.س، ص٢.

(١٠) السابق، ص٢.

(١١) المرجع نفسه، بتصرف، ص٢.

والقشور؛ فتحل محل القيم الإيجابية، وتسهم في إيجاد جيل يلهث وراء تقلبات الموضة في كل الأمور، مبدلاً أنماطه السلوكية والاستهلاكية بسهولة وسرعة فائقة.

٦- أدى الاستمرار في الاستهلاك المفرط إلى إيجاد نزعات استهلاكية متوالية في دول إفريقيا، واستنزاف دخلها، وتحويل أسواقها وشرائعها الاستهلاكية إلى مجرد توابع وأسواق لتصريف البضائع.

٧- باتت الكثير من الشعوب الإفريقية غالباً مجرد مستهلكين هامشيين، يشكلون مصدراً جيداً للربح بصرف النظر عن الآثار السيئة لذلك اقتصادياً واجتماعياً، التي رسخت ظاهرة التبعية الاقتصادية لخارج إفريقيا، كما أثرت سلباً في الصناعات الإفريقية، وتسببت في إضعافها وشلها عن حركة الإنتاج العالمي.

ولعلنا نلمس بوضوح آثار هذه الظاهرة في المجتمع الإفريقي، ونراها يومياً في حياتنا، فقد أصبح أغلبية الأفارقة يشعرون بأنهم في سباقٍ محموم لا يتوقف، لتحقيق التفوق المظهري القائم على الشكليات والكماليات، وأصبحت قيمة الإنسان في نظر الكثير منهم تقاس بسيارته وملابسه وبيته، ولا يتجادل أثنان في أن هذه الظاهرة هي إغراقٌ لأفراد المجتمع في بحر الاستهلاك اللانهائي، وفي سحر الماركات العالمية، وفي سباق التملك الكاذب، والتفاخر بالشكليات.

المحور الثاني: ثقافة الإنتاج؛

أولاً: خصائص ثقافة الترشيد والإنتاج؛

تُعَدُّ الإنتاجية هي المحور الرئيس للنهوض بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية في أي مجتمع، فعن طريق زيادة الإنتاجية، وتحسين مستوياتها، يتم إحداث زيادة فعلية في دخول الأفراد، وبالتالي توليد المدخرات التي يمكن من خلالها إيجاد استثمارات إضافية، تدعم النظام الاقتصادي، وتوفر فرص عمل جديدة، وتُحقِّق مزيداً من التقدم والرفاهية لأفراد تلك المجتمعات.

وتزيد أهمية الإنتاجية في الدول النامية والأقل نمواً، لما تواجهه من مشكلات التراجع الاقتصادي والاجتماعي الناتج عن سوء استخدام الموارد المتاحة، المادية أو

ولعل ذلك يعزز القول: بأن ثقافة الاستهلاك وسماتها أثرت تأثيرات سلبية خطيرة في المجتمعات الإفريقية اقتصادياً واجتماعياً، حيث تسببت في خفض معدلات الادخار، ومن ثم تقليص مساهمات أفراد المجتمع الإفريقي في المشروعات التنموية مع حكوماتهم، كما أدى إلى تقلص حركة التجارة الداخلية الإفريقية نتيجة نقص السيولة النقدية لدى الأفراد^(١)، ويأتي في هذا الإطار تحريك رغبات الشعوب الإفريقية، وخلق طموحات استهلاكية بغض النظر عن حاجة المستهلكين إليها.

ويمكن تلخيص أهم التأثيرات السلبية لثقافة الاستهلاك، على النواحي الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في دول إفريقيا، فيما يأتي^(٢):

١- يؤدي الاستهلاك المفرط إلى التأثير السلبي الكبير في التنمية بدول إفريقيا، حيث يهدر مواردها المالية، رغم ندرتها أصلاً، واحتياجها الشديد لها لإدامة حركة التنمية.

٢- أثرت الأنماط الاستهلاكية المفرطة في الواقع الاقتصادي لكثير من فئات المجتمع الإفريقي، التي لا تتفق دخلوها المالية معها.

٣- زعزعت الأنماط الاستهلاكية المفرطة بدورها القيم الثقافية للمجتمع الإفريقي، حيث تتصادم مع القيم التي تدعو إلى الادخار والاقتصاد وعدم التبذير والإسراف.

