

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

كلية الآداب / قسم علم الاجتماع

مقدمة :

في المجتمعات الانسانية كافة نلمح وجوه العملية التبادلية بين الافراد في مجال اشباع الاحتياجات المعيشية بأشكال مختلفة ، وهي وان اختلف في ملامحها الا انها دالة على فعل استهلاكي يشبع احتياجات الفرد ويلبي رغباته وفقاً لمعايير السلوك المقبول اجتماعياً . كما نجد ان التباين في صور العملية الاستهلاكية ينتج عن اهمية وشدة الحاجات لدى الافراد من جهة ، وطبيعة البيئة الاجتماعية مكاناً وزماناً والتي يتحدد بمقتضاها اسلوب التفاعل في المجال الاستهلاكي من جهة اخرى ، حيث يندرج ذلك الاسلوب من المقايضة الى العملية النقدية والتي تمثل الاداة الاساسية في العملية التبادلية الاقتصادية في المجتمع الحديث . وبذلك اصبحت القيمة النقدية تعبر عن السمات القيمة للشيء، ومع التعددية في مسميات العملية النقدية الا انها في جملتها ترفد الحياة الاجتماعية بدديناميكية خاصة .

ان العملية الاقتصادية الاجتماعية تعد مفصلاً اساسياً من مفصل النظام الاجتماعي ، ويؤدي الاستهلاك المظهري دوراً يؤثر من خلاله طبيعة الفعاليات الاقتصادية في المجتمع بما يتلاءم مع الحاجة الى الربح ، وبالشكل الذي يكون فيه هذا النوع من الاستهلاك سمة اساسية من سمات السلوك الاجتماعي للفرد في المجتمع الحديث . وفي هذا السياق نجد ان الاهتمام بالاشياء المظهرية والانفاق عليها ينتوع في مساحته تبعاً لمجالات الحياة المختلفة كما تنتوع العوامل المؤثرة فيه .

الفصل الاول / الأطار العام للبحث

المبحث الاول

1- مشكلة البحث : (Research Problem)

بات الاستهلاك ظاهرة عالمية يتصف بها المجتمع ، حيث سيطرت النزعة الاستهلاكية على سلوك الافراد اصحاب المستويات الاقتصادية المختلفة ، واصبح المجتمع متطبعاً بطابع واحد بالرغم من اختلاف المستوى الاقتصادي للافراد والجماعات فجميعهم يستهلكون ولكن قد يختلفون في انماط استهلاكهم ، فقد اثرت ثورة التكنولوجيا والمعلومات على تغيير سلوكياتهم الشرائية ، وساعدت على انتشار انماط استهلاكية الى كافة انحاء العالم .

كما ساعد الانفتاح الثقافي والاقتصادي ايضاً في تيسير اقتناء المواد الاستهلاكية كالتسوق من الانترنت . لذا تعد المرأة من اهم الفئات الاجتماعية استهلاكاً ، فهي بشكل عام عنصر مهم لكل الشركات ، والفضائيات ، والاسواق ، والاعلانات التي تعلن عن منتجاتها حيث تدرك المرأة من خلال الاعلان كل ما هو جديد من السلع ومنشآت (مطاعم ، رحلات تجارية ، ومدن ترفيهية) ومن ثم تتولد لديها الرغبة في الاقتناء أو التردد على تلك المنشآت المعلن عنها ، وبذلك يؤثر الاعلان على زيادة استهلاك المرأة ، ويؤثر على وجدانها ويعيد تشكيلها .

ان للفتاة الجامعية رغبات ، واحتياجات ، ومتطلبات تسعى لاشباعها من خلال الشراء ، حتى تستطيع ان تحقق ذاتها ، وترفع من مكانتها الاجتماعية فالمزيد من الاستهلاك الترفيهي ، ينظر اليه كقيمة اجتماعية في حد ذاته ، فقد لوحظ في الازمنة الاخيرة حرص الفتاة الجامعية على اقتناء احدث الماركات من الحقائب ، والملابس والاعطورات وحرصها على الموضة ، ومعرفتها باسماء الماركات العالمية ومتابعة كل ما هو جديد فيها حتى ان لم تستطع شراء سلعة باهظة الثمن فانها تكتفي باقتناء

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

السلع المقلدة نظراً لاغراق السوق بالماركات المقلدة وباسعار في متناول الجميع ، خاصة ان الفتاة الجامعية قد تتأثر بمحيط الجامعة الذي تتنوع فيه الطبقات الاجتماعية ، منها الطبقة الغنية ذات المستوى الاقتصادي العالي التي باستطاعتها ان تقتني سلعا ذات ماركات باهظة الثمن . من هنا تتمحور مشكلة البحث حول معرفة اتجاه الفتاة نحو الاستهلاك المظهري والوعي بتلك الظاهرة .

أهمية البحث : Importance of Study

ترجع أهمية هذا البحث في انه يتناول ظاهرة من الظواهر الاجتماعية المنتشرة بشكل كبير في الاونة الاخيرة تجاه المرأة نحو الاستهلاك المظهري ، حيث تتجسد أهمية هذا البحث في التوصل الى اسباب الاستهلاك المظهري عند المرأة بشكل عام والفتاة الجامعية بشكل خاص ومعرفة مظاهر هذا الاستهلاك وتوضح للمهتمين بعمليات ترشيد الاستهلاك في المجتمع لينير لهم بعض الجوانب التي تساعدهم على رسم سياسات فعالة لترشيد الاستهلاك ، وحتى يتسنى للمؤسسات الاجتماعية عمل برنامج وخطط لحماية المجتمع من الاسراف ، وغرس قيم الادخار فيهم .

أهداف البحث : Objectives of Research

يهدف البحث الى التحقق من فرضيتين اساسيتين هما :

- 1- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المستوى الاقتصادي للفتاة وظاهرة الاستهلاك المظهري .
- 2- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الانحدار الثقافي للفتاة وظاهرة الاستهلاك المظهري .

المبحث الثاني / المصطلحات والمفاهيم

أولاً : الاتجاه : Direction

1- الاتجاه لغوياً : Direction language

يقصد به شعور الفرد العام الثابت نسبياً الذي حدد استجاباته نحو موضوع معين ، أو قضية معينة من حيث القبول أو الرفض (1)

2- الاتجاه اصطلاحاً : Idiomation trend

هو تعبير محدد عن قيمة أو معتقد ولهذا يشتمل على نوع من التقييم الايجابي أو السلبي نحو الاستجابة لموضوعات او مواقف بطريقة محددة ومعروفة مسبقاً (2) . ويمكن تعريف الاتجاه إجرائياً : هو محصلة أستجابات الفرد نحو موضوع جدلي ذي صبغة اجتماعية ، وذلك من حيث تاييد الفرد لهذا الموضوع أو معارضته له . وبالتالي يصبح الاتجاه رغبة دافعة نحو اشباع شئ ما ، من خلال عملية الاستهلاك .

ثانياً : الأستهلاك المظهري : phenotypic consumption

1- الأستهلاك المظهري لغوياً : phenotypic consumption language

أستهلك في كذا جهد نفسه فيه ، المال ونحوه : أنفقه او هلكه ويقال استهلك ما عنده من طعام أو متاع (3)

2- الأستهلاك المظهري إصطلاحاً : phenotypic consumption trend

هو حصيلة عملية لاشباع الحاجات الانسانية بنوعها البيولوجي او الاساسي والمعنوي والمقتبس ، ومعروف ان حاجات الانسان البيولوجية كالغذاء والكساء والماء والهواء ركز عليها الانسان واعطاها جانباً من جهوده الفكرية والجسمية لعدة قرون هي حاجات بالقياس للحاجات المعنوية والتي تنبع من عوالم حضارية واجتماعية لا تتصل في جسد الانسان كما الحاجات للنظم العقيدية والطقوسية والقانونية (4) .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

تعريف الاستهلاك المظهري أجرائياً : وهي عملية يتم من خلالها اشباع الحاجات الروحية والمادية للفرد والتي ترتبط بمجموعة عوامل ذاتية واجتماعية واقتصادية ، والتي يريد الفرد من خلالها تحقيق اعتبارات خاصة تساهم في كينونته الاجتماعية .

ثالثاً : المرأة : woman

1- الفتاة لغة : the girl language

فتى : الشباب ، السخي الكريم ، وهما فتيان وفتوان ، وقتوة وفتو وفتي ، وهي فتاة وفتيات . وفتيت البنت ، تفتية : منعت من اللعب مع الصبيان ، ففتت (5).

المرأة اصطلاحاً : the woman trend

كون ان الباحث لم يجد تعريفاً اصطلاحياً للفتاة فاستعان بتعريف المرأة الذي هو تعريف شامل : المرأة مستوحاة من كلمة أنثى الآتية من (انث) انثت المرأة ايناثاً : ولدت انثى والانثى : الجديد غير الذكر والمؤنث المخنث ، وارض أنيثة ، ومئنث : سهلة نياث (6) .

