



الاستهلاك المظهري وعلاقته بالمكانة الاجتماعية دراسة ميدانية في مدينة الموصل

م. فائز محمد داود
كلية الاداب - جامعة الموصل

ملخص البحث

يتناول البحث الاستهلاك المظهري وعلاقته بالمكانة الاجتماعية، وكان الهدف من البحث هو التعرف على الاستهلاك المظهري ومدى علاقته وتأثيره بالمكانة الاجتماعية للفرد ، وكانت عينة البحث مؤلفة من (٥٠) أسرة وهي مجتمع الدراسة . كما اعتمد الباحث ، منهج المسح الاجتماعي بطريقة العينة العشوائية وكذلك استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات . وقد توصل البحث إلى انه هنالك علاقة ارتباطيه وثيقة الصلة بين الاستهلاك المظهري والمكانة الاجتماعية للأفراد وهو ما موجود في متن البحث.

Appearance Consumption & its Relation to the Social Status A field Study in the city of Morsel

Abstract

The present research to chelas appearance consumption & its relation with social status. The research aims at identifying appearance consumption and the extent of its relation to and effect on the individual's social status. The sample included (50) families which formed the population of the study.

The research depended on the methodology of social survey by the method of random sample and the use of a questionnaire as the weans to collect the data.

The research has arrived at the conclusion that there in a very s strong correlational relation between consumption and individuals social status. That is what is stated in the body of the research .



المقدمة

يطفو على عالمنا اليوم بكل أطرافه ودوله سواءً كانت نامية أو متقدمة ظاهرة حمى الاستهلاك أو النهم الاستهلاكي ، كون أن الإنسان أصبح مجرد أداة استهلاكية لا همّ له إلا ان يجهد نفسه من اجل زيادة دخله ليحصل بالتالي على ما يشتري من أدوات استهلاكية قد تكون في بعض الأحيان غير ضرورية فرضتها على تفكيره وسائل الإعلام وفنون الإعلان برغم أنها مقاييس للمكانة الاجتماعية ومصادر للهناء الفردي .

كما بات في حكم المتفق عليه أن اغلب الأنشطة الاقتصادية تتأثر بشكل أو بآخر بالتراث الاجتماعي والثقافي للمجتمعات البشرية ، ومن الظواهر الاجتماعية التي باتت تأخذ حيزاً في ساحة البحث والدراسة ظاهرة الاستهلاك المظهري ومدى تأثير هذه الظاهرة على اقتصاديات البلدان وبالأخص البلدان النامية ومنهم مجتمعنا الذي يتأثر وبشكل كبير بالإرث الثقافي والاجتماعي لهذا المجتمع حيث انه هنالك كثير من القيم والعادات والتقاليد التي تؤثر على الأنماط الاستهلاكية التي يلتزم بها الأفراد مما يدفعهم إلى مزيد من الاستهلاك المظهري وكذلك هنالك الكثير من المظاهر السلوكية والاجتماعية تحتاج إلى وقفة وهذا ما سنحاول الكشف عنه في بحثنا هذا ، حيث جاءت هذه الدراسة في أربعة مباحث تضمن المبحث الأول تحديد مشكلة البحث وأهميته وأهدافه وكذلك تحديد المصطلحات والمفاهيم العلمية وتناول المبحث الثاني الاستهلاك المظهري وعلاقته بالمكانة الاجتماعية بصورة مفصلة ، اما المبحث الثالث فقد تضمن منهجية البحث في حين تضمن المبحث الرابع عرض أهم نتائج البحث ومناقشتها وكذلك التوصيات والمقترحات .

المبحث الأول الإطار المنهجي والنظري للبحث

أولاً : تحديد مشكلة البحث

تتحدث الدراسة عن مشكلة رئيسية بدأت تعاني منها اغلب المجتمعات في عصرنا الحديث ، وخاصة مجتمعنا العربي حيث يعد الاستهلاك احد المتغيرات الأساسية في الاقتصاد القومي فهو يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمتغيرات الاقتصادية الأخرى كالإنتاج والادخار والاستثمار لذلك فإن دراسة هذه الظاهرة هي مسألة مهمة وضرورية لتخطيط الاستهلاك بما يخدم الإستراتيجية الخاصة بالتنمية القومية والاقتصاد بصورة عامة . كما أصبح من الواضح ان ظاهرة الاستهلاك المظهري بدأت تؤثر بشكل مباشر على اقتصاديات البلدان النامية وفهم مجتمعنا والتي تتأثر وبشكل كبير بالإرث الثقافي والاجتماعي لهذا المجتمع كون ان الكثير من العادات والتقاليد تؤثر على الأنماط الاستهلاكية التي يلتزم بها الأفراد مما يدفعهم الى الاستهلاك المظهري والذي يقصد به ذلك الاستهلاك الذي يتبعه الأفراد لغرض التفاخر والتباهي دون أن تتحقق فيه فائدة عملية مباشرة تعود عليهم ، وفي هذا المجال يمكن الحديث عن عدد كبير من القيم التي تدفع الأفراد للالتزام بهذا السلوك فالبذخ في حفلات الأعراس او مناسبات الوفاة او الأعياد او المناسبات الشخصية التي لا يرجى منها سوى ان يقال عن الذي يقوم بها بأنه أمام حفلة ليس لها مثيل ، كل هذه المظاهر السلوكية والاجتماعية تحتاج الى وقفة كونها تمثل مرحلة مهمة اجتماعية واقتصادية يمر بها مجتمعنا الموصلية .

