

## العوامل السوسولوجية وعلاقتها بالفعل الاستهلاكي لدى الفرد الجزائري

## Sociological factors and their relationship to consummation action among the Algerian individual

ريبعة تمار جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر rabtemmar@gmail.com	ناصر بودبزة* جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر boudebza.nacer@univ-ouargla.dz
--	---

تاريخ القبول: 2019/11/21

تاريخ الاستلام: 2019/02/05

## الملخص

سيطرت النظرة الاقتصادية في تعريف الاستهلاك إلى حد كبير على التعريفات التي قدمت للمفهوم حتى وقت قريب، وربما يرجع ذلك إلى أن المفهوم يعبر عن عملية اقتصادية في المقام الأول ففي الماضي كان ينظر إلى الاستهلاك من الناحية الاقتصادية البحتة، وكانت مسأله في عزلة عن غيرها من المسائل الاجتماعية الأخرى غير أن علماء الاجتماع المحدثين يرون أهمية العوامل الاجتماعية في تأثيرها على نمط الاستهلاك و يعد الباحثون والمهتمون بدراسة الفعل الاستهلاكي سواء في الميادين الاقتصادية أو الاجتماعية يتكلمون عن ذلك الفعل المتعلق في اقلبه بعملية الشراء وإنما تعدى ذلك إلى الحديث عن الرموز والمعاني الكامنة وراء هذه العملية إذ تقوم بدورا مهما ومؤثر في تشكل الثقافة الاستهلاكية يجد أن أهم أهدافها لا يقتصر على هذه العملية البسيطة من تأثر بالإعلان والشراء والاستهلاك فقط فالمشكلة لا تكمن في حق الإنسان المشروع في الاستمتاع ولكن تكمن في أسلوب هذا الاستمتاع فهناك استمتاع كامل يشبع كافة الاحتياجات الإنسان الحقيقية، فيصبح لكل شيء ثمنه والجميع معروضين في الأسواق لمن يدفع أكثر ليس فقط في السلع بل في الأفكار وقوة العمل والإبداع المادي والعقلي، وتغير أسلوب حياة الإنسان في جميع جوانب حياته، ومنه جاءت دراستنا هذه لمعرفة العوامل السوسولوجية وعلاقتها بالفعل الاستهلاكي للفرد الجزائري.

الكلمات المفتاحية: الفعل الاستهلاكي؛ الفرد المستهلك؛ ثقافة الاستهلاك؛ المجال الاجتماعي؛ الهوية؛

## Abstract

The economic outlook in the definition of consumption dominated to a large extent perhaps this is and recently until that were presented to the concept. The definitions in fist place due to the fact that the concept expresses an economic process in the past, consumption was viewed in purely economic terms however, modern sociologists see

\* المؤلف المرسل: الاسم الكامل، الإيميل: ناصر بودبزة boudebza.nacer@univ-ouargla.dz

the social issues and others isolated from other social and issues. Researchers interested pattern consumption importance of social factors in their impact on the economic or social, and those interested in studying consumer action, whether related to the purchasing process, but exceed fields, are talking about that act mostly as they play an important role in process. The symbols and meanings behind this that I have to talk about most consumer culture finds that the form of and influential in the role important advertising , not limited to this simple process influenced by important objectives is human project right to problem does not lie in the buying and consuming only, the real full enjoy of all human needs style there is enjoy but lies in this enjoy the it and everyone exhibited in the market for those who pay becomes everything for the power of material and mental creativity, force work, more not only in goods, but in ideas this our study from his life, and the change of the human lifestyle in all aspects of its relationship to the consumer actually of factors and sociological circumstances and consummation action to the Algerian individual.

**Keywords: Consummation action; consumer individual; consumption culture; social sphere; identity;**

#### مقدمة:

في عصر العولمة الكاسحة والتدفق الإعلامي والمعلوماتي الخارق لكافة الحواجز وفي ظل التحولات التجارية العابرة للقوميات تحولت الثقافة كأسلوب للحياة الى سلعة قابلة للتداول والتسويق ووسيلة إعلانية فعالة تخترق العقول وتهتمش القيم الاجتماعية وتقضي على الهوية والخصوصية التاريخية للشعوب وفي ظل حضارة السوق أصبحت الثقافة آلية جديدة في يد من يملك القدرة ومن يستطيع بها أن يهيمن على فكر الانسان ويغير ثوابت عقولهم لقد أصبحت الثقافة سلعة وتحولت ممارسات الافراد من العقلانية الى سلوك استهلاكي غير واع

وأصبحت تلك السلعة تعني الحصول على مكانة متميزة بين أعضاء الجماعة لقد تشكلت ممارسات استهلاكية ترفيهية فأصبح التسوق في حد ذاته يسعى (نجار وآخرون، 2001، ص134)