٤- أصبحت النزعات الاستهلاكية الإفريقية في تزايد مطرد، ووصلت لحدّ ظهور عادات استهلاكية تدعو إلى تغيير السلعة بين مدة وأخرى، تماشياً مع تطورات العصر والموضة.

٥- ساهمت ظاهرة الاستهلاك في نشر قيم سلبية ضارة بالمجتمع الإفريقي، حيث تهتم غالباً بالمظاهر

(١) السهيل، سارة، (٢٠١٨)، م.ص، ص ٤.

(٢) الطائي، سعد كاظم، (٢٠١٧)، التأثيرات السلبية لنشر ثقافة الاستهلاك، استرجعت بتاريخ: ٢٠٢٠/٤/٤ من: <https://www.azzaman.com/التأثيرات-السلبية-لنشر-ثقافة-الاستهل>

البشرية^(١).

وهذه العناصر هي:

❖ الاعتماد على الذات تحقيقاً للاكتفاء الاقتصادي:

العائقان الرئيسان اللذان يقفان في وجه انتشار ثقافة الإنتاج، خصوصاً في الدول التي تكون في طور النمو، هما: أولاً: تبني مفاهيم وسياسات التنمية التي تحاكي نموذج النمو في الدول الصناعية، ما يؤدي إلى تعثر جهود التنمية؛ بسبب الاختلاف الكبير في التركيبة الاقتصادية والقيم والعادات الاجتماعية. ثانياً: التبعية الاقتصادية للدول المتقدمة؛ ما يؤدي إلى استمرار ضعف الدول التي تحاول تأمين استقلالها الاقتصادي^(٢).

وتجدر الإشارة إلى أن العنصر الأساسي في ثقافة الإنتاج هو حث الدول والأفراد على تحقيق الذات، ورفض البقاء ضمن أطر التبعية الاقتصادية، خصوصاً أن لدى الكثير من الدول التي في طور النمو - ومنها معظم الدول الإفريقية، كالمغرب، وجنوب إفريقيا، وغابون، ونيجيريا، وكوت ديفوار، وغيرها - الإمكانيات الطبيعية والبشرية لتحقيق إنجازات اقتصادية تساعدها في تحقيق التنمية المطلوبة.

❖ دعم الإنتاج المجتمعي:

برز مفهوم التنمية للدلالة على العمليات التي يجب أن يتم إحداثها في أي مجتمع بهدف إكسابه القدرة على التطور الذاتي، ما يضمن تحسين نوعية الحياة لدى أفراد، أي زيادة قدرة المجتمع على الاستجابة للحاجات الأساسية لأعضائه^(٣)، لذا فإن دعم الإنتاج الوطني بكل الإمكانيات المتاحة هو خطوة رئيسة لتحقيق التنمية الاقتصادية، ما يخفف الفاتورة الاستيرادية، وبالتالي التبعية الاقتصادية، وهذا الدعم لا يمكن حصره بالحكومات فقط؛ إذ إنه مسؤولية يتحملها الشعب، وهنا يبرز دور المؤسسات التعليمية والرقابية، في دعم الإنتاج الوطني، ومراقبة الدعم الذي توفره الحكومات للقطاعات

ويؤدي انتشار ثقافة الاستهلاك مباشرة إلى تراجع ثقافتين رئيسيتين في تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية الحقيقية، وهما (الترشيد، والإنتاج)، اللتان تتناقضان كطرف تماماً مع خصائص (الثقافة الاستهلاكية)، ولابد من أن يسود أحدهما ويفرض سماته الخاصة على المجموعات البشرية، ولكل من ثقافتَي الترشيد والإنتاج محددات خاصة، لابد من الإشارة إليها لاستكشافها في المجتمعات الإفريقية.

يُقصد به «الترشيد» اعتماد سلوك مستقيم ومنظم تجاه الأنواع والكميات المختلفة من السلع والخدمات، التي يقوم أي اقتصاد بإنتاجها باستخدام الموارد الاقتصادية المتاحة، أو التي يقوم باستيرادها. ولا يمكن مقارنة مفهوم الترشيد من خلال مصطلحات كالبلخ أو التقدير، فالترشيد إنما يعني التخطيط الموضوعي للإنفاق الاستهلاكي، واختيار السلع والخدمات المناسبة من ناحية المنفعة والثمن لتتناسب مع الدخل، والامتناع عن الإسراف في الإنفاق^(٤).

