



حوليات آداب عين شمس المجلد ٤٦ (عدد يوليو - سبتمبر ٢٠١٨)

<http://www.aafu.journals.ekb.eg>

(دورية علمية محكمة)



رأس المال الثقافي وعلاقته بتفضيلات الاستهلاك دراسة ميدانية في ضوء آراء بيير بورديو

حسن أحمد حسن ابوزيد *

مدرس بكلية الآداب جامعة بني سويف

استاذ مساعد بعمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد جامعة الملك فيصل بالمملكة العربية السعودية

المستخلص

يتمثل موضوع الدراسة الحالية في دراسة العلاقة بين رأس المال الثقافي وتفضيلات الاستهلاك في ضوء آراء بيير بورديوس. وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم رأس المال الثقافي، والكشف عن العلاقة بين رأس المال الثقافي وتفضيلات الاستهلاك، واستهدفت الدراسة أيضا الإجابة عن بعض التساؤلات المشتقة من آراء بيير بورديو حول تفسير الاستهلاك. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة. استخدمت الدراسة مقابلة مكثفة كأداة لجمع البيانات من المبحوثين. وأظهرت النتائج أن آراء بيير بورديو ليست ملائمة لتفسير العلاقة بين رأس المال الثقافي وتفضيلات الاستهلاك في المجتمع المصري، وكان للنوع تأثيراً على تفضيلات الاستهلاك الثقافي، كما أظهرت النتائج أن هناك عوامل أخرى تؤثر على تفضيلات الاستهلاك مثل الدخل، والقيم، والتقاليد، وثقافة المجتمع المصري بشكل عام.

كلمات مفتاحية: رأس المال الثقافي - الاستهلاك - الموضة - الهويات-بيير

بورديو

مقدمة

ركزت الكثير من الكتابات في العلوم الاجتماعية والإنسانية على الطرق التي يتم بها إنتاج السلع واستهلاكها في المجتمعات الغربية، وفي الكثير من الأدبيات الحديثة هناك أدلة على وجود تحول كبير في دراسات الاستهلاك من فكرة الاستهلاك القديمة باعتبارها شكل من أشكال الضبط الاجتماعي، والتي تتبنى رؤى حول سلبية المستهلك، وعجزه وتبعيته والتي كانت مسيطرة على الكتابات الاجتماعية والنفسية إلى الفكرة التي بدأت تأخذ بها دراسات الاستهلاك الآن وهي فكرة المستهلك النشط والمتمرد والقادر على التأثير في إنتاج السلع إلى ما يحقق سعادته (Lupton and Noble 2002: 6)، وقد كانت دراسة الاستهلاك محور اهتمام علماء الاقتصاد مثل آدم سميث الذي أشار في عام 1759م إلى تأثير البناء الاجتماعي والتفاوت الطبقي على الاستهلاك، كما أخضع ماركس السلعة للتحليل السوسيولوجي للكشف عن أبعادها الاجتماعية، فالسلعة لديه لها طابع مادي متمثل في قدرتها على إشباع الاحتياجات البشرية، وطابع اجتماعي حيث يتم في إطارها التعبير عن العلاقات الاستغلالية القائمة بين الناس (Ritzer et.al. 2008:417)

وبالرغم من الاهتمام المبكر من جانب الاقتصاديين بدراسة الاستهلاك إلا أنه لا يوجد تاريخ طويل في دراسة الاستهلاك من المنظور الاجتماعي، وكان تناول موضوع الاستهلاك في النظرية الاجتماعية يتم بشكل جانبي، وقد تمت دراسته بشكل إمبريقي في إطار دراسة الحرمان الاجتماعي من خلال دراسة الفقر وأثاره الاجتماعية، وجاء ذلك الاهتمام كجزء من دراسة الطبقات الاجتماعية والتدرج الاجتماعي، فوجد ذلك في تحليل ماكس فيبر لمكانة الجماعات، وكذلك نجد في تحليل فيلن للاستهلاك التفاخري اهتماماً بعملية التدرج الاجتماعي والتعبير عن المكانة، والذي أكد فيه علي دور العوامل الاجتماعية في تحديد نمط الاستهلاك حيث ركز على مجموعة من العوامل التي ترتبط بالاستهلاك في علاقته بالمكانة فالأغنياء يحاولون من خلال إنفاق ثروتهم إبراز وضعهم الطبقي الذي يميزهم عن بقية أعضاء المجتمع، وهو ما أشار إليه فيلن بالاستهلاك المظهري، وهو الاستهلاك المفرط في بعض السلع التي يُعد استهلاكها دليلاً على عضوية المستهلك في الطبقة المترفة في المجتمع الرأسمالي، وحل زيمل الموضة والتذوق في إطار تحليله للحداثة، وقدمت مدرسة فرانكفورت إسهاماً آخر من خلال اهتمامها بانتشار الثقافة الجماهيرية وتأثير التسليح على الثقافة والعلاقات الاجتماعية، وجاءت إسهامات بيير بورديو نقلة نوعية في تحليل الاستهلاك في ضوء رأس المال الثقافي.

أولاً موضوع الدراسة

صاغ بورديو مفهوم رأس المال الثقافي في أوائل الستينيات من القرن الماضي من أجل معالجة مشكلة إمبريقية وهي حقيقة أن العوائق الاقتصادية ليست كافية لتفسير أوجه التفاوت في التحصيل الدراسي للأطفال من مختلف الطبقات، ولاحظ بورديو أن هناك العديد من العوامل غير الاقتصادية التي تُعد أساساً للنجاح المدرسي، وهذه العوامل هي العادات الثقافية والتصرفات الموروثة من الأسر.

وترجع بدايات الاهتمام بدراسة رأس المال الثقافي إلى محاولات بورديو في كتاباته (1967، 1968، 1977، 1984، 1986، 1990)، وشاركه الاهتمام كل من هولت

وديماجو وموهر ولامونت وبرايسن (Bryson 1996, DiMaggio 1982, DiMaggio and Mohr 1985, Holt 1998, Lamont 1992, Mohr and DiMaggio 1995)

وأدى ذلك الاهتمام بدراسة رأس المال الثقافي إلى إنتاج العديد من القضايا الإمبريقية والنظرية التي تساعد على فهم دور رأس المال الثقافي في إنتاج التفاوت، وإعادة إنتاج الحراك الاجتماعي والحفاظ عليه، وقد كانت كتابات بورديو الأكثر تأثيراً في الدراسات الميدانية في دراسة استهلاك الثقافة والتذوق الثقافي - Lizardo 2006:74 (75)، وقد أدت التطورات المتعددة التي حدثت في السنوات القليلة الماضية إلى زيادة الاهتمام بدراسة الاستهلاك، ومن أهم هذه التطورات التي ارتبطت بتزايد الاهتمام بدراسة الاستهلاك إعادة اكتشاف دور ممارسات الاستهلاك في عمليات التمايز الاجتماعي، وقد تزامن تزايد الاهتمام بدراسة الاستهلاك مع ظهور وصعود النزعة الاستهلاكية في المجتمع الحديث (Warde et. Al. 2009:64)

و تُعد دراسات بورديو في الاستهلاك وغيرها من الموضوعات - محاولة للإسهام في تجاوز أزمة علم الاجتماع التي مر بها في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي فكانت نظرية علم الاجتماع في هذه الفترة تتبنى اتجاهين مختلفين الأول يركز على المستوى المجتمعي والعلاقات القائمة بين أجزاء المجتمع، والأخر يركز على الأفراد الفاعلين أي الاهتمام بالفعل، وقد حاول بورديو تجاوز هذه المشكلة من خلال محاولة طرح نظرية وسطى تعمل على التغلب على الفصل المتعسف بين الفرد والمجتمع، ويؤكد بورديو على أن هدف علم الاجتماع هو الكشف عن المعاني المتضمنة في الفعل الاجتماعي، ويرى أن هناك مكونين أساسيين للفعل الاجتماعي وهما الفاعل والبناء وأن هناك ترابطاً وثيقاً بين هذين المكونين. (ernest,2006:3).

ومن هنا كان اهتمام العديد من الباحثين في المجتمعات المختلفة بدراسة الاستهلاك في ضوء الأفكار التي طرحها بورديو حول علاقة رأس المال الثقافي بالاستهلاك، ومن هؤلاء الباحثين دوجلاس هولت الذي حاول اختبار العلاقة بين رأس المال الثقافي والاستهلاك في المجتمع الأمريكي بعد قيامه بإعداد مقياس لقياس رأس المال الثقافي، ويتمثل موضوع الدراسة الحالية في محاولة التعرف على تأثير رأس المال الثقافي على تفضيلات الاستهلاك وممارساته في ضوء آراء بيير بورديو.

ثانياً أهمية الدراسة

ونظراً لأهمية موضوع الاستهلاك في المجتمع المعاصر فقد كان محور اهتمام الكثير من الباحثين والعلماء فقد ذهب رايتزر وآخرون إلى أنه منذ بداية الستينيات كان هناك في مختلف دول العالم وخصوصاً الولايات المتحدة الأمريكية توسعاً في عمليات الاستهلاك وموضوعاته، وكذلك أنواع وأماكن الاستهلاك، وصاحب ذلك نمواً في مجال التسويق والإعلان والعلامات التجارية، وذهب بوديارد إلى أن الاستهلاك وضع عقد الحياة بأسرها في عصر الوفرة، والذي فيه يغلف الناس أنفسهم بالأشياء الاستهلاكية، وقد كتب كثيرون عن المجتمع الاستهلاكي، بينما استخدم آخرون ثقافة الاستهلاك لوصف الظاهرة، مثل فيذرستون Featherstone، وسلاتر Slater، وجودمان وكوهين Goodman & Cohen، وبدلاً من التركيز على بنية المجتمع الاستهلاكي، لفت مفهوم

ثقافة الاستهلاك الانتباه إلى المعايير والقيم والمعاني المرتبطة بالمجتمع الذي يسيطر عليه الاستهلاك، سواء كان مسماها ثقافة الاستهلاك أو المجتمع الاستهلاكي. (ritzer and jurgenson , 2010:15-16)

وتكتسب الدراسة الحالية أهميتها من أهمية الموضوع الذي تتناوله وهو الاستهلاك وهو من أهم العمليات الاقتصادية في المجتمعات الإنسانية، كما تكتسب أهميتها أيضا من محاولتها اختبار بعض الافتراضات النظرية المشتقة من آراء بورديو، والتي سبق اختبارها في مجتمعات أخرى، كما ترجع أهمية الدراسة إلى أنها تتناول عملية اقتصادية اجتماعية لها تأثيرها البالغ على المجتمع واقتصاده وهي عملية الاستهلاك