يمدنا بمدخل جديد لدراسة وتحليل المساواة الاجتماعية فالاستهلاك يشهم في تشكيل العلاقات والمعاني الاجتماعية كما تعبر الدراسة الاجتماعية للاستهلاك حسب دانييل ملر عن تحول الموضوع من كونه رمزا للتغريب وقيمة سعرية الى منتج يحمل دلالات خاصة تنتجه وتكشف دراسة الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية عن تأثر ما بعد الحداثة وفي هذا يرى جين بوريلارد أهمية التركيز على فهم العلاقات الاجتماعية للاستهلاك أهمية فهم العلاقات الاجتماعية للاستهلاك ويعكس بدوره دخول متغيرات جديدة على اجندة النظريات وهي متغيرات ناتجة عن الثقافة الاستهلاكية ومنها ترابط الهوية الاجتماعية في مكان الأسواق و وتنظيم التذوق وأكد أن

ثقافة الاستهلاك محاولة لفهم ورسم خريطة اجتماعية يحددها الباحثون بديمغرافيا أسلوب الحياة فالأفراد عندما يتذوقون الطعام وينتقدونه فان ذلك فهم منه ملما يستهلكونه فيرى جان بودريار أن الاستهلاك أصبح يتمركز حول صناعة الرموز حيث تنتج سلعا تتحول من دلالتها المادية الى دلالات رمزية معنوية مما يؤدي الى تغير المعاني القديمة فتتولد معان جديدة ذات دلالات رمزية يرتبط بها المستهلكون.

كما تناول سيجمود بومان الاستهلاك من منظور التغير الاجتماعي وما بعد الحداثة إذ يرى أن الاستهلاك لعب دورا كبيرا في احداث التغير الاجتماعي في الدول المتقدمة ويشير الى وجود مستهلك جديد لا يملك السلطة بل تتحكم فيه قوى السوق وهنا ميز بين فئتين الأولى تمت غوايتهم أي يعيشون في عالم الثقافة الاستهلاكية والثانية.

نحاول في هذه الدراسة الإشارة الى ظاهرة مهمة التي اشتغل بها حقل علم الاجتماع يطلق عليها سوسيولوجيا الاستهلاك ولا يقتصر الاهتمام بالاستهلاك كموضوع للدراسة في علم الاجتماع ومما هو جدير الإشارة إليه، إن في اهتمام بدراسة الاستهلاك نجده يحاول الاستفادة من إسهام غيره من العلوم الاجتماعية وينطبق ذلك على علم الاجتماع حيث حاول تطوير اهتمامه بموضوع الاستهلاك وغير من نظريته للموضوع حتى أصبح الاستهلاك اليوم اليوم يمثل موضوعا مستقلا للدراسة السوسيولوجية ويكشف التراث السوسيولوجي عن النشأة المبكرة للسوسيولوجيا الاستهلاك وغير نظريته للاستهلاك حتى اصبح اليوم يمثل موضوعا مستقلا للدراسة السوسيولوجية.

وترجع إلى ثلاث مصادر أساسية هي علم الاجتماع الحضري وكتابات أنصار الحركة النسائية ثم علم الاجتماع العمل والفراغ، بالإضافة إلى ذلك لقد ظهرت إسهامات سوسيولوجية متنوعة في الاستهلاك كما عقدت حوله مؤتمرات عديدة وتشير جميعها الى تنوع مظاهر الاهتمام بسوسيولوجيا الاستهلاك وجاءت معظمها من أقسام علم الاجتماع في جامعات سالفورد، ولانكستر، وجامعة كيل وهي في مجملها تحاول اللقاء الضوء على موضوع الدراسة في سوسيولوجيا الاستهلاك والتي يمكن حصرها.

ما أسهم به بيتر ساندوز سوسيولوجيا الاستهلاك وظهرت إصدارات متعددة خلال السنوات 1986، 1988، 1982، 1990 حاول فيها تحديد إسهامات عدد كبير من الباحثين السوسيولوجين في موضوع الاستهلاك فضلا عن تحديد مختلف انماطه التي تتنوع ما بين الاستهلاك المظهري والتعويضي ثم الاستهلاك المعتدل أو الوسط وعلاقته بتنوع ملامح المواقع التطبيقية لأعضاء

وجماعات المجتمع يطلق عليها سوسولوجيا الاستهلاك ومن هنا جاءت دراستنا لمعرفة العوامل السوسولوجية للفعل الاستهلاكي لدى الفرد الجزائري. فالتساؤل المطروح ماهي أهم العوامل السوسولوجية للفعل الاستهلاكي للفرد الجزائري؟

\_ هل الاستهلاك المظهري ينتج تنافسا بين المجالات الاجتماعية للاعتراف الاجتماعي؟

\_ هل مواقع التواصل تشكل مجالا اجتماعيا افتراضيا لممارسة الفعل الاستهلاكي؟

\_ هل ثقافة الاستهلاك أثرت على الهوية الفردية والعلاقات الاجتماعية للفرد الجزائري؟

## 1-الفرضيات :

الفرضية الأولى: ينتج الاستهلاك المظهري تنافسا بين المجالات الاجتماعية للاعتراف الاجتماعي.

