

شابات أكدن لـ «الأنباء» أنها ضرورة اجتماعية وأخريات رأين أن السلعة الجيدة والسعر المناسب هما الأهم

## اقتناء الماركات بين الهوس والبحث عن التميز

الأفضل والأكثر توفيراً، ولذلك عكست نظرية إدارة الأعمال بحياتي الخاصة وكونت تجارة خاصة قد تكون غير مربحة كثيراً ولكن موفرة في أيامنا هذه فكل سلعة نستطيع أن نشترى الأصلي منها أو التقليد عنه وكل له سعره وبحسب الإنسان وما يحب وحالته المادية، وأنا شخصياً أقوم بمعاينة السلعة التي أمامي وأقارن المتانة والسعر وعلى هذا الأساس أقوم بالشراء فهذا هو سري الذي أتمنى أن يتبعه من هو مهتم بذلك، فقد سألت والدي منذ صغري عن كيفية الحصول على أفضل سعر أو صفقة فكان يأخذني معه بكل مكان يقوم فيه بالشراء وتعلمت منه الكثير والحمد لله.



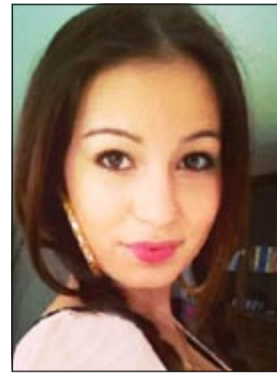
هبة عبدالله



سارة عبدالله



اللهث وراء الماركات والبحث عن التميز



رحيل محمود



آية عباس

انتشرت في حياتنا مؤخرًا مجموعة من المقاييس الخاطئة التي يقيم عليها الإنسان نفسه والأخرين، فهي تعتمد بالدرجة الأولى على المظهر الخارجي للشخص فقط كنوع لبسه وشكل سيارته وهاتفه النقال ونظاراته وساعته وهل هذه الأشياء ماركات عالمية مشهورة أم لا، وبالرغم من ذلك فهناك مجموعة من المعايير الصحيحة التي يتم على أساسها تصنيف الإنسان ومدى صلاحه ونجاحه في المجتمع كالمستوى العلمي أو الثقافي وطريقة الحديث والنضوج الفكري والمعرفة للأمور الحياتية ومدى اتقانه لعمله ومقدار حبه للأخرين والأهداف الموجودة نصب عينه والإنجازات التي حققها ويسعى إلى تحقيقها وغير ذلك من الأمور.

### الهوس بثقافة الماركات لم يعد مقتصرًا على النساء فقط وإنما أصبح الرجال مهوسين بالصرعات أيضًا

فالهوس بثقافة الماركات ليس بالشيء الجديد ولم يعد مقتصرًا على النساء فقط، وإنما أصبح الرجال مهوسين بالماركات والصرعات أيضًا وربما أكثر من النساء، وهذا ليس بالأمر الطبيعي فإذا لم يسيطر الإنسان على نفسه ويكبح جماحها عن حب كل ما هو جديد فسبحسب ما لديه من أموال وربما سيقتصر ليشبع رغبته تلك، فقد تبدأ المسألة بشراء قميص أو هاتف نقال وتأتي التعليقات من الزملاء سواء بالإعجاب أو الاستنكار أو الغيرة، فهناك من يسعى إلى التفاخر والتباهي بشراء الماركات العالمية الفاخرة، وهناك من يحب المظاهر فقط لأنه من عائلة مرموقة أو له وضع اجتماعي معين أو يفرض عليه عمله أن يرتدي زياً معيناً أو يريد أن تعجب به امرأة مثلاً وغير ذلك من الأمور.

فالهوس بثقافة الماركات ليس بالشيء الجديد ولم يعد مقتصرًا على النساء فقط، وإنما أصبح الرجال مهوسين بالماركات والصرعات أيضًا وربما أكثر من النساء، وهذا ليس بالأمر الطبيعي فإذا لم يسيطر الإنسان على نفسه ويكبح جماحها عن حب كل ما هو جديد فسبحسب ما لديه من أموال وربما سيقتصر ليشبع رغبته تلك، فقد تبدأ المسألة بشراء قميص أو هاتف نقال وتأتي التعليقات من الزملاء سواء بالإعجاب أو الاستنكار أو الغيرة، فهناك من يسعى إلى التفاخر والتباهي بشراء الماركات العالمية الفاخرة، وهناك من يحب المظاهر فقط لأنه من عائلة مرموقة أو له وضع اجتماعي معين أو يفرض عليه عمله أن يرتدي زياً معيناً أو يريد أن تعجب به امرأة مثلاً وغير ذلك من الأمور.

