

الفصل السادس

إستهلاك الأزياء

- تتجاوز قضية الأزياء المدى الذى تسلكه النزعة الإستهلاكية حيث هى التى تزود الفرد بالشكل الحر للتعبير عن نفسه ، وهى المملكة التى ينساق إليها المرء وخاصة المرأة فى التفاعل بين الفردية والإستهلاك بشكل ملتصق عضوياً بالإنسان ، ولقد وصفها العالم «سيموندز» (Simmonds) سنة ١٩٩٠ م بأن «الأزياء فى الحقيقة هو التعبير الديمقراطى الصريح والشامل عن ذاتية الفرد ووسائله القوية فى خلق الأمانة فى حياته ، وعن المعيار الإقتصادى لدخله والوسط الذى يعيش فيه ، والنصح لتكوين صورته الجانبية الحقة» .
- إن الوجود المجرد للأزياء كصناعة وعنصر مكمل لوسائل الرأسمالية يعتبر طبقاً لتعريف (Simmonds) غير ديمقراطى ، ويقع تحت طائلة الإستهالة ، وعبث السؤال .
- فالأزياء كما يراها علماء الاجتماع «هو تجنب الإغراء من أدوات الرأسمالية للمستهلك ، وهو المعبر عن الذوق العام الأول فى الصناعة والتى يمر خلالها قنوات منظمة تجمع بين الكتلة والتعبير عن التغييرات المزاجية وما تتطلبه الحياة من شروط وأنماط يؤدى إلى العدد الأصم من التغييرات الواسعة الإنتشار من الذوق الذى تم ترقيته بلا إضافات حقاً ؛ فعالم الأزياء كقضية جدلية ليس متوافراً كثيراً إلى الناس ، بل يفرض عليهم بشكل أو بآخر ، أمراً على كل شخص على اختيار وإستهلاك صنف معين من الأزياء .
- ومع ذلك فهناك مجموعات فردية تقاوم أزياء خاصة ، ولكن الأزياء فى حد ذاتها رغبة قوية لا تقاوم ، فهى فوق كل المجادلات تشكل «قوة ضغط اجتماعى» يصعب التملط منه أو تجاهله ، وأنه يغطى إحتياجات المستهلكين مما يريدونه من صالة عرض الأزياء والتى تأخذ الأشكال المتعددة والجماليات المختلفة الرائعة لإرضاء العقيدة كنزعة إستهلاكية محققة للإرضاء الذاتى للفرد . والمجتمع الإستهلاكى .
- أن بحث العلاقة بين الشباب كمستهلكين للأزياء وإنشاء الهوية لهم ، أوجدت أشكالاً عديدة وجميلة ومتباينة للملابس الرياضية الساحرة المغرية بالشراء وتفصيل تلك الأزياء ، فالناس الصغار يتمتعون بطفولتهم الرشيقه ، والكبار يشعرون بالرغبة الأكيدة فى إستعادة طفولتهم وشبابهم كجزء لشيء ما ،

كجزئية وضعية للثقافة والتراث البشرى ، فهم يشعرون بأنهم يمكن أن يمارسوا فرديتهم بلباس ذو لون مختلف مدرب كمقارنة لنظائرهم ، فالمستهلكون الصغار يظهرون بشكل عام مدركين للضغط البنائية بشكل بارز للأوساط المعيشية ولوسائل الإعلام والإعلان ، والتي تؤثر فى تحفيزهم بطريقة زخرفية للمتاجرة والإحساس بالفردية التى تفقد حتماً خلال الإستهلاك فى الطلب على الأزياء متضمنة الإحساس بالاستقرار فى العديد من الجوانب فى هذا العالم المزعزع المضطرب بكثير من الإنفعالات والتناقضات الحياتية .

• وعند الإنتقال لسن الرشد تمتد رغباتهم بقلق وإشتياق زائد إلى سوق العمالة ، مما يزيد من إستهلاكهم لنظم مغايرة من الأزياء تدريجياً نتيجة لإحتكاكهم بالمجتمع مباشرة بدون ولاية والديهم ، فالأزياء فى تلك المرحلة تعرض وبشكل جاد أكثر من قاعدة أزياء إجتماعية فى كل مكان يعيش فيه الأفراد ، مما يعزز المعتقدات الخادعة للإلتجاه إلى الأناقة ، ولكن هذا ليس بالشكل الصافى لإهتمامات الرأسمالية بالإعتماد على المستهلك وحيد الزى والأزياء وهو أمر يديهى بقدر ما للفرد من دور نشيط وإيجابى فى حياته ، فمشكلة الخلق عملية دورية أبدية ضمن التماثل للنزعة الإستهلاكية التى تعرض الإلتجاه للرفاهيات والحريات بشكل كافى يتضمن الإستمرارية فى شهوة المستهلك لإستهلاك الأزياء .