الفرضية الثانية: مواقع التواصل الاجتماعي تشكل مجالا افتراضيا لممارسة الفعل الاستهلاكي.

## 2-المفاهيم :

### 2-1-ثقافة الاستهلاك :

تشير ثقافة الاستهلاك إلى تلك الجوانب الثقافية المصاحبة لعملية الاستهلاك بوصفها مجمل المعاني والصور والرموز التي تصاحب عملية الاستهلاك فالأفراد يستهلكون بجانب استهلاكهم للسلع المادية، الصور والمعاني والرموز المرتبطة بها ن كما أنهم يتخذونها رموزا يتخاطبون بها خطابا صامتا في الحياة اليومية.

(حافظ عبد الرحمن، 2012، ص323)

كما تظهر في مدى إدراك الناس ووعيهم باستهلاك سلع بعينها، فالاستهلاك يحقق اشباعا حاجات من الغذاء والكساء والإسكان إلى جانب الحاجات من الخدمات بأنواعها كالتعليم والصحة والثقافة وغيرها من الخدمات التي ترقى بمستوى ذوق الفرد ومعيشتة ويؤكد ديسنبري DUESSENBERY إن الاستهلاك ظاهرة اجتماعية بمعنى أن الجماعات التي يعرفها المستهلك أو يرتبط أو حتى التي ينتمي إليها ولا يتفاعل معها مباشرة هي التي توجه سلوكه الاستهلاكي. Featherstone, 2007, (p14\_15)

ذهب فريق ثالث إلى تعريف الثقافة الاستهلاكية بأنها أساليب حياة الجماعة وطرائقها في العيش، أوهي نتاج النشاط الإنساني المعقد بجوانبه المادية وغير المادية فمن الواضح أن من الملامح الرئيسية للثقافة الاستهلاكية وجود عدد لا حصر له من السلع والمنتجات والتجارب المتنوعة التي

تستهلك أو تقتنى أو يحلم بها عامة الناس ويخططون لاقتنائها، لا أن هذا الاستهلاك ليس مجرد استهلاك لأشياء أو منافع موجهة لتلبية احتياجات معينة. بمعنى آخر (عيسى سلمان، 2018، ص242).

2-2- الفعل الاستهلاكي : الفعل الاستهلاكي يقصد به افعال الفرد خارج الممارسة الاستهلاكية للأسرة، أي تلك الانماط من الاستهلاك الثقافي التي يتبناها الفرد خارج ابيتوس الأسرة من خلال انتاج نمودجه الخاص.

2-3- الفرد المستهلك: هنا مفهوم المستهلك ليعني الأفراد الذين يركز دورهم كمستخدمين للسلع والخدمات المنتجة اقتصاديا ويرتكز هذا الدور حول مجموعة من الأذواق أو المطالب التي يحددها الدخل الاقتصادي والسياق الاجتماعي حيث تمثل هذه المؤشرات المحددات الرئيسية لاختيار المستهلكين لسلع معينة ( أحمد صيام ،...، ص10) ومن خلال دراستنا هذه نقصد بالفرد المستهلك الجزائري كفاعل اجتماعي حامل لنسق قيمي وهوية اجتماعية وفردية لذلك نريد أن نفهم هل ممارساته الاستهلاكية والثقافية توافق هوية ونبحث عن العوامل الاجتماعية وراء هذا الاستهلاك.

2-4- المجال الاجتماعي :

