

**ثقافة الاستهلاك وانعكاساته الاجتماعية على المجتمع**

**العراقي**

**"دراسة كشفية تحليلية في مدينة الموصل"**

**The Culture of Consumption and its Social**

**Reflection on Iraqi Society**

**An Analytical Exploratory Study**

**أ.م. فائز محمد داود**

**الاختصاص الدقيق : علم الاجتماع الاقتصادي**

**قسم علم الاجتماع / كلية الآداب / جامعة الموصل**

**Asst. Prof. Faiz Mohamed Daood**

**Department of Sociology/ College of Arts /**

**University of Mosul**

**Specialization: Science Economic Sociology**

الملخص:

يسلط هذا البحث الضوء في ثقافة الاستهلاك في المجتمع العراقي بشكل عام ومجتمع مدينة الموصل بشكل خاص بمفهوم واليات العولمة، ولقد اثرت ثقافة الاستهلاك بالتحويلات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية على افراد مجتمعنا، اذ تغيرت صورة الاستهلاك وطبيعته تبعاً لظروف كثيرة منها، تقلبات السوق في ارتفاع الاسعار او غياب بعض السلع او لحدوث ازمان مالية واقتصادية وتحديثها تبعاً لمدى الحرص على المظهرية والمباهاة وسرعة تغيير انواع السلع في كثير من بيوتات المجتمع العراقي وكذلك المجتمع الموصلية.

وتعد الدعاية والاعلان في كثير من الاحيان سلاحاً خطيراً يسهم بشكل او باخر في تزييف الوعي الاستهلاكي مما يؤدي الى شراهة الاستهلاك في زيادة السلع وتنوعها والتركيز على السلع الكمالية غالية الثمن المستوردة من الخارج.

تزايد معدلات الاستهلاك حول ما يخص الوجبات السريعة سواء عن طلبها بالمنزل او التردد على محلاتها وتزداد هذه النسبة بشكل ملفت للنظر بين الشباب من الجنسين والاتجاه نحو زيادة شراء السلع المعمرة ولاسيما اجهزة الموبايل والاجهزة الاخرى ويزداد الانفاق عليها بشكل غير طبيعي.

الكلمات المفتاحية: الاستهلاك، مجتمع، الموصل، العولمة، السلع.

**Abstract:**

This research sheds light on the culture of consumption in Iraqi society based on the concept and mechanisms of globalization. The culture of consumption has been influencing the economic, social, cultural, and political transformations in our society. The image and nature of consumption has changed due to many circumstances, including market fluctuations in prices or the absence of some goods or the financial and economic crises. Added to that the extent of the appearance and flaunt of goods and the rapid change and modernization of the goods in many Iraqi houses within the Iraqi society.

**Keywords:** Consumption, Society, Mosul, Globalization, circumstances.

المقدمة

شهد المجتمع العراقي عديداً من التغيرات والتحويلات ومازال يشهد، والتي تنعكس على حياة الافراد والمجتمع بشكل ملفت للنظر، ومن شأنها احداث تغييرات مهمة تنعكس على حركة المجتمع المادية والفكرية والاخلاقية وحتى الروحية، وكذلك انعكست على المثل والقيم والمعايير وطرائق الحياة والعيش المختلفة.

ولا يمكن عزل القيم السائدة على التغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي تعزز هذه القيم، اذ توجد في كل مجتمع قيم سلبية فضلاً عن قيم ايجابية وتعد العولمة المحرك الرئيسي والقوى الدافعة لتغيير انماط الاستهلاك واشكاله في العالم اجمع، اذ بدأت تؤثر بشكل مباشر في تلك التحويلات داخل المجتمع الواحد مما اطلق عليه

كثير من العلماء والباحثين في هذا المجال بالثورة العلمية التكنولوجية لانها الاساس الذي تركز عليه العولمة متمثلا بازالة الحدود بين المجتمعات وتداخل افرادها في بناء مشترك.

لقد انعكست التغييرات التي طرأت على المجتمعات عامة في ظل انتشار تكنولوجيا الاتصالات الحديثة بشكل مذهل ومتسارع بعد ظهور العولمة في التسعينات من القرن العشرين على المسار الحضاري للبشرية جمعاء وادت من ثم الى تغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية لامست معظم شعوب العالم، وظهرت في ابعي صورها في التغيرات التي حدثت في بنية الاسرة ذاتها وعلاقتها الاجتماعية.

هذا من جانب وتزايد موجات التغير الاقتصادي وتغير السياسة الاقتصادية بشكل متسارع وظهور الاتجاهات الخاصة في نواحي عديدة من الاستثمار مع وجود تطلعات واندفاع غير مشهود نحو الرغبات الاستهلاكية لدى الافراد من جهة اخرى تقابله محودية في الدخول وزيادة الانفاق على المسؤوليات الاجتماعية والاسرية، من تعليم في مدارس اهلية وصحة وسكن من اجل مجارة روح العصر الحالية وكنتيجة لتلك التغييرات التي حصلت بسرعة فائقة غير مدروسة مما اثر فيها على الجانب الاقتصادي والاجتماعي بل وحتى الثقافي فاصبحت متراكمت عديدة اثرت بشكل مباشر في الجانب الاستهلاكي، لان التراكم الذي كان من الممكن ان يشكل طاقة دافعة للتغيير الاجتماعي الايجابي التي يكون المجتمع بأمس الحاجة اليه بدلا من هدر امكاناته على الصعيدين الاقتصادي والسياسي اصبح عكس ذلك الذي فقد استقلاليته على كل الاصعدة المترابطة ارتباطا وثيقا مع بعضها البعض اذ يؤثر ويتأثر احدهما بالآخر ولهذا اننا سنحاول في بحثنا هذا الكشف عن الانعكاسات الاجتماعية وكيف يمكن ان تؤثر فيها ثقافة الاستهلاك. وقد جاءت دراستنا هذه في اربعة مباحث اذ تضمن المبحث الاول من مشكلة البحث واهميته واهدافه وتناول المبحث الثاني مفهوم ثقافة الاستهلاك في المجتمع العراقي ومن ثم تغير الانماط الاستهلاكية والاتجاه نحو سيادة الطابع الاستهلاكي، وتضمن المبحث الثالث خصائص ثقافة الاستهلاك وابعاده ومحددات ثقافة الاستهلاك والعوامل التي تؤدي اليها ثم الاثار السلبية للثقافة الاستهلاكية ومن ثم التي وصل اليها البحث والتوصيات المقترحة.