ثانياً : أهمية البحث

إذ يعتقد الباحث أن لهذه الدراسة أهمية واضحة تكمن في :

- ١- التعرف على الاستهلاك المظهري من الجانب الاقتصادي وعلاقته بالجانب الاجتماعي .
- ٢- التعرف على مدى الآثار السلبية للاستهلاك الترفي وما هي مخاطره على المجتمع .

اما بالنسبة لهدف البحث :

فإن البحث يهدف إلى التعرف على الاستهلاك المظهري ومدى علاقته وتأثيره بالمكانة الاجتماعية للفرد .

فرضيات البحث :

- ١- يؤثر العامل الاقتصادي في نمط الاستهلاك .
- ٢- يؤثر العامل الثقافي في نمط الاستهلاك .



تحديد المصطلحات :

الاستهلاك لغوياً

الاستهلاك اقتصادياً

الاستهلاك اجتماعياً

الاستهلاك المظهري

Consumption : الاستهلاك

الاستهلاك لغوياً :

استهلك في كذا جهد نفسه فيه ، المال ونحوه : أنفقه أو أهلكه ويقال استهلك ما عنده من طعام أو متاع^(١) .

الاستهلاك اقتصادياً :

يعرفه آدم سميث (Adam Smith) بأنه الهدف النهائي لكل أنواع الإنتاج ، حيث أن كل العمليات الاقتصادية ، كالإنتاج والتوزيع والتبادل تهدف في النهاية إلى الاستهلاك^(٢) .

الاستهلاك اجتماعياً :

يعرفه د. قيس أنوري بأنه حصيلة عملية لإشباع الحاجات الإنسانية بنوعيتها البيولوجي أو الأساسي والمعنوي والمقتبس ، ومعروف أن حاجات الإنسان البيولوجية كالحاجة للغذاء والكساء والماء والهواء التي ركز عليها الإنسان جانباً من جهوده الفكرية والجسمية لعدة قرون هي حاجات محددة بالقياس للحاجات المعنوية أو المقتبسة وهي تتبع من عوالم حضارية واجتماعية لا تتأصل في جسد الإنسان كما في الحاجة للنظم العقيدية والطقوسية والقانونية والترفيهية^(٣) .

الاستهلاك المظهري :

هو المبالغة بتأكيد الجوانب الجمالية والذوقية للسلع والمواد التجارية التي تقتنى من قبل الناس لغرض الظفر بالعجاب الآخرين ولدعم المكانة الاجتماعية والحصول على مزيد من الجاه والشهرة^(٤) .

التعريف الإجرائي :

(١) معجم اللغة العربية ، المعجم الوسيط ، قام بإخراجه إبراهيم مصطفى واحمد حسن الزيات ، المكتبة العلمية ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، لبنان ، ب ، ت ، ص ١٠٠٢ .

(٢) د. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، ١٩٨٩ ، ص ٩٠ .

(٣) د. قيس أنوري ، ملامح الواقع الذهني الحضري في مجتمعنا ، مجلة كلية الآداب ، العدد الخامس والعشرون ، جامعة بغداد ، ١٩٧٩ ، ص ٤٠٠ .

(٤) المصدر نفسه ، ص ٤٠٣ .

بعد أن أعطيت صورة عن الاستهلاك بأنواعه الثلاثة نستطيع أن نستنتج تعريفاً إجرائياً فحواه أن الاستهلاك عملية استخدام السلع والخدمات بشكل نهائي أو جزئي من أجل إشباع الحاجات البايولوجية والرغبات الاجتماعية بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، وقد تختلف طريقة إشباع الحاجات من مجتمع إلى آخر كنتيجة للتطور الحضاري الذي تشهده المجتمعات .

المبحث الثاني الاستهلاك والمكانة الاجتماعية

لا يخلو أي مجتمع من المجتمعات من النظم الاقتصادية مهما كانت درجة تخلفه وبدائيته ، لاشك أن الظاهرة الاقتصادية هي نتاج التفاعل المستمر والاحتكاك الدائم القائم بين عناصر البيئة ، فالسلوك الاقتصادي هو سلوك إنساني وهو سلوك مكتسب ينتقل بالتعليم والتربية والإعداد للحياة حيث أن ظواهر الاقتصاد لا تظهر فجأة وهي ليست شيئاً فطرياً أو إفراساً طبيعياً أو إنتاجاً غريزياً وإنما ينبغي النظر إلى الظواهر الاقتصادية على أنها أشياء اجتماعية توصل إليها الإنسان بفضل كفاحه الدائم وصراعه العنيد مع بيئته ، وباستخدام طاقاته العقلية وقوته الفكرية ، كما أن النظم الاقتصادية ليست موجودات معزولة بذاتها بل تتداخل تداخلاً قوياً مع بقية النظم الاجتماعية^(١) .