الساعات وغيرها»، وأوضحت: برأيي الشخصي أن الحياة مليئة بالفرص وأنا أحب أن أستمتع بكل شيء كيفما كان، فلا انظر إلى الماركة وإنما أبحث عن السعر الجيد والسلعة النظيفة.

تدليل النفس من جانبها، أوضحت رحيل محمود أن الحياة فترة زمنية قصيرة فلماذا نحرم أنفسنا من الدلال الذاتي فتدليل النفس من أهم الأمور السيكولوجية فيتحققه يكون هناك رضا داخلي في النفس وحب الحياة، وأوضحت رحيل: إن مقولة «أصرف ما في الجيب يأتيك ما في الغيب»، وضعتني بمواقف صعبة قليلاً ولكن الحمد لله كانت ابتسامتي لا تفارقني أبداً رغم المحن التي كنت أمر بها، فشراء الماركات أمر لا بد منه ولكن تبقى النقود هي المشكلة

أجمع المبلغ الكافي للشراء أو اقترض من صديقاتي وأهلي. ماركتي من صني في المقابل، أكدت سارة عبدالله «كأي إنسان حياته مليئة بالفرح والرضا والحب والعمل والأهم الاستمرارية التي تعطي الأمل للتفوق ويكون الشخص بقمة العطاء فلذلك أخص حياتي بكلمة صغيرة وهي البساطة، ولا أستطيع تغيير مبادئنا فانا أسعى للوصول لأعلى المراتب الأكاديمية وأريد أن أكون ممن يذكرهم التاريخ، فعقلي هو سلاحي ولست من الذين يحبون التقييم الخارجي فعقولنا هي الأساس وكل المظاهر الخارجية هي أدوات تساعدنا على الحياة بطريقة أسهل، فمن الأمور المنتشرة بحياتنا اليومية التباهي بالامتلاكات كالسيارات والهواتف النقالة

والفائض المالي وتقول زينب الفردان: لا يختلف الرجل والمرأة كثيراً بخصوص اقتناء الماركات، فلقد أصبح كلا منهما يقف طويلاً أمام المرأة ليتمتع بمظهره وليظهر أمام الناس باحسناً بصورة، فنجدهما يتسابقان وراء الموضة بجميع أشكالها، فلا يوجد لون معين بوجه الرجل إلا وارتداه ولا يقف أكسسوار حتى لو كان غريب الأطوار بوجه المرأة إلا وأملكته، ولعل السبب الرئيسي من وجهة نظري لتسابق كل من الجنسين وراء كل ما هو جديد في ساحة الموضة هو الاهتمام بالشكل والحرص على إبراز الأناقة أمام الجميع، هذا بالإضافة إلى الاقتداء بالأصدقاء والوقوف معهم بصف الموضة وعندما تركز قليلاً نجد أن العامل الأساسي للبهت الكبير وراء الموضة هو ارتفاع سقف الدخل بالنسبة لبعض الوظائف مما يؤدي إلى فائض مالي بعد فيصرف هذا الفائض على الحاجات الثانوية غير الضرورية.

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

تدليل النفس من جانبها، أوضحت رحيل محمود أن الحياة فترة زمنية قصيرة فلماذا نحرم أنفسنا من الدلال الذاتي فتدليل النفس من أهم الأمور السيكولوجية فيتحققه يكون هناك رضا داخلي في النفس وحب الحياة، وأوضحت رحيل: إن مقولة «أصرف ما في الجيب يأتيك ما في الغيب»، وضعتني بمواقف صعبة قليلاً ولكن الحمد لله كانت ابتسامتي لا تفارقني أبداً رغم المحن التي كنت أمر بها، فشراء الماركات أمر لا بد منه ولكن تبقى النقود هي المشكلة

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

بكل شيء البيت والسيارة والهاتف والملايس والعمل وحتى نمط المعيشة، فمنذ نومة أظافري كنت أرفض مقارنتي بزملائي وكان أهلي يستغربون ذلك فعدد لا بأس به من صديقاتي مولعات بالماركات الغالية ولا يستطعن التوقف عن ذلك، ولكن عندما نخرج معاً، يحدث بعض الاستغراب، وأردفت: أهم عامل هو ثقتي بنفسي فيكون تأثيري على غيري كبيراً.