الأطار النظري

نظرية الطبقة المرفهة :

يشير العالم ثورستين فيبلن ، لحقيقة ان انماط الاستهلاك تختلف بحسب الطبقة الاجتماعية ، فمنذ مائة عام مضت جادل (Thorstion veblin) ووضح ان الاستهلاك الواضح يعني استعراضاً واضحاً للانفاق التقديري ، وكان الوسيلة التي يكشف بها الافراد عن مواردهم الاقتصادية ، ومن ثم عن وضع اجتماعي مستقر (7) . فيرى فيبلن ان الناس لا يستهلكون البضائع من اجل ان يرضوا احتياجاتهم كما يظن علماء الاقتصاد ، وانما بدلا من ذلك يستهلكون البضائع حتى يؤثروا على الآخرين عن طريق اظهار ثروتهم . لذا فإن الرأسمالية تلعب على الحظ من غرائز تنافسية جوهريّة موروثة في طبيعة الانسان وتدفع الافراد ، حتى اولئك الذين لا يملكون مالا كثيراً على الاستهلاك بشكل اسرافي مدمر كوسيلة لكسب الشرف والشهرة ، انها آلة عظيمة للانتاج الاسرافي تشجع باستمرار على دعم التنافس الاجتماعي ، وهذه الدافعية للاستهلاك الاسرافي لها تأثير تبخيسي عميق على حكم وسلوك الافراد ، انها تحول قوانين الاخلاق والذوق الجمالي والشعور بالتقوى عن طريق استبدالها بنوع من الاحترام العام للثروة والقدرة على التفاخر بالمال (8) . وقد اشار فيبلن الي ان الذين يملكون مالا وليس لديهم ما يفعلونه يشتهرون باستهلاكهم المفرط فهم لا يصرفون كثيراً فحسب ، وانما هم يستهلكون الاشياء الاكثر غرابة تلك التي تستورد باثمان كبيرة ، والحاجات التي يشبعونها ليست حاجة حقيقية .

ان نطاق هذا الاستهلاك المظهري ليس اشباع أفضليات فردية ، وانما استراتيجية يسعى المستهلك الي تأكيد سلطته ومكانته ازاء شركائه الذين يعدون منافسين له ، وهنا يصبح الاستهلاك تفاخرياً(9) .

وفقاً لهذه النظرية التي تؤكد من ان الاستهلاك بصورة عامة والاستهلاك المظهري بصورة خاصة هدفه الاساسي هو عدم ارضاء حاجات الفئات الشخصية بقدر ما يكون ارضاءاً لاهتمام الآخرين بها ومن ثم اعطاء صورة واضحة حول رضا الناس عنها من خلال عملية الاستهلاك المظهري والذي يعد جوهر العملية الاستهلاكية للفتيات لانه يمس الجانب الجمالي والكمالي لهن . ان سبب ذلك يعود الى عملية التنافس بينهن من خلال ما يعرضن من مقتنيات وادوات تعطي انطباعاً عن مستوى الرفاه الاجتماعي الذي تتمتع به الفتاة ، فضلاً عن ان تلك العملية غالباً ما تعطي دلالة ومؤشراً عالي التأثير عن الرضا النفسي والاجتماعي في الوقت ذاته عن نفسها .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

الفصل الثاني / المبحث الاول

دراسات سابقة :

- 1- دراسة عراقية - شهباء خزرعل ذياب (10) : Shahba khazals Education اعتمدت الدراسة على عينة ميدانية بلغ حجمها (155) موظفة وتدرسية من كلية التربية للبنات وكلية العلوم وجامعة بغداد ولاختيار الاهداف المشار اليها صممت استبانة وفق شروط وتصميم الاستبانة المناسبة لذلك ، أي اتبعت الباحثة منهج المسح الاجتماعي . وقد توصلت الدراسة الى مجموعة نتائج :
أ- ان 55% من مجموع العينة يؤكدن أهمية التخطيط قبل عملية الشراء .
ب- 48% من العينة الاحصائية يؤكدن انهن يفضلن شراء الملابس بداية الموسم رغم ارتفاع اسعارها .
ت- بينت النتائج ان 47% من العينة يحددن دائماً مكان شراء الملابس مسبقاً .
ث- تبين ان 43% من العينة تجنبن شراء ملابس جديدة لاي موسم اذا كان هناك ما يكفي احتياجاتهن من الموسم السابق .
ج- اظهرت النتائج ان تآثر افراد العينة في ارتدائهن للملابس بعوامل عديدة يأتي في مقدمتها تأثير الصديقات ومغريات العرض في الاسواق ، وما ترتديه الفنانات والاعلاميات عبر الفضائيات .
ح- تشير الدراسة ان 11% من العينة انهن في تنافس دائم مع زميلاتهن لشراء الموضات الحديثة .
خ- بينت النتائج ان 67% من العينة يزرن المحلات قبل شراء الملابس دائماً للتعرف على نوعيتها ومودتها .
د- اظهرت البيانات ان اكثر من ثلثي العينة يقمن باهمال بعض الملابس لانها لا تناسب حركات الموضة الحديثة .
- 2- دراسة عربية - دكتور محمد عمر حبيب (11) : Mohamed Omar Education تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة وتحديد ابعادها وكذلك تم استخدام المنهج التاريخي عند تتبع تطور ظاهرة نمط الاستهلاك في المجتمع الليبي . وقد توصلت الدراسة الى مجموعة نتائج :
أ- العوامل الثقافية لها دور كبير من خلال مستوى الوعي الثقافي وطبيعة اختلاف العادات والتقاليد بشأن انماط الاستهلاك في المناسبات المختلفة والفئات العمرية المختلفة .
ب- تلعب الهجرة دوراً مهماً في اختلاف انماط الاستهلاك وخاصة الهجرة من الريف الى المدينة .
ت- يؤثر التعليم على سلوك المستهلك وبرامج ترشيد الاستهلاك .
ث- ان الجماعة الاجتماعية التي ينتمي اليها الفرد تلعب دوراً مهماً في زيادة أو قلة الاستهلاك .
ج- يؤثر الاعلام المرئي والالكتروني وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والتويتير في الاعلان عن السلع المتنوعة واستخدام كافة العوامل المؤثرة في استثرات غرائز المستهلك والتأثير عليه .
ح- تلعب المعتقدات الدينية دوراً في نمط الاستهلاك واتجاه الافراد في المجتمع من كل ديانة نحو استهلاك سلع دون اخرى وفق التحريات الدينية اتجاه مختلف السلع .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

3- دراسة أجنبية – Joel stiller man (12) :

اجريت هذه الدراسة في سنتياغو بدولة (شيلي) في امريكا الجنوبية ، استخدم الباحث تحليلاً لمقابلات شخصية مع اسر من الطبقة العاملة في سانتياغو بدولة شيلي ، استهدفت الدراسة تحديد العلاقات بين النوع والطبقة والاسرة في تشكيل القرارات والخيارات الاستهلاكية لدى الافراد ، وبين الطبقة والاستهلاك وتحليل توزيع الدخل النقدي للاسرة .

وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج :

توصلت الى ان الرجال يمارسون اشكالا صريحة ومعلنة من السيطرة على توزيع الدخل النقدي للاسرة وعلى خيارات الانفاق واستراتيجيات الكسب ، وان القرارات الاستهلاكية للصغار والكبار المسنين في الاسرة تتأثر بالتزامات البالغين فيها ، كما ان احساس الزوج والزوجة بوضعهم الطبقي ومكانتهم الاجتماعية يدفعهم الى تشكيل وصياغة قراراتهم وخياراتهم الاستهلاكية بما يتماشى مع وضعهم ومكانتهم الاجتماعية .

مناقشة الدراسات السابقة :

تأتي اهمية الدراسات السابقة من خلال مقارنتها مع الدراسة الحالية من اجل الوصول الى نقاط اختلاف او تلاقي بينها وبين الدراسات الأنفة الذكر ، فان نقاط التلاقي في البحوث السابقة مع البحث الحالي تعطيه مصدر قوة في التأكيد على المحاور التي تم تناولها في الدراسة ، وفي الوقت نفسه فان عدم وجود نقاد مشتركة بين البحوث السابقة والبحث الحالي تؤكد على ان البحث قد جاء بمتغيرات جديدة قد تساهم في فهم موضوع الظاهرة المدروسة بشكل أدق .

1- لقد اكدت دراسة شهباء خزعل ذياب ان (67%) من نتائج العينة يزرن المحلات التجارية قبل شراء الملابس دائماً للتعرف على نوعيتها ومودتها ، أما دراستنا وقد اكدت ايضاً ان الاستهلاك يتأثر بما تعرضه المحلات التجارية من سلع وخدمات تؤثر في عملية الاستهلاك لدى الفتاة الجامعية من خلال التخطيط لشراء تلك السلعة .