يتضح لنا أن الحاجة الاجتماعية مرتبطة بالحاجة الاقتصادية ارتباطاً وثيقاً وقد تنمو الحاجة الاجتماعية لدى الفرد بكثرة تعرضه للسلع وآخر مبتكراتها ، كما يتبين ان الفرد ممكن أن يتأثر بالمشاهدة او التقليد والمحاكاة فكلها عوامل تؤثر في الأفراد لاقتناء الحاجات وللسعي من اجلها ، لقد ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية منذ أوائل القرن العشرين ظاهرة أطلق عليها بعض الباحثين اسم ظاهرة الاستهلاك للمباهاة والتفاخر ، ومنذ ذلك الحين أخذت تتسع وتزداد عمقاً ، كما اتضح أن النزوع نحو الاستهلاك ينمو في الطبقات العريضة من المجتمع بسرعة اكبر مما تنمو الوسائل الاقتصادية به لإرضاء هذا النزوع ، ومما يزيد الأمر تعقيداً ان هذه الظاهرة التي كشفتها البحوث في المجتمعات الصناعية المتقدمة قد ظهرت كذلك في بلاد ما زالت نهضتها الصناعية في بدايتها حيث يكون مستوى الاستهلاك منخفضاً في جملته ، ففي بولندا مثلاً اتضح أن نمو الحاجات قد ارتفعت بأسرع مما ارتفعت به القوة الشرائية للمجتمع ،

(١) د. محمد السيد بدوي ، علم الاجتماع الاقتصادي ، دار غريب للطباعة ، ليبيا ، ١٩٧٧ ، ص ٤٠٣ .



وذلك بتأثير تقليد الناس للسياح الأجانب ، وما يشاهدونه في الأفلام مع اختلاف البناء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي^(١) .

أن هذا التخلف لوسائل الإشباع عن اللحاق بالتطور السريع للحاجات الإنسانية له تأثيرات هامة على نشاط الفرد في المجتمع ، ولذا يجب على الدولة أن تتدخل لرفع معدل الإنتاج وزيادة الأجور بالنسبة للأفراد لكي يستطيع الفرد أن يشبع حاجاته ، ولهذا السبب إننا نرى في الدول الاشتراكية في مجال الاقتصاد هنالك عدم توازن بين القوى الشرائية العاملة وبين الضغط المتزايد للحاجات المتنوعة المنبثقة عن تعقد الحضارة وتضييق الفوارق بين الفئات الاجتماعية المختلفة^(٢) .

لقد أصبح الاستهلاك في حد ذاته قيمة اجتماعية كبرى ، ويقاس مركز الفرد الاجتماعي بقدر ما يستهلكه من السلع والخدمات ومدى قدرته على التغيير المستمر ومن هنا تجد أن من خصائص الأذواق في العصر الحديث التغيير المستمر (المودة) دائماً في تغير حتى يشعر الفرد بحاجته المستمرة إلى التغيير في استهلاكه مما يؤدي إلى الاستهلاك المستمر^(٣) ، كما أن ظاهرة الاستهلاك الترفي تطلق على استهلاك بعض انواع السلع التي لا تقدر لصفاتها الذاتية ، ولكن وفقاً لما تمثله من مكانة اجتماعية وسمو نفسي ، وهنا تفقد نظرية العرض والطلب مصداقيتها في واقع الحياة ، إذ تؤدي مظاهر الثراء والمركز الاجتماعي إلى الإقبال المتزايد على طلب هذه السلع ، كلما ارتفع ثمنها بعكس ما تفترضه النظرية الاقتصادية وتقل الكميات المطلوبة منها إذا انخفض سعرها ، وهذا خاصة في ظل وجود ظاهرة الاستهلاك المظهري . وانه من أهم أشكال مظاهر الاستهلاك المظهري والترفي المتعدد الأشكال ما نراه اليوم في المناسبات من ولاءم وحفلات في بعض أشكاله الشائعة وهذا كله استنزاف للموارد والدخول كونه إنفاق بدون عائد ويعتبر من جهة أخرى استهلاكاً غير ضروري حتى ان هذا الاستهلاك بدأ ينتقل إلى ذوي الدخل المحدود وفي هذا لا يعد الإسراف والترف مسألة فردية بل مظهراً اجتماعياً ، ولا يعود قضية وقتية حالية بل مسألة تمتد إلى المستقبل^(٤) .

لقد بدأ مجتمعنا العربي وبالأخص العراقي يتأثر تأثيراً مباشراً بمظاهر الاستهلاك المظهري علماً أن بلدنا أصبح مجتمعاً مستهلك غير منتج مما زاد التضخم الاقتصادي فيه

(١) المصدر نفسه ، ص ٤٠٧ .

(٢) د. حازم البيلاوي ، التنظيم السياسي في العصر الحديث ، مجلة عالم الفكر ، المجلد (١) ، العدد ٢ ، الكويت ، ١٩٧١ ، ص ٦٩ .

(٣) د. المصدر نفسه ، ص ٧١ .

(٤) د. زيد محمد الرماني ، ظواهر سلوكية استهلاكية ، الجزيرة نت ، ٢٠٠٤/١/٨ .