## المبحث الاول

### الاطار المنهجي للبحث

#### اولا : مشكلة البحث :

تنبع مشكلة البحث تنبع من التغييرات التي حدثت في بنية الثقافة الاستهلاكية ويرجع الى ارتباطها بعملية الانفتاح الاقتصادي، فقد تباعدت الفجوة بين الدخل والاسعار مما يعد تحديدا للأوضاع المعيشية للأسرة في المجتمع العراقي، وبلا شك ان شراهة الاستهلاك وحدته الحق بالاسر عديدا من الانماط الاستهلاكية الخاصة بالانفاق والاستهلاك التي باتت تشكل تحديدا للكيان الاسري وتماسكه، بل بدأت تؤثر بشكل مباشر على العادات المتوارثة والقيم والموروث الثقافي والتفاعلات المحلية التي تؤثر بصورة اساسية على المجتمع خصوصا الشباب ومن الجنسين كليهما بوصفهم متمردون

في اغلب الاحيان ويجاولون السعي والتبعية بالركب الغربي بكل ما يحمله من طيات سلبية لان النسبة الكبيرة منهم تسعى الى التقليد والتعرف على كل ما هو جديد لفهم الذات ومحاوله الاستقلال بالرأي والتصرف ومما يؤثر بشكل مباشر على تنظيم المجتمع وموروثه الاخلاقي والاجتماعي. من هنا يأتي التساؤل حول طبيعة الانماط الاستهلاكية التي تنتشر بين الافراد وخصوصا في مجتمع مدينة الموصل.

#### ثانيا : اهمية البحث :

يتبين من اهمية الموضوع هو ان الاستهلاك والعوامل الاجتماعية والثقافية في مجتمعنا بدأت تؤثر في شرائح المجتمع كلها بصورة سريعة، فعلى الرغم من ان الظاهرة الاستهلاكية ليست بجديدة على مجتمعنا لكن معطيات هذه الظاهرة اخذت ابعادا جديدة تكمن بمحدااتها خاصة في الفترة التي نعيشها، لان الثقافة الاستهلاكية تحتل اهمية خاصة ومرتفعة في عالمنا المعاصر، ويشكل نسق الثقافة اكثر الانساق محورية في بناء وتنظيم المجتمع واكثرها فاعلية في تنمية وتطور المجتمع من حيث تطبيقها بشكل لا يخالف القيم السائدة في المجتمع اذ تكون النتائج عكسية، لذا يعتقد الباحث ان اهمية دراسة هذا الموضوع تأتي للتعرف على مسارات الثقافة الاستهلاكية بشكلها الصحيح. وبجانبها النظري والتطبيقي الذي يبين لنا دور ثقافة الاستهلاك وانعكاساته الاجتماعية على المجتمع العراقي ومنه المجتمع الموصلية

#### ثالثا : اهداف البحث :

يهدف البحث الى ما يأتي :

1. التعرف على الثقافة الاستهلاكية
2. التعرف على تغير الانماط الاستهلاكية نحو سيادة الطابع الاستهلاكي.
3. بيان خصائص ثقافة الاستهلاك ومحدداتها.
4. البحث في عوامل انتشار ثقافة الاستهلاك المعول لدى افراد المجتمع.

#### رابعا : المفاهيم والمصطلحات :

##### الاستهلاك لغويا :

استهلك في كذا - جهد نفسه فيه، المال ونحوه : انفقه واهلكه ويقال استهلك ما عنده من طعام او متاع (معجم اللغة العربية، د-ت، ص ١٠٠٢).

##### الاستهلاك اقتصاديا :

يعرفه آدم سميث (Adam smith) بأنه الهدف النهائي لانواع الانتاج كلها، اذ تهدف العمليات الاقتصادية كلها، كالانتاج والتوزيع والتبادل في النهاية الى الاستهلاك (غيث، ١٩٩٨، ص ٩٠).

##### الاستهلاك اجتماعيا : يعرفه د. قيس النوري :

بأنه حصيلة عملية لأشباع الحاجات الانسانية بنوعيتها البيولوجي او الاساسي والمعنوي المقتبس، ومعروف ان حاجات الانسان البيولوجية كالحاجة للغذاء والكساء والماء والهواء التي ركز عليها الانسان جانبا من جهوده الفكرية

والجسمية لقرون عديدة هي حاجات محددة بالقياس للحاجات المعنوية او المقتبسة وهي تتبع من عوالم حضارية واجتماعية لا تتأصل في جسد الانسان كما في الحاجة للنظم العقيدية والطقوسية والقانونية والترفيهية (النوري، ١٩٧٩، ص ٤٠٠).

### التعريف الاجرائي :

بعد ان اعطيت صورة عن الاستهلاك بأنواعه الثلاثة نستطيع ان نستنتج تعريفا اجرائيا نحوه ان الاستهلاك عملية استخدام السلع والخدمات بشكل نهائي او جزئي لاشباع الحاجات البيولوجية والرغبات الاجتماعية بصورة مباشرة او غير مباشرة، وقد تختلف طريقة اشباع الحاجات من مجتمع لآخر للتطور الذي تشهده المجتمعات.

### تعريف الثقافة :

فيعرفها مارتين لي : بأنها ترابط الانشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية، تلك الممارسات التي يمكن تحديدها تماما بوساطة رأس المال او سيكولوجية الافراد (Raye, 1996, p.116)

### الثقافة لغةً:

من الفعل تُقِف وهي بمعنى اسرع في اخذ الشيء وادركه وثوقف بمعنى ادب ورعى وعلم، أي انه ظفر به. (معجم اللغة العربية، د-ت، ص ١٠٠٢).

### منهج الدراسة :

اعتمد الباحث على المنهج التحليلي وهو المنهج الذي لا يكتفي بوصف الظاهرة بل يلجأ الى شرحها وتحليلها ومعرفة العلل والاسباب، وغالبا ما تتضمن هذه المسوح متغيرين او اكثر للتأكد من صحة فروض موضوعة مسبقا ثم الخروج بنتائج تشكل الهدف الرئيسي. (ابراش، ٢٠٠٨، ص ١٥٤).

### المبحث الثاني

#### ١- مفهوم ثقافة الاستهلاك :

تعرف ثقافة الاستهلاك بوصفها مركبا ثقافيا يستخدم اساليب متنوعة علمية في انتاجها وتصميمها، وتحمل رموزا وافكارا او قيما كفيلة بتسويق النزعة الاستهلاكية وتدعيمها والبحث عن السلع المتداولة في الاسواق ويشير كثير من الكتاب والباحثين الى ان ارتفاع الاستهلاك يشمل المعاني والصور والرموز المصاحبة لعملية الاستهلاك المساوية (الحجازي، ٢٠٠١، ص ٢٢).