هو فضاء من التفاعلات المتبادلة، ويقصد به شبكة من الأفراد والجماعات المشتركة في القيام بعمليات اجتماعية (التوافق، التعاون، التكيف، الاندماج، التنافس، الصراع... ) حيث تبدو هذه العمليات الاجتماعية لها ارتباط بالكائن الانساني وتفاعله مع أقرانه في المجتمع، ففي ظل التفاعل تحدث العمليات الاجتماعية التي تختلف فيما بينها من حيث طبيعتها، ومن ثمة يمكن الحديث عن بعض أو بين الأفراد والجماعات داخل التنظيمات، العمليات الاجتماعية والتفاعلات المباشرة التي تحدث بين الأفراد والجماعات فالمجال الاجتماعي هو الحقل الذي تتم فيه عملية التفاعل بين الافراد ومحيطهم الاجتماعي داخل المجال العمراني، والمجال الاجتماعي يتميز ويختلف عن المجال العمراني لأن المجال الاجتماعي لكي يصبح نتاج لهذا الأخير وهو منتج شريحة معاصرة (الدولة)، ومنتج التفاعلات التي تتم في المجال ( بوزيرة، تمار ، 2014، ص150).المجال الاجتماعي هو الحقل الذي تتم فيه عملية التفاعل بين الأفراد ومحيطهم الاجتماعي داخل مجالهم العمراني والمجال الاجتماعي يتميز ويختلف عن المجال العمراني، ومنتج التفاعلات التي تتم في المجال الاجتماعي، ثم يصبح بعد ذلك نتاج لها، فلكل جماعة سكانية ثقافتها (عاداتها، تقاليدها، قيمها ومعاييرها) وطبائعها تؤثر بها على العمران وتصاميمه وفي هندسته وبناءه، الذي يعتبر فيما

بعد عبارة عن رموز تترجم كل التمثيلات الاجتماعية والممارسات الحياتية والسياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وكل ما يتعلق بالمجتمع. أو أن المجال العمراني قد يؤثر في توجيه العلاقات الاجتماعية (بن عيسى، كوشي، 2014، ص 639)

## 2-5- الهوية :

هوية كمفهوم تناوله العديد من الباحثين في ميدان العلوم الإنسانية، واختلفت مفاهيمه وتعريفه باختلاف هذه الاتجاهات، و يعرفها ديفد روسو "حزمة من القيم المشتركة والمعتقدات والأدوار والاتجاهات تستخدم لرسم الحدود بين من هو داخل الجماعة ومن هو خارجها"، أما انطوني جيننز "هي السمات المميزة لطابع الفرد أو الجماعة التي تتصل بمفاهيمهم و بالمعاني ذات الدلالة العميقة لوجودهم" ويرى جورج هربرت ميد - Mead.H.G وهو من رواد التفاعلية الرمزية - أن الهوية هي وحدة أو كتلة ذات علاقة ضيقة مع حالات اجتماعية، حيث يجد الفرد نفسه في حالة اندماج وسط هذا المجتمع الذي الاعتبار وجهة نظر الآخرين، الجماعة الاجتماعية والثقافية التي ينتمي إليها. ينتمي إليه فبالنسبة له الفرد يؤثر في نفسه بنفسه، ويكون هذا ليس بطريقة مباشرة، ولكن يأخذ بعين وتماشيا مع مضمون دراستنا فإن الهوية الفردية من وجهة نظرنا هي ذلك الوعاء الحاصل والمتضمن لنسق المعاني في لحظة معينة من تفاعلات الفرد، التي تمكنه من ضبط علاقاته بذاته وبالموضوعات الخارجية (بن سالم، السلفي، 2012، ص 87)

## 3- أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث الى عدة أهداف التي تحقق هذه الدراسة وهي:

1\_ الكشف عن العوامل الاجتماعية التي تنتج الفعل الاستهلاكي.

2\_ التعرف على طبيعة الدور الذي تمارسه وسائل الاعلام في تيسير العملية الاستهلاكية.

3\_ الكشف عن تأثير تغير ثقافة الاستهلاك على الأسرة الجزائرية.

4\_ الكشف عن الاستخدامات الرمزية والمعنوية للاستهلاك.

5\_ التعرف مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرها في الممارسات الاستهلاكية.

## 4- الإجراءات المنهجية للدراسة:

4-1- المنهج المستخدم في الدراسة:

اعتمدنا على المنهج الكيفي وهو المنهج المناسب لهذا النوع من الدراسات التي تبحث عن الثقافة الاستهلاكية للمجتمع الجزائري في ظل تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وهي تلك التي يتحدث ويشارك فيها المبحوثين مع الباحثين في البحث عن الحقيقة، أو البحث الموضوعي لفهم ذاتية المبحوثين وهذا ما جعل منهج الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة الكيفية، وبحوث سيرة الحياة، وطريقة المحادثة الجماعية، والمنهج الوثائقي ويستخلص المعرفة مباشرة من الإنسان وعالم حياته، ويفسر التغيرات النوعية في المجتمع المعقد، فهو مفهوم مركب لمدخل نظرية ومنهجية مختلفة جدا إلى الواقع الاجتماعي ويعبر عنها كيفيا فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها (عصار خير الله، 1982، ص 45)

4-2-مجتمع البحث وعينة الدراسة: تم اختيار المجال العمراني القصر وعينة عرضية متنوعة حسب المجالات الاجتماعية الموجودة.