2- كذلك اكدت دراسة شهباء خزعل ان اكثر من ثلثي العينة يقمن باهمال الملابس القديمة لانها لا تناسب حركات الموضة الحديثة ، في حين اكدت دراستنا الحالية ان تلك العملية تخلق لدى الفتاة الجامعية حالة من الافراط في الاستهلاك المظهري من خلال اهمالها للملابس القديمة والاتجاه نحو الملابس ذات الموضة الحديثة وهي حالة تصل بالفتاة الى ما يمكن تسميته بهوس الاستهلاك المظهري.

3- فيما يخص دراسة محمد عمر حبيب ، فقد اكدت ان العوامل الثقافية لها دور كبير من خلال مستوى الوعي الثقافي وطبيعة اختلاف العادات والتقاليد فيما يخص عملية الاستهلاك المظهري بالمناسبات للفئات العمرية المختلفة ، في حين اكدت دراستنا على نفس المتغير والذي يؤكد ان الثقافة التي تحملها الفتاة تلعب دوراً مهماً في عملية الاستهلاك المظهري ، فقد بلغت نسبة ممن اجبن عن ذلك (74%) .

4- وضحت دراسة محمد عمر ان الجماعة التي ينتمي اليها الفرد تلعب دوراً مهماً في زيادة أو قلة الاستهلاك ، في حين أوضحت دراستنا الحالية الى نفس المفهوم من خلال تأثير الفتاة الجامعية وفقاً لخلفيتها الاجتماعية سواء كانت من الريف أم الحضر بالسلوك الاستهلاكي ، فقد اشارت المبحوثات ان المنحدرات من الحضر أكثر تائراً ممن ينحدرن من الريف فقد بلغت نسبتهن (82%) .

5- اما دراسة جويل ستيلر مان والتي اشار فيها ان الاستهلاك لدى الافراد يتأثر بالطبقة التي ينتمي اليها الفرد ومستوى الدخل النقدي ، فقد اشارت دراستنا الحالية الى ان الاستهلاك يتأثر بمستوى الدخل سواء كان الدخل (جيداً ام متوسطاً ام منخفضاً) وهذا ما وضحته نتائج جدول (4) ، وكذلك بينت

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

دراستنا من ان الاستهلاك المظهري يؤدي الى زيادة الفروق الطبقيه بين الفتيات حيث بلغت النسبة التي اجابت عن هذا السؤال (78%) .

الفصل الثالث

ظاهرة الاستهلاك في العراق قديماً : Consumption in Iraq in the past

من المعروف ان النظام الاسري قديماً كان نظاماً ابوياً ، وكان الاب هو المسؤول الاول عن الحاجات الاساسية للأسرة ، باعتباره المالك لوسائل الانتاج وان الزوجة تابع له (13) ، في ضوء هذه المسؤولية كان الاب المدير لشؤون أسرته والمسؤول عليها في توفير المسكن والماكل ويحميها من الاخطار (14) ، وان يوفر لها العيش والمال حتى في غيابه . ومن العادات الجارية ان يتم تزويج الفتاة من نفس الفئة الاجتماعية ، ويقوم الاب بتزويج الابناء والسكن معه في نفس الدار لمدة غير معلومة خصوصاً اذا كانت احوالهم المادية غير ميسورة ولا تسمح لهم بالاستقلال والسكن بصورة مستقلة عن الاهل ، وقد اكدت القوانين العراقية القديمة دور الاب في شرعية عقد الزواج ، فلا يكون العقد شرعياً الا اذا وافق الاب عليه ، وعلى الزوج تقع مسؤولية الزوجة من حيث توفير احتياجاتها من كافة الامور الاساسية والعناية بها خلال فترة الحمل ومداراتها حتى ميفات وضعها وان يوفر الحماية لها وللمولود ويكون مسؤولاً عن توفير مرضعة او مربية في حالة عدم قدرة الزوجة للقيام بواجبها وخصوصاً خلال مرضها او عجزها عن تقديم الرعاية الكاملة للطفل للوليد (15) .

موقف الاسلام من ظاهرة الاستهلاك : the position of Islam from Consumption

يدعو الاسلام دائماً الى عملية الاعتدال في الانفاق فهي قاعدة رئيسة يلتزم بها ويحث على تطبيقها ، فالاسلام يرفض كل الرفض انماط الاستهلاك المختلة والتي تتمثل في استهلاك الاشياء المنافية للاخلاق ، وتجاهل بعض الافراد لأولويات الاستهلاك وعدم الالتزام باعتدال في الانفاق ، والتوجه نحو العادات غير السوية مثل الاسراف ، والترف ، ولا شك ان الاسلام من خلال منظوره البعيد يؤكد بان لتلك الممارسات نتائج سلبية على الاقتصاد القومي واقتصاد الفرد ، وهذا من شأنه ان يبدد العديد من الموارد الاقتصادية (16) .

ولقد اكد الاسلام على مبدأ الاعتدال في الانفاق والترشيد وهو يبتعد في ذلك عن مبدأ التبذير ولقد ورد ذلك في القرآن الكريم ((وآت ذا القربى حقه والمسكين وابن السبيل ولا تبذر تبذيراً ان المبذرين كانوا اخوان الشياطين وكان الشيطان لربه كفوراً)) - الاسراء آية (26- 27) .

موقف الاسلام من الانفاق البذخي : the position of Islam from wasteful spending

حيث نهى القرآن الكريم عن التبذير ووصف المبذرين بانهم اخوان الشياطين ، وهو في ذلك يؤكد خطورة تلك الممارسة ، حيث تساهم هذه العملية في تخريب المجتمع من خلال اهدار المال ووضعه في المكان غير الصحيح ، وفي نفس الوقت ذكر القرآن عملية الاعتدال في الانفاق وعدم التبذير والاسراف قال تعالى ((يا بني آدم خذوا زينتك عند كل مسجد وكلوا واشربوا ولا تسرفوا انه لا يحب المسرفين)) (الاعراف - 31) ، وكذلك اكد القرآن ان هناك عواقب للاسراف والبذخ وصرف الاموال في غير محلها الصحيح فقد قال تعالى ((واذا اردنا ان نهلك قرية امرنا مترفياً ففسقوا فيها فحق عليهم القول فدمرناها تدميراً)) (الاسراء- آية 16) .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

الاسباب التي تدفع للاستهلاك المظهري :

1- زيادة مستوى الدخل . Increase income

يلعب مستوى الدخل دوراً مهماً في تحديد درجة الاستهلاك عند الافراد ، فكثير من الدراسات الاقتصادية تؤكد ان هناك علاقة طردية بين مستوى الدخل وعملية الاستهلاك ، فالاستهلاك يزداد مع كل زيادة في الدخل ، وينقص مع كل نقص فيه . ففي المجتمعات التي يكون فيها مستوى الدخل مرتفعاً نجد ان هناك ارتفاعاً وزيادة في الانفاق الاستهلاكي بمعدلات تفوق مستوى الزيادة الحاصلة في الدخل، وبالتالي يحدث التوجه نحو شراء السلع والخدمات والمستلزمات الاستهلاكية وتتحول الى عملية مرتبطة بدرجة الترف والمستوى الاجتماعي الذي يعيشه الفرد والتي تعبر عن مستوى سلوكه داخل التنظيم الاجتماعي .

2- التسوق الالكتروني : Electronic shopping

لعل من صور الاستهلاك المظهري في عصرنا الحاضر التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، فهي اليوم لما تملكه من قوة تأثير على الناس اصبحت وسيلة للتسوق في شتى انواع المنتجات ابتداءً من الحاجات المنزلية والكهربائية والعدد اليدوية والكماليات ومستحضرات التجميل والموضة باشكالها ومن ماركات عالمية متعددة المنشأ ، حيث تساهم تلك المواقع بعملية الاستهلاك من خلال عملية الترغيب المرتبطة بالمنتج مستخدمة وسائل وصوراً ومفردات تساهم الى حد كبير في اقبال الناس على شرائها ، ولعل حصة الاغراض المنزلية والملابس ومساحيق التجميل تاتي في صدارة تلك السلع والمواد ، فالمنتج اليوم يمكن ان تتم رؤيته عبر الموقع الالكتروني وكذلك الصور الخاصة به وطريقة الاستخدام مما يولد الدافع لدى الكثير من الافراد وخصوصاً النساء ، يضاف لذلك كله عملية اوصول المنتج الى منزل الزبون وبسعر رمزي ، والبعض الآخر يقوم بتوصيل المنتج بشكل مجاني من اجل احداث منافسة وقبال على السلعة المعروضة ، وهذا قد ساهم بشكل كبير في زيادة الاستهلاك من قبل الافراد .

3- السلف المصرفية : Bank advances

في ظل التسهيلات التي تقدمها المصارف الحكومية اليوم في منحها السلف للموظفين وغير الموظفين ، فان تلك العملية قد ساهمت بدرجة ما في زيادة عملية الاستهلاك لدى الافراد داخل التنظيم الاجتماعي ، فقد اصبحت التسهيلات المصرفية سهلة وبسيطة من خلال بطاقات القروض مثل بطاقة (كي كارت أو بطاقة الماستر كارت) التي تسهل للعميل الحصول على القرض وبدون اي كفيل ، حيث ساهمت هذه العملية بتحسين مستوى ذوي الدخل المحدود في فرصة ممارسة الاستهلاك بصورة تغطي وضعهم الاجتماعي .