ولا يمكن تحديد خصائص «ثقافة الإنتاج» دون اعتبارها منظومة متكاملة من القيم الأخلاقية والسلوكية والعادات والتقاليد والمبادئ، والهدف منها هو الارتقاء بالسلوك الإنتاجي في المجتمع لرفع درجة جودة الأداء^(٥)، ونشر هذه الثقافة في أي مجتمع فلا بد من الاعتماد على عناصر رئيسة، منها ما يرتبط بسلوك السلطات والمؤسسات الحكومية، ومنها ما يرتبط بالأفراد، خصوصاً أن السياسات والسلوكيات التي تنتهجها السلطات الحكومية تؤثر بشكل مباشر في سلوكيات الأفراد، وتعاملهم مع القضايا الاقتصادية والاجتماعية،

(١) الإنتاجية ودورها في تحسين التنافسية وزيادة النمو، ورقة مقدمة في مؤتمر العمل العربي للدورة ٤٥، القاهرة، للفترة: ١٥-١٠ أبريل ٢٠١٨م، ص ١٠.

(٢) أبوغزالة، فيرونك، (٢٠١٢)، م.س، ص ٥٩.

(٣) الحكير، عبد المحسن، (٢٨ أيلول ٢٠٠٩)، ثقافة العمل والإنتاج، جريدة الرياض، ص ١٢.

(٤) أبوغزالة، فيرونك، (٢٠١٢)، م.س، ص ٦١.

(٥) التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول، مركز الإنتاج الاعلامي بجامعة الملك عبد العزيز، ١٤٢٧هـ، ص ١٨.

الجدول (١):

المنطقة	القيمة للصناعة التحويلية للفرد الواحد	الصادرات المصنعة للفرد	الحصة المئوية للصناعة التحويلية من الناتج المحلي الإجمالي (نسبة مئوية)	حصة الصادرات المصنعة من إجمالي الصادرات	حصة إنتاج التكنولوجيا المتوسطة/ العالية من إجمالي الصادرات المصنعة (نسبة مئوية)	حصة صادرات التكنولوجيا المتوسطة/ العالية من إجمالي الصادرات المصنعة (نسبة مئوية)
الصناعة	٤٧٧١,١	٥٤٢٨,٢	١٦,٨	٨٥,٧	٧٥,٢	٦٦,١
إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى	٦٣,٦	٨١,٢	١٠,٩	٦٢,٠	٤١,٣	٣٢,٤
إفريقيا جنوب	٢٩,٢	٣٨,٥	٧,٦	٥٤,٩	١٧,٥	١٣,٣
إفريقيا شمال	٣٩٨,١	٤٧٤,٧	١٢,٥	٣١,٧	٣٣,٣	٢٧,٩

ويمكن معرفة ثقافة الإنتاج في دول إفريقيا من خلال معدل النمو الاقتصادي، حيث تشير «سالي فريد» في دراستها إلى أن إفريقيا حققت معدل نمو بلغ ٥٪ عام ٢٠١٢م؛ بالرغم من التباطؤ الذي مرَّ به الاقتصاد العالمي والأزمات السياسية في الشمال الإفريقي، ولا يزال الاتجاه العام للنمو في المدى المتوسط لإفريقيا في تصاعد، وقد انخفض معدل النمو إلى ٤,٨٪ عام ٢٠١٣م، و٤,١٪ عام ٢٠١٤م، ثم ارتفع إلى ٤,٥٪ عام ٢٠١٥م.

ولا يزال الإنتاج السلعي والصادرات هما المصدر الأساسي لهذا النمو في القارة^(٤)، بالرغم من أن هناك العديد من الدول الإفريقية قامت بتنويع اقتصاداتها ومصادر النمو بها، وقد حققت الدول المصدرة للبترول ارتفاعاً سريعاً في معدل

الإنتاجية وانتقادها، وهذا جزء رئيس من نشر ثقافة الإنتاج في المجتمع الإفريقي.