لذا نستطيع تعريف الاستهلاك بأنه استعمال المنتجات من دون انتاج الغاية منه وهو الاستهلاك وتعكس هذه العملية ثقافة الفرد او المجموعة التي ينتمي لها وتتضمن الثقافة الاستهلاكية الشكل والعلامات والاشارات والطقوس والممارسات (حبيل، ٢٠١٣، ص ٢١٣).

لذا فالثقافة الاستهلاكية يمكن تحديدها على انها السلوكيات الثقافية والاجتماعية التي هي عبارة عن الصور والرموز والاشياء المادية وغير المادية المصاحبة لعملية الاستهلاك المادية (عبد الله، ٢٠١٧، ص ١٠) التي قد تختلف من مجتمع لآخر حتى من جماعة لاخرى داخل المجتمع الواحد بحسب فهم هؤلاء الافراد لمعنى الثقافة.

## ٢- ثقافة الاستهلاك في المجتمع العراقي :

تعود ثقافة الاستهلاك بالدرجة الاولى الى ظهور المجتمعات الصناعية الحديثة والمجتمعات ما بعد الصناعة المعاصرة، التي حاولت تشويه القيم الثقافية الموروثة وتدميرها في المجتمعات القديمة وابدالها بثقافة استهلاك التي تقوم على تزييف وعي الجماهير وتفقدتهم القدرة على التفكير السليم، لذا تم ابدالها بمصطلح الثقافة الانسانية التي تصلح لكل زمان ومكان ولكل جيل ثقافته الخاصة به، او ثقافته الاستهلاكية التي تتخذ منطلقا لها (القاضي، ٢٠١١، ص ٨٣).

ويعتقد الباحث ان تأثير الايدلوجية المعولة التي بدأت تأسس على ثقافة استهلاك جديدة اخذت تؤثر وتتفاعل بشكل كبير من افراد المجتمع العراقي ولاسيما الشباب التي تؤكد على ان للكون ثقافة واحدة تحتوي على منظومة من الافكار والقيم تعكس ارادة الهيمنة على العالم ولاسيما في هذه الفترة التي نعيشها، لان الثقافة الاستهلاكية احتلت اهمية خاصة ومتزايدة في عالمنا المعاصر ولها دور واضح في تنمية المجتمع وتطوره كما يقال ولاسيما لدى الشباب العراقي الذي اصبح مولعا بكل ما هو جديد وغريب ومستحدث لذا تبنى ثقافة استهلاكية جديدة هددت العادات والتقاليد المتوارثة والقيم التقليدية والموروث الثقافي والتفاعلات حتى المحلية منها بصفة اساسية ولاسيما على الشباب بوصفهم مؤيدون التغيير السريع في اغلب الاحيان.

لقد ادى التوسع في الانتاج السلعي المسمى بالرأسمالي يطلق على السلع الانتاجية الذي قد ادى الى تراكم هائل في الثقافة المادية في صورة منتجات استهلاكية ومواقع للشراء والاستهلاك، مما ادى الى ظهور متزايد لظاهرة وقت الفراغ وتنوع الانشطة الاستهلاكية لتوحد السوق على المستوى الكوني اذ ظهر عصر الاحتكارات الرأسمالية من قبل الشركات العملاقة متعددة الجنسيات والتي تسعى كل منها للسيطرة على اسواق عالمية للتصريف ولتصدير ثقافة استهلاكية جديدة. وبدأت مرحلة جديدة الا وهي مرحلة التغيير الدائم والاختراع المتواصل، والتمركز الثقافي والاعلامي في الشركات الاحتكارية العالمية ذات القدرة الهائلة على انتاج السلع الثقافية الاستهلاكية الجديدة وتسويقها فلم يبقى بمقدور اي بشر سواء كان صغيرا او كبيرا ان يبقى بعيدا عن مؤثرات الثقافة الاستهلاكية العالمية التي تقوم ببثها شبكات بالغة التطور والحداثة من اجهزة اعلام واجهزة اتصالات وتكنولوجيا، لذا تعتمد هذه الثقافة الاستهلاكية على تجاوب المستهلكين من افراد وجماعات ومجتمعات الذي اخذ التسويق الاعلاني يؤثر بها ويلفت النظر لها واصبح هنالك سلوك استهلاكي اخذ في الانحراط لهذه الاسواق الحديثة (القاضي، ٢٠١١، ص ٨٥) ولربما اثقلت كاهل البعض منا بعد ان كانت اسواقنا تعج بالبضائع المحلية التي تنتجها مصانعنا ومعاملنا حتى الورش الصغيرة ضمن موروث ثقافي لا يخرج عن عادات وتقاليد ورثها مجتمعنا وحتى كان تغييرها لربما بطيئا وليس بهذه السرعة غير المدروسة في بعض الاحيان مما خلق فجوة كبيرة بين ما هو مادي ومعنوي في مجتمعنا.

مع كل هذا فلو نظرنا مجرد اشارة او ملاحظة لجملة التغيرات التي يمر بها مجتمعنا العراقي لتبين لنا بوضوح مجموعة التحولات التي اصابته عملية الاستهلاك في المجتمع بثورة المعلومات التكنولوجية الحديثة التي بدأنا نستقبلها التي فرضت علينا انماطاً جديدة استهلاكية لم تكن موجودة مسبقاً، ويعتقد الباحث ان هذا الامر مهم وجدير بدراسته بسبب التحولات المتسارعة والتي اصابته البعض منا من دون ان يدري بها.

### ٣- تغير انماط الاستهلاك والاتجاه نحو سيادة الطابع الاستهلاكي :

يستخدم التغير للتعبير عن ظاهرة التحول وهو مفهوم لا يوحي بأحكام تقويمية يرتبط بما هو افضل او ما هو سيء، ولكن يقرر الواقع كما هو فعلاً في المجتمع (الجولاني، ٢٠٠٤، ص ١٣)

لقد اخذت التغييرات التي تحدث في المجتمع سواء كانت مادية ام معنوية كالتغيرات التي تحصل في وسائل التكنولوجيا الحديثة، وحتى في الملابس او المأكول ومن ثم التغير في العادات والتقاليد والقيم، حيزاً كبيراً لدى المفكرين والاجتماعيين وان اختلف الرأي الا ان التغير يمثل كل انواع التطور التي بدأت تحدث تأثيراً في النظام الاجتماعي مما يؤثر بدوره في بناء المجتمع ووظائفه الذي اخذ ينعكس على بنية الانسان نفسه (بنلات، ٢٠١١، ص ٥٢).

