

נקודה למחשבה

כתבי עת נוהגים לפרסם מאמרים גמורים, מלוטשים, פרי מחקר ארוך. בג'מאעה החלטנו להציע אופציה נוספת. לרבים מאתנו יש רעיונות ראשוניים, אולי רעיונות בוסר, שעדיין אין אנו יודעים לאן נוביל אותם (או הם יובילו אותנו). אולי יהפכו רעיונות אלה בסופו של התהליך לספר או למאמר, ואולי ייזנחו במגרה. המדור "נקודה למחשבה" נועד לתת בימה לרעיונות כאלה ולהביאם לפני הקוראים; המערכת מקווה לעורר באמצעותם רב־שיח שיתקיים מעל דפי כתב העת, או ישירות עם המחבר. אנו מזמינים אתכם להציע רעיונות, גם אם אינם מבוססים די הצורך, גם אם הם קוראים תיגר על התפיסות המקובלות, גם אם הם נשמעים מוזרים, ובלבד שינוסחו בקצרה ובבהירות.

חקר הצריכה: מה זה ולשם מה?

רלי שכטר

בשנים האחרונות אנו עדים לכיוון מחקרי חדש במדעי החברה והרוח שמתרכז בצריכה (consumption) של מוצרים תומריים ותרבותיים, בניגוד להתמקדות בתהליכי ייצור של מוצרים אלה, כפי שהיה מקובל בעבר. המחקרים החדשים מעלים שאלות חדשות באשר לדרך שבה אנחנו בוחרים מה לצרוך ומתי, ובאשר להשפעה המרכזית שיש לצריכה על הכלכלה ועל הפוליטיקה, כמו גם על עיצובם של חיי היומיום ושל הזהות הפרטית והחברתית. בנקודה למחשבה זו אדון בסוגיות המרכזיות שעמן מתמודד המחקר בבואו לדון בתופעת הצריכה במדינות מפותחות, במדינות מתפתחות ובקשרים שביניהן. כמו כן אדון בתרומתו האפשרית של תחום מחקר זה ללימודי המזרח התיכון. בטרם אגש לדיון בהתפתחותו של תחום המחקר עצמו, אנסה להשיב על השאלה המתבקשת מדוע בכלל החל המחקר להתעניין בתופעת הצריכה? כלומר, אילו שינויים בסביבתנו גרמו לחוקרים לזהות תופעה זו כמרכזית בחקר חברות אנושיות? התשובה נעוצה בקשר שאפשר למצוא בין נושא הצריכה לבין התמורות החדות שחלו בכלכלה העולמית מאז מלחמת העולם השנייה, ואשר השפיעו רבות על חיי החברה, התרבות והפוליטיקה בעולם כולו. התקופה שלאחר המלחמה אופיינה בתיעוש מואץ ובהתפתחות חברה צרכנית מפותחת בארצות הברית ובמדינות מערב אירופה. כפי שנראה, הכותבים הראשונים שדנו בנושא הצריכה מתחו ביקורת נוקבת על השפעתם של תהליכים אלה על האדם המערבי המודרני. מהפכת המידע של העשורים האחרונים והמעבר המואץ מהתעשייה לשירותים, ביחד עם התמוטטות הגוש המזרחי ותהליכים מואצים ליצירתה של כלכלת סחר בינלאומית חופשית, חידדו אף יותר את התובנה שאנו עומדים בפני עידן שבו ממלאים הצרכנים תפקיד מרכזי בקביעת אופייה של הפעילות הכלכלית במשק ובעיצוב החיים בכלל. השינויים שהוזכרו בכלכלה העולמית הפנו, לפיכך, את תשומת הלב לתפקידו של הפרט כצרכן ולחשיבות שיש להבנת הצריכה כגורם מרכזי בחיי האדם המודרני.