● ليس بلال

## الموسوي: الشغف بالماركات هوية قد تتحول إلى مرض نفسي



د.حسن الموسوي

يمكن الكثير منها يجعل الإنسان في حالة بحث كاملة ومستمرة عن الجديد منها. مؤكداً أن النظرة الواقعية تقول: لا مثل هذه الظواهر لأن الدول المتقدمة تعمل على التطوير والتجديد، ولكن هذه الظاهرة نتاج أفراتز القيم المادية المسيطرة على المجتمع والتفاخر الوهمي الذي يسيطر على أذهان الكثير.

ويستطيع أن يتواصل مع الماركات ويجاريها، ولكن من تكون ظروفه الاقتصادية صعبة يضغظ على نفسه لاقتناء هذه الأشياء ليتماشى مع الآخرين ممن يرافقهم أو يصادقهم وهو في الحقيقة غير مقتنع بذلك وإنما يقبله للحفاظ على صورته من التشوه أمامهم. فتلح عقدة نفسية يخلقها الشخص بنفسه، فالكلام بالماركات والادعاء بأنه

من سيارة ونظارة وقلم وغيرها من مستلزمات ليست رئيسية في الحياة وهذا يشعره بأنه يتمتع بالسلطة والقوة والنفوذ». ويؤكد الموسوي: لكي تصبح ذا نفوذ وسلطة لا بد أن تعمل على اقتناء هذه الأشياء الثمينة والا فلن يعيرك احد اي يواكب الآخرين في اقتناء أعلى اصبح مادياً ويبحث عن التجديد الدائم. وأشار: هناك من يملك المال

يقول الاستشاري النفسي والاجتماعي د.حسن الموسوي ان ظاهرة الهوس بالماركات كانت منتشرة عند النساء فقط والرجال أصبحوا يهتمون بها أيضاً، ويضيف «هناك البعض ممن يقتني الغالي كهواية وقد تحولت تلك الهواية لمرض نفسي فمن لا يواكب الآخرين في اقتناء أعلى الأشياء ثمناً يشعر بالنقص، كما ان المجتمع يقيم الأشخاص بما يملكون

يقول الاستشاري النفسي والاجتماعي د.حسن الموسوي ان ظاهرة الهوس بالماركات كانت منتشرة عند النساء فقط والرجال أصبحوا يهتمون بها أيضاً، ويضيف «هناك البعض ممن يقتني الغالي كهواية وقد تحولت تلك الهواية لمرض نفسي فمن لا يواكب الآخرين في اقتناء أعلى الأشياء ثمناً يشعر بالنقص، كما ان المجتمع يقيم الأشخاص بما يملكون

يقول الاستشاري النفسي والاجتماعي د.حسن الموسوي ان ظاهرة الهوس بالماركات كانت منتشرة عند النساء فقط والرجال أصبحوا يهتمون بها أيضاً، ويضيف «هناك البعض ممن يقتني الغالي كهواية وقد تحولت تلك الهواية لمرض نفسي فمن لا يواكب الآخرين في اقتناء أعلى الأشياء ثمناً يشعر بالنقص، كما ان المجتمع يقيم الأشخاص بما يملكون

# LONDON TAXI

سعر خاص على الكمية المتبقية\*

~~11,000~~ د.ك.

ابتداءً من **8,450** د.ك.



- رفاهية وعراقة بريطانية
- تتسع لخمسة أشخاص براحة تامة
- عازل زجاجي بين السائق والركاب
- مجهزة لذوي الاحتياجات الخاصة
- أنيقة وبألوان جذابة



هذا المعرض ساري من ٤/٢٨ إلى ٢٠١٣/٥/٢٨

الزيباني ZAYANI  
Tel: 1921022 Ext: 214  
www.al-zayani.com



معرض جيل واك

## فندق الكراون بلازا - قاعة البركة - الفروانية

بتاريخ 10&9 مايو 2013

اوقات المعرض من 10 صباحاً حتى 10 مساءً

Sponsors



Co Sponsors



Media Sponsor



Organizing Co.



الرعاة



الرعاة المشاركين

الراعي الإعلامي

الشركة المنظمة

@YGenExpo

YGenExpo

YGenExpo\_

ygen-expo@hotmail.com

www.ygenexpo.com

909 209 61

909 209 81