وحيث إننا أيضا بدأنا نقلد الغرب في كل شيء من خلال ما نراه في القنوات الفضائية أو ما نسمعه من الإذاعات ولو أن العراق حالة خاصة كونه لن يتأثر بذلك الانفتاح في السنوات الماضية إلا أنه خلال هذه الفترة بدأ الاستهلاك يزداد بسرعة فائقة في اقتناء الكثير من الأجهزة الحديثة وخير مثال على ذلك أجهزة السلايت والموبايل وقد كشفت الملاحظة الميدانية أو (الملاحظة بالمشاركة) أن البعض قد يستدين المال لشراء جهاز موبايل ، وقد تمر عليهم فترات زمنية دون أن يتصل بهم احد ، ويذهب الإخباريون في تبرير هذا السلوك إلى أنه ضرورة اجتماعية لأن الموبايل أصبح (مودع العصر) وهكذا بدأنا نتأثر بكل شيء جديد من دون أن نعلم ما هي فوائده أو مضاره لمجتمعنا في عصر تفوق عليه الجانب المادي بشكل واسع جداً . إن استقرار عادة الاستهلاك بوصفها قيمة اجتماعية تفسر سلوك الأفراد في المجتمع الحديث هي ظاهرة جديدة ، فإذا كان الاستهلاك ونوعه وتنوعه يحدد في العصر الحديث إلى حد ما مكانة العائلة الاجتماعية ، فإن ذلك لم يكن كذلك دائماً ، ففي القديم كان المركز الاجتماعي يتحدد بحسب النسب بصرف النظر عن زيادة الإنفاق والاستهلاك^(١) . حيث إننا نلاحظ أن العادات والتقاليد تلعب دوراً أساسياً ومهماً في الحياة الاقتصادية للعائلة العربية فنحن نرى أن الاستهلاك يقوم على أسس عائلية بحسب العادات والتقاليد والقيم المختلفة المرتبطة بمركزها الاجتماعي ونظرتها للمستقبل ، ولهذا قد يخصص جزء لا بأس به من دخل العائلة للمناسبات العامة أو لإظهار الكرم ، لأن الكرم في حد ذاته بالرغم من الأعباء الاقتصادية التي قد تتحملها العائلة بسببه مرتبط بسمعتها ومركزها الاجتماعي ، ولذلك تحرص العائلة على أن تظل سمعتها موضوع التقدير فتبالغ أحياناً في ظاهرة الكرم حتى ولو كان على حساب مدخراتها^(٢) . كما أن عامل التقليد والمحاكاة أثر في العادات والتقاليد ، سواء على صعيد المجتمع الواحد ، أم على الصعيد الدولي ، وإن أثر التقليد لا يظهر على الأفراد فقط وإنما على المجتمعات أيضاً ، ويؤكد الكثير من الباحثين أن الأقطار الفقيرة ذات الدخل المنخفضة تعمل على تقليد ومحاكاة الأقطار الغنية ، فإذا ما زاد دخل القطر الفقير فإن ميله للاستهلاك يزيد اسوة بالدول المتقدمة^(٣) . كما أننا نلاحظ إن اقتناء السلع يكون عن طريق الترويج لها من قبل الأصدقاء والأقارب وفي ذلك دلالة على البعد الاجتماعي لعملية الاختيار ، وقد يندفع المرء أحياناً لاقتناء سلع من باب التفاخر وتأكيد المكانة الاجتماعية في المحيط ،

(١) د. حازم البيلالي ، التنظيم السياسي في العصر الحديث ، مصدر سابق ، ص ٧٣ .

(٢) د. محمد عاطف غيث ، دراسات في علم الاجتماع القومي ، مركز الثقافة القومية ، جامعة الإسكندرية ، مصر ، ب ، ت ، ص ٢١٠ .

(٣) د. قباري محمد إسماعيل ، علم الاجتماع الاقتصادي ومشكلات الصناعة والتنمية ، كلية الآداب ، جامعة الإسكندرية ، مصر ، ١٩٨٨ ، ص ٦٩ .



كما نرى أن للثقافة ايضاً دور واضح في اقتناء السلع وشرائها فإذا كانت الثقافة مثلاً متشددة إزاء استهلاك مادة محددة جاء إقبال الفرد لاقتنائها متشدداً ايضاً ، وإذا كانت الثقافة تتيج إمكانية استهلاك السلعة جاء السلوك الشرائي يسيراً .

ولا ننسى دور وسائل الإعلام والدعاية والإعلان التي أسهمت هي الأخرى لحث الناس على الاستهلاك والمزيد منه كون أن الإعلانات التجارية تمارس دوراً كبيراً في خداع المستهلك بدفعه إلى المزيد من الشراء لأشياء لا حاجة أليها فعلاً ، فقد يندفع المرء أحياناً لاقتناء سلعة فرضت نفسها في الأسواق بما لديها من قوة الإعلان المتكرر في وسائل الإعلان المختلفة ، وقد يندفع آخرون إلى اقتناء سلعة بتشجيع الزملاء والأقران مما يدل على أن طرق الترويج أصبحت تأخذ موقفاً أساسياً في عملية الشراء وفي كيفية اقتناء السلع^(١) . لقد أصبحت الواجهة الاجتماعية تأخذ حيزاً كبيراً في تنظيم حياتنا مع الآخرين بل ومع أسرنا التي نعيش فيها فعلى سبيل المثال هنالك أستاذة تعمل في الجامعة وزوجها طبيب استشاري والأسرة صغيرة نسبياً مكونة من ثلاثة أفراد فقط ، ومع ذلك استدانست الأسرة لتوفير علاج للابنة فأين ذهبت أموال هذه الأسرة حتى إننا بدأنا لا نحتفظ برصيد للطوارئ في بيوتنا وجيوبنا فنرى أن الفرد بدأ يركض من أجل تغيير السيارة لما يسمى بالموديل الحديث وهذه تبدل سنوياً فبدأت الأموال تصرف على السيارات الفارهة ، أضف إلى ذلك ظهرت في مجتمعنا (مودة) أخرى ألا وهي المدارس الأهلية فكلنا يسعى من أجل إرسال أبناءه إلى المدارس الأهلية لأنها فيها الكثير من الرصانة والمعاني الاجتماعية فضلاً عن الأجهزة المعمرة وأثاث الدار الذي يبدل سنوياً بواسطة المحلات والمتاجر التي تتبع بالتقسيط الذي يسمى (بالمريح) حتى إننا وصلت بنا الحالة إلى أن نقوم بزيارة الديار المقدسة لأداء مناسك العمرة بالتقسيط أيضاً .