הצריכה כתופעה היסטורית

תופעת הצריכה אינה חדשה. מאז ומעולם צרכו פרטים בחברות כדי לקיים את עצמם, כדי להעניק משמעות לחייהם וכדי לייצג את מקומם במסגרת החברתית שבה חיו. אולם מחקרים על תולדות הצריכה מבקשים לקשר בין תופעה זו לבין תמורות שחלו במהלך הזמן ולהראות שבנקודת זמן מסוימת חל מהפך בכמות הסחורות שנצרכו, באופן שבו הן נצרכו ובמשמעות שהוענקה לצריכה. אין תמימות דעים באשר לתקופה שבה התרחש תהליך זה, אולם דומה שהוא היה קשור להתפתחותה של כלכלת שוק שבה ניתן לקנות סחורות שיוצרו על ידי אחרים, ולעלייה בכמות הסחורות שבהן עשו הפרטים שימוש ואשר לא נוצרו על ידי משק הבית שאליו השתייכו. גקודת התחלה אפשרית של התהליך היתה המהפכה המסחרית שחלה למן המאה ה-16, כאשר מדינות במערב אירופה פיתחו דרכי ימי חדשות ו"גילו" חבלי ארץ כגון אמריקה, שאותם לא הכירו בעבר. כפי שהראו עמנואל וולרשטיין (Wallerstein 1979) ואחרים שפיתחו את "תיאוריית התלות" (dependency theory), המהפכה המסחרית הביאה בהדרגה לחלוקת עבודה בינלאומית חדשה בין מדינות המרכז האירופי ובין מדינות השוליים, אשר רבות מהן הפכו לקולוניות. במסגרת חלוקת עבודה זאת החלו מדינות השוליים לספק למדינות המרכז מוצרי מזון וחומרי גלם וזלים בתמורה למוצרים מוגמרים. חוקרים שכתבו במסגרת תיאוריית התלות ראו בשינויים אלה בייצור ובשליטה על אמצעי הייצור, שבאו לביטוי בסדר העולמי האימפריאלי החדש שיצרו מעצמות אירופה, מרכיבים מרכזיים בתהליכים הכלכליים-פוליטיים שעיצבו את העולם המודרני. הם גם ראו במהפכה התעשייתית המשך של המהפכה המסחרית, שכן הביקוש הבינלאומי לסחורות הביא לפיתוח המואץ של התעשייה האירופית, ובמיוחד הבריטית. המהפכה התעשייתית, בתמורה, זירזה תהליכי השתלבות של מרכז ושוליים בכלכלה העולמית בכך שיצרה ביקוש מוגבר לחומרי גלם עבור התעשיות החדשות מחד, והגדילה את כמות מוצרי התעשייה המוגמרים שחיפשו שווקים חדשים מאידך. לתיאוריית התלות היתה השפעה רבה על הדרך שבה אנחנו מבינים כיום את התפתחותה של התקופה המודרנית. אולם מנקודת הראות של מחקרים על צריכה, חסרונה הבולט של תיאוריה זו היה שהיא התמקדה בתמורות שחלו ביחסי הייצור בלבד, ולא התייחסה די הצורך לביקוש, כלומר להשפעתם של השינויים בדפוסי צריכה על תהליכי ההשתלבות של מרכז ושוליים. ההנחה המובלעת במחקר היתה שהשינויים בצריכה היו תגובה פסיבית שנגזרה מכדאיות כלכלית פרי הרחבת ההיצע וכך למעשה הוכתבו שינויים אלה על ידי היצרנים. במלים אחרות, הכלכלה העולמית נתפסה במידה רבה כשוק של מוכרים שבו ההיצע הכתיב את סדר היום הצרכני הבינלאומי. כך התעלמו מרבית החוקרים שעסקו בהתפתחות הכלכלה העולמית מהתפקיד שמילאו

הצרכנים בתהליך זה כמו גם מהאופן שבו השינוי שחל בדפוסי הצריכה וסגנון החיים החדש שנוצר השפיעו על הביקוש המקומי והבינלאומי לסחורות.