3\_الأدوات : من أجل النزول إلى الميدان والحصول على المعلومات والبيانات التي تخص الموضوع، حرصنا على أهمية استخدام هذه الأداة وتطبيقها على عينة الدراسة، وتعد المقابلة كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث العلمي ويمكن تعريفها بأنها تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة (ماتيو بوب . روس ليز .تر الجوهري محمد، 2016، ص 451). أن يستشير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين والحصول على بعض البيانات الموضوعية. كما يمكن تعريف المقابلة بأنها: محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو أفراد آخرين لاستغلالها في بحث علمي أو الاستعانة بها في التوجيه والتشخيص، وقد استخدمنا المقابلة شبة الموجهة لأنها الأنسب لموضوعنا و اعتمدنا على تحليل المحتوى كأداة للتحليل الكيفي للمقابلات والبيانات النوعية التي تم جمعها وقد تم إجراء المقابلة مع 10 أسرة من ولاية ورقلة .

قسم دليل المقابلة إلى أربعة محاور محاور هي كالتالي :

المحور الأول: عوامل الاستهلاك في الأسرة الجزائرية .

المحور الثاني: الممارسات الاستهلاكية والأفراح الجزائرية.

المحور الثالث: الاحتفال بالأعياد والفعل الاستهلاكي.

المحور الرابع: مواقع التواصل والتجارة الإلكترونية.

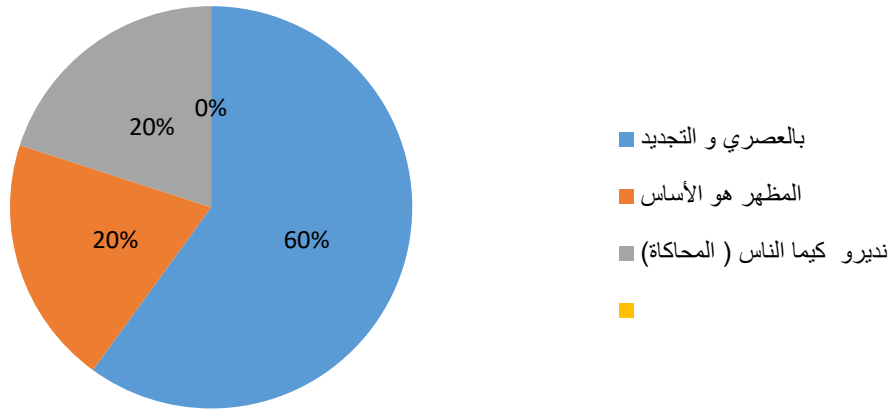
4-3-تحليل البيانات والمقابلات :

### المحور الأول: عوامل الاستهلاك في الأسرة الجزائرية.

من خلال المقابلات اتضح لنا ان المظهر مهم جدا بقدر أكد جل أعضاء العينة، الاستهلاك اليومي وكذا المنزلي مهم جدا فالمظهر له دور (أنظر الشكل رقم 1) فالمبحوث رقم 1 تقول المظهر هو الأساس كما بينت المبحوث رقم 2 (الناس تهدر وتشوف ومن الضيافة الاهتمام بالمظهر في كل شيء في الدار).

أما المبحوث رقم (اجابت ليس لذلك الحد) وبقي نفس الرأي تكرر بالنسبة بالنسبة للمبجوثين 4،5،6،7،8، نحو التجديد والعصري أما حالة 9،10، كان الرأي متزاوح حول نديرو كيما الناس أي المحاكاة. (أنظر الشكل رقم 1)

### دائرة بيانية رقم 1: لاهتمام بالمظهر في المنزل وأثاته



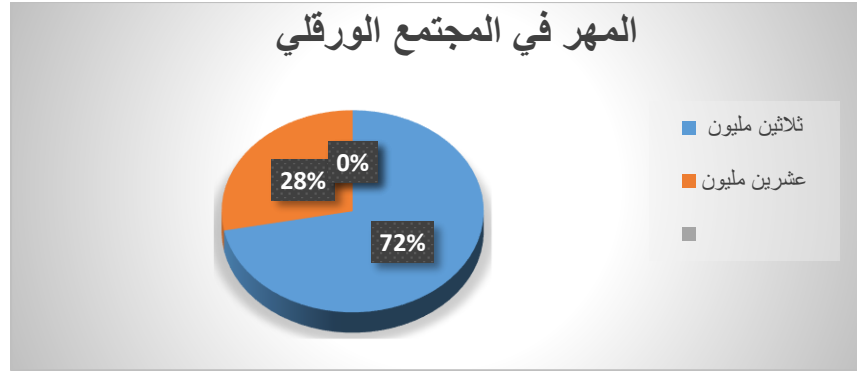
المصدر: انجاز الباحث

### المحور الثاني: العادات الاستهلاكية والأفراح الجزائرية.

من خلال الحديث المبحوثين اتضح لنا ان جل عوامل عديدة أدت الى ارتفاع المهور في ولاية ورقلة فصارت تصل الى ثلاثين مليون وهو ما أكده المبحوث 3، 4،7،8،9، بينما رأت 2، 4،6،1 و في بعض المناطق واقلها عشرين مليون سنيتم (أنظر الشكل رقم 2)