أي إسراف هذا وأي استهلاك هذا الم نكن نعلم أن حج البيت من استطاع إليه سبيلاً لقد بدأت الأسر بالاستعداد من أجل تأدية العمرة فالبعض يذهب من أجل الرفعة الاجتماعية وهو الاستهلاك المظهري بكل ما يعنيه .

أن الخسارة اليوم تكمن في الاستهلاك المظهري والبخي لقول احدهم (سافر اليوم وادفع غداً) فأنتني أن اذكر مسألة أخرى ألا وهي تقع في صلب الاستهلاك المظهري في بناء البيوت الكبيرة المصممة للتباهي والتفاخر لقد أصبحنا نبذخ في صرف الأموال دون وعي اقتصادي أي عندما يكون الفرد أو الأسرة بلا خطة ينجر في مهب الريح لأي موجة

(١) د. احمد الأصفر ، المستوى المعيشي للأسرة العمالية ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد (١٨) ، العدد ،

٢٠٠٢ ، ص ١٤٦ .



او تيار او صرعة او موضة ، يسيره هوى الإعلان والمغريات ويعيش أيامه مطمئناً
مسترخياً بلا حساب للحاضر ولا تقدير ولا تدبير للمستقبل إلى أن تأتيه صفة من صفات
الدهر المفاجئة فيفيق وعندها يبدأ بالسؤال والتفكير ولكن بعد فوات الأوان .

المبحث الثالث

إجراءات الدراسة الميدانية :

أن المنهج العلمي هو الأساس للحصول على الحقيقة ومن دونه تكون الدراسة جهود
عشوائية وغير صحيحة ولا تصل بنا إلى نتائج محددة لأن المنهج هو الطريقة التي تستند إلى
خطوات علمية محددة للوصول إلى نتائج تخص موضوع معين وقد تختلف المناهج الموظفة
في البحوث الاجتماعية باختلاف الظاهرة المدروسة^(١) .

وقد وظفنا في بحثنا هذا منهج المسح الاجتماعي كونه يفي بالغرض بالنسبة هكذا بحوث
أولاً : منهج المسح الاجتماعي :

وهو احد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الاجتماعية ويعرف بأنه الدراسة
العلمية لظروف وحاجات المجتمع لغرض وضع برنامج للإصلاح الاجتماعي^(٢) ويعد منهج
المسح الاجتماعي من ابرز مناهج الدراسة في تحديد وتشخيص المجالات التي تحدث فيها
مشكلات تحتاج إلى إدخال تحسينات^(٣) كما وظف الباحث أداة أخرى للدراسة هذه وهي كما
مبينة آنفاً .

ثانياً : أداة الدراسة :

تهدف الدراسة إلى التعرف على الاستهلاك المظهري ومدى علاقته وتأثيره بالمكانة
الاجتماعية للفرد وقد وجد الباحث أن الاستبيان هو انسب أداة لجمع المعلومات اللازمة لتحقيق
هدف الدراسة لكونه يتيح فرصة اكبر للمستجيبين للإجابة على الأسئلة الواردة فيه بحرية
وصراحة وفي ظروف يختارها لنفسه^(٤) .

(١) د. عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، مكتبة التضامن ، القاهرة ، ١٩٨٢ ،
ص ١٣٠ .

(٢) د. إحسان محمد الحسن وعبد المنعم الحسني ، طرق البحث الاجتماعي ، دار الكتب للطباعة والنشر ،
جامعة الموصل ، ١٩٨٢ ، ص ١٥٩ .

(٣) د. عامر إبراهيم قنديلجي ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، دار الشؤون الثقافية ، بغداد ،
١٩٩٢ ، ص ٨٠ .

(٤) د. عزيز حنا داؤود ، مناهج البحث التربوي ، جامعة بغداد ، ١٩٠ ، ص ٩١ .



١- بناء الأداة :

لعدم وجود أداة جاهزة تتصل بموضوع الدراسة لذا قام الباحث بإعداد أداة خاصة بصيغة استبيان وتم بناء الاستبيان في ضوء الخطوات التالية :

أ- الاطلاع على الأدبيات الخاصة بالعلوم الاجتماعية .

ب- الاستفادة من الدراسات الميدانية التي أجريت في مواضيع اجتماعية .

ج- إعداد استبيان استطلاعي ، وبعد ذلك قام الباحث بتطبيق السؤال الاستطلاعي على (١٠) أفراد من خارج أفراد العينة وأعطى الباحث فرصة كافية لهؤلاء للإجابة على السؤال الاستطلاعي ، بعد شرح وتوضيح ما مطلوب في الإجابة بكل صراحة وأمانة علمية مبيناً لهم أن الدراسة تعد لغرض البحث العلمي فحسب .

٢- الاستبيان المغلق :

تم إعداد الاستبيان بصيغته النهائية بعد تفريغ البيانات التي حصل عليها الباحث في الاستبيان الاستطلاعي وقام بتوحيدها وتصنيفها فبلغ عدد الأسئلة (٨) سؤالاً قائمة على متغيرين نعم ، لا .