ثالثاً أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى

- ١- التعرف على مفهوم رأس المال الثقافي
 - ٢- الكشف عن العلاقة بين رأس المال الثقافي وتفضيلات الاستهلاك
 - ٣- اختبار بعض القضايا النظرية المشتقة من آراء بيير بورديو حول تفسير العلاقة بين رأس المال الثقافي والاستهلاك
- وسوف تحاول الدراسة تحقيق تلك الأهداف من خلال محاولة الإجابة عن بعض التساؤلات

رابعاً تساؤلات الدراسة

- يتمثل التساؤل الرئيسي للدراسة فيما يلي
- هل تؤدي الاختلافات في مصادر رأس المال الثقافي إلى اختلافات في تفضيلات الاستهلاك ويشق من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية
١. هل توجد علاقة بين رأس المال الثقافي والتذوق من خلال إيجاد حلول عملية لمتطلبات الأفراد الأساسية
 ٢. هل توجد علاقة بين رأس المال الثقافي والتفضيلات في ضوء التقاليد
 ٣. هل توجد علاقة بين رأس المال الثقافي والتفضيلات في ضوء الموضة
 ٤. هل توجد علاقة بين رأس المال الثقافي والتفضيلات في الملابس من ناحية (المتانة- الراحة - المناسبة في السعر-الملائمة لأداء دورها -الملبس الوظيفي-التميز من الناحية الجمالية-الندرة في التصميم)
 ٥. هل توجد علاقة بين رأس المال الثقافي والاستهلاك الثقافي (قراءة الكتب - الاستماع للموسيقى-مشاهدة الأفلام -زيارة المتاحف والمعارض-الذهاب إلى الأوبرا)
 ٦. هل توجد علاقة بين رأس المال الثقافي واستهلاك الطعام (تناول الأطباق العالمية والمحلية -أساليب الطهي)
 ٧. هل توجد علاقة بين رأس المال الثقافي وأساليب قضاء وقت الفراغ والهدف منه
 ٨. هل توجد علاقة بين رأس المال الثقافي وممارسة الهوايات والهدف من ممارستها

خامساً مفاهيم الدراسة

١- رأس المال الثقافي

يمثل مفهوم رأس المال مفهوماً مركزياً في فكر بيير بورديو، ويعد مفهوم رأس المال مفهوماً رئيساً في الاقتصاد الكلاسيكي، وأستخدم للإشارة إلى الثروة المتراكمة، كما يعد من المفاهيم الرئيسية التي استخدمت في النظرية الماركسية للتمييز بين مالكي وسائل الإنتاج، وباتعي قوة العمل، أي الطبقة العاملة والطبقة المالكة، وقد وسع بيير بورديو من

مفهوم رأس المال ليشمل الصور المادية واللامادية لرأس المال، وميز بين رأس المال الاجتماعي ورأس المال الثقافي ورأس المال النقدي ورأس المال الرمزي. وكان بورديو أول من استخدم مفهوم رأس المال الثقافي إلى جانب رأس المال الاجتماعي حيث رأى أن رأس المال الثقافي يلعب دوراً مهماً في نقل القوة والامتيازات من جيل إلى جيل وأستخدم هذا المفهوم لتفسير توزيع القوة بين الطبقة المتوسطة والطبقة العليا وكما يلعب رأس المال الثقافي دوراً مهماً في الإنجاز التعليمي فإنه يلعب دوراً في التذوق (سكوت: ٢٠٠٩: ٢٢٨)

ويعبر مفهوم رأس المال الثقافي عن مجموعة من الرموز والمهارات والقدرات الثقافية واللغوية والمعاني التي تمثل الثقافة السائدة، ويركز هذا المفهوم على الإشكال المتعددة للمعرفة الثقافية، ويوجد رأس المال الثقافي في أشكال متنوعة، حيث يتضمن الميول والعادات التي يتم اكتسابها من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية المختلفة.

ويذهب بيير بورديو إلى أن رأس المال الثقافي ينقسم إلى قسمين؛ الأول هو رأس المال الثقافي المكتسب على أساس المؤهل التعليمي وعدد سنوات الدراسة، والثاني هو رأس المال الثقافي الموروث من وضع العائلة وعلاقتها بالمجالات الثقافية، ويؤدي المظهر الثاني لرأس المال الثقافي إلى تحقيق مكاسب متعددة ومباشرة في القسم الأول داخل النظام التعليمي، وفي مجالات أخرى متعددة (عبد الوهاب: ١٩٩٩: ٩٩).

وقد أهتم عدد من الدارسين بفكرة رأس المال الثقافي وقد خضع المفهوم لنقد واسع من الدارسين الذين اهتموا بهذا المفهوم مثل لامونت ولارد، فقد حاول لامونت أن يثبت أن رأس المال الثقافي أو الذائقة الثقافية للنخبة له أهمية مقاربة لأهمية مفهوم التدرج كما ذهب إلى ذلك بورديو في مؤلفه التمييز، ويذهب بورديو إلى أنه يمكن التمييز بين رأس المال الاقتصادي ورأس المال الثقافي، فرأس المال الاقتصادي يمكن قياسه كمياً من خلال الدخل، أما رأس المال الثقافي فهو معقد ولا يخضع لمعيار كمي واحد، ويشتمل على الموارد الثقافية الرسمية، وعلى الاستعدادات والروابط الثقافية الموروثة من العائلة ويمكن معاينته في ضوء المؤهلات الدراسية والخبرات، ويضاف إلى ذلك السمات الديموجرافية للوالدين المسؤولين عن التنشئة، في حين يشير مفهوم رأس المال الاجتماعي إلى من يعرفهم الفرد ويرتبط معهم بصلات وروابط ويشمل شبكة العلاقات والروابط الاجتماعية بين الأصدقاء والمعارف والأقارب والزملاء (warde et.al.2000: 14).

٢- مفهوم أنماط الاستهلاك

يشير مفهوم أنماط الاستهلاك إلى الطريقة التي تنفق بها الأسرة، أو ينفق بها الفرد الأموال لمواجهة الحاجات البيولوجية والاجتماعية والثقافية، ويذهب ماكس فيبر إلى أن الاستهلاك هو الميكانيزم الذي من خلاله يستطيع الفرد الحصول على المكانة وقد ميز بين المكانة والطبقة. (Hu1996: 8)، ويعرف الاستهلاك بأنه اختيار فردي من بين طرق مختلفة من أجل تعظيم المنفعة، فالأفراد في الاستهلاك يستخدمون الوسائل الممكنة من أجل تعظيم المنفعة في ضوء تفضيلاتهم الشخصية (Sanne, 2002:275).

ويشير مفهوم أنماط الاستهلاك إلى الطرق والأساليب التي تنفق بها الأسر نقودها لمواجهة حاجات بيولوجية واجتماعية وثقافية، وتُقسم أنماط الاستهلاك إلى أنماط الاستهلاك العادية والتي تتصل بالإنفاق على الحاجات الإنسانية الأساسية التي تتخذ شكلاً مستمراً وتشمل كل مظاهر الإنفاق الدائم مثل الإنفاق على المسكن والأثاث والطعام

والملبس والتعليم والتنزه ووسائل الترويج والسلع المعمرة، أما القسم الثاني من أنماط الاستهلاك غير العادية والتي تتصل بالإنفاق الذي تقوم به الأسرة في مناسبات بعينها سواء كانت دينية أو اجتماعية أو ترفيهية (زايد، ٢٠٠٢: ١٤٤ - ١٤٥).

٣- السلوك الاستهلاكي

ويشير إلى مجموعة من الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الأفراد أثناء البحث عن السلع والخدمات وشرائها واستخدامها لإشباع رغباتهم واحتياجاتهم، أو هو التصرفات التي يقوم بها الأفراد بصورة مباشرة للحصول على السلع والخدمات واستخدامها في إشباع الاحتياجات بما في ذلك القرارات التي تسبق عملية الشراء، فالسلوك الاستهلاكي للمستهلك هو عملية اتخاذ قرارات الشراء والنشاط المادي للمستهلك أثناء عملية الشراء لهذه المنتجات والحصول عليها وطريقة استخدامه لهذه السلع (الغمرأوي، ٢٠١١: ٩٧) ويذهب دوزنبري إلى أن الفهم الحقيقي لطبيعة سلوك المستهلك يرتبط بفهم الطبيعة الاجتماعية لظاهرة الاستهلاك، ووضع دوزنبري نموذجاً لتفسير سلوك المستهلك، وذهب إلى أن أهم أبعاد الاستهلاك هو البعد الاجتماعي، فالاستهلاك أصبح وسيلة للانتقال من طبقة إلى أخرى، وتحدث قبلان عن الاستهلاك المظهري كسلوك استهلاكي يحاول من خلاله الأفراد الحصول على رموز طبقية للارتقاء في سلم التدرج الاجتماعي. (الغمرأوي، ٢٠١١: ١٠٣)

ويعرف السلوك الاستهلاكي للمستهلك بأنه نشاط يبذله الأفراد في سبيل الحصول على السلع واستخدامها بما في ذلك اتخاذ قرار الشراء نفسه، إذ يتضمن السلوك الاستهلاكي خطوات عملية اتخاذ القرار التي تسبق وتحدد عملية الشراء (الصحن ٢٠٠٥: ١٣٣)

ويعرف السلوك الاستهلاكي أيضاً بأنه مجموعة من الأنشطة والتصرفات التي يقوم بها المستهلكون أثناء بحثهم عن السلع والخدمات التي يحتاجون إليها بهدف إشباع احتياجاتهم، وأثناء تقييمهم لها والحصول عليها واستعمالها، وما يصاحب ذلك من عمليات اتخاذ القرار (عبد الرحيم وإبراهيم، ٢٠١١: ١١٩)، فالناس يستهلكون ما يريدون أن يستهلكوه بقراراتهم الاستهلاكية الخاصة بالأشخاص يعبرون بشكل جاد عما يريدون، وما يريدونه يتم إنتاجه بواسطة المنتجين (Lodziak.2000:112-113)

سادساً بيير بورديو ودراسة رأس المال الثقافي وعلاقته بالاستهلاك

من الملاحظ غياب نظرية واحدة للاستهلاك لها كيان محدد أو إطار معرفي بعينه، وبالرغم من ذلك فهناك العديد من الأعمال للكثير من العلماء والمؤلفين حول الاستهلاك وثقافته تشكل حقلاً دراسياً يتطور باستمرار، وكثير من هذه الأعمال وهؤلاء المؤلفين المعروفين والمقتبس منهم، يشكلون رأس مال معرفي يستفيد منه الدارسون وتتخذ في ضوءه المواقف (Cook 2008: p222)

وتتركز مساهمة بورديو في مفهومي التطلع والحقل، ويعرف التطلع بأنه نظام من البنى المشيدة والمجسدة والمستديمة وهو مكتسب عبر عملية التنشئة الاجتماعية، والميزة المهمة للتطلع لا تكمن في ضبط الفاعل بل في إمكانية تجاوزه، والحقل عبارة عن تجمع بحيث أن كل عنصر في الجماعة يمكن التعرف عليه بالنظر إلى علاقته بالعناصر الأخرى وعلاقتها به. (Ritzer et.al. 2003:419) وهو عبارة عن بناء معرفي يستطيع الأفراد من خلاله التعامل مع المواقف المختلفة ويتكون عبر عملية التنشئة

الاجتماعية، ويعد التعليم لدى الفرد رأس مال نوعي يمثل رأس المال الثقافي أحد مكوناته ويستخدمه بشكل ارادي في الممارسات المختلفة (موسى ٢٠٠٩:١٣). وفي كتابه التميز يربط بورديو بين التطلع والذائقة، حيث أن وجود ذائقة لا خلاف عليه، فذلك مرجعه إلى تأصل الذائقة في البنى العميقة والأساسية. إذ بفضل مفهوم التطلع يرى أن الاستهلاك مسألة اختيار واعى (Ritzer et.al. 2003:420)، والتذوق هو العملية التي يتكيف من خلالها الناس، والتي يتم بواسطتها تصنيف السلع والبضائع وتتحول إلى رموز للفوارق الثقافية والاجتماعية بين الطبقات الاجتماعية، وبالنظر إلى كل أشكال الاستهلاك -على سبيل المثال الطعام والملبس وأنشطة وقت الفراغ والاستجمام- يشكل الأفراد تذوقهم الطبيعي فيها في ضوء ما هو متاح لهم بشكل واقعي. وعليه تختلف أنماط استهلاك الأفراد (Carisle et.al.,2008:634).