• إن تلك الأزياء تزيد الإحساس بالمناشدة الفردية والجماعية ، وربما تكون دليل على التأثيرات المختلفة التوترات المستمرة بين التوجه للتعبيرات المحلية والعالمية ، وقد يكون المهم هنا فعلاً تلك النعرة للإلتجاه للمحلية أى وجود نظام للزى الموحد كوسيلة للتنوع الظاهر مثل نظام حجز أصناف الطعام المحددة لإستهلاك الأفراد ، كحقائق عالمية للإستهلاك الكتلنى ، وبنفس الوتيرة تنطبق تلك الحالة على الأزياء والتى تعتبر كأرض مشاعة للحساسية والذوق والتى هى ظاهرة مبدئية لحياة الفرد فى ضبط قوة إختيارات المستهلك تجاه التوسع فى إستهلاك البضائع البديلة .

• إن الاتفاق العام لعروض الأزياء تستند على الفردية وإلى المدى الذى يعرض الفرد للإحساس بالعمومية فى الإشتهاء ، حيث يرسم وهم النزعة الإستهلاكية تعرض المستهلك إلى كثير من المؤثرات التى تفرضها عليه عروض الأزياء المختلفة .

• إن الأزياء لا تفرض إختياراً للأناقة ولكن المبالغة فى عرض وإقتناء الأزياء يجعل الفرد يسير فى موكب منظم آلى إلى المستقبل المباشر ، والتى تسير وتسائر الأمور

الجوهرية للنزعة الاستهلاكية ذاتها بحيث تخلق الإجابة على كل مشاكل الفرد آملاً في الوصول لمواقع الأسواق بشكل ووقت محدد .

• وليس هناك شك في أن توحيد المقاييس يمكن أن يتحول إلى نمط غالب من خلق الفردية من ناحية النوعية والكتلة لإنتاج ملابس نمطية في الوقت الذي يسمح للأفراد أن يقدروا بشكل إنتقائي أساليب ونوعية الفساتين التي ترتديها النساء ، وعلى كل حال فإن توحيد الأزياء والفنون الأخرى تؤثر على القدرات الفردية بصفة نهائية ، وأن إتخاذ القرار الإنتقائي يظهر خلال فرض قائمة من المجموعات المعروضة والتي تم إختيارها من قبل المستهلك .

• وفي الحقيقة فإن إهتمامات المستهلك للنزعة الاستهلاكية تدل بشكل نشط على مدى توفر الإختيارات للمستهلك ، والتنوع الأكثر من اللازم للنظام الذي إزدهر على تواجد وهم الإختيار ، بينما في الواقع إن إعادة الإنتاج للمنتجات الرأسمالية الناجحة بالنسبة للمستهلك يعد إنتاج تعوزه المصادقية في الإنتاج ، فالمستهلك يستهلك الأزياء كمستهلك رأسمالي نشط بصفة دائمة الإستعمال مما يجعل تلك السلع تسير في إنتاجها بشكل سهل وسلس .

• إن تصور أن تكون الحاجة للأزياء وتوحيدها مع البقايا من التفكير الاستهلاكي الوثيق الصلة يؤدي إلى حد كبير لعزل المناقشة للمستهلك وللنزعة الاستهلاكية كأسلوب حياة ، مع أن الأناقة في ذاتها تعتبر إطاراً أيديولوجياً ، فإن النواحي الجدلية ترتبط بطريقة عضوية بالدور الرمزي المتعاطف للنقد في إنشاء هذه الحياة الجوهرية ، والبرهنة على أن ما يمكن تخيله يكون من الضروري للفرد تحقيقه بطريقة تنافسية من خلال صالة عرض الأزياء ، حيث أن النزعة الاستهلاكية ليست هي شكل مجرد للحياة بل هي أسلوب منطقي لممارسة الحياة .