احدث التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا والاتصالات ثورة حقيقية في تغير نظام المجتمع كما ذكرنا آنفاً لظهور وسائل اتصال جديدة واخذت حيزاً كبيراً كونها تحمل مميزات اخرى منها قضاء وقت الفراغ لدى اغلب ابناء المجتمع والذي تحول بحده ذاته قيمة لديهم لذا اصبح التمايز الاستهلاكي يسعى الى مزيد من تدعيم ثقافة الاستهلاك ونشرها اصبح هنالك رؤى لدى المجتمع العراقي بدعم كل ما هو مستورد في كل شيء ووجد انفتاح لدى المجتمع متأثراً بتأثره بالثقافة الغربية، لذا ظهرت انماط استهلاكية جديدة ضاعفت القدرة على الاستيراد واقتناء السلع الاستهلاكية الاجنبية بشكل واسع جداً حتى وان كانت لا تمت بصلة الى موروثنا الثقافي كالملابس الرثة او التي تحمل شعارات او صور غريبة عن المجتمع.

### انماط الاستهلاك :

#### ١- الاستهلاك المباشر (العادي) والاستهلاك غير المباشر (غير العادي) :

يرتبط نمط الاستهلاك المباشر بالحاجات الانسانية التي تتخذ شكلاً مستمراً ومنظماً كالانفاق على المسكن والاثاث والطعام والملبس والتعليم والعلاج والسلع المعمرة (الضرورية)، وهذا يسمى استهلاكاً مادياً ويمضي الاستهلاك غير المباشر المتمثل بالانفاق في مناسبات معينة سواء كانت تخص احد افراد الاسرة من الاحتفال باعياد الميلاد او النجاح في الدراسة او الزواج او المناسبات الدينية من اجل لسد حاجات اجتماعية وثقافية فهو ايضا يسمى بالاستهلاك المعنوي (الوحيد، ١٩٨٨، ص ٣٠٣).

٢- الاستهلاك النهائي :

وهو مجموع ما ينفقه المجتمع على السلع الاستهلاكية سواء كان هذا الاستهلاك من افراد المجتمع ويسمى بالخاص او من الدولة ويسمى بالعام (الوحيد، ١٩٨٨، ص ٣٠٥).

٣- الاستهلاك الجمعي والاستهلاك الفردي :

اصبحت هنالك حاجة الى بعض الخدمات من التعليم وتوفير وسائل النقل الجماعي وهذا الاستهلاك يختلف عن استهلاك نمط السلع الشخصية لان يستهلك جماعيا، ومن ابرز سماته ان الدولة لها دور فيه، اما الاستهلاك الفردي فهو استخدام وسائل استهلاك فردية من السلع من الطعام والملبس فهو نمط استهلاكي للسلع الشخصية.

٤- الاستهلاك المظهري :

وهو المبالغة في الاستهلاك لتأكيد على الجوانب المالية والذوقية والمواد التجارية التي يقينها الفرد لغرض اعجاب الاخرين بما لدعم المكانة الاجتماعية (المكاوي، ٢٠٠١، ص ٣٠٥)، لذا فان الاسراف المظهري بأشكاله المختلفة هو في واقع الامر ممارسة ذاتية فيها الكثير من مشاعر الزهو والخيال، اذ يتخذ الاستهلاك المظهري شكلا يجري فيه التركيز على النواحي الكمية ونلمس هذا النمط في تسابق الاسر في مجال خزن الاغذية والتفنن في صناعتها وحفظها فضلا عن كل ما في المنزل من اثاث وادوات وقطع فنية وجمالية والاستعانة بما لبلوغ الموقع المظهري اللائق في المدينة (النوري، ١٩٧٩، ص ٤٠٢).

المبحث الثالث

١- خصائص ثقافة الاستهلاك وابعادها :

ان من اهم خصائص ثقافة الاستهلاك انها تعد ضاغطة بسياق معين وهو الضغط الاجتماعي وبناء نواة جديدة تأسس الى تقليد انتشارها وايهام المتطلعين لتحقيق حراك اجتماعي، بان الثقافة الاستهلاكية تتحرك بشكل مدروس نحو عالم المتميزين اجتماعيا ويسعى هذا النمط من الثقافة لتوسيع سوق السلع الرأسمالية واعداد جمهور يكون مستورداً لاستهلاكها وفي الوقت نفسه نشر الثقافة الغربية في اسواق دول العالم الثالث (النامي) (محمود، ٢٠٠٣، ص ٨٢) وقد تبني هذه الثقافة الاستهلاكية على الانتاج المستمر للرموز ونشر الوان جديدة من الاعلانات لترويج اغلب السلع حيث ترتبط هذه الرموز ب موسيقى او صور او علامات تخص السلع المروجة لتحقيق اكبر قدر ممكن من المبيعات والارباح. فبعد ان كان الفرد يستهلك ما هو منتج محلي، اصبح يتطلع الى اقتناء ما هو مستورد، فضلا عن ان النمط الاستهلاكي يرضى شرائح شبابية يكون وضعها المادي جيداً يمكنها ان تقدم نحو الاستهلاك بما يرضيها وبالمقابل هنالك شرائح شبابية اخرى وضعها المادي ضعيف ومن ثم يزيد من معاناتها مع انتشار ثقافة الاستهلاك بشكل كبير وواسع لذا سوف تحدث الفجوة الثقافية العميقة للصراع ما بين الموضة المنتشرة سريعا وما بين الدخل المحدود للفرد في المجتمع الواحد مما سيؤدي الى نتائج سلبية سنتحدث عنها انفا نستطيع مما تقدم ان نحدد خصائص الثقافة الاستهلاكية وهي على وفق ما يأتي :



- أ. تعمل على تقديم نوع من التميز والتفوق السلعي للمستهلك فيصبح الهدف هو ترويج السلعة والسعي في البحث لمن يقتنيها بالاساليب شتى.  
ب. تعمل على تسكين وابقاء المستهلك في دائرة الاستهلاك.  
ج. هنالك زعامات وايادي تملك وسائل التأثير والترويج للسلع والبضائع ونقل الثقافات الاستهلاكية.  
د. تخدم حضارة السوق والقوى الرأسمالية العملاقة.  
هـ. تستخدم المعاني والرموز والصور لتدعيم تلك الثقافة ونشرها بوسائل كثيرة.  
و. تخلق تطلعات ونزعات للمستهلك وتعمل من اجل اشباع المستهلك للحاجات.  
كما ويرى (البديع) ان ثمة خصائص اخرى مميزة للاستهلاك هي التي شكلت ثقافة الاستهلاك العالمية وتتحقق فيما يأتي (البديع، ٢٠٠١، ص ٢٣٦).