محددات ثقافة الاستهلاك :

1- الفرد وثقافة الاستهلاك : the individual and the culture of consumption

اذا كان ثمة تأثير لثقافة الاستهلاك فانه يبدو اوضح ما يكون على الافراد لقد ركزت الدراسات السوسيولوجية على توضيح تأثير اقتصاد السوق و ثقافة الاستهلاك على خصوصية الافراد والعلاقات بينهم ، فقد ذهب العالم (كريستوفر لاش) (C. Lasch) ، الى ان اقتصاد السوق القائم على الاستهلاك الجماهيري قد افرز نوعاً جديداً من الذات (self) تتسم بانها ذات موجهة بالآخرين وموجهة بالسوق ، لا تعتمد في تقدير نفسها على محددات داخلية بقدر ما تعتمد على احكام الاخرين وقبولهم لها ، ولقد ساعد على ظهور هذه الذات تقلص تأثير الاسرة (النووية) في عملية التنشئة الاجتماعية التي تحولت بتاثير التطور الرأسمالي الى مهن مساعدة مثل المدرسين والاختصاصيين الاجتماعيين وقضاة محاكم الاحداث ومرشدي الزواج والاطباء النفسيين ، فهذه المهن تعتمد على

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

ايديولوجية لبرالية تؤكد على التوازن بين التكيف الاجتماعي للفرد وبين تعبيره الحر عن ذاته ، ولقد ادت هذه الايديولوجية الى ظهور ذلك النمط من الذات المعتمدة في ضوء اختزال الحرية وتحقيق الذات الفردية والسعي نحو الخلاص الفردي ، والافراط في الانانية وهكذا تحولت الذات تحت تاثير استهلاك مادي واجتماعي الى ذات خاضعة لا تملك من امرها شيئاً (17) .

وهناك دراسة اجريت في مدينة القاهرة مرتبطة بفكرة الذات الموجهة والمرتبطة بالآخرين ، حيث اكدت الدراسة ان الضغوط التي تفرضها الثقافة الاستهلاكية ذات الطابع الجماهيري على الافراد تختلف باختلاف المستوى الاجتماعي ، فقد اكدت الدراسة التي اجريت في احد الاحياء الفقيرة ان انتشار الثقافة الاستهلاكية بين الافراد الذين لا يقدرّون على متطلباتها تخلق لديهم احساساً بعدم الوجود بالعالم ، الامر الذي يدفعهم الى الاستهلاك بشكل مخل اذا توفرت لديهم الامكانية ، ذلك ان مزيداً من الاستهلاك يخلق لديهم الفة بالعالم ويزيح عن نفوسهم الاحساس بانهم لا شئ ويشعرهم بان لهم وجوداً مثل الآخرين ، ولقد اكدت هذه النتيجة ان الضغوط التي يفرضها الاستهلاك على الافراد تختلف باختلاف الموقف الاجتماعي الذي يعيشون فيه ، ويعمق انتشار الثقافة الاستهلاكية داخل هذا الموقف .

2- الطبقة وثقافة الاستهلاك : *class and the culture of consumption*

لقد ذهب بعض الباحثين الى ان انتشار الثقافة الاستهلاكية على النحو الذي تنتشر به قد قوض الحدود بين الطبقات ، الامر الذي ادى الى خلق مجتمعات لا تتميز فيها جماعات مكانة متميزة ، فلم تعد هناك موضة خاصة بفئة معينة وانما هناك موضة عديدة ، واختفت القواعد الصارمة للسلوك الاستهلاكي امام الاختيارات المتعددة ، كما اتاحت الثقافة الاستهلاكية امام اي شخص امكانية ان يصبح مثل اي شخص آخر ، وهكذا اختلطت الحدود بين الطبقات وذابت (18) .

هذا الرأي لم يلق قبولاً لدى بعض الباحثين امثال (بيير بورديو) Bourdieu - الذي احدث كتابه بعنوان (التمايز) Distinction عام 1984 (19) ، ثورة في هذا الصدد ، فقد اكد بورديو من خلال دراسات مستفيضة عن الثقافة الفرنسية ان التذوق في السلع (السلع الثقافية) يكشف عن تمايز الطبقات ، وحاول في كتابه ان يرسم اشكالاً للتذوق المختلفة فيما يرتبط بالممارسات الثقافية الراقية (كزيارة المتاحف ، وحضور حفلات الموسيقى والقراءة) ، وكذلك اشكال التذوق في التفضيلات الاستهلاكية (كالطعام والشراب والملابس والسيارات) ، وكشف بذلك عن الانتماء الطبقي والمهني وبين نوعية التذوق الثقافي ، فقد اكد على سبيل المثال ان اولئك الذين يملكون رصيماً كبيراً من الثروة (مثل رجال الصناعة والتجارة) اميل على الاقبال على الوجبات السريعة وركوب السيارات الاجنبية ، وحضور المزايدات ، واقتناء منزل آخر ، وممارسة رياضة التنس ، والتزحلق على الماء ، اما اولئك الذين يملكون رصيماً كبيراً من الثروة الثقافية (كاستاذ الجامعة ، ومدرس المدارس الثانوية ، ومنتجي الفن) فهم يميلون الى الحفلات العامة ، واتقان اللغات الاجنبية ، ولعب الشطرنج ، وسماع الموسيقى ، وصعود الجبال ، اما اولئك الذين لا يملكون رصيماً من كليهما (المادي والثقافي) مثل العمال المهرة وشبه المهرة وغير المهرة فانهم اقرب ميلاً الى تشجيع كرة القدم ، واكل البطاطس ، ومشاهدة الرياضة ، والرقص الشعبي (20) .

3- ثقافة الاستهلاك والمتعة الجسدية : *A culture of consumption and physical pleasure*

حظي الجسد Body باهتمام بالغ في اوربا على اثر الطروحات التي قدمها ميشيل فوكو (Foucault) في كتابه (تاريخ الجنسية) المنشور عام 1981 ، والذي عالج علاقة الجسد بالعقل والتنظيم العقلاني في الحضارة الغربية . ولقد تأسست اطروحات فوكو على رؤية مؤداها ان الجسد هو نتاج للمعرفة التصنيفية وللقدرة ، وان تاريخ البشرية يكشف عن ان الحضارة تتأسس على سيطرة العقل على الرغبة ، وطالما ان العقل والتنظيم الاجتماعي سابقان على الوجود الجسدي ، فإن الجسد ما

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

هو الا مقولة اجتماعية (21) ولقد دفعت آراء فوكو الى الاهتمام بموضوعات مثل التشريح السياسي للجسد والاجساد العارفة واختلاف الاجساد باختلاف الحضارات والجسد كعلاقة اجتماعية تخضع للضبط وسيطرة النظم الاجتماعية (22).

4- العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية : Social and cultural and economic factors

لكل مجتمع انظمته الاجتماعية التي تبنى بحسب اعتقادي مما هو موروث من جانب ومما هو محدث من جانب آخر وكلا الجانبين يشكلان الاساسية للثقافة والتي ترسم ملامح السلوك البشري في كافة جوانب الحياة ، والجانب الاقتصادي (الاستهلاك) هو احد اهم الجوانب التي تتأثر فيما هو سائد في المجتمع وما هو جديد يغزو المجتمع ، لذا فان العمليات الاقتصادية تتأثر بالتغيرات الاجتماعية والثقافية المرسومة في المجمع . ولا تقل العوامل الاقتصادية في رسم ثقافة الاستهلاك لسكان المجتمع على وجه العموم والفرد على نحو الخصوص لان القدرات الشرائية للفرد ترسم مسارات الاستهلاك لديه ، وقرار اشباع الحاجات هي التي تنظمها القيمة الشرائية للفرد (الدخل) وغالبا ما نرى السكان الذين في قمة الهرم الاقتصادي (الاغنياء) هم الاكثر تأثراً بالتغيرات التي تعصف بالمجتمع في مجال الاستهلاك لكونهم اكثر قدرة شرائية من غيرهم فضلاً عن الارتباط الوثيق بين نوع الحاجة والمكانة الاجتماعية كما اشار اليهم بعض الدراسات الحاجة تعد عاملاً اساسياً في اعتقاد البعض للحصول على مكانة اجتماعية مرموقة .

5- المؤثرات النفسية والاجتماعية : psychosocial effects

غالباً ما تلعب التطورات الحاصلة داخل المجتمع دوراً حاسماً في توجيه حياة الناس ، ففي دراسة اجريت في الاحياء المتخلفة في مدينة القاهرة ، اكدت ان الضغوط التي تفرضها الثقافة الاستهلاكية ذات الطابع الجماهيري على الافراد تختلف باختلاف المستوى الاجتماعي حيث اكدت الدراسة ان انتشار الثقافة الاستهلاكية بين الافراد الذين لا يقدرون على متطلباتها تخلق لديهم احساساً بعدم الوجود بالعالم ، الامر الذي يدفعهم بشكل مغل اذا توفرت لديهم الامكانيات الى مزيد من الاستهلاك الترفي مما يخلق لديهم الفة بالعالم ويزيح عن نفوسهم الاحساس بانهم لا شيء ويشعرهم بان لهم وجوداً مثل الاخرين (دراسة احمد زيد ، الثقافة العامة في مجتمع نامي) .