♦ التنشئة الاجتماعية وارتباطها بثقافة الإنتاج:

انتشار الثقافة الاستهلاكية في المجتمعات الإفريقية، وخصوصاً دولها التي في طور النمو، يؤدي إلى نتائج سلبية مباشرة على ثقافة الإنتاج^(١)؛ لذا فهناك حاجة ضرورية لإعادة إطلاق ثقافة الإنتاج من خلال التنشئة الاجتماعية، التي تدعو إلى حبّ العمل والسعي نحو الإبداع.

ثانياً: واقع ثقافة الإنتاج في المجتمع الإفريقي:

من المؤسف جداً أن تُروّض عقول الأفارقة من قبل الأوروبيين، لسحق آدميتهم، وتحويلهم إلى آلات بشرية بلا مشاعر ولا حقوق، وبلا أمل في شيء من ذلك كله، فتجارة الرقيق مثلاً كانت أيضاً استرقاقاً للعقل الإفريقي، تمهيداً للسيطرة والاستعمار، وإيجاد التبعية الدائمة فكرياً وثقافياً واقتصادياً^(٢)، ومن يمعن النظر في حال الشعوب الإفريقية الآن؛ يجد أنها تُغذى بالنزعة الاستهلاكية، ويُبث فيها غرائز محاكاة شعوب أخرى، لتتحول إلى كائن مستهلك لكل شيء.

تأسيساً على ما سبق؛ يمكن سرد بعض الإحصائيات التي تُسلط الضوء على واقع ثقافة الإنتاج في دول إفريقيا، ويبين الجدول (١) الأداء الصناعي في دول إفريقيا (٢٠٠٥)^(٣).

(١) أبوغزالة، فيرونك، (٢٠١٢)، م.س، ص(٦١-٦٢).

(٢) كلبو، محمد آدم، (٢٠٠٦)، تجارة الرقيق وأثرها على العقل الإفريقي، المؤتمر الدولي تحت موضوع: الإسلام في إفريقيا، للفترة: ٢٦-٢٧ نوفمبر ٢٠٠٦م، ص(٣٤٦-٣٤٨).

(٣) Ibrahim Elbadawi and Alan H. Gelb, «Oil, Economic Diversification, and Development in the Arab World», Policy Research Report; 35, Economic Research Forum, Cairo, December 2010), Table (2.1), Based on: «Industrial Development Report, 2009», (United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) Database).

(٤) فريد، سالي محمد، (د.ت)، الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية في خطة التنمية الإفريقية ٢٠٦٣، معهد البحوث والدراسات الإفريقية- جامعة القاهرة، ص٢.

النمو نتيجة ارتفاع الأسعار، وزيادة الكمية المنتجة. ومع هذا الارتفاع؛ ارتفع كذلك الطلب الاستهلاكي والاستثماري المحلي في أكثر من نصف الدول الإفريقية، حيث يُعدّ الاستهلاك الشخصي كجزء من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي هو قائد النمو الإفريقي، يليه الاستثمار الثابت والاستهلاك الحكومي^(١).

ويوضح الجدول (٢) معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي لإفريقيا وفقاً للأقاليم خلال (٢٠١٣-٢٠١٥م)^(٢).

الجدول (٢):

السنة الإقليم	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٥
وسط إفريقيا	٤,١	٥,٦	٥,٥
شرق إفريقيا	٤,٧	٧,١	٥,٦
شمال إفريقيا	١,٦	١,٧	٤,٥
الجنوب الإفريقي	٣,٦	٢,٧	٣,١
غرب إفريقيا	٥,٧	٦,٠	٥,٠

يتضح من الجدول السابق: أن إفريقيا قد حققت معدل نمو متزايد، وكان إقليم شرق إفريقيا أفضل الأقاليم أداءً عام ٢٠١٤م، بمعدل نمو نسبته ٧,١٪، يليه غرب إفريقيا ٦٪، ولكن انخفض أدائهما عام ٢٠١٥م ٥,٦٪ و ٥٪، ليقارب وسط إفريقيا بمعدل نمو ٥,٥٪، يليهم إقليم شمال إفريقيا محققاً معدل نمو نسبته ٤,٥٪، وهو المعدل نفسه الذي حقّقه القارة ككل، ثم الجنوب الإفريقي، وهو أقل الأقاليم أداءً، بمعدل

(١) Economic Commission for Africa: Economic Report on Africa: Making the Most of Africa's Commodities: Industrializing for Growth, Jobs and Economic Transformation, (Addis Ababa: (Economic Commission for Africa, 2013

(٢) United Nations Development Program, African Regional Development and Spatial Inclusion Economic Outlook 2015, (New York, UNDP, 2015), p.15

نمو ١,٢٪.