המחקר העוסק בצריכה מרחיב את הבנת תהליך השתלבותה של הכלכלה העולמית והשלכותיו על החיים במדינות מרכז ושוליים, זאת מכיוון שהוא דן במישרין בהשפעה שהיתה לשינוי זה על תוחלת החיים ועל איכותם בקרב אוכלוסיית העולם. במחקר זה קיימים שני תחומי התעניינות משלימים. התחום הראשון עוסק בהשפעה שהיתה למהפכה המסחרית על צריכת המזון העולמית. את שורשיו של תחום זה ניתן למצוא כבר בעבודתו של פרננד ברודל (1973 Braudel), אולם מחקרים חדשים שעוסקים בהיסטוריה של מוצרי מזון מצביעים על השינוי הרב שחל בחיי היומיום של הפרט כתוצאה מהמהפכה. כך, למשל, תפוח האדמה שיובא לאירופה בעקבות "גילוי" אמריקה תרם תרומה משמעותית לתזונה בהיותו מוצר חקלאי זול אך עשיר בפחמימות. תפוח האדמה, שגדל מתחת לפני הקרקע ושורד היטב את פגעי מזג אוויר ונוקי האדם, הפך למרכיב מרכזי בתזונה של מרבית אוכלוסיית אירופה (1998 Zuckerman). ודוגמה נוספת: בתי הקפה שנפתחו לאחר שהקפה מצא את דרכו לאירופה מהאימפריה העוסמאנית, השפיעו רבות על חיי החברה והתרבות של היבשת, כשם שגילוי הקפה השפיע על העוסמאנים קודם לכן (1999 Pendergrast; 1988 Hattox).

התחום השני בוחר את השינויים שחלו בצריכת מוצרי תעשייה שנוצרו מחוץ למשק הבית ושמשפרם גדל בהתמדה ואת התמורות שחלו בחיי הפרט והחברה כתוצאה מההשיפה למוצרים אלה. החוקרים, שחלקם העניקו לתהליכים אלה את הכינוי "מהפכה צרכנית", חלוקים באשר למיקומה: מקצתם נוטים למקם אותה במאה ה־18, אפילו לפני המהפכה התעשייתית; אחרים ממקמים אותה במחצית השנייה של המאה ה־19, בתחילת המאה ה־20 ואף בתקופה שלאחר מלחמת העולם השנייה (Shammas 1989: 62-63). ההבדלים בין החוקרים בעניין זה נובעים מחד, מסוג הסחורות שבדקו המחקרים השונים ומהמיקום הגיאוגרפי של המחקר, ומאידך מבלבול מושגי – המחקר עדיין לא הבחין בכירור בין התפתחות של חברת צריכה שבה השתתפו אליטות מצומצמות לבין ההתפתחות המאוחרת יותר של חברת צריכה המונית. למרות אי ההסכמה לגבי מיקום התקופה, קיימת הסכמה בין החוקרים לגבי כך שהעלייה ברמת הצרכנות הביאה עמה לתמורה מהותית בזהות האישית והחברתית של האדם המודרני, ועל כך בהמשך.

בכתביה על צריכה כחלק מתהליך של יצירת כלכלה עולמית חדשה מתחדש הוויכוח בין תומכי תיאוריית התלות ומתנגדיה. תומכי התיאוריה טוענים שבשל יחסי הכוחות הבלתי שוויוניים, הכתיבו מדינות המרכז, ועודן מכתבות, את סדר היום הצרכני של השוליים. כיוון מחקרי זה מנסה להראות כיצד המרכז הכלכלי-פוליטי מעצב דפוסי צריכה חדשים במדינות השוליים כדי להגדיל את הביקוש לסחורות שהוא מייצר. כאן

מדגיש המחקר במיוחד את התפקיד השלילי שממלאים תאגידים בינלאומיים ביצירת דרישה למוצרים כגון סיגריות או המבורגרים של מקדונלדס, שאינם עונים על הצרכים האמיתיים של תושבי המדינות הללו אך מגדילים את התלות של השוליים במרכז. מנגד מצוי המחקר שמתנגד להכללה הגורפת של תיאוריית התלות באשר לטיב היחסים הכלכליים-פוליטיים שבין מרכז לשוליים. כיוון מחקרי זה רואה בצריכה גורם אוטונומי שאינו כפוף ישירות לאינטרסים של גורמי הייצור. הוא מבקש להצביע על חלקם הפעיל של צרכנים במדינות שוליים ולהראות שקשרי הגומלין המתקיימים בין ביקוש והיצע הם גורמים מרכזיים בתהליכי ההשתלבות של הכלכלה העולמית.