الفصل الرابع / الجانب الميداني

المبحث الاول

أولاً : منهج المسح الاجتماعي :

منهج المسح الاجتماعي هو أحد مناهج البحوث الوصفية التي تقوم على جمع وتحليل البيانات الاجتماعية عن طريق أدوات بحثية كالمقابلة أو الاستمارة من اجل الحصول على معلومات من عدد كبير من الناس المعنيين بالظاهرة محل البحث . وتهدف المسوح الاجتماعية عادة الى الكشف عن معدل توزيع بعض الخصائص الاجتماعية ، كالمهنة والدخل ، والسن ، والميول السياسية وغيرها ، أي انها تهدف الى توفير المعلومات حول موقف أو مجتمع أو جماعة وتحليلها لمعرفة العلة والأسباب ووضع القوانين والتعميمات (23) .

ثانياً : أداة جمع البيانات

الاستبيان أداة من ادوات جمع البيانات من المبحوثين المعنيين بالظاهرة أو المشكلة محل البحث . وتعد الاستمارة واسطة بين الباحث والمبحوث . وغالبا ما يلجأ الباحث لأسلوب الاستمارة لجمع المعلومات عندما يتعلق الأمر ببيانات لها ارتباط بمشاعر الأفراد ودوافعهم وعقائدهم نحو موضوع محدد مسبقاً وكذلك كل الحالات التي لا يمكن جمع معلومات عنها عن طريق الملاحظة ،

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

كما أنها تستعمل في المقابلات أحيانا ، أنها تنتشر في الاستطلاعات التي لا يواجه فيها الباحث المبحوث مباشرة (24) .

أحتوت الاستبانة على (15) سؤالاً ، لقد جرى تقسيم الاستبانة الى محورين رئيسيين: شغل المحور الأول البيانات الأساسية للمبحوثات وعددها (4) اسئلة صممت لاستخلاص معلومات من المستجيبين (الحالة الاجتماعية، الخلفية الحضارية ، مستوى الدخل) اما المحور الثاني من الاستبانة فقد احتوى على الاسئلة المتعلقة بالمعلومات و الاراء الذاتية للمبحوثات وعددها (11) سؤالاً .

ثالثا: مجالات البحث :

يعتمد في الدراسات الاجتماعية ثلاثة مجالات أساسية (المكاني، الزماني، البشري) وفي البحث الحالي جاءت على النحو الاتي:

المجال المكاني: المقصود به المكان أو المنطقة التي يجري فيها البحث والعينة مأخوذة منه، وقد حدد المجال المكاني للبحث الحالي في كلية النور الاهلية وكلية المأمون الاهلية فضلاً عن وزارة حقوق الانسان .

المجال الزماني: امتد المجال الزماني للبحث من 2019\2\3 ولغاية 2019\8\7 .
المجال البشري: يقصد به تحديد الأشخاص الذين تجري عليهم الدراسة أو البحث ، أي العينة البشرية، لذلك فقد حددت لهذا البحث طالبات الكليات الانفة الذكر فضلاً عن موظفات من وزارة حقوق الانسان لمعرفة التوجهات لدى تلك الفئات ومدى اختلافها .

المبحث الثالث / عرض النتائج وتحليلها

البيانات الاولية :

جدول رقم (1) يوضح الفئات العمرية للمبحوثات

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات العمرية
48,6%	73	(21-18)
30,6%	46	(25-22)
11,4%	17	(29-26)
9,4%	14	(33-30)
100%	150	المجموع

يتضح من الجدول السابق ان الفئة العمرية (21-18) حصلت على اعلى نسبة تكرار حيث جاءت بواقع تكراري (73) أي نسبة (48,6%) ، وتليها الفئة (25-22) حيث جاءت بواقع تكراري (46) أي بنسبة (30,6%) ، اما الفئة (29-26) فقد جاءت بواقع تكرار (17) أي نسبة (11,4%) ، فيما الفئة (33-30) حصلت على تكرار (14) بنسبة (9,4%) ، والسبب يعود الى ان اغلب العينة المختارة كانت من طالبات الجامعات تليها الموظفات في بعض الوزارات الخدمية .

جدول رقم (2) يوضح الحالة الاجتماعية للمبحوثات

النسبة المئوية	التكرارات	الحالة الاجتماعية
78%	117	عزباء
22%	33	متزوجة
100%	150	المجموع

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

يتضح من معطيات الجدول اعلاه الذي يمثل الحالة الاجتماعية للمبحوثات ان نسبة (78%) وبتكرار (117) مبحوثة قد أكدن انهن عازبات ، في حين بلغت نسبة المتزوجات (22%) وبتكرار (33) مبحوثة ، وهذا الامر طبيعي كون ان اغلب العينة كانت من فئة الطالبات وبالتالي فان نسبة الزواج تكون منخفضة في تلك المرحلة العمرية لانشغالها بالتعليم والدراسة .
جدول رقم (3) يوضح الخلفية الحضارية

الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
حضر	123	82%
ريف	27	18%
المجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (123) مبحوثة وبنسبة (82%) قد كن من الحضر ، في حين بلغت نسبة الريف منهن (18%) وبتكرار قدره (27) مبحوثة ، وهذا يعطي مؤشراً من اغلب المبحوثات كن من الحضر وبالتالي فان نسبة التأثير بالحياة الحضرية اصبح واضحاً فقد اصبحت عملية اقتناء الادوات المادية الدالة على التحضر أسلوباً للحياة الاجتماعية .
جدول رقم(4) يوضح مستوى دخل الاسرة

الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
جيد	115	76,6%
متوسط	23	15,4%
منخفض	12	8%
المجموع	150	100%

من بيانات الجدول اعلاه نلاحظ ان (115) مبحوثة وبنسبة (76,6%) قد أكدن على ان مستوى دخل اسرهن (جيداً) ، وان (23) مبحوثة وبنسبة (15,4%) قد اكدن ان مستوى دخل اسرهن (متوسطاً) ، في حين ان (12) مبحوثة وبنسبة (8%) اكدن ان مستوى دخل الاسرة (منخفض) ، من الملاحظ ان النسبة الاعلى كانت ضمن المستوى الاقتصادي الجيد ، ذلك ان اغلب الكليات الاهلية اليوم تحتاج الى موارد مادية عالية لسد نفقاتها وبالتالي فان اغلب من يرتادون تلك الكليات يكونون من اصحاب الاسر الغنية والتي لها موارد اقتصادية مرتفعة فلا تشكل عندهم تلك المصاريف عبئاً واضحاً . لذلك نجد ان عملية الاستهلاك وخصوصاً المظهري تكاد تكون واضحة للعيان من خلال اسلوب الملابس وتسريحة الشعر واقتناء الاشياء الثمينة والسيارات الحديثة وغيرها .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

البيانات الاساسية :

جدول رقم (5) يوضح الأعتدال في الشراء دون التأثير بالموضات

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	106	70,6%
كلا	44	29,4%
مجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (106) مبحوثات وبنسبة (70,6%) قد اكدن على الاعتدال في شراء المستلزمات من دون التأثير بالموضات بشكل كبير ، في حين ان (44) مبحوثة وبنسبة (29,4%) قد اكدن على عدم الاعتدال في شراء المستلزمات مع تأثرهن بالموضة ، نستنتج من بيانات الجدول ان الاعتدال في شراء المستلزمات الخاصة يرجع الى كون تلك الطالبات ينتمين الى اسر وسطى والتي تقع على عاتقها عملية الحراك الاجتماعي وان غالبية تلك الاسر تميل الى عملية التنظيم والادخار وتمتلك حساً مسقبلياً بتقلبات الحياة ، مما يجعلها اكثر قدرة في السيطرة على مواردها ، لذلك تميل الى التوازن ما بين المصروفات والمدخرات وهذا يعكس على عملية الاستهلاك لدى اعضائها .

جدول رقم (6) يوضح ان للثقافة التي تحملها الفتاة دوراً في الاستهلاك المظهري

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	111	74%
كلا	39	26%
مجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (111) مبحوثة وبنسبة (74%) وضح ان للثقافة التي تحملها الفتاة دوراً في عملية الاستهلاك المظهري ، في حين ان (39) مبحوثة وبنسبة (26%) وضح ان الثقافة التي تحملها الفتاة لا تلعب دوراً مهماً في عملية الاستهلاك المظهري ، يتضح من الجدول اعلاه ان اكثر من نصف العينة تؤكد على ان للثقافة التي تحملها الفتاة دوراً في عملية الاستهلاك المظهري ، ويعود سبب هذا الاعتقاد الى اننا اليوم نعيش عالماً سريع التغيير ، والناتج بالقيم المادية اصبح كبيراً وواضحاً للعيان وخاصة السلع الاستهلاكية المتجددة ذات التأثير الملحوظ والقابل للتأثير وبالتالي سوف يمثل سمة ثقافية للفتاة من خلال عملية اقتناء تلك السلع الدالة على المستوى الثقافي والاجتماعي الذي تنحدر منه .