٣- تطبيق الإدارة :

بعد أن أكمل الباحث إجراءات بناء الأداة قام بتطبيقها بصورة فعلية خلال الفترة من ٢٠١١/٤/٢٠ - ٢٠١١/٥/٢٥ حيث وزعت على أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٥٠) أسرة كان عشرة منهم قد اختبروا في الاستبيان الاستطلاعي وخمسون منهم طبق عليهم الاستبيان بصيغته النهائية وقد قام الباحث بتطبيق الأداة بنفسه إلا في بعض الحالات حيث تم تكليف بعض زملائه من الأخوة التدريسيين بإيصال الاستبيان إلى أفراد العينة .

الوسائل الإحصائية :

استخدم الباحث الوسائل الإحصائية الآتية :

١- التكرارات

٢- النسبة المئوية

٣- الوسط الحسابي

مجالات البحث : تضمن البحث ثلاث مجالات هي :

١. المجال البشري : ويقصد به تحديد الأفراد او الجماعات التي ستكون مجتمعاً بشرياً للدراسة وقد حدد الباحث المجال البشري بمجموع (٥٠) وحدة من الأسر التي تقطن مدينة الموصل .
٢. المجال المكاني : وقد حدد الباحث مدينة الموصل مركز محافظة نينوى لكي تكون البيئة الجغرافية للدراسة .



٣. المجال الزماني : امتدت الفترة الزمنية من ٢٠١٠/١٠/١٢ إلى الفترة ٢٠١١/٤/٥

تحديد نوع العينة :

استخدمت العينة العشوائية بحسب المناطق الموجودة في مدينة الموصل وقد ضمت العينة (٥٠) أسرة وهي مجتمع الدراسة .

المبحث الرابع مناقشة وتحليل البيانات الخاصة

أولاً : البيانات الأولية

تمثل البيانات الأولية وصفاً خاصاً لعينة البحث وكما يأتي :

جدول رقم (١)

الخاصية	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	٣٢
	أنثى	١٨
الحالة الزوجية	متزوج	٤١
	أعزب	٩
العمر	٢٥-٢٠	٤
	٣٠-٢٦	٥
	٣٥-٣١	٤
	٤٠-٣٦	٩
	٤٥-٤١	١٢
	٥٠-٤٦	١٠
	٥٥-٥١	٤
	٦٠-٥٦	٢
المستوى التعليمي	لديك شهادة عليا	٩
	لديك شهادة	٣٥
	ليس لديك شهادة	٦
المهنة	قطاع خاص	١٧
	قطاع عام	٣٣
الدخل الشهري	٢٠٠-١٠٠	٤
	٣٠٠-٢٠١	١٢
	٤٠٠-٣٠١	٨
	٥٠٠-٤٠١	١١
	٦٠٠-٥٠١	--
	٧٠٠-٦٠١	٣



٢	٨٠٠-٧٠١	٤%
---	٩٠٠-٨٠١	---
١٠	٩٠١- فما فوق	٢٠%
٤٠	ملك	٨٨%
١٠	إيجار	٢٠%

ثانياً : النتائج المتعلقة بأسئلة البحث :

ولغرض تحقيق أهداف البحث قام الباحث بتحليل ومعالجة البيانات الواردة في البحث والتي حصل عليها من خلال تطبيق الاستبيان فظهرت النتائج الآتية :

جدول رقم (٢) الأسباب التي تدفعك للشراء

ت	مضمون السؤال	نمط الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
س ١	حدد الأسباب التي تدفعك لشراء سلعة معينة دون غيرها (يمكن تحديد أكثر من سبب)	أ- لأن السلع تدل على مكانة اجتماعية أعلى ب- لأن السلعة تتماشى مع المودة ج- لأن السلعة تتوافق مع عاداتنا وتقاليدنا د- إعلاناتها منشورة بكل مكان هـ- لأن الآخرين نصحوني بشرائها	١٣ ٧ ١٢ ٨ ١٠	٢٦% ١٤% ٢٤% ١٦% ٢٠%

من خلال نتائج البحث المعروضة في الجدول رقم (٢) لقد تبين ان شراء السلع التي تدل على مكانة اجتماعية أعلى جاءت بالمرتبة الأولى وهذا ما يدل على ان هنالك ارتباط وثيق بالمظهر الاجتماعي للبعض من خلال شراءه للسلع ذلك لاعتقاده بأنه سوف يكون وضعه الاجتماعي أعلى بهذا الأمر .

اما المرتبة الثانية فقد حصلت عليها السلعة التي تتوافق مع العادات والتقاليد لمجتمع الموصل وهذا يوضح لنا أن مجتمعنا لا زال يتأثر بالعادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية التي تربي عليها وهذا مؤكد لأن التغيير في جوهر العادات والتقاليد يأخذ الوقت الطويل ليتغير . في حين تأثير الآخرين بالمرتبة الثالثة في هذا السؤال لأن الجزء الآخر من أفراد العينة يقرر الشراء من خلال نصح الآخرين له في حين أن الإعلان على السلعة والمودة أخذاً التسلسل الرابع والخامس .

