

الطموح والتسلق الاجتماعي في ظل الأنومي

دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي بمدينة-ورقلة-

أسماء معموري ، أستاذ محاضر ب
جامعة العربي التبسي تبسة (الجزائر)

Résumé

La société algérienne traverse une douloureuse phase d'anomie généralisée, aggravée par des aspirations diverses et surdimensionnées qui affectent de très larges couches de sa jeunesse qui sont ordinairement les franges les plus concernées par la mobilité sociale.

Ce type d'anomie provoque généralement un phénomène de socialisation anticipé comme l'a bien décrit Merton. Cette anomie qui puise son origine dans les différents projets de développement et de modernisation non achevés qu'a connus notre société depuis l'indépendance et qui a aboutit à une auto-socialisation anticipée et surdimensionnée chez la jeunesse, rattache artificiellement le champ symbolique nationale à la symbolique des sociétés de consommation, provoquant nécessairement des hiatus et des dysfonctions multiples et poussent notre société vers l'irréel.

Ainsi se crée un décalage consistant entre les possibilités réelles de la formation sociale et les aspirations imaginaires profondes de larges secteurs de la population, ainsi s'approfondit la crise sociale en Algérie.

Les mots clé :

Socialisation anticipé- anomie- symbolique- imaginaire sociale- changement sociale- jeunesse.

الملخص

يعيش المجتمع الجزائري فترة تمتاز باللامعيارية والأنوميا الأمر الذي أثر على سلوك الأفراد وأدى إلى زيادة التنشئة الاستباقية وسط فئات واسعة خاصة فئة الشباب التي تمثل العمود الفقري لكل المجتمعات ، والتي هي عادة أكثر حراكا من غيرها من الفئات إن الأنوميا التي تعيشها المجتمعات عامة والمجتمع الجزائري خاصة جاءت نتيجة لمشاريع التحديث الوطنية والمتصارعة مع العولمة المقلبة وإفرازاتها المتمثلة في تزايد المجتمع الاستهلاكي وبروز الاقتصاد الرمزي نتيجة انتشار وسائل الاتصال والتكنولوجيات الحديثة وتنامي مجتمع المعلومات وما يخلفه من آثار سلبية ساهمت في تزايد الأنوميا والتي تنتج نفسها في كل مرة من خلال مفرزاتها . إن الأصل الاجتماعي والثقافي للفرد يعطيه تخيلات وتمثلات في فئات أعلى منه ويسعى الى التسلق والوصول إليها من خلال الاستهلاك المظهري والترفيهي لرموز اقتصادية يوفرها له المجتمع الاستهلاكي المعولم واللامعباري الذي يلعب دورا في خلق التمثلات والطموحات بالاشتراك مع الأصل الاجتماعي.

تختلف التمثلات الاجتماعية المحركة للفعل الاجتماعي والسلوك باختلاف الأصل الاجتماعي الذي يلعب دورا في خلق

المخيل .

الكلمات المفتاحية: التنشئة الاستباقية- الأنوميا- الرمزية- المخيل الاجتماعي- التغير الاجتماعي

مقدمة:

إن الجسد الإنساني الطبيعي يعاد إنتاجه إنتاجا اجتماعيا منذ القدم والى الوقت الحاضر ، لإعطائه دلالات متماثبة مع السياق الحضاري للجماعة ، وكذلك لجعله وسيلة تعبير مظهرية تحمل مقابيس التنافس والتعائيش بين مختلف الأفراد والفئات داخل الفضاء الاجتماعي في فترة تاريخية محددة ، وقد طرحنا في بحثنا هذا المتواضع سؤلين أساسيين انطلاقا من هذه المسلمة وهما :

1- ما هي الدلالة الاجتماعية للاستعمال المكثف للطور في المجتمع الجزائري، خاصة لدى بعض الفئات الشبابية ؟ وما هي أسبابه ؟

2- ما هو دور صناعة الطور ومواد التجميل بالجزائر والسوق الحالية في هذا الاستهلاك ؟
* إن كلا من الصناعة العطرية التجميلية والاستهلاك يتم في سياق شامل هو سياق العولمة والمجتمع الاستهلاكي المسيطر ، كما يتفاعل مع هذا السياق في مختلف التقاطعات ويتأثر به بشدة وبطرق مختلفة ، مباشرة أو غير مباشرة .