وهذا المبلغ في ارتفاع حسب كل المبحوثين وعن بعض مراسيم الاحتفال والعادات الاستهلاكية التي ظهرت كراء الثياب والمصور في قاعة خاصة صارت قاعات الحفلات ضرورية والأمر لا يعود الى الجانب المادي بل الكل يستهلك





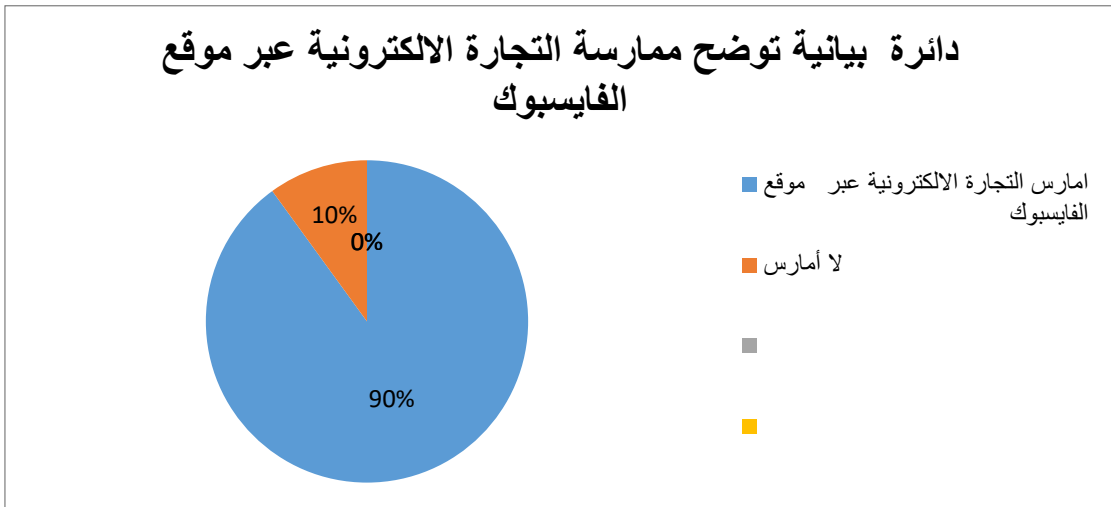
المصدر: انجاز الباحث

#### المحور الثالث: الاحتفال بالأعياد والفعل الاستهلاكي

عن أعياد الميلاد أكد كل أعضاء العينة ان الاحتفال بها صار اجباريا وهو حفلة عائلية تختلف رموز الاحتفال بها لكن جلها عبارة عن احتفال عائلي بهدايا وصارت المفترقات رغم ثمنها ضرورة جدا في هذه المناسبة اما الدينية فقلت المعايير بالمقارنة من قبل اما الوطنية فلا يحتفل بها في العائلية الورقلية وظهرت اعياد عالمية فاقت الوطنية عيد الحب الزواج صار الاحتفال بها شرعي.

#### المحور الرابع: مواقع التواصل والتجارة الإلكترونية

من خلال الحوار أعضاء العينة اتضح لنا ممارسة التجارة الالكترونية بنسبة 90% (أنظر الشكل رقم 3) أكد المبحوث رقم 1 أنه يمتلك فايسبوك انستغرام ينشر كما انه يرى الجدي من السلع على منشورات الفايسبوك خاصة عبر صفحات للبيع والشراء من مختلف مناطق ورقلة وخارجها ا وهو ما أكده المبحوث رقم 2,3,4,6,7,9,10 فالفايسبوك صار فضاء اجتماعي للبيع و الشراء كسوف الالكتروني لعرض الأغراض بمختلفها حتى المستعملة وأنها تجارة ناجحة تصل للبين في حين عبر المبحوث رقم 5 أنها تتواصل وتشاهد الجديد لكنها لم تجرب التجارة الالكترونية .



## المصدر: انجاز الباحث

### 5- نتائج الدراسة:

من خلال هذه الدراسة اتضح لنا:

حسب الفرضية الأولى:

\_ ينتج الاستهلاك المظهري تنافسا بين المجالات الاجتماعية للاعتراف الاجتماعي.