جدول رقم (7) يوضح تأثير الاستهلاك المظهري بطبيعة ما تعرضه المحلات التجارية

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	99	66%
كلا	51	34%
المجموع	150	100%

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (99) مبحوثة وبنسبة (66%) أكدن ان طبيعة الاستهلاك المظهري يتأثر بشكل واضح بما تعرضه المحلات التجارية من مستلزمات اساسية ، في حين اكدت (51) مبحوثة وبنسبة (34%) عدم تأثر استهلاكهن بطبيعة ما تعرضه المحلات التجارية اليوم . من المؤكد اليوم ان عملية عرض السلع والخدمات اخذ اتجاهاً جديداً من خلال طريقة عرض المنتج واستخدام الوسائل الحديثة مثل مؤثرات الاضاءة والموسيقى وديكورات المحلات التجارية واسلوب البائعين في المحلات قد تغير بشكل ملفت للانتباه عما كان عليه في الزمن الماضي، فمن الطبيعي ان تلعب تلك المؤثرات دوراً مهماً في عملية الاستهلاك المظهري .

جدول (8) يوضح دور الفقر بالاستهلاك المظهري

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	132	88%
كلا	18	12%
مجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (132) مبحوثة وبنسبة (88%) ان الفقر يؤثر بشكل كبير وواضح في عملية الاستهلاك المظهري ، وان (18) مبحوثة وبنسبة (12%) أكدن انه ليس للفقر دور في الاستهلاك المظهري ، حقيقة لا يمكن انكار ما للفقر من دور كبير في عملية الاستهلاك المظهري خصوصاً وان عملية الحصول على السلع والخدمات مرتبطة وبصورة كبيرة بعملية الانفاق التي تتحدد وفق معيار الدخل الخاص لكل فرد ، فمن المعلوم انه كلما ارتفع مستوى الدخل انعكس ذلك على مستوى اقبال الفرد نحو شراء السلع ، لذلك يمكن القول ان هناك علاقة ما بين مستوى الفقر وعملية الاستهلاك المظهري في التنظيم الاجتماعي .

جدول رقم (9) يوضح رغبة الفتاة في شراء المنتجات عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	105	70%
كلا	45	30%
مجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (105) مبحوثات وبنسبة (70%) اكدن حرصهن على شراء المنتجات عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، في حين ان (45) مبحوثة وبنسبة (30%) اكدن على عدم حرصهن على شراء المنتجات عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، لعل من صور الاستهلاك المظهري في عصرنا الحاضر التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، فهي اليوم لما تملكه من قوة تأثير على الناس اصبحت وسيلة للتسوق في شتى انواع المنتجات ابتداءً من الحاجات المنزلية والكهربائية والعدد اليدوية والكماليات ومستحضرات التجميل والموضة باشكالها ومن ماركات عالمية متعددة المنشأ ، حيث تساهم تلك المواقع بعملية الاستهلاك من خلال عملية الترغيب المرتبطة بالمنتج مستخدمة وسائل وصوراً ومفردات تساهم الى حد كبير في اقبال الناس على شرائها .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

جدول رقم (10) يوضح ان الاستهلاك المظهري يقوض الفارق بين الفئات الاجتماعية

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	78	52%
كلا	72	48%
مجموع	50	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق ان (78) مبحوثة وبنسبة (52%) اكدن ان الاستهلاك المظهري يقوض ويضعف الفرق بين الفئات الاجتماعية ، في حين ان (72) مبحوثة وبنسبة (48%) اكدن ان الاستهلاك المظهري لا يقوض الفارق بين الفئات الاجتماعية ، ومن خلال معطيات الجدول اعلاه نرى ان هناك تقارباً بين النسبتين حول طبيعة الاجابة ، وقد جاءت الاجابة حول هذا السؤال بشكل مطابق لما ذهب اليه بعض العلماء اليوم من ان ثقافة الاستهلاك على النحو الذي انتشرت فيه قد قوضت واضعفت الحدود بين الطبقات ، ووجدت جماعات لا تتميز فيها عن جماعات اخرى ، فلم تعد هناك موضة خاصة بفئة محددة وانما هناك موضوعات متعددة .

جدول رقم (11) يوضح هل امتلاك الفتاة سلعة غالية الثمن يزيد من شعورها بمكانتها الاجتماعية

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	102	68%
كلا	48	32%
مجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (102) مبحوثات وبنسبة (68%) اكدن ان امتلاك الفتاة سلعة غالية الثمن يزيد من شعورها بمكانتها الاجتماعية ، في حين ان (48) مبحوثة وبنسبة (32%) اكدن عكس ذلك القول اي ان امتلاك الفتاة لسلعة غالية الثمن لا يزيد من مكانتها الاجتماعية ، في الحقيقة ان اختيارنا لهذا الموضوع هو من اجل معرفة مدى تأثير الاستهلاك المظهري على سلوكيات وتوجهات الفتيات داخل التنظيم الاجتماعي ولقد تبين من خلال هذا الجدول ان هناك توجهاً واضحاً في ان اقتناء السلع والمنتجات ، له تأثير بتفاخر الفتاة واعتزازها بمكانتها الاجتماعية مما يدل على ان الثقافة العصرية ثقافة مادية تهتم بالجانب المظهري والشكلي دون الجوهرى للفرد .

جدول رقم (12) يوضح ان المستوى الاقتصادي يؤثر في الاستهلاك المظهري للفتاة

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	125	83,4%
كلا	25	16,6%
مجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (125) مبحوثة وبنسبة (83,4%) اكدن ان المستوى الاقتصادي يؤثر في الاستهلاك المظهري للفتيات ، في حين ان (25) مبحوثة وبنسبة (16,6%) لم يؤكدن على ان المستوى الاقتصادي يؤثر في الاستهلاك المظهري للفتيات ، نلاحظ من نتائج الجدول اعلاه ان النسبة الاعلى كانت (83,4%) والتي يتضح من خلالها ان هناك نسبة كبيرة تؤكد على أهمية المستوى الاقتصادي في عملية الاستهلاك المظهري ، كما هو معروف ان عملية الاستهلاك مرتبطة بالجانب المادي والذي يعد عنصراً مهماً للاستهلاك بشتى اشكاله .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

جدول رقم (13) يوضح ان الاستهلاك المظهري يختلف تبعاً للمستوى الثقافي للفتاة

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	93	62%
كلا	57	38%
مجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (93) مبحوثة وبنسبة (62%) قد اكدن ان الاستهلاك المظهري يختلف تبعاً للمستوى الثقافي للفتاة ، في حين ان (57) مبحوثة وبنسبة (38%) لم يؤكدن ان الاستهلاك المظهري يختلف باختلاف المستوى الثقافي للفتاة ، نلاحظ ان نسبة الاجابة ب (نعم) بلغت (93) مبحوثة وهي مقاربة لثلاثي العينة ، وهذا يؤشر ان هناك محددات ثقافية ترتبط بطبيعة الفئة التي تنتمي اليها الفتاة وهذه المحددات هي التي تعكس طبيعة ونوع وشكل الاستهلاك المظهري الذي يعطي مؤشراً على انتماء تلك الفتيات لشريحة معينة كالاغنياء مثلاً .

جدول رقم(14) يوضح ان الاستهلاك يؤدي الى زيادة الفروق الطبقيه بين الفتيات

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	117	78%
كلا	33	22%
مجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (117) مبحوثة وبنسبة (78%) اكدن ان الاستهلاك المظهري يؤدي الى زيادة الفروق الطبقيه بين الاسر ، في حين ان (33) مبحوثة وبنسبة (22%) اكدن ان الاستهلاك المظهري لا يؤدي الى زيادة الفروق بين الاسر ، يتضح من بيانات الجدول ان الغالبية اجابت ب (نعم) يؤثر الاستهلاك بزيادة الفروق بين الاسر ، ان عملية الاستهلاك المستمر للسلع والخدمات غالباً ما تزيد من عبء الاسر الفقيرة او حتى المتوسطة وبالتالي فان عدم مقدرتهم مجاراة الاسر الغنية في عملية الاستهلاك والانفاق سوف يخلق مساحة واسعة بين تلك الطبقات تزيد يوماً بعد يوم ويخلق حالة عدم التكافؤ في عملية الاستهلاك داخل المجتمع .