ويرى بورديو أن رأس المال الثقافي لا يتم اكتسابه او وراثته دون مجهودات من جانب الشخص بل يتم اكتسابه من خلال العمل المستمر من جانب الأشخاص ويتطلب اكتساب رأس المال الثقافي أيضاً الوقت والوسائل المادية الضرورية فرأس المال الثقافي في ارتباط متبادل مع رأس المال الاقتصادي (شوفاليه و شوفيري ٢٠١٣:١٦٣) ويذهب بورديو إلى أن الأفراد يستثمرون في رأس المال الثقافي من أجل تحقيق مكانة في التدرج الاجتماعي فبناء التدرج الاجتماعي يتشكل في ذاته بالطريقة التي تجعل الفرد يستثمر في رأس المال الثقافي. ويظهر تأثير عضوية الفرد في الطبقات الاجتماعية في التذوق والتفضيلات، ففي الطبقة العاملة تتحدد تفضيلات الفرد ربما بالحاجات الضرورية، وهذا لا يعني أن الطبقات الدنيا لا تتأثر بالموضة، وهذا عكس ما ذهب إليه فبلن من محاولة الطبقة الدنيا تقليد الطبقة العليا، وميل الطبقات المتوسطة إلى تقليد الطبقات العليا على اعتبار أن تفضيلات الطبقة العليا هي التفضيلات الشرعية والسائدة في المجتمع، ويذهب بورديو إلى أن كل فرد تتحدد تفضيلاته وتذوقه اجتماعياً من خلال الطريقة التي يرتبط بها الفرد بمكانته الاجتماعية في التدرج الاجتماعي الحالية والمتوقعة (Trigg,2002:76)، واتفق بورديو وفبلن على أن السلوك الاستهلاكي ظاهرة تطورية، فالتذوق في الاستهلاك ليس كياناً محددًا بل يتطور ويتشكل عبر الزمان (Trigg,2002:72)

ويرى بورديو أن الطبقة تأخذ معناها ويتم إنتاجها من خلال الممارسة. فالمهم في الاستهلاك هو ممارسات الاستهلاك وهو ليس ببساطة ماذا يلبس، أو يأكل الشخص، ولكن كيف يأكل أو يلبس (Berhau2000:9). ويذهب بورديو إلى أن أصحاب رأس المال الثقافي رفيع المستوى والذين لديهم موارد مالية منخفضة قد يظهرون ذوقاً رفيع المستوى في الذهاب للمعارض الفنية والحفلات الموسيقية، بينما يظهر ذوي المستوى الثقافي الرفيع ممن يمتلكون الموارد المالية الكبيرة ميلاً إلى تذوق المرفهات عالية التكلفة ليس من أجل الترقى الاجتماعي - أي الحصول على المكانة - بل من أجل الحصول على رأس مال رمزي على اعتبار أن الاستهلاك وسيلة للتواصل الرمزي والذي يتسع مداها بما يفوق الاستهلاك المظهري الذي يركز على الحصول على المكانة (Sullivan and Gershuny 2004: p83)

وفي هذا الإطار يذهب بوديارد bodrillard في كتابه نظام الأشياء إلى أن الأشياء تصبح سلعةً استهلاكيةً حينما تصبح أولاً علامات، ولذلك لكي نفهم الاستهلاك فلا بد لنا أن نفهم السلع الاستهلاكية كسلسلة من الرموز تتطلب التفسير، فالسلع تشكل نسقا من الرموز التي تعمل معاً بحيث يصعب فهم السلعة الواحدة بمعزل عن النسق ككل (Ritzer et.al. 2008:418)، ويذهب جبرائيل و لانج إلى أن هناك صوراً متنوعة من المستهلكين مثل المستهلك الضحية والمنتقي والمتواصل والباحث والساعي للهوية و الشهوي والمتمرد والناشط والفنان والمواطن (Ritzer et.al. 2008:419)

سابعا الانتقادات التي وُجّهت لبورديو

يذهب وارد Warde إلى أن كتابات بورديو في التدوق والتميز من المحتمل أن تكون من المحاولات الأولى في علم اجتماع الاستهلاك وفيها لاحظ بورديو أن أنماط الاستهلاك هي ليست فقط طرقاً لاستعراض القدرات المادية والمصادر الاقتصادية، لكنها أيضاً تعبر بصفة خاصة عن رأس المال الثقافي (warde 1999: 105)، وبالرغم من النظر إلى رؤية بورديو على أنها نظرية أكثر عمومية من نظرية فبلن فهناك العديد من الحالات التي درسها بورديو في الستينيات كانت حالات فرنسية خالصة ترتبط بالثقافة الفرنسية وعلى سبيل المثال كان جينكنز (Jenkins1992) أقل اقتناعاً من بورديو من أن استخدام بيانات فرنسية لا يشوه الاستنتاجات العامة، وبالمثل يرى Lamont and aree أن ثقافة الصفوة في فرنسا هي حالة خاصة بفرنسا ولا يمكن تعميمها على الدول الأخرى مثل أمريكا وبريطانيا، ويذهب wacquant إلى أن رؤية بورديو رؤية فرنسية خالصة، ويرى المؤيدون لهذا الرأي أن خلفية بورديو ورؤيته وممارسته غير دولية وغير عامة (Trigg,2002:77).

كما لم يعط بورديو اهتماماً لدور التلفزيون في عملية الاستهلاك بالرغم من ان الأفراد يقضون ساعات عديدة في مشاهدة التلفزيون، ويذهب Gelbraith، إلى أن سلوك المستهلك لا يعتمد فقط على علاقته وتفاعله مع الآخرين ولكن يعتمد أيضاً على دور الشركات في أنشطة الإعلان والتسويق (Trigg,2002:79)، ويذهب المتخصصون في التسويق إلى أن الاستهلاك ينبع من حاجات المستهلكين ويذهب kilter et, al إلى أن الشيء الأساسي الذي يعتمد عليه التسويق هو الحاجات الإنسانية، وخاصة ما يعرف بالاحتياجات الكامنة التي لا يشعر بها الأفراد. (Kotler et. al., 1996:148)

ثامناً الدراسات السابقة

١- في دراستها عن علاقة الطبقة والنوع والسلالة بالتفضيلات الموسيقية اعتمدت كرسنين وايت White 2001 على مسح المشاركة العامة في الأدب في الولايات المتحدة الأمريكية أعوام ١٩٨٢، و١٩٨٥، و١٩٩٢، والتي قام بها المجلس القومي للفنون، وتم جمع البيانات فيها عن طريق المقابلة المباشرة. وحاولت الباحثة في هذه الدراسة اختبار مجموعة من الفروض المشتقة من التراث النظري في علم الاجتماع حول الاستهلاك، وتمثلت أهم فروض الدراسة في وجود علاقة ايجابية بين الطبقة ودرجة استهلاك الموسيقى، بمعنى أن من ينتمون للطبقة العليا أكثر استهلاكاً للموسيقى، ووجود علاقة

إيجابية بين العمر والإقبال على استهلاك الموسيقى، بمعنى زيادة استهلاك الموسيقى مع تقدم العمر، ووجود علاقة بين النوع واستهلاك الموسيقى، بمعنى أن النوع يحدد درجة استهلاك الموسيقى، وافترضت الدراسة أن النساء أكثر استهلاكاً للموسيقى من الرجال، كما افترضت الدراسة أن تأثير الطبقة والعمر في استهلاك الموسيقى أكثر على الرجال من النساء، كما افترضت الدراسة أن هناك علاقة بين السلالة واستهلاك الموسيقى، فالبيض أكثر استهلاكاً للموسيقى من السود، وقامت الباحثة بقياس الطبقة من خلال متغيري الدخل والتعليم واستخدمت الفئات العمرية في قياس العمر، كما اعتمدت على النوع من كونه ذكراً أم أنثى، واعتمدت على اللون في قياس السلالة.

وفي ضوء تحليل بيانات المسوح توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها؛ أن هناك علاقة إيجابية بين الطبقة والإقبال على استهلاك الموسيقى فقد تبين أن أفراد الطبقة العليا أكثر استهلاكاً للموسيقى من الطبقة الدنيا، وتوصلت الدراسة إلى صحة الفرض المتعلق بالعلاقة بين النوع والسلالة واستهلاك الموسيقى، فالنساء أكثر استهلاكاً للموسيقى من الرجال، كما توصلت الدراسة إلى صحة الفرض المتعلق بالعلاقة بين السلالة واستهلاك الموسيقى، فالبيض أكثر استهلاكاً للموسيقى من السود، كما توصلت الدراسة إلى ضعف العلاقة بين النوع والطبقة في علاقتها باستهلاك الموسيقى، كما توصلت الدراسة إلى أن تأثير زيادة العمر على الإقبال على استهلاك الموسيقى أكثر وضوحاً بين النساء عن الرجال (white 2001)

ويتضح من الدراسة السابقة اعتمادها على بيانات ثانوية من المسوح التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد يكون مقبولاً الاعتماد على تلك البيانات في الدراسات ذات الطابع الكمي وكذلك الاعتماد على المسوح التي تتمتع بمصدقية ولكن لا يجب الاعتماد عليها بشكل كامل في الدراسات التي لها طابع كمي وكيفي في أن واحد مثل الدراسات التي تتناول الاستهلاك، ولكن يحسب لهذه الدراسة محاولاتها اختبار بعض الفروض المشتقة من التراث النظري في علم الاجتماع والمرتبطة بالطبقة والسلالة.