١. اتاحة عدد كبير ومتزايد بشكل مستمر من الانواع المختلفة للسلع الاستهلاكية.
٢. الامكانيات المتزايدة للأشكال المختلفة للسوق (نظام البريد الالكتروني).
٣. التوسع في عملية التسوق بوصفها مطلباً لقضاء وقت الفراغ.
٤. الميل المتزايد للتبادل الانساني والاجتماعي في التسوق.
٥. ظهور تنظيمات خاصة بالمستهلكين.

استطاعت هذه العوامل كلها ان تروج للبضائع والحاجيات بكل انواعها مما حدا بها ان يكون لها عالم خاص ثقافي استهلاكي جديد لم يكن موجوداً في الازمنة الماضية اذ بدأ هذا العالم الخاص يتطور في كل يوم من خلال ترويج التجارة العالمية التي يتربعها اصحاب رؤوس الاموال الكبيرة من الدول الرأسمالية والغربية لتجد لها اسواقاً خصبة صالحة لترويج سلعهم وبضائعهم وبطريقة حديثة مما جعل من هذا الفرد ان يقسو على حياته ليصل الى مبتغاه وليواكب السير مع الاخرين حتى وان كان دخله محدوداً.

## ٢- محددات الاستهلاك :

وهي العوامل التي تؤثر في حجم الاستهلاك واتجاهه، لذا فان كثيراً من هذه العوامل هي عوامل متداخلة ويمكن تقسيمها الى مما يأتي :

### أ- العوامل الاقتصادية :

بما ان المجتمع العراقي يعيش مرحلة تحولات اقتصادية واجتماعية فان هذه المرحلة بطبيعتها هي مرحلة غير مستقرة وغير ثابتة، فقد ظهرت الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الغربي وانتقلت الى بلدان العالم الاخرى للتغيرات التي طرأت على العمليات الانتاجية والتوزيعية والاتصالية ولقد اصبح المثال في ظل أيديولوجيا الاستهلاك اكثر تأثراً بالآخرين وبمتغيرات السوق واصبحت الجماعات الاستهلاكية تسعى في الاستهلاك الى وضعها الاجتماعي ومكانتها في المجتمع، لقد اكد العالم الامريكي (فيلن) هذا النموذج عندما تحدث عن الاستهلاك المظهري وتأثيره على المكانة الاجتماعية التي يسعى الافراد الى الظهور والبروز بين طبقات المجتمع الواحد.

### ب- العوامل الاجتماعية :

اذ ان هناك عوامل اجتماعية مختلفة يتأثر بها الفرد في سلوكه الاستهلاكي منها ما يأتي :

١. الجماعات المرجعية : هي الجماعات التي تمتلك تأثيراً مباشراً او غير مباشر على اتجاهات الافراد وسلوكهم.
٢. تمثل الاسرة فيها مجموعة التأثير الاقرب للفرد والاكثر ديمومة بالنسبة لكثير من المشتريات ويكتسب الافراد عادة القيم والعادات والتقاليد واساليب الاستهلاك ويدخل من ضمنها اثر التقليد والمحاكاة التي تتضمن العوامل الاجتماعية بتطورها الديني والثقافي (بنلات، ٢٠١١، ص ٦٠) ونلاحظ ان نصيب الفرد في الاسرة الواحدة قد يقل نصيبه من الاستهلاك كلما زاد عدد افراد الاسرة ويدخل محدود في التركيب المهني والعمرى حتى توزيع السكان ما بين الريف والحضر يعد عاملاً يؤدي دوراً واضحاً في عملية الاستهلاك.

### ت- العوامل الثقافية :

تعد العوامل الثقافية ذات اثر واسع وعميق على سلوك المستهلك، ويتأثر ذلك بثقافة المشتري الفرعية والطبقة الاجتماعية التي ينتمي لها ومن ثم يؤدي دوراً مهماً ومؤثراً في سلوكه الاستهلاكي كما يتضح في الثقافة العامة والتي تعد عاملاً حاسماً واسباباً في اقرار الفرد لحاجاته ورغباته، لانها بالتأكيد تتبع مجموعة من القيم والمعتقدات التي يكتسبها الفرد من أسرته اذ تعبر عن المعاني والقيم والعادات والتقاليد التي اكتسبها من محيطه الاجتماعي الذي يعيش فيه، فضلاً عن ذلك ثقافته الفرعية التي تشتق من ثقافة اعم واشمل وهي التي بدورها تنفرع الى ثقافات اصغر، وهي ايضا تقوم على اساس القوميات والاديان والمجاميع العرقية والتقسيمات الجغرافية.

### ث- العوامل النفسية :

نحن نعلم ان النزعة الاستهلاكية قد تفاقمت ولم تأخذ دورها وتدرجها بالتطور بالشكل الصحيح من دون ان يواكبها تطور اقتصادي في ظل التهاوت على السلع الكمالية غير الضرورية فقد يزداد الانفاق المخصص لاغراض الاستهلاك الضروري ويقل تبعاً للحاجة اليه ، مما يعكس بشكل واضح ولاسيما على بعض السلع كالسكائر ومستحضرات التجميل وغيرها، ونلاحظ ان نمط الاستهلاك يختلف من مجتمع لآخر بحسب العادات والتقاليد التي يحملها الفرد نفسه، ويبدو ان دور التقليد ودوافعه واضحاً في نمط الاستهلاك السائد لتعزيز المكانة الاجتماعية حتى في الصفات النفسية الداخلية فهي تختلف من فرد لآخر لانها تعكس تصرفاته وسلوكه بسبب للمنبهات الداخلية والخارجية التي يتعرض لها بشكل منتظم (عبيدات، ٢٠١٢، ص ٥٩).

### ٣- العوامل التي تؤدي الى انتشار ثقافة الاستهلاك :

حدد اغلب الكتاب والباحثين مجموعة عوامل تساعد على تشكيل ظاهرة الاستهلاك ونشر ثقافته الى عوامل عديدة متداخلة منها (حجازي، ٢٠٠١، ص ١١٩) :

### أ- الرأسمالية وظاهرة الاستهلاك المتنامي :

لقد اعدت الدول الرأسمالية اعدت الخطط والاستراتيجيات لايجاد الاسواق والتوسع فيها والعمل على ذلك بوسائل سمعية وبصرية وآليات لنشر الثقافة الاستهلاكية ، وقد اسهم التحول نحو اقتصاد السوق وخاصة في ظل سياسات تحرير الاقتصاد والعمولة في خلق جو جديد لثقافة الاستهلاك التي تقوم على اثاره العواطف وتحريكها لاقتناء السلع

المستوردة في الاسواق ومن المؤكد انه كلما زاد الاستهلاك زادت القدرات الانتاجية وتعاضم الفائض الاقتصادي لصالح الصفوة الاقتصادية ومن ثم دعم قراراتها السياسية.