ويبرز هذا التأثير خاصة في مستوى الإشهار المعولم القائم على اقتصاد الرموز والذي يدفع الأفراد بإلحاح وباستمرار لشراء الرموز للحفاظ على مكانتهم الاجتماعية وتحقيق التفوق المرغوب فيه .

لا يفوتنا بأن السياق الاجتماعي الجزائري العام الذي تتم فيه عملية استهلاك وإنتاج الطور هو عرضة منذ مدة لتغيرات سريعة ومتناقضة جعلته يعرف حالة لا معيارية وأنوميا متواصلة وقد قمنا بعدة ملاحظات أساسية لتحديد السلوك التطبيقي منها :

- أن التطيب هو مؤشر اجتماعي معقد يشتمل في نفس الوقت على بعد ثقافي رمزي ، وبعد اقتصادي وبعد عقائدي طموحي يعبر عن إرادة الحراك والتسلق الاجتماعي خاصة لدى فئة الشباب المعنيين أكثر من غيرهم بالحراك .
- إن التطيب في الحياة اليومية يقصد منه التأثير في سلوك الآخرين في إطار عملية التفاعل الاجتماعي المستمرة ، وأن هذا القصد المرتقب مرتبط قليلا أو كثيرا بمخيال القاصد وموروثه الاجتماعي وطموحاته وهويته المرتجاة ورموزه .
- واعتمادا على براديجم "بودريار Boudrillard" المتعلق بمنطق استهلاك الرموز وعلى براديجم "مارتون Martone" حول التنشئة الاجتماعية الاستباقية ، اعتبر بأنه من الممكن أن نستشف الطموح الاجتماعي والحراك الاجتماعي المستقبلي من خلال نوعية العطر التي اتخذت كرمز اجتماعي .
- وبناء على هذا المسلمات والبراديجمات أسسنا فرضياتنا التالية:

أولا : التطيب والتعطر هو سلوك اجتماعي واسع الانتشار يشمل مختلف الفئات الاجتماعية .

ثانيا: الفئة الاجتماعية الدنيا التي تقلد في تطيبها الفئة الاجتماعية العليا تمارس تنشئة اجتماعية رمزية استباقية جزئيا ، ويتمثل ذلك في استهلاك الطور الرفيعة .

ثالثا : استهلاك الطور الوطنية المتواضعة يغلب لدى الفئات الاجتماعية المتواضعة الغير حاملة لتنشئة اجتماعية استباقية قوية .

حيث : ربطنا هذه الفرضية الأولى بين نوعية التطيب والسلوك التنظيمي وهوية الفئة الاجتماعية المرغوب الانتماء إليها مستقبلا ، فكما كان الحراك الاجتماعي الاستباقي يهدف إلى الوصول إلى فئة اجتماعية عليا ومتميزة، كلما كان استهلاك الطور والتعامل معها يقلد ما هو معمول به لدى أبناء الفئة التي يسعى للانتماء إليها ، ويعني ذلك في السوق الجزائرية وحسب وضع إنتاج الطور في الجزائر حاليا .

كلما كان الحراك الاجتماعي بسيطا أو غير واع أو غير موجود ازداد استهلاك الطور الوطنية المتواضعة الثمن استهلاكا واهداء ، وتضاءل استهلاك الطور الأجنبية والباهظة الثمن .