הצרכנות והזהות של האדם המודרני

קרל מרקס, המבקר הגדול של הקפיטליזם, היה הראשון להבין שלגידול במספר הסחורות המוצעות למכירה וליצירת שווקים מודרניים היתה השפעה מכרעת על החברה האנושית. הוא גם היה הראשון שניתח באופן שיטתי את השפעת הצריכה על הפרטים (Tucker 1972: 215-225). מרקס טען שמוצרים מקבלים משמעויות חדשות כאשר הם עוזבים את בית המלאכה (או בית החרושת) ונכנסים לשוק. הוא בדק את התהליך הזה, שהוא הגדירו כמעבר מן ה"ערך השימושי" (use-value) של מוצר, הנמדד על ידי התועלת הראשונית שלשמה הוא נוצר ל"ערך החילופי" (exchange-value) שאותו מוצר מקבל כאשר הוא מגיע לשוק והפך לסחורה. מרקס כינה את התהליך הזה "פטישיזם של הסחורה" (commodity fetishism) וניתח באופן ביקורתי את המשמעויות החדשות שהוא מעניק לסחורות ואת מעמדן החברתית-תרבותי החדש כשהן נמכרו בשוק. עבודתו החלוצית של מרקס הראתה אם כך שסחורות אינן אובייקט שנועד למלא צורך חומרי בלבד, וכי לצריכה יש רבדים פוליטיים, חברתיים ותרבותיים שאינם קשורים ישירות למילוי צרכים חומריים.

כותבים ממשיכי דרכו של מרקס, במיוחד מאסכולת פרנקפורט, המשיכו את הקו הביקורתי שלו. הם ביקרו את צמיחתה של חברה צרכנית שבה הפרטים עברו תהליך של ניכור והזרה מסביבתם (Horkheimer and Adorno 1988 [1944]). בתהליך זה, שסימל בעיניהם את ניצחונה של השיטה הקפיטליסטית, הוחלפו צרכי האמיתיים של הפרט בצרכים מדומים שבסיסם איננו עוד חומרי אלא נובע מהצורך התמידי של הקפיטליזם להגדיל את הביקוש למצרכים כדי לאפשר את ייצורם. מחקרים אלו שמו, לפיכך, דגש מיוחד על לימוד התפתחותם של תעשיית הפרסום ושל אמצעי התקשורת ההמונית כמוסדות העיקריים שבאמצעותם יצרה השיטה תודעה חדשה (ומוזיפת) עבור האדם המודרני ועיצבה את רצונותיו מחדש כדי שיהלמו את עקרונות הייצור הקפיטליסטי. חוקרים ניאו-מרקסיסטים, בעיקר צרפתים, תרמו למחקר על ידי שילוב

של סמיוטיקה ותפיסות פוסט-מודרניות בחקר החברה הצרכנית. גאי דיבור (Debord 1970) תיאר את החברה המודרנית כחברה שבה המופע (spectacle) הפרסומי שנועד לשכנע את הפרטים לקנות סחורות על ידי הענקת משמעויות חדשות לצריכתן, הפך לחזות הכול אשר מכתיבה את סדר היום הפרטי והציבורי. בתהליך זה נשחק בהדרגה ערכם השימושי של מוצרים ומוחלף על ידי הערך החילופי שלהם. ז'אן בודריאר (Baudrillard 1981) קידם תהליך זה בצעד אחד נוסף. עבורו החברה המודרנית נמצאת במצב של על-מציאות (hyperreality) שבה היא מנותקת מצרכיה האמיתיים. במצב זה, הסימן (sign) של המוצר, כלומר המשמעות שניתנה לצריכתו, תופס לחלוטין את מקומו של הצורך החומרי הבסיסי שעמד בעבר בבסיס השימוש במוצרים. לזרם אשר הלך בעקבות מרכס יש אם כך ראייה פסימית ביותר באשר למצבה של החברה המערבית למרות ואולי אף בגלל הצלחתה החומרית. זרם אליטיסטי זה דחה את מה שראה כתרבות צרכנית-פופוליסטית ששחקה לחלוטין את התודעה של האדם, נטלה ממנו את עצמאותו ורידה את זהותה של החברה המודרנית. זרם זה השפיע גם על כותבים שתומכים בתיאוריית התלות. אלה מבקשים להראות את ההשפעה השלילית של הקפיטליזם על החיים בעולם הלא-מערבי, שמקורה בשליטה הכלכלית-פוליטית של המערב במזרח. אולם לא כל המחקרים שעוסקים בצריכה נוקטים עמדה זאת. בניגוד לגישה הפסימית השוללת את הצרכנות מכיוון שהיא מדכאת את נפשו של האדם, התפתחה גישה אחרת, אופטימית יותר, שאינה שוללת את מרכזיותה של תופעת הצריכה בחיי האדם המודרני, אולם רואה בה גורם משחרר. גישה זו מראה כיצד באמצעות פיתוח דפוסי צריכה ייחודיים יכולות קבוצות מדוכאות בחברה ליצור לעצמן משמעות קולקטיבית וזהות נפרדת, ולשמור על עצמאותן ביחס למבנה הפוליטי-חברתי-תרבותי של הרוב (Featherstone 1983: 7-8). כך נתפסת תופעת הצרכנות כאסטרטגיית הישרדות המאפשרת לקבוצות שוליים להיאבק כנגד ההגמוניה של הרוב. גישה זו אינה שוללת אפוא מיסודה את התרבות הצרכנית, ואף מבטלת בהקשר זה את ההבחנה הערכית שבין תרבות "גבוהה" ו"נמוכה". הגישה החדשה רווחת בקרב חוקרים העוסקים בחקר המגדר ובחקר מיעוטים אתניים, דתיים ומיניים, כמו גם בקרב חוקרים שעוסקים בהתפתחות הצריכה במדינות השוליים ובצריכה בין תרבותית. בהקשר של הצריכה הבין תרבותית מצביע הזרם האופטימי על האפשרויות המשחררות הטמונות בצריכה ב"שוליים" ביחס לדומיננטיות של ה"מרכז", ובכך הוא יוצא נגד תיאוריית התלות.