جدول رقم (٣) توفر المال للشراء

ت	مضمون السؤال	نمط الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
س ٢	عندما تتوفر لديك المال هل تشتري سلعة دون الحاجة الفعلية لها	نعم لا	١٣ ٣٧	٢٦% ٧٤%

يتبين لنا من جدول رقم (٣) أن أغلب أفراد العينة لا يشترون السلع إلا عندما يكون لهم حاجة فعلية لها وإن القلة من أفراد العينة يناقضون هذا الأمر ويذكرون إنهم بتوفر المال بالإمكان شراء سلع حتى وإن كانوا لا يحتاجونها وهذا أمر يدل أيضاً على المكانة الاجتماعية فهناك الكثير من التحف والحاجيات لا تقدم فائدة سوى أنها تعطي صورة للآخرين بالتباهي .

جدول رقم (٤) المكانة الاجتماعية

ت	مضمون السؤال	نمط الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
س ٣	هل تجد أن السلع الموجودة في منزلك أصبحت لا تتناسب ومكانتك الاجتماعية	نعم لا	٣١ ١٩	٦٢% ٣٨%

تبين لنا من جدول رقم (٤) أن نسبة ٦٢% من أفراد العينة أكدوا أن السلع الموجودة في منازلهم أصبحت لا تتناسب ومكانتهم الاجتماعية فيبدو أن الجانب الاجتماعي أصبح مؤثراً ومهماً في مجتمعنا حتى أن البعض منهم أكد للباحث أنه يسعى لتغيير الأثاث الموجود في منزله سنوياً ويذكر أن هذا الأمر يعبر عن المكانة الاجتماعية كون هذا الأمر أصبح مهماً في مجتمعنا توافقاً مع التطور التكنولوجي والاقتصادي والاجتماعي .

جدول رقم (٥) التفاخر أمام الآخرين

ت	مضمون السؤال	نمط الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
س ٤	تشتري بعض السلع للتفاخر أمام الآخرين	نعم لا	١١ ٣٩	٢٤% ٧٦%

تبين لنا من جدول رقم (٥) أن نسبة ٢٤% من أفراد العينة يشترون السلع والحاجيات الأخرى لغرض التفاخر بها أمام الآخرين ويعتبرون أن هذا الأمر هو ذو سمعة اجتماعية عالية وقد نشعر بتأثير الجانب الاجتماعي على هذه المجموعة من العينة .



جدول رقم (٦) غرف استقبال الزوار

ت	مضمون السؤال	نمط الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
س٥	تحرص على وضع الأثاث من الموديلات الحديثة في غرفة استقبال الزوار	نعم لا	٤٤ ٦	٨٨% ١٢%

تبين لنا من جدول رقم (٦) أن نسبة ٨٨% من أفراد العينة هم الذين يضعون الأثاث الحديث والجديد في غرف استقبال الزوار ويعتقد الباحث هذا الأمر طبيعي كون غرفة الزوار أو ما تسمى بغرفة الضيوف هي للأشخاص الغير الرسميين من الأصدقاء الذين يزورون عوائلنا فيجب أن تكون هذه الغرف ذات منظر وأثاث جيد قدر المستطاع .

جدول رقم (٧) شراء السلع بغض النظر عن جودتها

ت	مضمون السؤال	نمط الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
س٦	هل تجذبك مظهر بعض السلع فتشتريها بغض النظر عن جودتها	نعم لا	٤ ٤٦	٨% ٩٢%

تبين لنا من جدول رقم (٧) ان نسبة ٩٢% من أفراد العينة لا يؤيدون شراء سلع بغض النظر عن جودتها ، ويعتقد الباحث ان هذا الأمر مؤكد لدى مجتمع أهل الموصل كونهم أناس يحسبون هذه الأمور بدقة فالكثير منهم لا يضع أمواله في الشراء إلا بعد أن يتفحص السوق ويسأل ويتقصى المعلومات عن البضائع والحاجيات ذات المناشئ الجيدة .

جدول رقم (٨) الشراء بالتقسيط

ت	مضمون السؤال	نمط الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
س٧	تشتري السلع لأن المتاجر تبيعك إياها بالتقسيط	نعم لا	٣٠ ٢٠	٦٠% ٤٠%

تبين لنا من جدول رقم (٨) أن النسبة قد تكون متقاربة تقريباً بين أفراد العينة من الذين يسعون لشراء السلع والحاجيات بالتقسيط ويعتقد الباحث أن الأمر مقبول كون أن المتاجر والمحلات التي بدأت تباع بالتقسيط أخذت بالازدياد يوماً بعد الآخر وذلك بسبب ركود الجانب الاقتصادي واقتصار الشراء تقريباً على الموظفين من الذين رواتبهم تساعد على الشراء بالتقسيط .

جدول رقم (٩) مواصفات السلع

ت	مضمون السؤال	نمط الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
س٨	هل تتحدث للآخرين عن مواصفات السلع وميزاتها التي تشتريها	نعم لا	٤٢ ٨	٨٤% ١٦%

يتضح من جدول رقم (٩) إن نسبة ٨٤% من أفراد العينة من الذين يتحدثون عن السلع التي يشترونها للآخرين وان في هذا الأمر هو مفخرة أيضا للمكانة الاجتماعية وان الباحث قد تحاور مع اغلب أفراد العينة في هذا الأمر فأكدوا هؤلاء بأنهم يتباهون بهذه السلع والحاجيات التي يشترونها كونهم يتحدثون عن حداثتها ومميزاتها وكيف هي بدأت تقتصر الكثير من الوقت والجهد بالنسبة للعمل داخل المنزل ، اما البقية من أفراد العينة الذي لا يرغبون بالحديث عن هذا الأمر يذكرون أنهم أيضا بودهم الحديث عن الأمر أعلاه إلا أن خوفهم من الحسد ومن عيون الناس يجعلهم يكتمون عن الأمر ولا يتحدثون به .