وقد تبين من البحث الميداني الذي قمنا به على عينة من الشباب من مدينة ورقلة بأن الفئة الاجتماعية الممتازة جدا والممتازة يتميز سلوكها باستهلاك العطور المستوردة الباهظة الثمن أكثر من غيرها نسبيا من الفئات الأخرى ، تليها المتوسطة ثم المتواضعة مما يدل على أن الفئة الوسطى والمتواضعة تسعى بقوة للتشبه بالفئة الممتازة على الأقل في هذا الميدان أما الفئة الممتازة فلا يمكنها أن تمارس تنشئة استباقية عطرية حسب نموذج مرتون وذلك لأنها متواجدة في قمة الهرم، وبالتالي لا يمكنها أن تقوم بحراك وتنشئة استباقية على الأقل داخل نفس النسق ، كما تبين من خلال البحث الميداني بأن الفئة المتوسطة هي أكثر استباقية من الفئة المتواضعة .

ثم إن ذكور الفئة المتوسطة والدنيا هم أكثر استباقية وتقليدا من إناث هذه الفئة عكس ما كنا نتصوره في ميدان العطور على الأقل كما تتعرض الفرضية الثالثة التي اعتمدها إلى ربط استهلاك العطور الوطنية المتواضعة بالمحيط الاجتماعي للمستهلكين ، ويتبين من خلال البحث الميداني بأن مستهلكي هذا النوع من العطور ينتمون إلى مختلف الفئات بنسب متفاوتة وتمثل الفئة الاجتماعية المتواضعة أعلى نسبة لمستهلكي هذا النوع من العطور كما تقرر في الفرضية الثالثة ويؤشر ذلك لضعف التنشئة الاستباقية لديهم كما افترضنا بسبب المنطلق الاجتماعي المتواضع .

غير أن هناك أيضا نسبة معتبرة من أفراد الفئة الممتازة تستهلك هي الأخرى هذا النوع من العطور المحلية ، ولا يمكن لهذا السلوك أن تكون له الدلالة نفسها لسلوك الفئات المتواضعة لأن أصحابه في قمة الهرم الاجتماعي لذلك اعتقدنا أنه لا يخضع لمنطق التنشئة الاستباقية عكس ما كنا نتوقعه في فرضياتنا بل اقتنعنا أن براديجم التنشئة الاستباقية لا ينطبق على الفئات العليا ، ولجأنا لتفسير سلوك الطبقات العليا بمنطق "براديجم التميز" الذي استعمله Bourdieu ومنطق استهلاك الرموز لـ: Boudrillard . وقبل أن ننقل إلى ما توصلنا إليه ارتأينا أن نوضح بعض المفاهيم المتداولة في هذه الدراسة و المتمثلة في:

أ/التنشئة الاستباقية: يعرف مارتون **Merton** التنشئة الاجتماعية الاستباقية على أنها" الحالة التي يميل فيها الأفراد إلى تقمص قيم وسلوكات الجماعات التي يتمنون الارتباط بها والانتماء إليها بدلا من قيم وسلوكات الجماعات التي ينتمون إليها فعلا " ¹

ب/ تعريف براديجم منطق الرموز لـ"بودريار" **Boudrillard** يقول بودريار : بأن المستهلك في المجتمعات الغنية الاستهلاكية ، يشتري رموزا اجتماعية في نفس الوقت الذي يشتري بضائع وخدمات.

وفي هاته الحالة ، فإن منطق الرموز هو الذي يحل محل الحاجة وهو الذي يفرض اختياراته أكثر من مبدأ الحاجة² ويعني هذا بأن الرموز الاجتماعية المعبرة عن المكانة الاجتماعية لم تعد ثابتة كما كانت في الماضي ، بل يجب تحديدها باستمرار للحفاظ على المكانة الاجتماعية ، ثم إن مجتمع الاستهلاك جعل هذه الرموز تمر عن طريق السوق والبضاعة التي تحولت وظيفتها وأصبحت في هذه الحالة تخضع إلى منطق رمزي ، أكثر من المنطق الاقتصادي في هذه الحالة³ .