### ب- المال النفطي وقيم الاستهلاك :

لقد ادى المال النفطي دورا بالغ الاهمية في زيادة الشراء الاستهلاكي ولاسيما في الدول العربية المنتجة للنفط وتلك التي حصلت على تدفق مالي ضخم من دون ان يكون لها قاعدة انتاجية لذا تشكلت لدى ابناء الدول قيما استهلاكية عالية لم يكن لها تخطيط مسبق.

### ت- التحولات البنائية والاستهلاك الترفي :

شهدت بلدان العالم الثالث تطورا وتحولا كبيرا في العصر الراهن وادى الانتاج الفكري والثقافة المتسارعة الى انتشار ظاهرة الاستهلاك وظهور مظاهر ثقافية ترتبط بالسلع الاستهلاكية ولم تستطع تلك البلدان مجاراة المنافسة المفروضة في ظل الانفتاح والعملة مما جعلها تستسلم لقوة التيارات الثقافية الاستهلاكية القادمة وبسرعة لتشكيل عقول فكرية وصياغة جديدة لعالم ثقافي اخر الا وهو الثقافة الاستهلاكية التي ساعدت في انتشارها في الوقت الحاضر اخلاقيات الاقتراض والاقتراض. فما دامت البنوك تقرض والكفلاء يكفلون فلا توجد مشكلة وهكذا يقترض كثير من الناس ويزداد الاستهلاك، وبناء على كل ذلك فلقد اصبح المجتمع استهلاكياً تعلم الاستهلاك واتسم بالترويض الاجتماعي على الاستهلاك اي انه زي جديد وثقافة حديثة وخاصة للتنشئة الاجتماعية والتي بدأ التسليف يؤدي دورا واضحا فيها حيث كان غير مؤثرا الا في جزئيات بسيطة، ولكن اصبح له اليوم دور وتأثير مباشر في موازنات الانفاق سواء على حساب الفرد او الدولة لأن التسليف الذي يعرض على شكل منحة اصبح من السهل الحصول عليه لذلك تشكلت لدينا العقلية الرخائية والمتحررة من محظورات التوفير مما مهد بحد ذاته لنظام اجتماعي اقتصادي مبرمج على حساب التوفير بحساب الاقتصاد العام للدولة، علما ان اغلب الدول تقوم بالتسليف لإقامة مشاريع تنموية تخدم ذلك البلد الا اننا في بلدنا العراق فقد بدأت المصارف الحكومية بإقراض الافراد شريطة ان يكون موظف او يكفله موظف كما ذكرنا ولا يهم اين هو المشروع بقدر ما تحاول البنوك بالاستفادة من الفوائد والعوائد المالية التي تزيد من دخل المصارف (حجازي، ٢٠٠١، ص١٢١).

### المبحث الرابع

#### ١- العولمة وتأثيرها في نشر ثقافة الاستهلاك :

تشير العولمة الى ظهور واقع جديد يتميز بتحولات ثقافية واقتصادية ولم تنزل تأثيراته واقعة على المجتمع والافراد، وبات التأثير المباشر للعولمة على الاسرة واضحا لان احدث نقلة نوعية في مجال الاستهلاك لان الثقافة الجديدة للاستهلاك بدأت تؤثر في استجابة الافراد لها فأصبح السلوك سلوكا استهلاكيا واضحا، فضلا عن ذلك دور الاعلام وفنونه في الثورة

المعلوماتية التي استطاعت ان تفتح ابواب الدور وتدخلها من دون استئذان مما غير في انماط القيم والسلوك حتى داخل الاسرة الواحدة.

لقد مهد تعدد اليات الجذب التي بدأ يتعرض لها الانسان على الصعيد المختلف المتلاحق في كل الازمنة والاوقات الى ما يسمى باغتراب الافراد لعدم التكافؤ بين ثورة التطلعات والمفاهيم والقيم التي ترددها وسائل الاتصال العالمية التي استطاعت ان تخلق فجوة بين الافراد والفرص المتاحة لهم لإنجاز اهدافهم في الحياة وبالتالي وقع المجتمع تحت وطأة الصراع القيمي والثقافي، لذا نستطيع ان نقول ان قضية العولمة والثقافة الاستهلاكية تعد مهمة في العلوم الاجتماعية، لان الدول الرأسمالية الكبيرة في الشركات العملاقة للإنتاج في مختلف السلع والبضائع فرضت سلطتها بأساليب عديدة منها الاغرار والضغط وحفظ الافكار واخيرا بث ثقافة استهلاكية موجهة نحوها حتى استطاعت ان تتحكم في موارد وتجارة الدول الواقعة تحت طائلة الشراء والاستهلاك لذا تحولت بمعانيها كلها وازدادت الهيمنة على العالم وانتشرت الثقافة الاستهلاكية بسرعة فائقة ضاربة القيم والعادات كلها عرض الحائط لقاء الربح السريع لهذه الدول الكبرى، لذا تجسد دور العولمة في انتشار ثقافة الاستهلاك في الاقوام (غيلو، وامين ٢٠٠٢، ص ٤٤):

- في ظل عولمة اليوم وتحدياتها الثقافية ازدادت النزعة الاستهلاكية بصورة واضحة لاقتناء كل ما هو جديد وقد تحول الاستهلاك الى حالة سلبية تؤثر في حياة الافراد والشعوب.
- تحول الاستهلاك من عملية ترتبط بالانتاج الى حالة تشبه الازدهان اذ اصبحت تعبر عن ثقافة مفروضة على الافراد بدلا من ثقافة اختيارية تخضع لمعايير عقلانية من اجل المصلحة العامة لصالح المجتمع.
- تحول الاستهلاك الى هدف في حد ذاته لانه اصبحت يعبر عن رمز لمكانة الشخص فاعتقد هذا الفرد يعتقد انه كلما زاد الاستهلاك لديه زادت مكانته بين اعضاء جماعته لذا زاد الطموح الاستهلاكي الذي ارتبط بالتفاخر.
- اصبحت صناعة ثقافة الاستهلاك هي الاطار الحاكم لاختراق الشعوب ومن الطبيعي ان تصبح الحياة للأقوام الذي يستطيع ان يتحكم ويضع تلك الثقافة ويروج لها.