צריכה וצרכנות בחקר המזרח התיכון

בעת האחרונה יש כאמור גידול מרשים בכמות המחקרים העוסקים בהתפתחות כלכלת

העולם ובהשפעותיה על הפוליטיקה, החברה והתרבות. מחקרים אלה מביאים בחשבון את חשיבותם של יחסי הגומלין בין ביקוש להיצע כמו גם את חשיבותה של הבנת השינויים שחלו בדפוסי הצריכה לעיצוב עולמו החומרי והרוחני של האדם. תחום מחקר חשוב זה טרם מצא את ביטוייו ההולם בלימודי המזרח התיכון, למעט מספר מחקרים יוצאי דופן כגון הספר שערך דונאלד קוואטרט (Quataert 2000). לפיכך אבקש להצביע כאן על שאלות מרכזיות וכיווני מחקר אפשריים בהסתמך על מחקרים קיימים בנושא הצריכה.

דומה כי חוקרי המזרח התיכון יפיקו תועלת מחשיבה על תהליך השתלבותן של האימפריה העוסמאנית ושל מדינות הלאום במזרח התיכון בכלכלה העולמית מההיבט הצרכני ולא רק מההיבט היצרני המתייחס לשינוי שחל ביחסי הייצור בין מרכז ושוליים, כפי שנהוג היה בעבר. השאלה המרכזית היא באיזו מידה הכתיב המערב את סדר היום הצרכני של האזור? לשם כך ראוי שהמחקר בתחום לימודי המזרח התיכון יחפש תשובות לשאלות הבאות: אילו מוצרים יובאו למזרח התיכון בעקבות תהליך השתלבותו של האזור בכלכלה העולמית? כיצד התפתח הביקוש למוצרים אלה? כיצד התפתחו שווקים חדשים למכירת סחורות מיובאות? באילו אופנים השפיעו שווקים אלה על שווקים קיימים ועל המסחר והייצור המקומיים במסגרת הגילדות? כיצד התפתחו דרכי הפצה ופרסום חדשות שנועדו לקדם מכירת מוצרים, ובאיזו מידה הן השפיעו על דפוסי הצריכה הקיימים?

התשובות לשאלות אלו ישקפו בוודאי את הוויכוח המתמשך בין חסידי תיאוריית התלות ומתנגדיה. במישור הכלכלי-פוליטי עשויים תומכי התלות להצביע על הבעייתיות שבעלייה ברמת הצריכה ובאימוץ דפוסי צריכה מיובאים ולראות בהם סממנים של צרכנות בזבזנית, בלתי שוויונית ותלויה בחסדיו של העולם המערבי. זרם זה עשוי להפנות את תשומת הלב גם לתרומה השלילית של מדינות המערב ושל תאגידים בינלאומיים לפיתוח דפוסי צריכה אלו, כמו גם להשפעה השלילית שיש לפתיחות הכלכלית החדשה במזרח התיכון בעשורים האחרונים (מדיניות האנפתאח), הנובעת במידה רבה מלחצים שמפעילים מוסדות בינלאומיים, כגון קרן המטבע הבינלאומית והבנק העולמי. לעומתם יבקשו מתנגדי תיאוריית התלות להצביע על שיפור יחסי ברמת החיים במזרח התיכון בעבר וכיום כתוצאה מהעלייה בכמותם ובאיכותם של המוצרים העומדים לרשות הפרט.