٢- وفي دراسة أخرى عن العلاقة بين الطبقة الاجتماعية واستهلاك الطعام اعتمدت الباحثة Conner 2008 على بيانات مستقاه من المسح الذي أجرى عام ١٩٩٨ على موقع الجمعية الجغرافية بالولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت، وتم جمع البيانات فيه على نطاق واسع من مختلف دول العالم ومن مواطني الولايات المتحدة الأمريكية ممن تجاوزوا سن السادسة عشرة. واعتماداً على بيانات مستقاه من هذا المسح قامت الباحثة باختبار عدة فروض لمحاولة قياس تأثير الطبقة الاجتماعية (في ضوء التذوق الموسيقي) على تكرار استهلاك ثلاثة أنواع من الطعام (المحلي، والإقليمي، والعالمية)، واعتمدت الدراسة في تحديد الطبقة على التذوق الموسيقي، كم حاولت الدراسة التعرف على تأثير بعض المتغيرات المتعلقة بالنوع والعمر والتعليم على استهلاك بعض الأغذية المحلية والإقليمية والعالمية

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن ذوي الثقافة الرفيعة يستهلكون جميع أنواع الطعام العالمي والإقليمي والمحلي مقارنة بذوي الثقافة المتدنية، وأن ذوي الثقافة المنخفضة يستهلكون الطعام العالمي أكثر من ذوي الثقافة الرفيعة، وتوصلت الدراسة إلى أن المرأة أقل استهلاكاً من الرجل في جميع أنماط الطعام الثلاثة، وأن العمر يلعب دوراً بارزاً في مستويات استهلاك الطعام باستثناء الطعام الدولي الذي لا يختلف باختلاف العمر

ويلعب التعليم دوراً هاماً في مستويات استهلاك الطعام الدولي (Cassidy Conner2008)

واعتمدت الدراسة على المفهوم الإجرائي للطبقة عند بيترسون وكران Petron & Kaern1996 والذي حددا فيه الطبقة من خلال التذوق الموسيقي، وهو ما يقترن من مفهوم رأس المال الثقافي عند بورديو الذي يعتمد على التذوق، ولكن يؤخذ على هذه الدراسة كسابقتها اعتمادها على بيانات ثانوية، واعتمادها على التحليل الكمي، ولكن يحسب لهذه الدراسة اعتمادها على بيانات تم جمعها من خلال شبكة الإنترنت، وهذا يفتح الباب أمام الدراسات المقارنة للموضوعات ذات الصبغة العالمية مثل موضوع الاستهلاك. ٣- وفي دراسة عن العلاقة بين رأس المال الثقافي والاستهلاك في المجتمع الأمريكي حاول دوجلاس هولت Holt1998 التعرف على دور رأس المال الثقافي في تشكيل ممارسات الاستهلاك في المجتمع الأمريكي، والتعرف على كيفية تأثير الاختلافات الثقافية بين الأفراد على ممارساتهم الاستهلاكية، ونفضياتهم فيما يتعلق بالأكل، والملبس، وديكور المنزل، والمفروشات، والأثاث، والموسيقى، ومشاهدة الأفلام، ومشاهدة التلفزيون، والقراءة، والمشاركات الاجتماعية وقضاء العطلات، والرياضة (الممارسة والمشاهدة للأنواع المتعددة للرياضة)، وممارسة الهوايات .

وفي دراسته طرح الباحث تساؤلاً رئيسياً للدراسة مشتقاً من آراء بيير بورديو، وهذا التساؤل مؤداه : هل تؤدي الاختلافات في مصادر رأس المال الثقافي إلى اختلافات في التذوق وممارسات الاستهلاك، وفي سبيل الإجابة على هذا التساؤل قام الباحث باختيار عينة عشوائية من خمسين مبحثاً من قرية صغيرة في ولاية بنسلفانيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وتم اختيار المبحثين من دليل التليفونات، وتم تصفية العينة إلى عشرين مبحثاً، تم تقسيمهم إلى مجموعتين ؛ المجموعة الأولى وتضم عشرة مبحثين وهم الأعلى في رأس المال الثقافي، وأطلق عليهم هولت الطبقة العليا، والمجموعة الثانية وتضم عشرة مبحثين وهم الأدنى في مستوى رأس المال الثقافي وأطلق عليهم هولت الطبقة الدنيا، واعتمد هولت في تحديد الأدنى والأعلى في رأس المال الثقافي على الخلفية العائلية، واستخدم مهنة الأب وتعليمه لقياس رأس المال الثقافي، كما اعتمد على مهنة المبحث وتعليمه في تحديد رأس المال الثقافي في ضوء المعادلة التالية

$$\text{رأس المال الثقافي} = \text{مهنة الأب} + \text{مؤهل الأب} + \text{مهنة المبحث} + \text{مؤهل المبحث}$$

ووضع هولت تصنيفاً أعطى فيه درجات للمهن والمؤهلات المختلفة على النحو التالي؛ المدرسة العليا=١، والكلية=٢، والبكالوريوس الجامعي=٣، والماجستير=٤، والدكتوراه=٥. أما بالنسبة للمهن أعطى هولت درجات على النحو التالي؛ العمالة اليدوية=١، وموظفي الخدمات=٢، والإداريين في المستويات الدنيا=٣، والمديرين والفنيين=٤، والمفكرين ومنتجي الثقافة=٥. وأعتبر هولت أن من يحصلون على خمس درجات فأقل هم من الطبقة الدنيا أما من يحصل على أكثر من خمس درجات هم من الطبقة العليا.

واعتمد هولت على المقابلة المتعمقة في جمع البيانات من المبحثين، وتم إجراء المقابلات في منازل المبحثين وتضمنت المقابلة تدوين بعض الملاحظات عن المنزل أثناء المقابلة

و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن التذوق لدى الطبقة الدنيا ينتظم من خلال إيجاد حلول عملية للمتطلبات الأساسية، وعلى عكس الطبقة العليا فأعضاء الطبقة الدنيا لا يستشهدون بأحاديث الموضة للتحدث عن تفضيلاتهم، بل يصفون تفضيلاتهم في ضوء التقاليد، وبالمثل فإن أعضاء الطبقة العليا يشاركون أعضاء الطبقة الدنيا في البحث عن حلول عملية فيما يتعلق بالمتطلبات الداخلية للمنزل، ولكن يرى أعضاء الطبقة العليا منازلهم كقطعة فنية تعبر عن إحساسهم بالجمال، أما فيما يتعلق بالملابس فأعضاء الطبقة الدنيا يفضلون الملابس المتينة والمريحة والمناسبة من ناحية السعر، والتي تكون ملائمة للدور، وفي المقابل فأعضاء الطبقة العليا ترتبط تفضيلاتهم بما يجاري الموضة، والملبس الوظيفي، والذي يختلف عن مفهوم الوظيفة بالنسبة للطبقة الدنيا - والذي يعني ملائمة الملابس للدور - ويعني الوظيفي عند الطبقة العليا أن يكون مميزاً من الناحية الجمالية ونادراً في التصميم.

أما فيما يتعلق باستهلاك الكتب والموسيقى والأفلام فأعضاء الطبقة العليا يقرأون الفكاهات كتسلية خيالية لا تعكس العالم الواقعي بشكل مباشر، وبالمقابل فإن أعضاء الطبقة الدنيا يفضلون البرامج والأفلام التي يشعرون بأنها حقيقية ويعجبون بشكل مباشر بالفن الذي يعبر بشكل مباشر عن أوضاعهم الحياتية، أما فيما يتعلق باستهلاك الطعام فأعضاء الطبقة الدنيا يفضلون الأطباق التقليدية أما أعضاء الطبقة العليا فيفضلون الأطباق الصينية التي تعتمد على الحمية الغذائية، ودائماً ما يقوم أعضاء الطبقة الدنيا بالطهي بالطرق التقليدية في حين تتعدد أساليب الطهي عند أعضاء الطبقة العليا

أما فيما يتعلق بقضاء أوقات الفراغ فأعضاء الطبقة العليا يضعون أهمية كبرى لتحقيق الذات؛ فهم يبحثون عن المختلف، والتعليمي والخبرات الثقافية التي تتيح لهم الحصول على الكفاءة والحصول على المعرفة، والتعبير عن أنفسهم، وفي حين أن الطبقة الدنيا تنظر للترفيه كأداة للتقبل الاجتماعي، وتشارك الطبقة الدنيا الطبقة العليا الهوايات إلا أن الطبقة العليا تنظر إلى هذه الهوايات على أنها طرق لتراكم المعارف والمهارات النافعة، في حين تركز الطبقة الدنيا على الاستمتاع بالأنشطة.

ويتضح من الدراسة السابقة أن هولت حاول التعرف على دور رأس المال الثقافي في تشكيل تفضيلات المستهلكين في المجتمع الأمريكي معتمداً في ذلك على المقابلات المتعمقة للمبحوثين وقد توصلت الدراسة من خلال عرض نتائجها إلى تأييد صحة القضايا التي تناولها بورديو فيما يتعلق بدور رأس المال الثقافي في تشكيل ممارسات الاستهلاك في المجتمع الأمريكي، وقد وضع هولت مقياساً يمكن الاعتماد عليه في دراسة رأس المال الثقافي. (Holt 1998)

٤- وحاولت Berhau 2000 في دراستها عن الطبقة وخبرات المستهلكين الإجابة عن تساؤل رئيسي عن العلاقة بين الطبقة وبين سمات ومعنى خبرات الأفراد باعتبارهم مستهلكين، وهدفت الباحثة إلى تقديم فهم أفضل لخبرات الأفراد كمستهلكين، وتكونت عينة الدراسة من ثمانية عشرة عائلة من احدي التجمعات السكانية بشمال شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وتوزعت عينة الدراسة ما بين ست عائلات من الطبقة العليا الوسطى، وسبع عائلات من الطبقة العاملة، وخمس عائلات من الطبقة العاملة الفقيرة، واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الاثنوجرافي، واعتمدت على المقابلة المتعمقة، والملاحظة بالمشاركة، وخضع خمسة أفراد من أعضاء العائلات موضوع الدراسة

للملاحظة والمقابلة المتعمقة، وقامت الباحثة بمصاحبة هذه الأسر الخمسة في رحلات تسوق عديدة، وقامت بمقابلاتهم في منازلهم ومصاحبتهم والعودة معهم في رحلات التسوق، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ؛ أن الطبقة تؤثر في الجوانب الأساسية لخبرات المستهلكين، فهي تؤثر في الطريقة التي يفكر بها الناس وفي خبراتهم الاستهلاكية، فأعضاء الطبقة العاملة والطبقة العاملة الفقيرة تتركز عمليات استهلاكهم على الاستهلاك الآني، وأن هناك أيضاً تشابهاً كبيراً بين الطبقة العاملة والطبقة العاملة الفقيرة في الخبرات المكتسبة فيما يتعلق بالموضة، بينما تختلف خبرات أفراد الطبقة العليا الوسطى عن خبرات باقي الطبقات، وتوصلت الدراسة إلى أن الطبقة لها تأثير واضح على خبرات الأفراد كمستهلكين حتى ولو كان الأفراد يستهلكون نفس السلعة، فخبرة الحصول على المنتجات يختلف من طبقة إلى أخرى، ففي الطبقة العليا الوسطى يستطيع الشخص شراء السلع وهو في طريق العودة للمنزل مساءً بعد مشاهدة فيلم في السينما، في حين أن الفرد من الطبقة العاملة حينما يقوم بشراء نفس السلعة يقوم بمراجعة عروض التخفيضات في الصحف، وأسعار محلات البيع بالإضافة إلى القيام بمناقشة عملية شراء السلع بين الآباء والأبناء للمشاركة في عملية شراء السلعة، وأن أعضاء الطبقة العليا الوسطى يواجهون مواقف أقل وضوحاً عن أعضاء الطبقة العاملة والطبقة العاملة الفقيرة فيما يتعلق بشراء السلع، وأن المستهلك من الطبقة العليا الوسطى يوصف بأنه مستهلك بشكل عرضي، والمستهلك العرضي هو المستهلك الذي يملك اختيارات، وبالتالي فهو يدخل عالم الاستهلاك بالطريقة التي يفضلها ، بينما يوصف أعضاء الطبقة العليا بأنهم غير مستهلكين ومفرطين في الاستهلاك من وقت لآخر.