ج- تعريف التمثلات الاجتماعية: **les représentations sociales** : إن مفهوم التمثل الاجتماعي ، هو أحد المفاهيم المؤسسة لعلم النفس وكذلك لعلم الاجتماع.

(1) Gill ferreol et autres , dictionnaire de sociologie, Armand colin, paris 1995 2eme édition p.185

(2)Gilles Ferreol et autres ,dictionnaire de sociologie , opcit p n 186

3Bergert et Lukman,la construction sociale de la réalité A. Colin ,paris ,2006 p337.

وهو يعني شكلا من أشكال المعرفة الاجتماعية ، وهي المعرفة اليومية العادية المصاغة إجتماعيا والمتقاسمة من طرف المجموعة الثقافية والاجتماعية¹ .

كما يعني أيضا طريقة التفكير وطريقة التحكم وإملاك الواقع اليومي وتأويله وكذلك علاقتنا بالكون كله.

د.المخيل الاجتماعي : l'imaginaire sociale : إن براديجم التنشئة الاستباقية الذي اعتمده كمحور لإشكالياتنا وفرضياتنا، يؤدي في نهاية المطاف إلى تشكيل هوية مرجوة ، ومرغوب فيها لدى الفرد والجماعة المعنية ، وهذا يعني التغيير والانتقال من هوية إلى هوية أخرى² ، ولابد لهذا التغيير من دافع لا يمكن أن يكون التمثل بمفرده . بمجرد أن يكون هناك رجاء وتوقان كما هو الحال بالنسبة للتنشئة الاستباقية والهوية المرجوة ، يكون المخيال هو المحرك .ويمكن تعريف المخيال بصفة عامة على أنه صانع ومصنع الصور والتمثلات والنظرة التي يحملها الفرد أو الجماعة والتي تسمح له بالتعبير عن طريقته في تصور علاقته مع الآخر ومع العالم.

1- الحراك والفرضيات : يتميز مجتمع بحثنا بحراك قوي على المستوى الأفقي الجغرافي وعلى المستوى العمودي الفئوي . ويعرف "سوروكين" الحراك العمودي على أنها "انتقال الأفراد والجماعات من طبقة إلى أخرى ، وهذا التحرك قد يكون صاعدا عندما ينتقل الفرد من جماعة أدنى إلى جماعة أعلى، أو عندما تحسن جماعة مستوى معيشتها أو مكانها في التدرج السياسي أو المهني ، أو عندما تصعد جماعة بأكملها درجة السلم الاجتماعي ، ويكون التحرك نازلا عندما يهبط الفرد من وضع اجتماعي أدنى ، أو عندما تتحلل الجماعة بأكملها وتجد أن مكانتها تهبط بالنسبة للمجتمع ككل .

أما الحراك الأفقي فهو دائما حسب "سوروكين" : "انتقال فرد أو جماعة من وضع اجتماعي إلى وضع آخر بمستوى مماثل ، والهجرات والتغيرات في المهنة" . ونحن أمام مجتمع بحث يتميز برغبة قوية في الحراك الاجتماعي العمودي والأفقي كما سنبينه من الجداول التالية:

جدول رقم 59 يبين توزيع المبحوثين حسب طموح الابن المهني و مهنة الأب

المجموع	أجير		تقني		مالك		إطار متوسط		طموح الابن المهني
	أجبر	%	أجبر	%	أجبر	%	أجبر	%	مهنة الأب
%100	02	%6.6	00	%3.3	01	%10	03	%80	موظف سام
%100	01	%2.8	00	%8.55	03	%12.1	06	71.2	إطار متوسط
%100	00	%00	00	%43.6	07	%25	01	%31.2	مالك
%100	00	%00	00	%00	00	%55	05	%44.4	تقني
%100	02	%7.2	01	%4.8	02	%41.4	17	%46.5	أجير
%100	05	%4.57	01	%9.1	13	%27.4	35	%58.7	المجموع