הדיון ברובד החברתי-תרבותי של מחקרים שעוסקים בצריכה במזרח התיכון ראוי שיתמקד באופיה של חברת הצריכה המקומית ובחשיבות הצריכה בעיצוב סגנון החיים המודרני, כמו גם כמרכיב זהות מרכזי של הפרט והחברה. השאלה המרכזית בהקשר לכך היא מידת החופש שיש לצרכנים בעיצוב עולמם החומרי והרוחני. ניתן להניח שכאן תתפתח גישה מחקרית פסימית אשר תצביע על תופעות דומות לאלו שתיארו

חוקרים מרכזיסטים וניאו־מרכזיסטים ביחס לחברה המערבית, כלומר על תהליך שבו התפתחותה של חברה צרכנית הביאה לויתור על תרבות מקומית ייחודית לטובת תרבות בינלאומית רדודה, שנציגיה המובהקים הם המדיה ותעשיית הפרסומת. כיוון מחקרי זה מחזק את טיעוניהם של התומכים בתיאוריית התלות בכך שהוא מציב נדבך חברתי־תרבותי נוסף למערכת היחסים הלא שוויונית (והלא מוסרית) של מרכז–שוליים. אולם דומה כי מחקרים על תופעת הצריכה שנכתבו בשנות התשעים לגבי מקומות מחוץ למזרח התיכון (Miller 1995: 144–150) נוטים להיות אופטימיים יותר ביחסם לתופעה זו. האופטימיות נובעת הן מכך שבמחקר העכשווי מושם הדגש על מידת החופש הרבה שיש לצרכנים בעיצוב עולמם החומרי והרוחני באמצעות הפרשנות שהם נותנים לצריכה, והן מכך שבעולם העובר תהליכי בינאום והאחדה, גוברת דווקא יכולתם לשמור על זהות ייחודית. לגישה אופטימית זאת לתופעת הצריכה יש כמובן גם השלכות מוסריות ופוליטיות לגבי ההערכה שלנו באשר להשפעת המרכז על השוליים. אם הייצור אינו חזות הכול ולצריכה יש מעמד אוטונומי, הרי שליחסי הייצור הבלתי מאוזנים בין מרכז לשוליים, כפי שתיארו אותם נציגי תיאוריית התלות, יש השפעה פחותה על עיצוב החיים בשוליים מאשר יוחסה להם בעבר.

המחקר בתחום הצריכה עשוי לתרום לתחומי מחקר נוספים של חברות במזרח התיכון. מחקרים שדנים בקבוצות שונות במזרח התיכון, כגון המעמד הבינוני, מעמד הפועלים ומעמד האיכרים, אך גם נשים ומיעוטים אתניים ודתיים, יפיקו רבות מלימוד קבוצות אלו מן ההיבט הצרכני. דהיינו, אילו מאפייני צריכה מייחדים כל אחת מהן מקבוצות אחרות בחברה, וכיצד תרמו מאפיינים אלה ליצירת סגנון חיים וזהות קבוצתית נפרדים. המחקר שעוסק בלאומיות יכול לצאת נשכר מלימוד דפוסי צריכה "לאומיים" בתחומי המזון וההלבשה למשל, הקושרים בין הפרט למדינה והמייצגים את האומה בחיי היומיום של הפרטים במזרח התיכון¹ כמו גם לצאת נשכר מתופעות של מסתור העבר ומהשפעתן על יצירת זהות לאומית בהווה.