إن توسيع التجارة الإقليمية يتيح للدول الإفريقية فرصة لمعالجة أحد التحديات الرئيسية التي تحول دون تحقيق القدرة التنافسية لصادراتها، وهي صغر حجم اقتصاداتها، حيث يشكل توسع التجارة الإقليمية خطوة أولى نحو بناء القدرات الإنتاجية، ولا جدال في أن إزالة الحواجز التجارية أمر مهم لبناء الشخصية الإفريقية المنتجة، غير أن ذلك لن يكفي لإحداث الأثر المرغوب؛ إن لم تكمله تدابير وسياسات تهدف إلى تعزيز القدرات الإنتاجية^(٣).

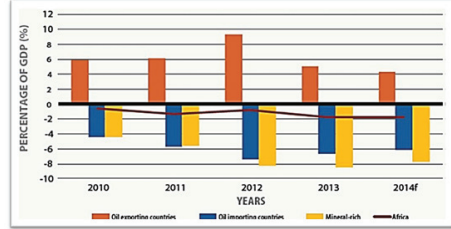
ومن المهم الإشارة إلى أن دول إفريقيا تملك العقول المنتجة والمنتجات الغذائية والزراعية، مما يجعلها في مصاف الدول الصناعية المتقدمة، لكن المؤسف أن هناك فرصاً مهدرة في مجال التجارة بين البلدان الإفريقية في منتجات عديدة، وبخاصة المنتجات الغذائية والزراعية، حيث تستأثر إفريقيا بنحو ٢٧٪ من الأراضي الصالحة للزراعة التي يمكن استغلالها لزيادة الإنتاج الزراعي، ومع ذلك بلغ عدد البلدان الإفريقية المستوردة الصّافية للأغذية ٣٧ بلداً، وبلغت البلدان المستوردة الصّافية للمواد الأولية الزراعية ٢٢ بلداً، في حين لم تتجاوز حصة إفريقيا من التجارة العالمية في الأغذية نسبة ١٧٪، علاوةً على ذلك بلغ متوسط الصادرات الإفريقية من الموارد الغذائية داخل القارة ٢١٪ فقط^(٤)، وتوحي هذه الحقائق بوجود فرص للتجارة الإقليمية في المنتجات الغذائية والزراعية لم تستغلها البلدان الإفريقية بعد، ولعل ذلك يعود إلى ثقافة الاستهلاك التي غرّزت في عقول

(٣) الأمم المتحدة، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، جنيف: الأمم المتحدة، ٢٧ سبتمبر ٢٠١٣م، ص ١٨.

(٤) فريد، سالي محمد، (د.ت)، م.س، ص ٤.

الشعوب الإفريقية.

والشكل (١) يبين تطور الميزان الإنتاجي في إفريقيا
بالفترة (٢٠١٠-٢٠١٤م)^(١).



يُبين الشكل السابق: أن إفريقيا تحقق عجزاً على مستوى الميزان الإنتاجي بالفترة ٢٠١٠-٢٠١٤م، وعلى الرغم من تناقص العجز عام ٢٠١٢م فإنه ارتفع مرةً أخرى عامي ٢٠١٣ و ٢٠١٤م، وكذلك الدول الإفريقية المستوردة للبترول، أما الدول المصدرة للبترول فقد حققت فائضاً خلال الفترة بأكملها.