تأسعاً الإجراءات المنهجية للدراسة

للتعرف على تأثير رأس المال الثقافي على تفضيلات الاستهلاك قام الباحث بمجموعة من الإجراءات المنهجية وتمثلت فيما يلي

١- المفاهيم الإجرائية للدراسة

أ- مفهوم رأس المال الثقافي ويشير رأس المال الثقافي في مفهومه الإجرائي إلى رأس المال المكتسب على أساس المؤهل التعليمي للمبحوث ومهنته ورأس المال الموروث من وضع العائلة وعلاقتها بالمجالات الثقافية ويقاس على أساس مؤهل الاب ومهنته

ب- مفهوم تفضيلات الاستهلاك: يشير مفهوم تفضيلات الاستهلاك إلى ما يفضله الفرد من الطعام، والملبس، وديكور المنزل، والمفروشات، والأثاث، والموسيقى، ومشاهدة الأفلام، ومشاهدة التلفزيون، والقراءة، والمشاركات الاجتماعية وقضاء العطلات، والرياضة (الممارسة والمشاهدة لأنواع المتعددة للرياضة)، وممارسة الهوايات.

٢- منهج الدراسة

استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينة لدراسة عينة عمدية تمثل شريحتين من شرائح رأس المال الثقافي في ضوء مقياس هولت تمثل الشريحة الأولى الدنيا والتي حصل ممثلوها على خمس درجات أو أقل بمقياس هولت أما الشريحة الثانية فهي تمثل الشريحة العليا والتي حصلت على أكثر من خمس درجات

٣- أداة جمع البيانات

استخدم الباحث المقابلة المتعمقة كأداة لجمع البيانات للتعرف على تفضيلات المبحوثين فيما يتعلق باستهلاك الطعام والملابس والاستهلاك الثقافي واساليب قضاء وقت الفراغ والهدف منها وممارسة الهوايات والهدف منها، وتضمن دليل المقابلة العديد من الأسئلة التي تتعلق بمحددات رأس المال الثقافي كالمؤهل والمهنة لكل من المبحوث ووالده

٤- عينة الدراسة

تم اختيار عينة عمدية من الزملاء والأصدقاء من المقيمين بالقاهرة والإسكندرية حيث تتوفر المتاحف والمعارض وتمثل مستويين من مستويات رأس المال الثقافي في ضوء المقياس الذي اعتمد عليه هولت في دراسته وهو
(رأس المال الثقافي = مهنة الأب + مؤهل الأب + مهنة المبحوث + مؤهل المبحوث)

٢

بعد اجراء بعض التعديلات على درجات المهن والمؤهلات ليتوافق مع المجتمع المصري، وتم إعطاء درجات للمؤهلات والمهن على النحو التالي، بالنسبة للمؤهلات؛ بدون مؤهل = صفر، مؤهل متوسط = ١، فوق المتوسط = ٢، المؤهل الجامعي = ٣، الماجستير = ٤، الدكتوراه = ٥. اما بالنسبة للمهن؛ العمالة اليدوية = صفر، الموظفين (اعمال كتابية) = ١، الإداريين في المستويات الدنيا = ٢، الإداريين في المستويات العليا = ٣، الأطباء والمهندسين والقضاة = ٤، والأساتذة الجامعيين = ٥، وتم اعتبار من حصل على خمس درجات أو أقل من الطبقة الثقافية الدنيا، واعتبار من يحصل على أكثر من خمس درجات من الطبقة الثقافية العليا وتم اختيار عينة مكونة من اثنا عشر مبحوثاً لإجراء المقابلات ستة مبحوثين من الطبقة العليا وستة مبحوثين من الطبقة الدنيا واستغرق اجراء المقابلات ما يقرب من شهرين.

ويوضح الجدول التالي العينة التي اعتمد عليها الباحث في دراسته

جدول رقم (١) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مصادر رأس المال الثقافي

الحالة	مؤهل الأب	مهنة الأب	مؤهل المبحوث	مهنة المبحوث	رأس المال الثقافي
١	ماجستير	مهندس	دكتوراه	أستاذ جامعي	١٤
٢	بكالوريوس	مهندس	بكالوريوس	مهندسة دكتور	١٠.٥
٣	لا يوجد	صياد	دكتوراه	أستاذ جامعي	١٠
٤	ليسانس	اخصائي نفسي	دكتوراه	باحثة	١٣
٥	متوسط	موظف	دكتوراه	أستاذ جامعي	١١
٦	ليسانس	مدير عام	دكتوراه	أستاذ جامعي	١٣
٧	بدون	عامل	متوسط	موظف (اعمال كتابية)	٢
٨	متوسط	موظف (كتابية)	جامعي	موظف (اعمال كتابية)	٥
٩	متوسط	موظف (كتابية)	جامعي	موظف (اعمال كتابية)	٥
١٠	متوسط	حرفي	جامعي	موظف (اعمال كتابية)	٤.٥
١١	متوسط	موظف (كتابية)	جامعي	موظف (اعمال كتابية)	٥

١٢	بدون	عامل	فوق . متوسط	موظف (اعمال كتابية)	٣
----	------	------	-------------	---------------------	---

عاشراً نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها
أولاً فيما يتعلق بالتفضيلات في الأثاث والديكور تبين أن جميع أعضاء الطبقة العليا من افراد العينة يسيطر عليهم الجانب الجمالي فيما يتعلق باقتناء المفروشات والاثاث والديكور فقد فضل جميع أعضاء الطبقة العليا اقتناء المفروشات الحديثة التي تعكس طابعا جمالياً بغض النظر عن سعر هذه المفروشات وكذلك تفضيلهم للديكورات المميزة من الناحية الجمالية بغض النظر عن أسعارها وكذلك تفضيل المفروشات ذات الألوان المميزة الحديثة والتي تتناسب واعداد من يستخدمونها من افراد الاسرة وخصوصا المفروشات الخاصة بالأطفال

وفي سؤال موجه للمبحوثة (٢) من الطبقة العليا عن الاشياء التي تفضلها في المفروشات وفي الأثاث وفي ديكورات المنزل قالت (اهتم كثيراً بالأثاث والمفروشات والديكور خاصة انها مهنتي (مهندسة ديكور) وهذا من صميم شغلي ولأني أحب ذلك أيضاً من قبل ان يكون شغلي أحب تناسق الألوان جداً، ولا أقبل أي لون او ذوق غير متناسق في بيتي) ويتضح مما سبق تأثير المهنة أكثر من تأثير راس المال الثقافي على التفضيلات في الاستهلاك الخاص بالمفروشات والديكورات الأثاث

اما (٦) من الطبقة العليا في اجابتها عن نفس السؤال قالت (أحب الأشياء المميزة عالية الثمن التي بتعكس مظهر جمالي داخل البيت، أحب الأشياء المختلفة من التحف وأحب الحاجات التي شكلها مميز داخل المنزل والورود الملونة واللوح الفنية البسيطة أحب اشوف بيتي مختلف ومميز وبحب الأثاث الغالي الثمن والحديث والألوان الجميلة الحديثة) والمبحوثة تعمل أستاذة جامعية كما ان لها مصادر دخل اخرى بالإضافة الى عملها بالجامعة ويظهر تأثير الدخل في تفضيل المفروشات المميزة كذلك الديكورات المميزة والاثاث الجميل

اما (٤) من الطبقة العليا فتقول في اجابتها عن نفس السؤال (أحب الديكورات الحديثة البسيطة مع إضاءة ملونة ومتنوعة في كل ارجاء المنزل والمفروشات على طراز حديث والأثاث قليل قدر الإمكان عشان يكون فيه مساحات واسعة في البيت)

اما بالنسبة للطبقة الدنيا فيغلب على تفضيلات أعضائها من افراد العينة الاهتمام بالجانب المادي فيما يتعلق بالديكورات والاثاث والمفروشات فقد تشارك اغلب أعضاء الطبقة الدنيا اهتمامهم بالجانب المادي فيرى اغلب أعضاء الطبقة الدنيا ان الأثاث المفضل لديهم هو الأثاث الذي يتسم بالمتانة والذي يتحمل الاستخدام لفترة طويلة وان يكون مريح في الاستخدام اما بالنسبة للمفروشات فانفق اغلب أعضاء الطبقة الدنيا على تفضيلهم للمفروشات التي تتسم بالبساطة والمتانة والالوان التي لها قدرة على التحمل واستخدامات الأبناء

يقول (٩) من الطبقة الدنيا في الإجابة عن سؤال يتعلق بالأثاث والمفروشات التي يفضلها (أفضل الأشياء التقليدية والبسيطة والمتينة من الأثاث والمفروشات التي تتحمل وتعيش لفترة زمنية طويلة ويكون سهل تنظيفها ومش بهتم بالديكورات الحديثة) وبالرغم من سيطرة النظرة المادية على اغلب أعضاء الطبقة الدنيا وتفضيلهم للأثاث والمفروشات والديكورات التي تتسم بالمتانة والقدرة على التحمل إلا إن أحد أعضاء الطبقة الدنيا عبر عن نظرة مختلفة يغلب عليها تفضيل الجانب الجمالي على