يتم حراك العينة الموجودة بين أيدينا بين محورين:

1- محور أعلى وهو محور الموظف السامي داخل الإدارة ومختلف أجهزة الدولة وكل ما يحي به من تمثلات وتصورات طبعت مخيال الشباب وهي تعود للسلطة الكبيرة والجاه المتزايد والقدرة على استعمال الجاه والنفوذ لحل كل المشاكل التي يمكن أن تعترضه . وهي تصورات تعود إلى ما كانت تتمتع به بيروقراطية الدولة وفئاتها العليا من امتيازات منذ عقود ولا زالت .

1 Johan Searle ,1983 intentionality ; A N 2 ssay in The philosophy Cambridge university press.

2 Gilbert Durand : les structures anthropologiques de l'imaginaire ,le seul, paris 1994 , p 26

الملاحظ لدى العينة المدروسة مهما كانت مهنة الأب فهو يظهر في المرتبة الأولى كطموح مهني لدى ثلاث فئات على خمسة 3/5 ألا وهي:

- 1- مهنة الأب موظف سامي يعطي الطموح المهني نفسه لدى الأبناء بنسبة 80% كما يدل على ذلك الجدول المرفق .
- 2- مهنة الأب إطار متوسط يعطي طموح مهني إطار سامي بنسبة 71.2% للأبناء.
- 3- مهنة الأب أجبر وعامل بسيط يعطي طموح مهني لأبناء هذه الفئة، يمثل الموظف السامي 46.3% وهي أعلى نسبة بالنسبة لهذه الفئة.

ومن هنا نلاحظ أن الطموح المهني لمختلف هذه الفئات ليس محددًا بمهنة الأب التي تؤشر على الأصل الاجتماعي ، فأبناء الموظفين السامين والإطارات المتوسطة وكذلك أبناء العمال البسطاء لهم نفس الطموح المهني الذي يأتي في المرتبة الأولى رغم فوارق الأصل الاجتماعي ويعود هذا إلى ثلاثة أسباب على الأقل:

- 1- لأن القضية تتعلق بالطموح أي بالتمنيات وليس بالمهمة الحقيقية التي سيحتلها الابن فعلا، و قد تكون التي سيحتلها الابن فعلا محددة بمتغير الأصل الاجتماعي أكثر بكثير من الطموح.
- 2- لأن مجموع الأفراد العينة تقريبا من الجامعيين و لذلك فلا غرابة أن يكون طموحهم المهني متشابه ماداموا قد تخطوا عقبة التصفيات المدرسية مهما كان أصلهم الاجتماعي بفضل ديمقراطية التعليم.
- 3- ثم لأن الموظف السامي البيروقراطي الكلاسيكي يبدو فاقدًا لشرعيته بصفة متزايدة، نظرا للأزمات التي يمر بها المجتمع وأجهزة الدولة وللأنوميا واللامعيارية السائدة بسبب ذلك .

ولا يختلف عن هذا الضرب من الطموح المهني قليلا ونسبيا إلا أبناء فئة المالكين حيث يطمحون إلى أن يكونوا مالكين في المقام الأول بنسبة 43.6% ، كما يوضح ذلك الجدول أو موظفين سامين في المقام الثاني بنسبة 31.2% . أما أبناء فئة التقنيين يطمحون للوصول إلى منصب إطار متوسط في المقام الأول بنسبة 55.6% ثم إلى مهنة إطار سام في المقام الثاني بنسبة 44.4% .

/ الحراك الاجتماعي والتنشئة الاستباقية : لقد تبين لنا من خلال الدراسة التي قمنا بها بان: بأن السلوك العطري هو فعلا سلوك اجتماعي رمزي معقد ، وهو تفاعلي ومراقب اجتماعيا ، يحمل في نفس الوقت أحلاما وتمنيات ليست بالضرورة دائما فردية ونفسية بل يمكن أن تكون أحلاما ومؤشرات اجتماعية تخضع لمنطق سوسولوجي مثل منطق التنشئة الاستباقية والتميز الاجتماعي ومنطق الرموز .