وتتجاوز حصة الإنتاج بين البلدان الإفريقية حصة الإنتاج والتجارة الإفريقية مع سائر بلدان العالم، ومع ذلك تراجعت أهمية الإنتاج والتجارة بين البلدان الإفريقية خلال العقد الماضي، ففي الفترة من ٢٠٠٧م إلى ٢٠١١م بلغت حصة الإنتاج بينها نحو ٤٢٪؛ مقابل ١٤٪ مع سائر بلدان العالم^(٢). ويلاحظ أن حصة الإنتاج في كلٍّ من التجارة بين البلدان الإفريقية والتجارة مع سائر بلدان العالم؛ قد سجلت انخفاضاً منذ ١٩٩٦م، وهذا يعكس التراجع الكبير في الإنتاج الذي تشهده البلدان الإفريقية منذ تسعينيات القرن الماضي^(٣).

(١) Economic Commission for Africa, (2014): Economic Report on Africa Dynamic Industrial Policy in Africa: Innovative Institutions, Effective Processes and Flexible Mechanisms (Addis Ababa: Economic Commission for Africa, 2015, p.20

(٢) African Union, (2011), Promoting High-Level Sustainable Growth to Reduce Unemployment in Africa, (Addis Ababa: Economic Commission for Africa, p.22

(٣) UNCTAD, (2014), Economic Development Report in Africa 2013, (New York: United Nations, 2014), pp.24, 26

ثالثاً: تحديات تنمية ثقافة الإنتاج في بنية

الشخصية الإفريقية:

إن الإقرار بضرورة نشر ثقافة الإنتاج في إفريقيا يصعب جعله أمراً واقعياً، بسبب العديد من التحديات التي تعترض هذه الثقافة في بنية الشخصية الإفريقية، بحيث لا يمكن أن تدخل في صراع مباشر مع الثقافة الاستهلاكية التي تؤثر في المعطيات الاقتصادية والاجتماعية والتربوية في دول إفريقيا.

وتتمثل أهم التحديات التي تواجه ثقافة الترشيد

والإنتاج في إفريقيا في النقاط الآتية:

أ - تغييب إمكانيات تحقيق ثورة إنتاجية؛

تملك دول إفريقيا كل الإمكانيات لتحقيق ثورة إنتاجية، لما تتمتع به من الأراضي الغنية والصالحة للاستثمار؛ إلا أن السياسات الحكومية تُغيّب هذه الإمكانيات، أو تخفّف من حجمها، لإصرارها على اعتماد سياسة الاستيراد^(٤).

ب - عقدة الاحتكار في أسواق دول إفريقيا:

هناك عدد قليل غير كاف من الشركات الكبرى المستوردة في دول إفريقيا، يحوّل الأسواق الإفريقية إلى وضعية الاحتكار، وبالتالي هناك حصرية كبيرة في التمثيل التجاري، هذا الاحتكار يؤدي إلى تحكّم الشركات بالأسعار والسلع المستوردة، وتوزيعها في الأسواق الإفريقية دون منافسة، ما يجعل المستهلكين خاضعين لها ولخياراتها الاستيرادية^(٥).

ت - غياب اقتصاد المعرفة:

لم يعد الإنتاج الزراعي أو الصناعي التقليدي هو العامل الوحيد في قياس التطوّر والقدرة على المنافسة، فهناك عامل اقتصاد المعرفة، الذي يركّز على إنتاج المعرفة وإدارتها، واستخدام تقنيات المعرفة لإنتاج فائدة اقتصادية^(٦).

ث - الرأسمالية وتنامي ثقافة الاستهلاك الترفي:

منذ ولادة الرأسمالية في الغرب وُضعت أسس لصناعة

(٤) أبوغزالة، فيرونك، (٢٠١٢)، م.س، ص٦٧.

(٥) المرجع نفسه، ص٦٧.

(٦) المرجع نفسه، ص٦٨.

الاستهلاك في الدول النامية - ومنها الدول الإفريقية -، وتشير الدراسات الاجتماعية إلى أن الاستهلاك لا يقتصر على الجوانب المادية، فهناك جوانب معنوية واضحة، فالأفراد يستهلكون بجانب السلع المادية الصُّور والرموز والمعاني المرتبطة بها، ولعل التسمية الرئيسة للثقافة الاستهلاكية تتضمن استخدام أساليب متعددة لتحريك الرغبات والطموحات والأحلام، لذلك ساهمت الرأسمالية في خلق هذه الثقافة لإعداد جمهور مستعد للاستهلاك، وفي الوقت نفسه نشر مضامين الثقافة الغربية، خاصة في العصر الحالي الذي أصبحت فيه الثقافة هي السلاح الأقوى، ومن ثم أصبحت تحدياً أمام الشخصية الإفريقية في سبيل الإنتاج.