الجانب المادي في الأثاث والمفروشات والديكورات فهو يفضل اقتناء المفروشات والاثاث والديكورات وتناسقها مع بعضها البعض وتناسبها مع كل ركن من اركان المنزل يقول (١٠) من الطبقة الدنيا ويعمل موظف (كل ركن من اركان المنزل له الأثاث الذي يناسبه من المفروشات والاثاث والديكور من حيث المساحة والدهانات) ويتضح تأثير المهنة على المبحوث في اهتمامه بالزوايا والاركان والتصاميم والتناسق بين الأركان والألوان

أما فيما يتعلق بتفضيلات افراد العينة في الاستهلاك الثقافي فقد تشارك جميع افراد العينة من أعضاء الطبقة العليا والدنيا في الاهتمام بالقراءة وتبين تفضيل جميع أفراد العينة لقراءة الكتب المتخصصة، ولم يبدي أيًا من افراد العينة اهتماما بقراءة الكتب الأدبية باستثناء احد أفراد العينة من الطبقة العليا من السيدات التي أبدت اهتماما بقراءة القصص، أما فيما يتعلق بمشاهدة التلفزيون فقد تشارك جميع افراد العينة من الطبقة العليا والدنيا في تفضيل مشاهدة الاعمال الدرامية الواقعية التلفزيونية التي تعبر عن مشاكلهم وواقع حياتهم وعدم تفضيل مشاهدة الاعمال الخيالية التي لا تعكس واقع المجتمع تقول (٦) من الطبقة العليا في الإجابة عن سؤال يتعلق بالمسلسلات التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها (بحب أشوف المسلسلات القديمة اللي بتعبر عن واقع المجتمع المصري والقيم والتقاليد المصرية اللي مش موجودة دلوقت)

كما تشارك جميع افراد العينة من الطبقة العليا والدنيا في الاهتمام بمتابعة ومشاهدة الأفلام في التلفزيون والسينما وقد اتفق جميع افراد العينة في تفضيل مشاهدة الأفلام الكوميدية على غيرها من الأفلام الخيالية او غيرها من النوعيات الأخرى من الأفلام وقد ذكر العديد من المبحوثين من الطبقة العليا والدنيا بعض أسماء الممثلين الكوميديين الذين يفضلون مشاهدة افلامهم

تقول (٦) من الطبقة العليا في الإجابة عن سؤال يتعلق بالأفلام التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها (بحب اشوف الأفلام في التلفزيون في اخر الأسبوع بحب اشوف الأفلام الكوميدية بتاع احمد حلمي واحمد مكي ومحمد هنيدي في قنوات الأفلام او من على الانترنت وفي الاجازة الصيفية بحب ارواح مصيف وانفرج على الأفلام الجديدة الي في السينما ومش بحب انفرج الا على الأفلام الكوميدية)

اما فيما يتعلق بزيارة المتاحف والمعارض الفنية فقد اشترك جميع افراد العينة من الطبقة الدنيا والعليا على عدم قيامهم بزيارة المعارض او المتاحف، كما اتفق جميع افراد العينة من أعضاء الطبقة العليا على عدم اهتمامهم بزيارة المعارض الفنية او المتاحف باستثناء احدى الحالات التي عبرت عن قيامها بزيارة المعارض الفنية

وفي الإجابة عن سؤال يتعلق بارتياح المعارض الفنية والمتاحف تقول (٦) من الطبقة العليا (أحيانا بحب أروح المعارض الفنية عشان انفرج على الاعمال الفنية عشان انا بحب اشري الحاجات دي عشان تكون موجودة عندي في البيت وبجمل بيها البيت)

أما (١١) من الطبقة الدنيا يقول في الإجابة عن سؤال يتعلق بارتياح المعارض الفنية والمتاحف (أحيانا بحب أزور المتاحف عشان انفرج على الحاجات الاثرية القديمة) أما فيما يتعلق بالتفضيلات في مجال الموسيقى فلم يبدي أيًا من المبحوثين من الطبقة الدنيا اهتمامًا بالموسيقى او تفضيل أيًا من أنواع الموسيقى باستثناء أحد افراد العينة الذي ابدى اهتماما بالموسيقى الكلاسيكية

يقول (١٠) من الطبقة الدنيا في الإجابة عن سؤال يتعلق بالترفضيات في مجال الموسيقى (بصفة عامة مش بحب اسمع للموسيقى بشكل عام لكن لو حبيت اسمع فبحب اسمع الموسيقى القديمة الكلاسيكية)

أما بالنسبة للطبقة العليا فقد أبدى جميع أفراد العينة ميلا للاستماع للموسيقى وتراحت تفضيلاتهم ما بين الموسيقى الحديثة والقديمة، كما أبدى بعض افراد العينة من السيدات تفضيل الاستماع للموسيقى القديمة، والعزف على الآلات الموسيقية، ونظرت بعض السيدات للموسيقى باعتبارها شيء ضروري واساسي في حياتهن عزفا واستماعا وأبدى بعض افراد العينة من السيدات من الطبقة العليا تفضيلا للموسيقى الكلاسيكية وتفضيلا للأغاني القديمة على الأغاني الحديثة

وتقول (٤) من الطبقة العليا في الإجابة عن سؤال يتعلق بالترفضيات في مجال الموسيقى (الموسيقى غذاء الروح وهي فن ممتع وطبعا بحب أغاني زمان أغاني زمان شيء ممتع جميل وكله معاني واحاسيس شيء جميل فعلا)

أما (٦) من الطبقة العليا فتقول في الإجابة عن نفس السؤال (القديم طبعا بحب اسمع الأغاني القديمة بحب أغاني نجاة وعبد الحليم وفريد الأطرش) أما بالنسبة لأعضاء الطبقة العليا من الرجال فلم يبد أيًا منهم اهتمامًا بالموسيقى او تفضيل نوعًا منها على الاخر باستثناء أحد افراد العينة من الطبقة العليا الذي أبدى تفضيلا في الاستماع للموسيقى الهادئة

ويتضح مما سبق أنه لا يوجد اختلافات بين أفراد العينة من الطبقة العليا والدنيا فيما يتعلق بالترفضيات في مجال الاستهلاك الثقافي وخصوصا فيما يتعلق بالترفضيات في استهلاك الموسيقى وقد ظهر بوضوح تأثير النوع في مجال الاستهلاك الثقافي أكثر من تأثير رأس المال الثقافي فلقد أبدت السيدات اللاتي ينتمين للطبقة العليا اهتماما متزايدا بالاستماع للموسيقى والعزف على الآلات الموسيقية

أما بالنسبة للترفضيات في استهلاك الطعام فقد تشارك جميع افراد العينة من الطبقة العليا والدنيا في استهلاك الوجبات السريعة وان تفاوتت عدد المرات في استهلاك هذه الوجبات بين الطبقتين من مرة الى ثلاث مرات فقد أبدى أعضاء الطبقة العليا ميلا اكثر نحو استهلاك الوجبات والذهاب لمطاعم الوجبات السريعة لتناول الوجبات فيها وقد ارجع جميع أفراد العينة الذهاب الى مطاعم الوجبات السريعة وتناول الوجبات فيها الى التغيير والطعم الشهى لتلك الوجبات، وفي بعض الأحيان عدم وجود الوقت لإعداد الطعام في المنزل وخصوصا بين السيدات العاملات من الطبقة العليا

وفي الإجابة عن سؤال يتعلق بتناول الوجبات السريعة تقول (٦) من الطبقة العليا (ينشترى اكل جاهز من مطاعم الوجبات السريعة مرتين او ثلاثه في الأسبوع عشان مفيش وقت كافي لعمل الاكل في البيت، برجع من الشغل تعبانه مش قادرة اعمل أي حاجة فبنجيب معانا الغدا واحنا راجعين للبيت)

ويبدو واضحا أن الفكرة وراء تناول الوجبات السريعة هو التغيير أو عدم وجود الوقت لإعداد الطعام بين السيدات العاملات ويظهر تأثير عمل المرأة أكثر من تأثير رأس المال الثقافي على تغيير العادات الغذائية وتناول الوجبات السريعة، في حين أبدى أحد افراد العينة من الطبقة العليا رفضه تناول الوجبات السريعة لعدم ثقته فيما تقدمه تلك المطاعم من مأكولات

يقول (٥) من الطبقة العليا في الإجابة عن سؤال يتعلق بتناول الوجبات السريعة (لا اثق في مطاعم الوجبات السريعة ولا اثق فيما تقدمه من وجبات وكمان الوجبات السريعة ضارة بالصحة)

ويرفض أحد افراد العينة من الطبقة الدنيا تناول الوجبات السريعة بشكل قاطع متفقاً مع الحالة السابقة من الطبقة العليا في أحد أسباب الرفض وهي ان تلك الوجبات ضارة جدا بالصحة ومختلفا معه في باقي الأسباب وهي انها مكلفة وغير شهية.

يقول (١٠) من الطبقة الدنيا في الإجابة عن سؤال يتعلق بتناول الوجبات السريعة (الوجبات السريعة أسعارها عالية ومكلفة وطعمها مش كويس وهي كمان ضارة بالصحة بتجيب أمراض كتيره الأفضل الابتعاد عنها)

أما بالنسبة لتفضيل تناول الأطباق العالمية والمحلية فقد تشارك جميع افراد العينة في تفضيل تناول الاطباق المحلية على تناول الاطباق العالمية ولم يبد أيا من افراد العينة تفضيلا لتناول الاطباق العالمية باستثناء أحد أفراد العينة من الطبقة العليا الذي أبدى اهتماماً بتناول الاطباق العالمية الى جانب تناول الاطباق المحلية

وفي الإجابة عن سؤال يتعلق بتناول الاطباق المحلية والعالمية يقول (١) من الطبقة العليا (بأكل الأطباق المحلية والعالمية لأنني سافرت لدول كثير وحصلت على الدكتوراه من النمسا وعشت في فرنسا فترة وفي النرويج عشان كده انا بحب اكل بعض الاطباق من هذه الدول) اما بالنسبة لتفضيلات أفراد العينة في طرق إعداد وطهي الطعام فقد تشارك جميع أفراد العينة في استخدام الطرق التقليدية في طهي الطعام وعدم استخدام طرق الحمية في إعداد الطعام ويتضح من ذلك تأثير ثقافة المجتمع أكثر من تأثير رأس المال الثقافي على تفضيلات الافراد في استهلاك الطعام.