نتائج الدراسة:-

إن هذه الإجابات من خلال الأسئلة المطروحة على أفراد العينة وضحت لنا بالدليل ان المكانة الاجتماعية والطبقية ذات تأثير واضح على أفراد او أبناء المجتمع الموصل كونهم يتفخرون ويتباهون في هذا الأمر وأضف أن مجتمع مدينة الموصل أصبح ذات طبقتين عليا ووسطى معاً والطبقة الأخرى هي الفقيرة ولقد رأى الباحث حتى في الطبقة الفقيرة هنالك استجابة وتأثير للمكانة الاجتماعية حيث التطور والحداثة للأشياء بل في كل شيء من خلال ما تبثه لنا القنوات الفضائية وشبكات الانترنت التي جعلت من العالم بأجمعه شبكة واحدة احدهم يرى الآخر من خلال هذه النافذة يتأثر ويؤثر بالآخرين . نعم لقد أصبح للمكانة الاجتماعية دور واضح كونها احتلت المرتبة الأولى في الاستجابات حتى إنها تغلبت على فكرة العادات والتقاليد ولو كان بشيء بسيط لكن هذا الأمر أصبح واضحاً ومؤثراً كنتيجة للتطور التكنولوجي والثقافي والاقتصادي بكل جوانبه ، حيث أن لغة الاستهلاك أصبحت واضحة لدينا وان الأمر الذي اثر أيضا على مجتمعنا كون قطرنا أصبح مجتمعاً مستهلكاً غير منتج فكل شيء نراه مستورد ويأتي من عدة مناشئ مما جعلنا نسعى للشراء والاستهلاك بطريقة سريعة ومستمرة حتى إننا بدأنا نتسابق للشراء واقتناء الأشياء بطريقة استهلاكية واسعة . إذن نستطيع أن نقول أن فرضيات البحث قبلت حيث كان للعامل الاقتصادي اثر واضح في نمط الاستهلاك أي عندما يتوفر المال لدى الأفراد نراهم يسعون للشراء وبطريقة استهلاكية واضحة وهذا ما



دللت عليه نتائج البحث حيث أصبح واضحاً أن العامل الثقافي اثر وبشكل واضح في نمط الاستهلاك .

المقترحات والتوصيات :

١. في ضوء ما تقدم من نتائج لبحث فإن الباحث يقدم التوصيات الآتية :
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 .
٢. التأكيد على أهمية التوعية الدينية وتهذيب النفوس للحد من الشراء غير المبرر للحاجات والسلع .
٣. ضرورة ترشيد الاستهلاك من خلال تدريب الأسرة لأبنائها في عمليات الاختيار والشراء للحاجات والسلع وتعويد الأبناء على الاقتصاد والتصرف بالأموال بالطريقة الصحيحة .
٤. التأكيد على دور الإعلام الوطني من خلال إقامة الندوات والتوعيات لبث الوعي الاستهلاكي بالطريقة السليمة والتي تعود للوطن والمجتمع بالفائدة الكبيرة .

المصادر والمراجع :

١. د. إحسان محمد الحسن وعبد المنعم الحسني ، طرق البحث الاجتماعي ، دار الكتب للطباعة والنشر ، جامعة الموصل ، ١٩٨٢ .
٢. د. احمد الأصفر ، المستوى المعيشي للأسرة العمالية ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد (١٨) العدد (٢) ، ٢٠٠٢ .
٣. د. حازم البيلاوي ، التنظيم السياسي في العصر الحديث ، مجلة عالم الفكر ، المجلد (١) العدد (٢) ، الكويت ، ١٩٧١ .
٤. د. زيد محمد الرماني ، ظواهر سلوكية استهلاكية ، الجزيرة نت ، ٢٠٠٤ .
٥. د. عامر إبراهيم قنديلجي ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، دار الشؤون الثقافية ، بغداد ، ١٩٩٢ .
٦. د. عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، مكتبة التضامن ، ط١ ، القاهرة ، ١٩٨٢ .
٧. د. عزيز حنا داود ، مناهج البحث التربوي ، جامعة بغداد ، ١٩٠ .
٨. د. قباري محمد إسماعيل ، علم الاجتماع الاقتصادي ومشكلات الصناعة ، جامعة الإسكندرية ، مصر ، ١٩٨٨ .
٩. د. قيس أنوري ، ملامح الواقع الذهني الحضري في مجتمعنا ، مجلة كلية الآداب ، العدد الخامس والعشرين ، جامعة بغداد ، ١٩٧٩ .
١٠. د. محمد عاطف غيث ، قاموس علم الاجتماع ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٨٩ .
١١. ، علم الاجتماع القروي ، مركز الثقافة القومية ، الإسكندرية ، مصر ، ب. ت .
١٢. السيد محمد بدوي ، علم الاجتماع الاقتصادي ، دار غريب للطباعة ، ليبيا ، ١٩٧٩ .
١٣. معجم اللغة العربية ، المعجم الوسيط ، أخرجه إبراهيم مصطفى واحمد حسن الزيات ، بيروت ، لبنان ، د. ت .