رابعاً: الآفاق المستقبلية لتنمية ثقافة الإنتاج في المجتمعات الإفريقية:

تُعدُّ أجندة ٢٠٦٣ رؤية اجتماعية وخريطة طريق للسنوات الـ ٤٢ القادمة، وتسعى إلى تسريع الإجراءات في المجالات الآتية:

- القضاء على الفقر بحلول عام ٢٠٣٠م، عبر تركيز جهود الاستثمار في القدرات الإنتاجية للشعوب الإفريقية (المهارات والأصول)، وتحسين الدخل، وخلق فرص العمل، وتوفير الضروريات.

- تحفيز ثورة التعليم والمهارات، وتعزيز دور العلم والتكنولوجيا والبحث والابتكار، لبناء مجتمع المعرفة، من خلال إتاحة التعليم بكل مراحله للجميع، وتعزيز التعليم التقني والمهني والتدريب، وإقامة روابط أكبر له مع الصناعة، وتعزيز توافقه مع أسواق العمل.

- إن سكان إفريقيا، في مواجهة الأزمات الاقتصادية الخانقة، مطالبون بالإسراع لإنقاذ دولهم من الإفلاس، ومن تقلص ثرواتها، عبر الترشيد في استخدام الثروات، وتبني منهج علمي وعملي لنشر وتعزيز ثقافة الترشيد، والاعتدال في الاستهلاك، لدى أفراد المجتمع.

- توحيد جهود المفكرين والمتفكرين لوضع برامج لتكثيف الوعي بأهمية ضبط إيقاع الاستهلاك، والتحذير من عواقبه السياسية والأمنية والاقتصادية.

- ضرورة اعتماد المجتمعات الإفريقية على أنفسها في إنتاج محاصيلها الزراعية والحيوانية، وإنتاج احتياجاتها من السلع الضرورية دون التسرع باستيرادها؛ مهما كانت المغريات بانخفاض أسعارها.

- استثمار العادات والتقاليد الاجتماعية الإفريقية، ضمن توجه حكومي شعبي معتمد لصالح التنمية الاقتصادية والاجتماعية، يتضمن وعداً بتحسين الطرف الاجتماعي، ومدعوماً بخطوات عملية لتأكيده.

- يمكن للسلطات الحكومية التنسيق مع الشركات العالمية لإنشاء فروع بالدول الإفريقية، وليس مكاتب تجارية فحسب، مثل فروع إنتاج السيارات أو الأجهزة الإلكترونية، فالأجدر بدول إفريقيا أن تخرج من مجرد الاستهلاك السلبي.

- إن الاستهلاك مُتغيّر مهم لدعم الإنتاج، وإن الفقر أصبح ظاهرة اجتماعية في معظم دول إفريقيا، فعلى الدول الإفريقية استثمار هذا المتغير، بالانتقال من الدعم بالإعانات إلى تنمية الدخل المباشر، بزيادة دخول العمال والفقراء لتصل إلى ٦٠٪ من الدخل القومي، واعتماد راتب لكل عاطل عن العمل والضمان الصحي.

- إن الدين الإسلامي يدعو للوسطية، وينبذ العنف والتطرف حتى في الإنفاق والاستهلاك، لذلك يجب استثمار هذه التعاليم لخدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في إفريقيا.

ختاماً:

يُخشى على المجتمعات الإفريقية الاستمرار على الاستهلاك المفرط، وعدم استطاعتها النهوض بواقعها المتخلف، ما سيجعلها في نهاية المطاف مجرد مجتمعات راكدة مُهيّئة للانحدار.

فليرفع كل إفريقي شعار الصناعة والإنتاج المحلي، لتتاح فرص العمل، ويتم القضاء على البطالة، ولكي تستعيد إفريقيا قُوَّتها وعافيتها الاقتصادية والأمنية، فَمَنْ لا يملك قُوَّته لا يملك قراره ولا قُوَّته ■