ويتضح مما سبق انه لا توجد اختلافات بين أفراد العينة من الطبقتين فيما يتعلق بالتفضيلات في استهلاك الطعام ويوضح ذلك وجود تأثير لرأس المال الثقافي على تفضيلات الافراد في استهلاك الطعام

وأما بالنسبة لممارسة الأنشطة في وقت الفراغ والهدف منها فقد تشارك جميع افراد العينة في الاهتمام بممارسة الأنشطة في أوقات الفراغ وتنوعت الأنشطة التي يقوم بها افراد العينة من الطبقتين الدنيا والعليا متأثرة بالنوع وليس براس المال الثقافي فبغض النظر عن الطبقة التي تنتمي اليها السيدات ثقافيا تشاركت جميع السيدات في الاهتمام بممارسة الأنشطة الفنية في وقت الفراغ مثل الرسم والعزف على الآلات الموسيقية وكذلك متابعة البرامج الثقافية خصوصا برامج المرأة وممارسة بعض الأنشطة الرياضية مثل السباحة ولعب التنس أما افراد العينة من الرجال من الطبقتين الدنيا والعليا فتركزت الأنشطة التي يمارسونها في وقت الفراغ في ممارسة الرياضة وكانت لعبة كرة القدم هي الرياضة التي انفق جميع افراد العينة من الرجال على ممارستها لشغل أوقات الفراغ بالإضافة الى ممارسة بعض أفراد العينة من الطبقتين لرياضة المشي

ويشير ذلك إلى عدم وجود تأثير لرأس المال الثقافي على الأنشطة التي يمارسها أفراد العينة اثناء وقت الفراغ وتأثر أفراد العينة بثقافة المجتمع حيث تمثل رياضة كرة القدم للعبة الشعبية الأولى في مصر، كم يتضح تأثير النوع على ممارسة الأنشطة في وقت الفراغ حيث تشاركت جميع السيدات في ممارسة نفس الأنشطة بغض النظر عن مصادر رأس المال الثقافي لكل منهن.

أما فيما يتعلق بالهدف من ممارسة هذه الأنشطة في وقت الفراغ فقد تشارك جميع أفراد العينة من الطبقتين الدنيا والعليا في الهدف الأساسي من ممارسة الأنشطة في وقت الفراغ والمتمثل في الحصول على المتعة باستثناء أحد أفراد العينة من الطبقة العليا والذي يهدف من وراء الأنشطة التي يمارسها في وقت الفراغ الى الحصول على النقبل الاجتماعي وتكوين رأس مال اجتماعي وإقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين لاستغلالها في إنجاز المصالح الخاصة بالإضافة الى الحصول على المتعة، وكذلك أحد أفراد العينة من الطبقة العليا الذي يهدف إلى اكتساب الخبرات بالإضافة الى الحصول على المتعة من ممارسة الأنشطة التي يقوم بها في وقت الفراغ

يقول (٣) من الطبقة العليا في الإجابة عن سؤال يتعلق بالهدف من الأنشطة التي يمارسها في وقت الفراغ (المتعة شيء ضروري ولكن بحب التعامل مع الناس واقتابلمهم وشاركهم في بعض الأنشطة بحب أعمال صداقات ويكون ليا علاقات متعددة أقر من خلالها أعمال مصالحى وأنا بحب أوسع شبكة علاقاتي)

وفي الإجابة عن نفس السؤال يقول (٥) من الطبقة العليا (في وقت فراغي باعمل الحاجات اللي ممكن اكتسب من خلالها خبرة تنفعني في الحياة العملية واتعلم حاجة جديدة مفيدة واكتسب خبرة جديدة)

اما بالنسبة لتفضيلات أفراد العينة فيما يتعلق باستهلاك الملابس فقد تشارك جميع أفراد العينة من الطبقتين في مواصفات الملابس التي يفضلون ارتداؤها، واتفقوا على الشروط التي يفضلون وجودها في الملابس والتي تجعلها من وجهة نظرهم مناسبة فقد اتفق جميع أفراد العينة على تفضيل الملابس المريحة التي تشعرهم بالراحة اثناء لبسها واعتبروها الشرط الأول في الملابس المناسبة والتفضيل الأول فيمل يتعلق بالملابس التي يستهلكونها

ويتضح من ذلك اتفاق جميع افراد العينة في البحث عن الحلول العملية في تفضيلهم للملابس التي تحقق الراحة لهم بغض النظر عن رأس المال الثقافي لكل أفراد العينة.

كما اتفق جميع أفراد العينة على تفضيل الملابس المألوفة والتي لا تتعارض مع العادات والتقاليد الموجودة في المجتمع، ويتضح مما سبق تأثر تفضيلات أفراد العينة من الطبقتين بالعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع أكثر من تأثرها براس المال الثقافي.

كما تشارك جميع أفراد الطبقة العليا من عينة الدراسة في عدم تفضيلهم للملابس التي تشبه ملابس الآخرين من الأقارب والأصدقاء، وفي المقابل فان أفراد العينة من الطبقة الدنيا لا يرون أن هناك ما يمنع من ارتداء الملابس التي تشبه ملابس الأصدقاء، كما انهم يفضلون الملابس التي تشبه ملابس الأقارب والتي اثبتت جودتها، ويتضح من ذلك أن لرأس المال الثقافي تأثيراً فيما يتعلق بسعي أعضاء الطبقة العليا إلى التميز على اعتبار أن المظهر يمثل جزءاً من رأس المال الرمزي، ويظهر ذلك في تفضيلهم ارتداء الملابس المميزة عن ملابس الأصدقاء والأقارب

كم اتفق جميع أفراد العينة على تفضيل الملابس التي تتسم بالمتانة وقوة التحمل وكذلك تشارك جميع أفراد العينة في تفضيلهم للملابس التي تتناسب أسعارها مع دخولهم، ويتضح من ذلك تأثير الدخل على تفضيلات افراد العينة بغض النظر عن رأس المال الثقافي حيث كان السعر عاملاً مهماً في التأثير على تفضيلات أفراد العينة

كما تشارك جميع أفراد العينة في تفضيل الملابس المألوفة وعدم تفضيل الملابس الشاذة أو الغريبة التي تلفت نظر الآخرين أو تثير انتقاداتهم ويشير ذلك إلى أن قيم

المجتمع والسعي نحو الحصول على التقبل الاجتماعي من العوامل التي تؤثر في تفضيلات الاستهلاك عند المبحوثين من الطبقتين الدنيا والعليا أكثر من رأس المال الثقافي أما عن تفضيلات أفراد العينة فيما يتعلق بشراء الملابس والأحذية من ماركات عالمية معروفة فقد اتفق جميع أعضاء أفراد العينة من الطبقة العليا على الاهتمام بشراء الملابس التي تحمل علامات تجارية وماركات مميزة ومشهورة أما أفراد العينة من الطبقة الدنيا فقد اتفق جميع أفرادها على عدم تفضيلهم للأحذية والملابس التي تحمل علامات تجارية وماركات مميزة ومشهورة وذلك نظراً لتكلفتها المالية العالية وعدم مناسبة سعرها لهم.

يقول (٥) من الطبقة العليا في الإجابة عن سؤال يتعلق بشراء الماركات العالمية في الملابس والأحذية (بحب اشتري الماركات العالمية في الأحذية، بحب اشتري كلاركس عشان الماركات في الأحذية مظهرها كويس ومميز وكمان بتعيش، وبحب احبب ماركات في العطور، كمان أنا بشتري الماركات دي في التخفيضات اللي أقدر اشتري فيها الحاجات دي)

وينضح من ذلك تأثر أعضاء الطبقة العليا بما تحمله الماركات العالمية الشهيرة والمميزة من رأس مال رمزي في حين لم يكن لذلك تأثير على الطبقة الدنيا، وكانت التكلفة المادية سبباً في عدم تقبل أعضاء الطبقة الدنيا ثقافياً للماركات العالمية بغض النظر عما تحمله هذه الماركات من رموز بل كانت النظر المادية هي المسيطرة على أعضاء الطبقة الدنيا ثقافياً.

كما اتفق جميع أفراد العينة من الطبقتين على أن العمل له الملابس التي تناسبه، وكذلك حفلات الزفاف لها ما يناسبها، وكذلك الخروج للتنزه له الملابس التي تناسبه، ويتضح من ذلك أن الدور الوظيفي للملابس لا يختلف مفهومه عند أفراد العينة من الطبقتين

أما فيما يتعلق بتفضيل أفراد العينة للملابس المسايرة للموضة فقد أبدى جميع أعضاء الطبقة العليا تفضيلهم للملابس المسايرة للموضة بشرط ألا تتعارض مع التقاليد الموجودة في المجتمع أما أعضاء الطبقة الدنيا فلم يهتموا بمسايرة الملابس أو عدم مسايرتها للموضة في تفضيلاتهم وأبدى جميع أفراد العينة من الطبقة الدنيا اهتماماً بمسايرة تفضيلاتهم في الملابس من حيث الشكل للقيم والتقاليد الموجودة في المجتمع، ويشير ذلك إلى اهتمام أعضاء الطبقة العليا برأس المال الرمزي المتمثل في مسايرة الموضة في الملابس كما يشير أيضاً إلى تأثير الأفراد العينة من الطبقتين بالتقاليد الموجودة في المجتمع أكثر من تأثرهم برأس المال الثقافي

وتشارك جميع أفراد العينة من الطبقتين في عدم تفضيل الملابس النادرة في التصميم والتي تحمل قيمة فنية ومتميزة من الناحية الجمالية وغير منشرة في المجتمع، ويشير ذلك إلى عدم اهتمام أفراد العينة من الطبقتين بالقيم الجمالية في الملابس باستثناء حالة من الطبقة العليا -التي تعمل مهندسة ديكور- والتي تفضل الملابس المتميزة في التصميم والنادرة وغير المنتشرة بين السيدات في المجتمع، وتقول (٢) من الطبقة العليا (بحب الملابس المتميزة اللي ليها تصميم مختلف ومش منتشر بين الستات في المجتمع واللي ليها شكل جمالي وفني لها قيمة جمالية بس يكون سعرها مناسب وكمان التصميم يكون مناسب لعمري ويكون التصميم جذاب في كل الأحوال)

واتفق جميع أفراد العينة من الطبقتين على ان الملابس التي يرتديها الشخص في المجتمع لا تعكس مكانته في المجتمع فلا توجد علاقة بين ما يرتديه الأشخاص وبين مكانتهم الاجتماعية في المجتمع، ويشير ذلك الى عدم تأثير رأس المال الثقافي على توجهات افراد العينة من الطبقتين فيما يتعلق بالعلاقة بين طريقة ارتداء الملابس والمكانة الاجتماعية للشخص في المجتمع.

حادي عشر الاستنتاجات

١- فيما يتعلق بالسؤال الأول اتضح من النتائج السابقة أن هناك اختلافاً بين أفراد العينة من الطبقتين فيما يتعلق بتفضيلات الاستهلاك في الأثاث والديكور والمفروشات حيث سيطرة النزعة الجمالية على أفراد العينة من الطبقة العليا بينما سيطرة النزعة المادية على أعضاء الطبقة العليا وكانت النزعة الجمالية أكثر تأثيراً على السيدات من الطبقة العليا ويعكس ذلك تأثير رأس المال الثقافي على تفضيلات أفراد العينة في استهلاك المفروشات والاثاث والديكور، ويشير ذلك إلى وجود تأثير لرأس المال الثقافي على التدوق من خلال إيجاد حلول عملية لمنطلقات الأفراد الأساسية فيما يتعلق بالمفروشات والاثاث والديكورات

٢- أما فيما يتعلق بالسؤال الثاني اتضح من النتائج ان الدور الوظيفي للملابس لا يختلف في مفهومه عند أفراد العينة من الطبقتين ويعكس ذلك عدم وجود تأثير لرأس المال الثقافي على التفضيلات في ضوء التقاليد بينما التأثير يرجع إلى ثقافة المجتمع والتقاليد السائدة فيه.