ولكن مؤشر استهلاك العطور لا يمكن أن يعتمد عليه كمؤشر وحيد لقياس التنشئة الاجتماعية الاستباقية والحراك الاجتماعي بصفة عامة ، لذلك أخذناه ضمن عدة مؤشرات مثل :

- المهنة المرتقبة لقياسها ومقارنتها بمهنة الأب .
- الأصل الجغرافي ومكان الإقامة المرغوب فيها .
- نوعية السكن والأجرة المتوقعة بالإضافة إلى التعطر .

وقد دلت كل هذه المؤشرات بان هناك حراك اجتماعي منتظر ومرغوب فيه بطريقة متفاوتة بالنسبة لأغلبية

أفراد العينة المدروسة وأن محوره في المخيال :

- من الجنوب إلى الشمال أساسا من ناحية الإقامة.
- نحو المهن الحكومية والموظف السامي أساسا من ناحية المهن .
- نحو الفيلا والشقق الواسعة من ناحية السكن.
- نحو الأجرة المرتفعة من ناحية الدخل.
- نحو العطر المستورد الباهظ من ناحية العطر.

وهي كلها طموحات متماسكة تدعم بعضها البعض ولا تبدو غريبة وخيالية تماما بالنسبة للعينة المدروسة والتي تمثل الشباب الجامعي الذي هو جزء من النخبة الاجتماعية بالمعنى الواسع للكلمة.

بل إن هذا الحراك المرتقب يمثل الجزء الأساسي من هوية هذه النخبة.

أما بالنسبة للقيم الأساسية التي تعتمدها هذه العينة فلا يبدو أن هناك حراكا قويا يعادل الحراك الأفقي والعمودي الذي رصدناه سابقا، فالعينة تضع القيم التقليدية على رأس القيم، حيث يبرز الدين أولا ثم يليه العمل، ثم تأتي بعد ذلك قيم الحب والجمال والأناقة.

وتقيم العينة نفسها على أنها قوية الشخصية، معجبة بنفسها ومتحررة ويمكن أن نتصور بان العينة المدروسة من الشباب الجامعي تمارس السلوك الجمالي بما في ذلك السلوك العطري تحت رقابة القيم الدينية إلى حد ما.

3/ صناعة وسوق العطور الجزائرية وتأثيرها على السلوك العطري الاستباقي: رأينا فيما سبق أن السوق الجزائرية للعطور تعرف ازدهارا كبيرا منذ التسعينات إنتاجا وتسويقا تتقاسمها أربعة نماذج من الفاعلين الأساسيين:

أ- نموذج المنتج الوطني القديم: الذي كان فاعلا منذ كانت السوق مغلقة والذي يحاول أن يتكيف مع انفتاح السوق في التسعينات محاولا الوصول إلى شراكة مع المنتج الأجنبي الأكثر تطورا والمثال على ذلك شركة فلوريال 2.

ب- نموذج المستورد الأجنبي بشراكة جزائرية: وهي شركات استيراد ذات وجهين: وجه جزائري ووجه أجنبي مثل شركة أركنسيل Arcantil الفرنسية التي ذكرت سابقا والتي تأسست سنة 1935 ودخلت السوق الجزائرية سنة 2006 ووجهها في الجزائر هي شركة كوسماكسي "Cosmaxi" التي يريدها السيد رضوان يوسف الجزائري وكذلك "زهرة عطور" المذكورة آنفا.

ج- أما النموذج الثالث: فهو النموذج العربي الخليجي المستورد من الشرق الأوسط والذي شرع في أخذ حيزه في الفضاء الحضري الجزائري كما أشرنا إلى ذلك سالفًا.

د- ما النموذج الرابع: فيتعلق بأصحاب السوق السوداء للعطور ومواد التجميل المغشوشة.