وجدنا ذلك خاصة في الافراح الجزائرية فالاستهلاك المظهري يشعر الفرد بالتفاخر والتباهي ويعطيه مركزاً اجتماعياً مرموقاً فيعده الناس عضواً في الطبقة الأرستقراطية ويرى بأن هناك عدد من الأفراد من الطبقات الفقيرة يطمحون للانتماء إلى الطبقات العليا وهذا لا يتم إلا عن طريق دخولهم معترك الاستهلاك المظهري وكان للعالم ابن خلدون أفكار في هذا المجال إذ يقول في مقدمته ((إن المصر الكثير العمران يكثر ترفه وتكثر حاجات ساكنه من أجل الترف وتعتاد تلك الحاجات لما يدعو إليها فتقلب ضرورات وتصير الأعمال فيه كلها مع ذلك عزيزة والمرافق غالية بازدهام الأغراض عليها من أجل الترف وبالمغارم السلطانية التي توضع على الأسواق)). وفي هذا إشارة إلى سعي الفرد إلى أن الحياة المترفة يقتضي الإحاطة بكل الأشياء المظهرية.

أما العالم ثورستين فيبلن فلقد اقترن اسمه بالاستهلاك المظهري إذ أن أول استعمال لهذا الاصطلاح كان من قبله في كتابه الموسوم ((نظرية الطبقة المترفة)) عام 1899. وفيه يحل لطبيعة الاستهلاك المظهري وعلاقته بالطبقة الاجتماعية، فالاستهلاك المظهري يشعر الفرد بالتفاخر والتباهي ويعطيه مركزاً اجتماعياً مرموقاً فيعده الناس عضواً في الطبقة الأرستقراطية ويرى بأن هناك عدد من الأفراد من الطبقات الفقيرة يطمحون للانتماء إلى الطبقات العليا وهذا لا يتم إلا عن طريق دخولهم معترك الاستهلاك المظهري وهو يرى أن الاستهلاك المظهري والذي يتمثل باستهلاك بعض أنواع السلع كالماس وبعض ملابس السيدات هو استهلاك لا تقدر سلعه بقيمتها التبادلية تبعاً لصفاتها الذاتية بقدر ما تقدر تبعاً لما يتمثل فيها من نعمة أرستقراطية وارتفاع في الثمن وعلى ذلك فإن قانون الطلب الذي يتضمن العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة من سلعة وسعرها لا ينطبق في مثل هذه السلع التي تعبر عن التفاخر إذ كلما ارتفعت أسعار هذه السلع زادت الكميات المطلوبة منها، وكلما انخفضت أسعارها قلت الكميات المطلوبة منها. ولهذا تعد مثل هذه العلاقة الطردية بين الكمية المطلوبة من السلعة (عبد الجواد كاظم 2006، ص 87)

حسب الفرضية الثانية:

### ـ مواقع التواصل الاجتماعي تشكل مجالا افتراضيا لممارسة الفعل الاستهلاكي

من خلال هذه الدراسة تبين لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي سهلت عملية التجارة وصار اقتناء السلع افتراضيا يقول الباحث زيد بن محمد الرماني:

"إن مجتمعاتنا العربية بوصفها جزءا من العالم معرّضة للثقافة الاستهلاكية، وخاضعة للعديد من تأثيراتها التي يمكن تلمسها في أشكال عدة من العلاقات والممارسات الاجتماعية والثقافية، بيد أن طبيعة المجتمعات المعاصرة خاصة في ضوء النزعات الاستهلاكية المتعاظمة وسيادة الثقافة الاستهلاكية تفرض ضرورة عدم إغفال الإطار الكوني فالتطورات التي شهدتها العالم في مجال العلاقات التجارية والاتصالات قد جعلت العديد من الأفراد والجماعات في أبعد القرى وأصغرها تتأثر في ظروفها المعيشية، وأنماط سلوكها الاستهلاكية بالعديد من الأحداث التي تقع، والقرارات التي تتخذ في المراكز المؤثرة من العالم".

ويؤكد الباحث زيد بن محمد الرماني أن انتشار الثقافة الاستهلاكية من مركز النظم الرأسمالية إلى محيطات العالم الثالث قد أوجد أيديولوجية استهلاك قوامها النظر إلى الاستهلاك كهدف في حد ذاته وربطه بأسلوب الحياة، وبأشكال التميز الاجتماعي، الأمر الذي جعل الناس يتدافعون نحو الاستهلاك بغض النظر عن حاجاتهم الفعلية. (الرماني زيد بن محمد) (2010/2/14)

<https://www.alukah.net/spotlight/0/19065/#ixzz5dqly1FFI>

مما سبق ذكره يمكن إيجاز نتائج هذه الدراسة فيما يلي:

ـ صارت الاسرة الجزائرية تسعى تأكيد وضعها الاجتماعي ومكانتها في المجتمع من خلال الاستهلاك

ـ وجدنا مواقع التواصل الاجتماعي شكلت مجالا منافسا للأسواق الواقعية ومنه ظهرت ظاهرة عولمة الاستهلاك

ـ الاستهلاك لا يقتصر على الأبعاد الاقتصادية بل صارت الأبعاد الاجتماعية والثقافية تؤثر بشكل كبير

ـ يعد الاستهلاك المظهري من أهم أنواع الاستهلاك التي تطرح العديد من الأبعاد السوسيوثقافية لظاهرة الاستهلاك.