תחום נוסף חדש שמן הראוי שהמחקר בתחום לימודי המזרח התיכון יעמיק בו, הוא התהליך שבו המדינה החלה לקחת על עצמה אחריות על סדר היום הצרכני של תושביה ועל יוסות צריכתם. יש לבחון את האידאולוגיה ודרכי הפעולה של המדינה מאז החלה להגביר את חדירתה לחיי הפרט, כלומר מאז שהחלה להעניק (ולכפות) שירותים על אזרחיה במטרה ליצור רמת צריכה מינימלית של "מצרכים" כגון מזון, בריאות, חינוך וביטחון. פן נוסף של מעורבות המדינה שכדאי לחקור הוא הגבלת הצריכה של התושבים באמצעות הטלת מכסי מגן ומיסים, הגבלות על קניית קרקעות ואף איסור בפועל על צריכת מוצרים מסוימים (סמים). למחקר בתחום זה יש כמובן השלכות

1 ראו למשל: Zubaida 1994.

רחבות לא רק על ההיסטוריה של מדינות המזרח התיכון אלא גם על ההווה שלהן. זאת מכיוון שלמדינות במזרח התיכון יש עדיין השפעה עצומה על הפעילות הכלכלית בתחומיהן בגלל אופיין הריכוזי, ובמיוחד בשל העובדה שרבות מהן שולטות על מקורות ההכנסה המרכזיים של האוכלוסייה כגון הנפט ותוצריו, כמו גם על תשלומי העברה פוליטיים ואחרים שזורמים ישירות לקופת המדינה.

בנקודה למחשבה זו ביקשתי להציג נקודת מבט מחקרית חדשה לאופן שבו השפיעו הצריכה והצרכנות על התקופה המודרנית. חקר דפוסי הצריכה ויחסי הגומלין שבין ביקוש להיצע עשויים לתרום במספר אופנים: להבהיר תהליכים כגון השתלבות כלכלית ובינאום בעבר ובהווה; להציע נקודת ראות חדשה לדרך שבה מדינות מרכזי ושוליים החלו לוקחות חלק מרכזי בקביעת סדר היום הצרכני של תושביהן; להפנות את תשומת הלב לחשיבות הצריכה בעיצוב החיים החומריים והרוחניים ובעיצוב זהותם של הפרט והחברה. המודעות החדשה באשר לחשיבותו של חקר תופעת הצריכה חרגה זה מכבר מן התחום הצר של מומחים לצריכה וצרכנות. כתוצאה מכך, העיסוק בצריכה משתלב בהדרגה בתחומי מחקר רבים ומגוונים, ואף מביא לדיון השוואתי כמו גם לשיתוף פעולה בין חוקרים מתחומים שונים. פירות המחקר שהצטברו עד כה עשויים אפוא לתרום להדבקות הפער הקיים בין חקר חברות במזרח התיכון לבין המחקר באזורים אחרים בעולם.

ביבליוגרפיה

- Baudrillard, Jean, 1981. *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, St. Louis.
- Braudel, Fernand, 1973. *Capitalism and Material Life, 1400-1800*, London.
- Debord, Guy, 1970. *Society of the Spectacle*, Detroit.
- Featherstone, Mike, 1983. "Consumer Culture: An Introduction", *Theory, Culture and Society* 1, 3: 4-9.
- Hattox, Ralph, 1988. *Coffee and Coffeehouses*, Seattle.
- Horkheimer, Max and Adorno, Theodor, 1988 [1944]. *Dialectic of Enlightenment*, New York.
- Miller, Daniel, 1995. "Consumption and Commodities", *Annual Review of Anthropology* 24: 141-161.
- Pendergrast, Mark, 1999. *Uncommon Grounds: The History of Coffee and How it Transformed Our World*, New York.
- Quataert, Donald (ed.), 2000. *Consumption Studies and the History of the Ottoman Empire, 1550-1922*, Albany.

נקודה למחשבה

- Shammas, Carole, 1989. "Explaining Past Changes in Consumption and Consumer Behavior", *Historical Methods* 22, 2: 61-67.
- Tucker, Robert C., 1972. *The Marx-Engels Reader*, New York.
- Wallerstein, Immanuel, 1979. *The Capitalist World-Economy*, Cambridge.
- Zubaida, Sami, 1994. "National, Communal and Global Dimensions in Middle Eastern Food Cultures", in: Sami Zubaida and Richard Tapper (eds.), *Culinary Cultures of the Middle East*, London, 33-45.
- Zuckerman, Larry, 1998. *The Potato: How the Humble Tuber Changed the Western World*, Boston.