٣- وفيما يتعلق بالسؤال توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة من الطبقة العليا يفضلون الملابس التي تساير الموضة ولكن ذلك مشروطاً بعدم تعارضها مع التقاليد السائدة في المجتمع في حين أن افراد العينة من الطبقة الدنيا لم يبدو اهتماماً بمسايرة الملابس للموضة ويعكس ذلك وجود تأثير لرأس المال الثقافي، ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما تحمله الملابس التي تساير الموضة من رأس مال رمزي تحرص عليه الطبقة العليا، ويشير ذلك وجود تأثير لرأس المال الثقافي على التفضيلات في الملابس في ضوء الموضة.

٤- أما فيما يتعلق بالسؤال الرابع فلم يكن هناك حضوراً لرأس المال الثقافي في التأثير على تفضيلات استهلاك الملابس بين أفراد العينة من الطبقتين فقد اتفق جميع أفراد العينة من الطبقتين على أغلب الشروط الواجب توافرها في الملابس المناسبة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء القيم والعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع حيث كان لها التأثير الأكبر في المواصفات والشروط التي يجب توافرها في الملابس حتى يكون مقبولاً من أفراد المجتمع، ويشير ذلك إلى عدم وجود تأثير لرأس المال الثقافي على الشروط الواجب توافرها في الملابس.

٥- وفي الإجابة على السؤال الخامس اتضح انه لا توجد اختلافات بين أفراد العينة من الطبقتين في تفضيلات الاستهلاك الثقافي إلا في الموسيقى حيث أبدت السيدات من الطبقتين اهتماماً بالاستماع للموسيقى، واهتمت السيدات من الطبقة العليا بالعزف على بعض الآلات الموسيقية بالإضافة الى استماعها، ويعكس ذلك عدم وجود تأثير لرأس المال الثقافي على الاستهلاك الثقافي بينما كان التأثير حاضراً للنوع، ويشير ذلك إلى عدم تأثر الاستهلاك الثقافي برأس المال الثقافي على.

٦- أما فيما يتعلق بالسؤال السادس فقد اتضح من النتائج عدم وجود اختلافات بين أفراد العينة من الطبقتين في تفضيلات الاستهلاك في الوجبات السريعة والاطباق المحلية

والعالمية وطرق الطهي ويوضح ذلك عدم وجود تأثير لرأس المال الثقافي على التفضيلات في استهلاك الأطعمة ويمكن تفسير ذلك في ضوء التقليد والمحاكاة بين أفراد المجتمع والبحث عن التغيير في تناول الأطعمة وعمل المرأة وتأثير ثقافة المجتمع.

٧- أما فيما يتعلق بالتساؤل السابع والثامن فقد اتضح من نتائج الدراسة أنه لم يكن هناك تأثيراً لرأس المال الثقافي على ممارسة الأنشطة وقضاء وقت الفراغ وممارسة الهوايات والهدف منها، ولا توجد اختلافات بين أفراد العينة من الطبقتين في ممارسة الأنشطة والهوايات في وقت الفراغ فقد تنوعت الأنشطة التي يمارسها مختلف أفراد العينة واشترك جميع أفراد العينة في ممارسة نفس الأنشطة وتركزت حول الأنشطة المنتشرة في المجتمع، وكان النوع أكثر تأثيراً في تنوع الأنشطة، ولم يكن هناك تأثيراً لرأس المال الثقافي في هدف أفراد العينة من ممارسة تلك الأنشطة فقد كان الهدف من ممارسة الأنشطة هو الحصول على المتعة عند جميع أفراد العينة.

٨- اتضح تأثير رأس المال الثقافي في تفضيل أفراد العينة من الطبقة العليا لشراء الماركات العالمية والمعروفة فيما لم يبد أياً من أفراد العينة من الطبقة الدنيا اهتماماً بشراء تلك الماركات المعروفة أو اقتنائها، ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما تحمله تلك الماركات من رأس مال رمزي تسعى إليه الطبقة العليا

نخلص مما سبق إلى عدم صلاحية آراء بيير بورديو المتعلقة برأس المال الثقافي وعلاقته بالاستهلاك في تفسير تفضيلات الاستهلاك في المجتمع المصري وهذا يتفق مع آراء جينكنز (Jenkins 1992) من أن استخدام بيير بورديو بيانات فرنسية يشوه الاستنتاجات العامة ويتفق أيضاً مع آراء Lamont and laree و wacquant في أن أفكار بورديو في الاستهلاك ليست لها صفة العالمية وأن الصفوة الفرنسية تمثل حالة خاصة بفرنسا، ولا يمكن تعميمها على الدول الأخرى، وهذا يدعو إلى الاستعانة بمتغيرات أخرى تتعلق بالدخل والقيم والتقاليد والعادات وثقافة المجتمع بصفة عامة، ومحاولة صياغة رؤية نظرية يمكن في ضوءها تفسير تفضيلات الاستهلاك في المجتمع المصري.

Abstract**Cultural capital and its relation to consumption preferences****A field study in the light of Pierre Bourdieu's views****By Hassan Ahmed Hassan Abu Zeid**

The theme of the current study represented the relationship between cultural capital and consumption preferences in the light of Pierre Bourdieu's opinions. This study targeted to identify the concept of cultural capital, and explain the relationship between cultural capital and consumption preferences, it also targeted to answers about some questions taken from Pierre Bourdieu's opinions about explaining consumptions. The study depended on sample social survey method. The study used intensive interview as a tool for collecting data from respondents. the results show that Pierre Bourdieu's opinions is not appropriate to explain the relationship between cultural capital and consumptions preferences in Egyptian society, and gender had an effect on preferences in cultural consumption, also the results show that there are another factors affecting consumption preferences such as: income, values, traditions, and the Egyptian society's culture in general.

Keywords: cultural capital - Consumption – Fashion – Hobbies- Pierre Bourdieu

المراجع

- 1- الصحن، محمد (٢٠٠٥)، التسويق، الإسكندرية، الدار الجامعية
- 2- الغمراوي، رجاء (٢٠١١)، الإعلان التلفزيوني وثقافة الاستهلاك، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- 3- القاضي، سماح حسين (٢٠١١)، تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية، الأردن، دار جليس الزمان.
- 4- بدوي، احمد موسى (٢٠٠٩) ما بين الفعل والبناء الاجتماعي: بحث في نظرية الممارسة لدى بيير بورديو، المجلة العربية لعلم الاجتماع (إضافات) العدد ٨، ٢٣:٩
- 5- زايد، أحمد (٢٠٠٢) تصميم البحث الاجتماعي، أسس منهجية وتطبيقات عملية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- 6- سكوت، جون (٢٠٠٩) علم اجتماع المفاهيم الأساسية، ترجمة عثمان، محمد، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- 7- شوفالييه، ستيفان و شوفيري، كريستيان (٢٠١٣) معجم بورديو، ترجمة الزهرة إبراهيم، الجزائر، دار الجزائر
- 8- عبد الرحيم، ممدوح و إبراهيم، هالة (٢٠١١)، الثقافة الاستهلاكية لطفل الروضة: مدخل للتربية الاقتصادية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية
- 9- عبد الوهاب، أشرف (١٩٩٩) نظم التعليم وبطالة قوة العمل: دراسة ميدانية لبطالة المتعلمين في الريف، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الآداب، جامعة حلوان.
- 10-Carlisle, S. and Hanlon, P. and Hannah, M. (2008) Status, taste and distinction in consumer culture: acknowledging the symbolic dimensions of inequality. Public Health, vol. 122, no. 6, p.p. 631-637.
- 11- Cook, Daniel Thomas (2008), the missing child in the consumption theory, journal of consumer culture, vol.8 no. 2, p.p.219-243.

- 12-Ernest, H, (2006) Pierre Bourdieu on structure agency structuralism. Netherlands: Radbaud university of Nijmegen.
- 13- Holt, Douglas B. (1998) does cultural capital structure American consumption. The journal of consumer research vol.25, no.1, pp.1-25.
- 14- Hu, Xuemei (1996), Consumption and social inequality in urban Gguangdong China, P.H.D., university of hawaii
- 15-Kotler, P., Wong V., Saunders J., and Armstrong G. (1996) *Principles of Marketing*, England, Prentice Hall
- 16- Lizardo, Omar (2006) Globalization, world culture and the sociology of taste: patterns of cultural choice in cross-national perspective, Ph.D., department of sociology, Graduate College University of Arizona.
- 17- Lodziak, Conrad (2000) on explaining consumption, journal of capital & class, vol. 24, no. 3, p.p.111-133.
- 18- Lupton, Deborah and Noble, Greg (2002) mine/not mine: appropriating personal computers in the academic workplace, journal of sociology, vol. 38, no. 1, p.p.5-23.
- 19- Ritzer.George and Goodman, Douglas and Wiedenhof, Wendy Theories of Consumption in GEORGE RITZER and Barry Smart (2003) (ed.) handbook off social theory, London, Sage Publications
- 20- Ritzer, George and Jorgensen, Nathan (2010) Production, Consumption, Presumption, The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer, journal of consumer culture, vol.10, no.1, p.p.13-36.
- 21- Sanne, Christer (2002) analysis willing consumers or Looked in? Policies for Sustainable Consumption, Ecological Economics, Vol. 42, P.p. 273-286
- 22- Sullivan, Oriel and gershuny, Jonathan (2004) inconspicuous consumption, journal of consumer culture, vol.4, no. 1, .p.p.79-100
- 23- Trigg, Andrew (2002) 'Consumer dependency' in Himmelweit , Susan and Trigg, Andrew and Roberto Simonetti, *Microeconomics: Neoclassical and Institutional Perspectives on Economic Behavior*, London, Thompson Learning.
- 24- Warde, Alan and Martens, Lydia and Olsen, Wendy (1999) sociology, vol. 33, no.1, p. p.105-127.
- 25- Warde, Alan and Tomlinson, Mark and McMeekin, Andrew.(2000) expanding tastes. Cultural omnivorousness & social change in the UK, CRIC discussion paper NO37, center for research on innovation and competition, the University of Manchester.
- 26- Ward, Paul R. and Thompson, Jill and Barber, Rosemary and Armitage, Christopher J. and Boote, Jonathan D. and Cooper, Cindy L. and Jones, Georgina L (2009) critical perspective on consumer involvement in health research, journal of sociology vol46, no.1, p.p. 63-82