## ٢- الآثار السلبية للثقافة الاستهلاكية :

### أ- اشياء الانسان (حاجاته) :

لقد ارتبطت اشياء الانسان بالواقع الاقتصادي الرأسمالي بما يتضمنه ويحتويه من اقتصاد السوق وتحويل العلاقات الاجتماعية الفعلية بين الناس الى علاقات اليه بين اشياء كثيرة ولذا اصبحت حركة السلع في الاسواق هي التي تحكم حياة الناس وليس العكس، بل اصبحت الانسان ذاته محكوم بالاشياء نفسها وليس بالعلاقات الاجتماعية بينه وبين الاخرين من التي اعتاش عليها بحقبة من الزمن قد عاشها ولذلك استطاعت الاشياء والسلع ان تسلب الانسان نفسه حرته وطاقته وتفكيره اذ اصبحت هو الوحيد هو الشراء واقتناء الاشياء بأي ثمن كان فأصبحت القوى الخارجية تتحكم بقدره وحياته في ظل تحويل كل شيء الى سلعة متداولة في السوق منها حرته (حجازي، ٢٠٠١، ص ١٢٣).

ب- شيوع ثقافة الاستهلاك داخل الاسرة :

تعد ثقافة الاستهلاك من العوامل المؤثرة في الشباب، وبما ان لهذه الثقافة تأثيرات سلبية في ضوء اطار المجتمع النامي، لانها بدأت تؤدي دورها في استهلاك منجزات التقدم دون من دون استيعاب وتطوير مما أدى ذلك الى تراضي الجهد الانتاجي بل حتى فقدانه من هذه الفترة وهذا بالتأكيد قد دفع المجتمع الى الاستدانة وتكريس التبعية الاستهلاكية اثار بحد ذاته حرمان الجماهير عامة ولاسيما الشباب خاصة لأن الثقافة الاستهلاكية اصبحت هي السائدة داخل الاسرة وبدأت تؤدي دورها المنشود الذي سعت من اجله الرأسمالية الغربية بقواها كلها لتكون هي الاوحد على ارض الوجود ولتبقى هذه الاسر رهينة هذه القوى الخارجية.

ت- سيادة النظرة المادية للأشياء :

لقد اصبح كل شيء متغيرا في ظل المعطيات الجديدة لآلية الاستهلاك اذ ظهر لدينا كثيراً من القيم الغربية والتي أثرت في مجتمعنا بصورة واضحة لأن الجانب المادي اخذ دوره بشكل كبير واصبح العائد المادي هو المعيار في تقييم الاشياء بما في ذلك حتى الانسان نفسه مما يعني ان الانسان وكيانه قد تحول برمته الى شيء او اشياء او سلعة متداول الرأي بشأنها مما جعل انتشار الربح السريع يطفو على ارض الواقع دون معيار لاخلاق السوق والبيع والشراء لان التغيرات اصبحت واضحة والتنافس بين الكبار اصبح على اشده وبدأ الكل يبحث عن اسواق خصبة ليصدر اليها ثقافته حتى وان تعارضت مع قيم ذلك المجتمع هذا لا يهيم ولذا اخذ مجتمعنا يستجيب للتوجهات الغربية الحديثة وهذا ادى بحد ذاته ادى الى تغلغل عناصر الثقافة الاستهلاكية بل انصهارها في مجتمعنا شئنا ام ابينا لان التيار اصبح قويا وبدأ يطرق الابواب كلها ويدخل من منافذ عديدة.

ث- خلق انسان استهلاكي :

لقد اصبح الاستهلاك الغربي المثال الذي يحتذى به في الافراد وتأثرهم بهذه الثقافة فأصبحوا يتحمسون في الطابع الاستهلاكي لكل شيء ينتج من طعام وشراب وملبس وازياء وترفيه وموضة واصبحوا حتى يقلدون الالفاظ من دون معرفة معناها مما دفع بهم الى عدم الشعور بالانتماء الى الاطار الثقافي والاجتماعي الذي كانوا ينتمون اليه وقد شجع ذلك مجموعة من العوامل منها التكنولوجيا الحديثة ووسائل الاتصال السريعة باليات مختلفة استطاعت وبسرعة ان تنشر الطابع الاستهلاكي فأصبحت الصورة متكاملة لدى مجتمعنا (حجازي، ٢٠٠١، ص ١٢٥).

لذا استطاع النموذج الغربي ان يفرض نفسه بالثورة المعلوماتية وقد روج كثيرا لخلق انسان استهلاكي للتمهيد الى طمس الثقافات والغائها واستبدالها بما تروج له الحضارة الغربية واستطاعت هذه الحضارة الى تحول الافراد من اناس يحملون ثقافة ورثوها لعقود من الزمن الى افراد مستهلكين يحملون معالم جديدة وثقافة غربية فرضتها عليهم الدول الغربية، مما له تأثير مباشر كنتيجة سلبية على الاقتصاد الوطني في تبيد الاموال وضياعها وموت للمنتج الوطني والمحلي وهذا سبب بحد ذاته ازمة اقتصادية وانحيار للاقتصاد الوطني.

لقد تأثر المجتمع الموصلية بهذه الثقافة الجديدة التي فرضت عليه واصبح يقلدها ويعمل بها وهو سعيد بذلك كونه حقق طموحا داخل طيات نفسه بثقافة غربية جديدة من خلال ما نقل له عبر البيات ووسائل اعلام وتقنيات حديثة، لذلك نرى ان الفرد الموصلية اخذ يقلد الملبس والمأكل والمشرب وحتى التسمية فهو اخذ يسمي اولاده باسماء غربية لم نسمع بها من قبل وعندما تبدأ تحاوره يقول انها الثقافة الجديدة التي دعنتنا الى ذلك ويجب علينا ان نغير ولا نبقي اسرى تلك الثقافة الموروثة عن الاباء والاجداد، وقد يرى الباحث ان مجتمع مدينة الموصل اسرع في التغيير المادي دون التغيير المعنوي ولهذا خلقت فجوة واضحة بين الاثنين لعدم تزامنها مع بعضها.

### نتائج البحث

ان لهذا البحث نتائج واضحة تثبت في الرؤى الواضحة للثقافة الاستهلاكية وما تحمله من معطيات كثيرة منها ما

يأتي :