جدول رقم (15) يوضح هل الاستهلاك المظهري يخلق حالة الهوس المفرط عند الفتاة

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	81	54%
كلا	69	46%
مجموع	150	100%

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ان (81) مبحوثة وبنسبة (54%) اكدن على ان الاستهلاك المظهري يخلق حالة الهوس المفرط لدى الفتاة ، في حين ان (69) مبحوثة وبنسبة (46%) لم يؤكدن على ان الاستهلاك المظهري يخلق حالة الهوس المفرط عند الفتاة ، نلاحظ ان النسبة كانت (54%) وهي النسبة الاعلى ، ولكن في نفس الوقت نجد ان هناك تقارباً بين النسبة الاخرى والتي تؤكد على ان الاستهلاك المظهري لا يخلق حالة من الهوس المفرط عند الفتاة ، وقد يعود هذا الى ان هناك توازناً في عملية استهلاك تلك السلع فقد تميل الفتيات الى شراء الكثير من المنتجات ولكن تلك النسبة قليلة اذا ما قورنت بالفتيات اللاتي يرغبن بالاستهلاك ولكن بصورة معتدلة ، وهذه سمة من سمات الاسر الوسطى التي تميل دائماً الى التوازن في عملية شراء السلع واستهلاكها .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

جدول رقم (16)

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي للفتاة وظاهرة الاستهلاك المظهري

المجموع		لا		نعم		الاستهلاك المظهري المستوى الاقتصادي للفتاة
%	العدد	%	العدد	%	العدد	
%75,4	113	%4	6	%71,4	107	جيد
%16,6	25	%2,6	4	%14	21	متوسط
%8	12	%1,3	2	%6,6	10	منخفض
%100	150	%8	12	%92	138	المجموع

من خلال إجراء اختبار مربع (كا²) وجدنا بأن القيمة المحسوبة كانت (13,03) وبدرجة حرية (2) عند مستوى دلالة (0,05)، على مستوى ثقة (0,95%)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (5,99)، مما يدل على وجود فرق معنوي ذي دلالة إحصائية، لذا فأنا نقبل فرضية البحث ونرفض الفرضية الصفرية، أي أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي للفتاة وظاهرة الاستهلاك المظهري .

جدول رقم (17)

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الانحدار الثقافي للفتاة وظاهرة الاستهلاك المظهري .

المجموع		لا		نعم		الاستهلاك المظهري الانحدار الثقافي
%	العدد	%	العدد	%	العدد	
%77,4	116	%4	6	%73,5	110	حضر
%22,6	34	%4,5	7	%18	27	ريف
%100	150	%8,5	13	%91,5	137	المجموع

من خلال إجراء اختبار مربع (كا²) وجدنا بأن القيمة المحسوبة كانت (7,67)، وبدرجة حرية (1)، عند مستوى دلالة (0,05)، عند مستوى ثقة (0,95%)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (3,84)، مما يدل على وجود فرق معنوي ذي دلالة إحصائية، لذا فأنا نقبل فرضية البحث ونرفض الفرضية الصفرية. أي أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الانحدار الثقافي للفتاة وظاهرة الاستهلاك المظهري .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

نتائج البحث :

- 1- أظهرت نتائج البحث ان غالبية المجيبين عن الاستمارة هن من الإناث ، ذلك ان العينة كانت عشوائية قصدية بهدف التعرف على طبيعة سلوك الاستهلاك المظهري لدى الفتيات .
- 2- أكدت النتائج ان غالبية المبحوثات كن عازبات وبنسبة (78%) كون غالبيةهن طالبات في مراحل مختلفة ، في حين ان (22%) منهن كن متزوجات ، بطبيعة الحال ان الفتاة غير المتزوجة غالباً ما تميل بصورة اكثر نحو الاستهلاك المظهري من المتزوجات اللاتي تنصب اهتمامتهن نحو الامور المنزلية ورعاية الاطفال بصورة اكبر من ناحية الاستهلاك المظهري .
- 3- كشفت نتائج البحث ان غالبية المبحوثات كان انحادهن الثقافي من الحضر وبنسبة (82%) ، في حين بلغت نسبة ممن ينحدرن من الريف (18%) ، ان علماء الاجتماع يؤكدون ان الفوارق الطبقيّة والثقافية ذابت اليوم في ظل التواصل الثقافي والمعرفي وبالتالي اصبح من الصعب التمييز بين تلك الفوارق الثقافية كون ان الجميع اصبح متأثراً ومقلداً لحركات الموضة وتقليعاتها وما يطرأ على المجتمع من تغييرات .
- 4- أثبتت نتائج البحث ان غالبية المبحوثات كان مستوى دخلهن جيداً وبنسبة (76,6%) ، في حين بلغت نسبة ممن دخلهن (متوسط) (15,4%) ، اما من دخلهن (منخفض) فقد كانت النسبة (8%) ، من ذلك نستنتج ان غالبية الطالبات يتمتعن بمستوى اقتصادي جيد اذا ما قورنت النسبة مع النسب المتدنية الاخرى وهذا يعكس على القدرة الشرائية وطبيعة الاستهلاك المظهري عندهن .
- 5- أظهرت نتائج البحث ان غالبية المبحوثات يملن الى الاعتدال في شراء اللوازم الخاصة دون التاثر بالموضات حيث جاءت نسبتهن (70,6%) ، في حين بلغت نسبة اللواتي يتأثرن بالموضات ولا يملن الى الاعتدال في الشراء (29,4%) ، وهذا يعطي دلالة واضحة من ان هناك عملية تنظيم فيما يخص الاستهلاك لدى بعض الطالبات وقد يكون لعملية التدقيق الثقافي التي تقوم على اساس الاختيار الجيد دور مهم في عدم الافراط في الاستهلاك غير المبرر .
- 6- أكدت نتائج البحث ان الثقافة التي تحملها الفتاة دوراً كبيراً في عملية استهلاكها المظهري فقد جاءت بنسبة (74%) ، في حين بلغت نسبة الاجابة التي تؤكد عدم تأثر الفتاة بنوع الثقافة التي تحملها بعملية الاستهلاك (26%) ، ومن المؤكد فان النتائج تشير الى وجود تاثر واضح بالثقافة التي تحملها الفتاة وطبيعة الاستهلاك الذي تقوم به .
- 7- أثبتت نتائج البحث ان تاثير الاستهلاك المظهري بطبيعة ما تعرضه المحلات التجارية قد بلغت نسبته (66%) ، في حين ان (34%) اكدن عدم تاثر الاستهلاك المظهري بطبيعة ما تعرضه المحلات التجارية ، ومن الواضح ان هناك نسبة مرتفعة تتأثر بنوع وطبيعة عرض المحلات للسلع والبضائع .
- 8- أظهرت نتائج البحث ان للفقر دوراً كبيراً في عملية الاستهلاك المظهري ، حيث بلغت نسبة من اكدن ذلك (88%) ، وان (12%) منهن اكدن انه ليس للفقر دور في عملية الاستهلاك المظهري ، من الواضح ان نسبة كبير تؤكد ان للفقر دوراً كبيراً في عملية الاستهلاك المظهري تتعكس على الفقراء من خلال عملية الاندماج ، لان عملية الاستهلاك غالباً ما تعطي تصوراً وانطباعاتاً على قدرة الفرد بالتواصل مع محيطه وانه شخص له قيمة اجتماعية .
- 9- أوضحت نتائج البحث ان (70%) من الفتيات يحرصن على شراء المنتجات من وسائل التواصل الاجتماعي ، في حين اكدت (30%) من المبحوثات عدم حرصهن على شراء المنتجات من وسائل التواصل الاجتماعي ، يتأكد من بيانات الجدول من ان هناك اقبالاً واسعاً نحو شراء المنتجات من وسائل التواصل الاجتماعي .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