4/ النتائج المتوصل إليها: لقد تبين من هذا البحث أهم النتائج والآفاق التالية:

1- السلوك العطري هو سلوك اجتماعي بآتم معنى الكلمة يتغير حسب الأصل الاجتماعي والجنس ومختلف المتغيرات السوسولوجية.

2- بالإمكان اعتبار السلوك العطري سلوك استباقي يمكن إدخاله ضمن براديجم التنشئة الاستباقية الذي اقترحه Merton

إذ أن الفئات الوسطى والمتواضعة تحاول تقليد الفئات الممتازة في هذا السلوك، وأن هذه التنشئة الاستباقية بصفة عامة تتجسد في عدة سلوكيات وطموحات أخرى كالمهنة والأجرة المرتقبة ومكان العمل والسكن إلى آخره وتكون كلا منسجما معها، ثم إن هذه التنشئة الاستباقية تزيد عند الذكور وتتنقص نسبيا عند الإناث وذلك راجع للدور الدوني النسبي الذي تعرفه المرأة داخل المجتمع الجزائري والذي يعوق ويحد من طموحاتها بالنسبة للذكر.

1- ثم إن استهلاك العطور والروائح يخضع باستمرار للرقابة العامة الاجتماعية وخاصة العائلة والأصدقاء وأقرب الناس حيث تبدي العائلة للمتطيب من أبناءها وبناتها ملاحظات بنسبة 58% ويبيدي الأصدقاء وأقرب الناس للمعني ملاحظات بنسبة 68% حسب ما يؤكد هذا الجدول.

04) جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب الملاحظات الموجهة لهم

النسبة	التكرار	الملاحظات	
%58	91	نعم	العائلة
%42	65	لا	
%69	109	نعم	الأصدقاء
%31	50	لا	
%68	109	نعم	أقرب الناس
%32	51	لا	

وتكون هذه الملاحظات عادة إزاء بنسبة 72% ولكنها تكون أيضا قدحا وذما بنسبة 28% كما يبينه الجدول التالي

05) جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب طبيعة الملاحظات المقدمة لهم في استهلاك عطورهم

النسبة	التكرار	طبيعة الملاحظة
%73	115	إزاء
%27	43	نم
100	158	المجموع

وأغلبية العينة تعتبر تطيب المرأة للخروج تبرجا بنسبة 71% كما يبينه الجدول التالي:

06) جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب رأيهم في التعطر خارج المنزل

النسبة	التكرار	هل التعطر تبرج
%72	109	نعم
% 28	43	لا
%100	152	المجموع

(كما أن العينة تعطي سلطة ومفعولا قويا للروائح والعطور في مجال التفاعل الاجتماعي حيث تقر أغلبية تعادل 78.6% بأنها سبق أن ابتعدت عن شخص بسبب رائحة كريهة وأنها على العكس اقتربت من شخص بسبب رائحة طيبة بنسبة 75.7% كما يبين الجدول التالي :

07) جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب سلوكهم اتجاه العطر .

النسبة	التكرار	سلوك اتجاه العطر	
% 79	125	نعم	ابتعاد بسبب رائحة كريهة
% 21	34	لا	
% 76	122	نعم	اقتراب بسبب رائحة جيدة
% 24	38	لا	

4- كما أن العينة المستجوبة تضع قيم الحب والجمال والأناقة المرتبة ارتباطا قويا بالسلوك التطبي تحت قيم تعتبرها أكثر أهمية وفعالية ألا وهي قيم الدين أولا ثم العمل ثانيا أما الحب والأناقة فتأتي بعد ذلك كما بين الجدول التالي:

08) جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب أهمية القيم لديهم وترتيبها

النسبة	التكرار	القيم
%95	152	الدين
%50	80	العمل
%29	47	الحب
%14	23	الجمال
%13	21	الأناقة