1. كشفت الدراسة وجود اسباب تؤدي الى الانفاق الاستهلاكي منها زيادة دخول الافراد مما كان سببا واضحا لصفة التفاخر والتباهي للاستهلاك المظهري امام الاقارب والاصدقاء مما زاد الثقة التامة لهؤلاء الاشخاص عند شرائهم السلعة باهضة الثمن.
2. وضحت الدراسة ان التغيير في الثقافة الاستهلاكية جاء لربما سريعا في ظل الانفتاح الاقتصادي على المجتمع العراقي لغياب الرقابة الحكومية بشكل مباشر مما حدا بسهولة دخول السلع بانواعها واشكالها كلها فأصبحت السلع المستوردة تروج بشكل كبير في مدن العراق.
3. من المؤكد ان الثقافة الاستهلاكية تزداد بازدياد دخول الافراد لان التطور السريع للسلع المستخدمة من الافراد روج في هذا الامر وجعل الفرد يسعى بكل طريقة لاقتناء هذه الاجهزة الحديثة والتي لربما لا تتوافق مع ثقافته مما خلق فجوة واضحة بين ما يحمله من افكار وما موجود على ارض الواقع.
4. للشبكة العنكبوتية (الانترنت) تأثيرا واضحا في نقل الثقافة الاستهلاكية وبشكل سريع لان هذه الشبكة استطاعت ان تدخل دور المواطنين كلهم لذا بدأ الفرد يتسوق وهو جالس في داره من السلع والمنتجات المعروضة امامه.
5. لقد اصبح دور الاعلانات والاعلام الموجه واضحا، اذ قدمت الإعلانات التجارية حوافز كثيرة للأفراد عن شراء سلع معينة فقامت بتقديم خدمات لهؤلاء الافراد مما شجعهم على الشراء.
6. بينت الدراسة ان كثيراً من الشباب قد تأثروا بالثقافة الغربية بشكل غير مباشر اذ اصبح لديهم التقليد للملبس والمشرب الذي يتحلى به الانسان الغربي مباحا لديهم على الرغم من اختلاف الموروث الذي يحمله الانسان العربي ولاسيما العراقي.
7. كذلك كشفت هذه الدراسة قدرة الدول الرأسمالية بنقل ثقافتها الغربية بالوسائل كلها وذلك لترويج البضائع لوجود اسواق خصبة للتصريف ومنها الحصول على الاموال المتراكمة.
8. من المؤكد ان هذه الدراسة اظهرت تأثر الاقتصاد العراقي ومؤسساته الاقتصادية وشركاته اذ ضعف الانتاج العراقي لكل البضائع ولم يبق سوى النفط المصدر مما خلق ازمات اقتصادية في البلد تبدو واضحة جدا.

### المقترحات والتوصيات

- في ضوء ما تقدم من نتائج للبحث فان الباحث يقدم التوصيات الاتية :
1. العمل على زيادة الوعي الاقتصادي، بالتوضيح للأفراد عن كيفية تصرفهم بالأموال والابتعاد عن الاستهلاك المظهري لانه يقدم سلبيات للمجتمع ولا يعود له بالخير.
  2. لا بد من وجود دور لرجال الدين في هذا المجال بالتوعية الدينية لتهديب النفوس والحد من الشراء غير المسوغ في بعض الحالات.
  3. ضرورة توجيه الاسرة من برنامج التوعية بالمحافل كلها لترشيد الاستهلاك وتعويد الابناء على الاقتصاد المدروس والتصرف بالأموال بطريقة صحيحة.
  4. تأكيد دور الاعلام الوطني بالتوعية للتعريف بالثقافة الغربية الاستهلاكية التي تسعى للسيطرة على اسواقنا المحلية واختيار انتاجنا الوطني.
  5. ضرورة تنبيه افراد المجتمع بالثقافة الاستهلاكية التي قد لا تمت بصلة الى واقعا العربي وثقافتنا الموروثة التي يجب ان تتوافق مع عاداتنا وتقاليدينا ولا تخرج عن اطار المألوف، ولهذا الدور يقع على عاتق البيت من خلال الاسرة وكذلك المدرسة والجامعة.
  6. من الضروري قراءة السياسة الاقتصادية للدولة والعودة لدعم المنتج الوطني والمحلي وتشجيع القطاع الخاص ودعمه بالوسائل عامة مادياً ومعنوياً ليعود العراق بلداً منتجاً ينافس كثير من دول العالم لان العراق لديه الطاقات البشرية والانتاجية التي تستطيع ان تعود به من جديد لمنافسة الدول الاخرى على كافة الاصعدة ولاسيما الاقتصادية، وهذا الامر يقع على عاتق الحكومة لتساعد القطاع الخاص كي يعود من جديد باخذ دوره في السياسة الاقتصادية.

### المصادر والمراجع

1. المكاوي، علي محمد (٢٠٠١)، التدايعات البيئية لأنماط الاستهلاك والتنمية، جامعة القاهرة، مصر.
2. البديع، محمد عبد (٢٠٠١)، استهلاك المستهلك، من وكالة البلح الى سوق الجمعية، اقتراب نظري للمجتمع الاستهلاكي، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة القاهرة، كلية الآداب.
3. القاضي، سماح حسين (٢٠١١)، تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
4. الجولاني، فادية (٢٠٠٤)، التغير الاجتماعي، المكتبة الحصرية، القاهرة، مصر.
5. النوري، قيس (١٩٧٩)، ملامح الواقع الذهني في مجتمعنا، مجلة كلية الآداب، العدد الخامس والعشرون.
6. الوحيد، مهدي علي (١٩٨٨)، مقدمة في التنمية والتخطيط، مطبعة التعليم العالي، بغداد، العراق.
7. بنلات، روجر روز (٢٠١١)، ثقافة الاستهلاك والحضارة والسعي وراء السعادة، ترجمة ليلي عبد الرزاق، الهيئة المصرية للكتاب.
8. حجازي، احمد مجدي (٢٠٠١)، ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية، مركز البحوث والدراسات في مصر، جامعة القاهرة.
9. حبيب، محمد عمر (٢٠١٣)، المظاهر الاجتماعية والثقافة المحددة لنمو الاستهلاك في المجتمع الليبي، المجلة الجامعية، جامعة طرابلس، المجلد (٢)، العدد (١٥).
10. عبيدات، محمد (٢٠١٢)، سلوك المستهلك، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

## مجلة دراسات موصلية

مجلة دورية علمية محكمة، تعنى ببحوث الموصل الاكاديمية في العلوم الانسانية

ISSN. 1815-8854

١١. عبد الله، مُجّد كفاح (٢٠١٧)، ايدلوجية العولمة وثقافة الاستهلاك، دراسة ميدانية على نخبة من فئة الشباب العراقي، جامعة الانبار.
  ١٢. غيث، مُجّد عاطف (١٩٨٩)، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، الاسكندرية.
  ١٣. غليو، برهان وسمير امين (٢٠٠٢)، ثقافة العولمة وعمولة الثقافة، دار الفكر المعاصر، بيروت، لبنان.
  ١٤. محمود، محمود (٢٠٠٣)، التكنولوجيا والعولمة والتنمية الاجتماعية، المنارة للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
  ١٥. معجم اللغة العربية (ب-ت)، المعجم الوسيط قام بإخراجه ابراهيم مصطفى و احمد حسن الزيات، المكتبة العلمية، لبنان، بيروت.
- Raye Michaela others , A. Dictionary of cultural and critical theory, Blackwell ,  
Reference , U.S.A , 1996 , P.P116.