**6- التوصيات :**

- 1\_ طرح المزيد من الملتقيات والندوات الخاصة بالثقافة الاستهلاكية الجزائرية.
- 2\_ نجد أن موضوع ثقافة الاستهلاك في اطاره السوسولوجي موضوع في غاية الحساسية فهو يمس القيم الاجتماعية الجزائرية بما فيها الهوية الثقافية.
- 3\_ بما ان التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي صارت ظاهرة طبيعية ومنتزعة التساؤل المطروح يبقى هل الفاعلين الاجتماعيين أو المستهلكين واعون بذلك؟ ما هي حدود التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل؟ ايجابياتها؟ أو إن لم نقل مشاريعها أو فرصها؟ مشاكلها؟ لذلك الموضوع أوسع من أن يطرح في مداخلة.
- 4\_ ضرورة ملحة لتشكيل مخابر علمية تمس هذا الجانب الملتقيات تسد بعض الجانب المفاهيمي بعض التصورات لكن الموضوع أبر بل أوسع وإن تحدثنا عن هذا فالموضوع يعمم على الجامعات الجزائرية من شرقها إلى غربها من شمالها إلى الصحراء والجنوب
- 5\_ التنوع الثقافي الجزائري وثقافة الاستهلاك نودوا حقل من الدراسات في هذا المجال الخصب فهو يطرح الحديث من الرهانات الحضارية التي تفرضها ظاهرة العولمة.

#### المراجع:

- 1) \_ احمد شحاتة ثقافة الاستهلاك في الأسرة المصرية (دراسة ميدانية علي عينه من الاسر في المناطق الريفية) جامعة القاهرة مركز البحوث والدراسات الافريقي ا
- 2) \_ منى السيد حافظ عبد الرحمن (2012) . الأبعاد الثقافية في دراسة الاستهلاك مع إشارة خاصة للدراسات العربية رؤية سوسولوجي واستشرافه مستقبلية .حوليات آداب عين شمس .المجلد 40 . أكتوبر . ديسمبر . مصر .ص 323
- 3) \_Mike 2007Consumer culture and posymodenism second edttion sage publications new dalhi london p14\_15
- 4) \_ احمد بن سالم ,ابو فهر السلفي: حقيقة التغريب ,المركز العربي للدراسات,10-08-2012
- 5) \_ بن عيسى محمد المهدي ،إبتسام كوشي، (2014)، المضامين الثقافية للمجالات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل وإعادة تشكيل هوية البطالين الملتقى الدولي الثاني حول : المجالات الاجتماعية التقليدية والحديثة وإنتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع جامعة قاصدي مرياح ،ورقلة الجزائر . ص 150 .

- (6) - عبد الجواد كاظم ابتهاج ( 2006 ) الاستهلاك المظهري تبعا لمجالاته وعوامله بحث ميداني مدينة الموصل ومجلة دراسات موصلية العدد 11 ص 87
- (7) بودبزة ناصر ، تمار ربيعة ، (2014) الملتقى الدولي الثاني حول : المجالات الإجتماعية التقليدية والحديثة وإنتا التحولات الاجتماعية والثقافية وتغير أنماط الاستهلاك لدى المرأة البحرينية
- (8) دراسة اجتماعية ميدانية ص 150
- (9) موزة عيسى سلمان الدوي موزة عيسى سلمان الدوي ج ال هوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري  
المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية المجلد ،11، العدد2
- (10) \_ماتيوز بوب روس ليز تر الجوهري محمد (2016) الدليل العملي لمناهج البحث في العلوم الاجتماعية المركز القومي للترجمة ط1 القاهرة مصر
- (11) \_عبد الجواد كاظم ابتهاج ( 2006 ) الاستهلاك المظهري تبعا لمجالاته وعوامله بحث ميداني مدينة الموصل مرجع سبق ذكره ص87
- (12) \_الرماني زيد بن محمد (2010/2/14) عولمة الاستهلاك في العالم الثالث  
<https://www.alukah.net/spotlight/0/19065/#ixzz5dqly1FFI>