- 5- كما نلاحظ بالنسبة للفرضية الثالثة بأن نسبة من مستهلكي العطور الوطنية المتواضعة الثمن تنتمي إلى الفئات الممتازة وهذا ما لم تتوقعه الفرضية القائمة على مفهوم التنشئة الاستباقية ، فالفئات العليا التي تمارس هذا السلوك العطري الخاص بالفئات المتواضعة ، تمارس سلوكا يفهم ويبرر من منطق التميز الاجتماعي وليس من باب التنشئة الاستباقية ، وبالتالي تكون الفرضية الثالثة قد تحققت جزئيا مثل الثانية .
- 6- برز بوضوح من خلال ما توصل إليه البحث بأن براديجم التنشئة الاستباقية الذي يقدمه Merton لا ينطبق على الفئات المتواجدة في أعلى الهرم الاجتماعي التي تخضع لإعادة إنتاج نفسها وإلى منطق التميز في استهلاك الرموز لأنها هي النموذج المحتذى ولا يوجد نموذج فوقها تقلده وقد يكون هذا إضافة متواضعة لبراديجم ميرتون وإثراء به
- 7- إن طبيعة إنتاج السلعة العطرية والرواح وبيعة وصولها للسوق الجزائرية عن ريق الاستيراد الشرعي وكذلك عن طريق السوق السوداء يلعب أيضا دورا هاما في طريقة استهلاك العطور والروائح وهذا ما يتطلب دراسات أخرى تعالج هذه القضية الهامة.
- 8- ثم انه تبين لنا من خلال هذه الدراسة بأن الأغلبية تسعى إلى تنشئة اجتماعية استباقية عالية مهما كان الأصل الاجتماعي وأن التفاوت الذي نعثر عليه بينهما ما هو إلا تفاوت نسبي وذلك يرجع إلى أن جل العينة المدروسة مكونة من جامعيين مما قد يدل على أن متغير المستوى التعليمي هو أكثر تأثيرا من متغير الأصل الاجتماعي لدى هذه المجموعة فيما يخص الحراك الاجتماعي وكل هذا ينبه إلى ضرورة دراسات أخرى معمقة للتحكم في هذا النوع من الحراك الاجتماعي والتنشئة الاستباقية .

الكتب المتعلقة بالمنهجية :

- 1-أنجلس موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار القصبية ، الجزائر .2006.
- 2- بوحوش عمار ، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر ،.1985.
- 3- عبد الباسط حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، القاهرة ، 1975 .
- 4- دكتور محمد زيان عمر ، البحث العلمي : مناهجه وتقنياته ، دار الشرق للنشر ، السعودية ، 1983 .
- 5- كفي ريمون ولوكان كمبنهود ، دليل الباحث في العلوم الاجتماعية ، المكتبة العصرية للطباعة والنشر ، بيروت 1997 ط

1

Les dictionnaire:

- 1-Gill ferreol et autres, dictionnaire de sociologie, Armand colin, paris 1995 2eme édition .
- 2 – Dictionnaire d'économie et des sciences sociales, Nathan , paris 1996.
- 3- Dictionnaire de sociologie , le Repart seuil/ paris ,1999.
- 4 - le dictionnaire de politique.

Les livres :

- 5- - Abric Claude, pratique sociales et représentations , paris, Pu F ; 1994.
- 6-- Antony Ecurât .le marché des parfums et cosmétiques en Algéri eubi France , 2009 .
- 7- bergert et lukman ,la construction sociale de la réalité, A colin, paris , 2006.
- 8- Bourdieu .p, la distinction, de Meuit, Paris ,1979
- 9-Corbin Alain:Le Miasme Et La Jonquille,P U F,collection"que- sais-je- "Paris, 2009.
- 10-Denice -Jodelet ,représentation sociale :phénomène concept ethéorie , in psychologie sociale ? ,paris PUF 1997 .
- 11- Duby George, les trois ordres ou l'imaginaire du féodalisme Gallimard, paris 1978.