- 10- توضح نتائج البحث ان (52%) من المبحوثات تكيدهن على ان الاستهلاك المظهري يقوض الفوارق بين الطبقات ، وان (48%) منهن يؤكدن ان الاستهلاك المظهري لا يقوض الفوارق بين الطبقات ، نلاحظ ان غالبية الاجابة تؤكد ان الاستهلاك المظهري يقلل من الفوارق الطبقيه ويخلق حالة من الاندماج والتواصل مع الاخرين .
- 11- أثبتت نتائج البحث أن (68%) من المبحوثات ان امتلاكهن لسلعة غالية الثمن يزيد من شعورها بمكانتها الاجتماعية ، وان (32%) منهن اكدن العكس من هذا ، من بيانات الجدول يتبين ان شعور الفتاة بامتلاكها سلعة غالية الثمن يزيد من شعورها نحو انتمائها الى مكانه اجتماعية مرموقة وفي نفس الوقت يعزز من ثققتها بذاتها .
- 12- من نتائج البحث نلاحظ ان (83,4%) يؤكدن ان المستوى الاقتصادي يؤثر في عملية الاستهلاك المظهري، في حين بلغت نسبة (16,6%) ممن يؤكدن عدم تأثير المستوى الاقتصادي في الاستهلاك المظهري، من المعلوم ان للمستوى الاقتصادي جانباً مهماً في عملية الاستهلاك بشتى اشكاله وانواعه.
- 13- توضح نتائج البحث ان (93%) يؤكدن ان الاستهلاك المظهري يختلف باختلاف المستوى الثقافي للفتاة ، وان (38%) يؤكدن انه ليس هناك دور للاستهلاك المظهري بالمستوى الثقافي للفتاة ، من النتائج نلاحظ ان هناك تأكيداً واسعاً من ان هناك علاقة بين عملية الاستهلاك المظهري والمستوى الثقافي الذي تحمله الفتاة ، والذي يعد موجهاً لها في عكس مستواها الاجتماعي والثقافي.
- 14- تشير نتائج البحث ان (78%) يؤكدن ان الاستهلاك المظهري يساعد على زيادة الفوارق الطبقيه بين الفتيات، وان (22%) منهن يؤكدن ان الاستهلاك المظهري لا يساهم في زيادة تلك الفوارق، من المؤكد ان زيادة ظاهرة الاستهلاك دائماً ما تخلق تفاوتاً من خلال اقتناء بعض السلع الباهظة الثمن التي لا تقوى الكثير من الفتيات و الفئات على شرائها ومن شأن ذلك ان يعزز الفوارق الطبقيه داخل المحيط الاجتماعي .
- 15- من خلال نتائج البحث نلاحظ ان (81%) يؤكدن ان الاستهلاك المظهري يخلق حالة من الهوس المفرط عند الفتاه، وان (69%) منهن يؤكدن ان الاستهلاك المظهري لا يخلق حالة من الهوس المفرط عند الفتاة، رغم تقارب النسب المئوية الا ان كفة من يؤكدن ان الاستهلاك المظهري يخلق حالة من الهوس المفرط قد حققت نسبة اعلى من التي يؤكدن عكس ذلك الكلام ، وهذا يؤشر ان هناك اهتماماً كبيراً في استهلاك السلع ومن الممكن ان نصفه من انه لدى البعض من الفئات (أسلوب حياة خاص) .
- 16- تم اثبات صحة الفرضية التي تؤكد : (ان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين المستوى الاقتصادي للفتاة وظاهرة الاستهلاك المظهري) .
- 17- تم اثبات صحة الفرضية التي تؤكد : (ان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الانحدار الثقافي للفتاة وظاهرة الاستهلاك المظهري) .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

توصيات البحث :

- 1- تأكيد على دور وسائل الاعلام والتلفزيون حول الاستهلاك المظهري من خلال اقامة ندوات علمية واجراء حوارات تحت على السبل الصحيحة للتفاعل مع الأشياء المظهرية.
- 2- العقلانية في الشراء دون التأثر بتقليد الآخرين والانجرار وراء الموضات.
- 3- ضرورة بناء البرامج التعليمية وفق قيم متفق عليها في بناء شخصية الابناء التي تتماشى مع قيم المجتمع وتطورات التكنولوجيا لتوعية افكارهم عن الاشياء غير المهمة لأستهلاكها.
- 4- قيام بعض المؤسسات التربوية والدينية والاجتماعية وشتى الجمعيات التي تهدف الى العمل التوعوي والتربوي والارشادي بدور فعال في نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك من خلال الخطط وبرامج التي يتم تنفيذها.
- 5- يتطلب من الباحثين ومؤلفي الكتب اعطاء الاهمية الخاصة لثقافة ترشيد الاستهلاك من خلال تأليف الكتب التي تحتوي مفاهيم هذه الثقافة.

المقترحات:

- 1- العمل على زيادة الوعي الاقتصادي من خلال التوضيح للأفراد عن كيفية تصرفهم بالأموال والابتعاد عن الاستهلاك الترفي كونه يقدم سلبيات للمجتمع ولا يعود له بالخير.
- 2- التأكيد على دور الأسرة في توجيه الفرد باتباع اسلوب الاستهلاك المظهري السوي الذي لا يتعارض مع محدداتها النقدية.
- 3- ضرورة الاهتمام بالتربية واسلوب التنشئة مما يتلقى الابناء من مختلف الوسائط كالأسرة التي تكسب الابناء قيما وكذلك من الوسائط الاخرى كالمدرسة والجامعة.... الخ.
- 4- ضرورة ترشيد الاستهلاك من خلال تدريب الأسرة لأبنائها في عمليات الاختيار والشراء للحاجات والسلع وتعويد الابناء على الاقتصاد والتصرف بالأموال بالطريقة الصحيحة.
- 5- يجب ان تعيد الفتاة اولوياتها في انفاق مصروفها من شراء السلع الضرورية وتقليل شراء الكماليات.

References

• Holly Quran

- 1- Alnajdy ,et al , Adil Ezedeen (1999) ,Social Psychology ,1st edition ,Cairo ,P23.
- 2- D. Gaith , Atif et al :The Terms of Sociology , University Knowledge ,1988
- 3- Dictionary of Arabic Language , AlWaseet Dictionary , Edited by Ibraheem Mustafa Ahmed and Ahmed Hassan Alziat , Scientific Library , Arabic Heritage Renaissance House ,Beirut ,Lebanon ,P 102.
- 4- Dr. Alnoory ,Qais ,The Features of the Mental Urban Reality in our Society ,College of Arts Magazine ,issue 25 ,University of Baghdad ,1979,P40 .
- 5- Linguistic Scholar ,Majid Edeen Mohammed bin Yaqoob ,Almuheet Dictionary ,Verification by Alrisala Institution , Mohammed Naeem Alirqsoosy ,Alirisala Institution for Publishing and Printing , Beirut , Lebanon ,1426 -2005 .P73.
- 6- Albeedh ,Salem ,Gender and the Kind in Aabic Cultue –A researched Published in in Arabic Future Magazine ,issue No.(348) ,February 2008 ,P42 .
- 7- Torsteen Filbin ,The Theory of Luxury Class ,1899 , second edition ,New york ,1976 .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

-
-
- 8- Group of Authors , Contemporary Studies in Sociology and Anthropology ,Translated by Abu baker Ahmed Baqadr ,Jadawel for Printing and Publication ,Kuwait ,1st edition ,P421 ,2013 .
 - 9- Rimon Bodoun and Fransua Boriko ,Criticism of Sociology ,translated by Dr.Salem Haddad ,Office of University Press ,1st edition ,257 ,1986 .
 - 10-Thiab ,Shahbaa Khazal ,The Culture of Cloths Consumption and Wasting ,Field study for the mode of Consumption in University of Baghdad ,2013 ,,P88 .
 - 11-Joel Stiller man ,Gender , Class ,Generation and their relation with Consumption in Contemporary Chile ,2004 ,P 89 .
 - 12-Alhashimy, Ridha Jwad ,The system of Family in Ancient Era of Babylon ,Najaf ,1971,P40 .
 - 13-Alhashimy, Ipid ,P 65-87.
 - 14-See article (33) from Ash Nona Law ,P90,1956 ,Vol.31, GOETZ,A:LEASSOR.
 - 15-Ajaj ,Abeer Mohammed (2008) The Consumption from Islamic View with Vision for application in Secondary School ,Unpublished M A Thesis .
 - 16-C.Lash ,the Culture of Narcissism ,New York ,1979.
 - 17-E.and S. Ewen ,Channels of Desire, McGraw-hill
 - 18-P.Bourdieu , Distinction :A social Critique of the judgment of taste ,trans by R.Nice , Rutledge and Kegan Paull ,1984 .
 - 19- P.Bourdieu ,1981 ,op. City ,pp.128-9
 - 20-M. Foucaut ,History of Sexuality ,Vol.I. An Introduction ,London,1981 .
 - 21-Turner the Body and Society ,Basil Blakwell ,Oxford ,1984.
 - 22-Ibrash ,Ibahem , Scientific Method and its application in Sociology ,Jordan ,Orient House for Publishing and Distribution ,2009,P152 .
 - 23- Ibrash ,Ibahem, Ipid ,P 696 .

اتجاه الفتاة الجامعية نحو الاستهلاك المظهري - دراسة ميدانية في بغداد

م.د. فراس يوسف قنبر

The direction of college girl towards phenotypic consumption – a field study in Baghdad

Dr. firas yusef kanber

Faculty of arts – Department of Sociology

dr.firasyosef75@gmail.com

Telephone: 07709203158

Abstract:

In human societies all. We find the object of the reciprocal process among individuals in the area of satisfying living needs in different forms ، they differed that in their features but it is a function of consumption act satisfies the needs of the individual and meets his desires according to socially acceptable behavior standards. We also find the contrast in the consumer process images it results from the severe needs of individuals from direction ، and the nature of the social environment place and time by which the mode of interaction in the sphere of consumption is determined from direction. This method is scaled from barter to monetary operation which is the primary tool in the exchange process economic in modern society. Thus the monetary value expresses the value attributes of something. And with the pluralism of the names of the monetary process entirety it feeds social life with special dynamics. The socio- economic process is essentially of the joints of the social system . Phenotypic consumption plays an indicative role the nature of economic activities in society commensurate with the need for profit . the form in which this type of consumption is essential characteristic of the social behavior of the individual in modern society , in this context we find attention to and phenotypic things agreed it varies in size depending on different areas of life factors affecting it vary .