

جيوب لا القلوب

أبرز هدايا هذا الموسم

من أبرز الهدايا التي بيعت هذا الموسم، بحسب مديرة التجزئة في محال Hallmark للهدايا نهاد خوري، وسادات تحتوي على مكبرات للصوت يمكن للشريك أن يسمع بواسطتها أغاني الحب، إضافة إلى وسادات أخرى تحتوي على مسجلات يمكن للشخص أن يسجل صوته عليها، ويسمعها الحبيبتة. ومن أبرز الهدايا التي اشتهرت خلال هذه الفترة أيضاً كانت فكرة البانداوال الذي Pantoufle يمكن أن يتصل بالكمبيوتر من خلال USB ليحطى دفتاً.



طحشي "أن هذه التقنيات ستؤدي بالزبائن إلى الاستهلاك، ومن ثم إلى الزيادة في الاستهلاك. فوسائل الإعلام في أيامنا ممسوكة من قبل رجال أعمال رأسماليين يقومون بالمستحيل للترويج لمنتجاتهم من خلالها ويزرعون في لاوعي المتلقين معلومات تبدو للأخريين طبيعية وصحيحة عن المنتجات، تدفعهم إلى الإقبال على شراء منتجات عيد العشاق أو غيره من الأعياد". من ناحية أخرى، تتكون المقاربة النفسية، بحسب طحشي، من 10 نقاط؛ أبرزها:

الشعور بعقدة الذنب، حين يأتي العيد ويشعر المرء بالذنب إذا لم يشتر هدايا العيد لحبيبه، أي أنه لم يقدّم بواجبه تجاهه في هذه المناسبة التي أصبحت واجباً مهماً في المجتمع. أضف إلى ذلك الشعور بالذنب عندما يشعر الشخص بأنه لا يستطيع أن يشتري هدية لشخصه، في الوقت الذي يقوم به آخرون بالعمل نفسه في مجتمع استهلاكي. ويؤدي هذا الشعور إلى قيام الشخص بالاستدانة لشراء الهدايا، غير محتسب لقيمة المال الذي اشتراه بسبب برمجته على أساس أن الهدية أهم من المال الذي يدفعه في المقابل. شعور الاستعراض الذي يسمح لعيد العشاق بأن يضع الشخص تحت البذخ اللاواعي، وبالتالي تعود إلى موضوع زيادة الاستهلاك والأمر الذي يؤدي به إلى عدم السؤال عن سعر المنتج وإمكانية شراء أعلى منتج لإرضاء نفسه أولاً بأنه يقدم الأعلى لحبيبه أي إهداء قيمته إلى الشريك الآخر. كما يدخل القمع الجنسي في هذه النقاط بسبب عيشنا في مجتمع محافظ إلى حد ما يدفع إلى التعبير عن المشاعر عبر تقديم الهدية. شعور الخجل حيث إنه لا يمكن للشخص شعوراً

بالذنب أو بالدونية وإنما يخجل من عدم مجاراته للعيد. وشعور الإهداء من أجل الحصول على حب الشريك الآخر، أي أنه يقوم بشراء حب الشريك الآخر. موضوع الاستغلال الذي تقوم به وسائل الإعلام من خلال غسل الدماغ عبر إقناع المتلقي بأن المناسبة هي عيد يجب أن تشتري فيه الهدايا ولا يمكن أن تخرج من إطاره. الشعور بالإحباط حيث إن الشعب يعيش في مرحلة كبيرة من الإحباط نتيجة الحروب والخوف والبيئة الاقتصادية، وهي تؤدي إلى أن يصبح الشخص shopaholic أي أن يشتري بكميات كبيرة، ما يجعل عيد العشاق لاعباً أساسياً في ذلك. أما عن المقاربة الاقتصادية للموضوع، فتوضح طحشي أنه يصار كل سنة إلى إعادة برمجة الشخص في عيد العشاق كي يشتري هدايا بالمناسبة ويدفع ثمنها باهظاً، لذلك دخل النظام الرأسمالي في لعبة إنهاء موضة المنتج المرمجة، أي أنه يتم إنتاج سلع بشكل كثيف وتذهب موزنتها في السنة التالية، وفي كل سنة وعن قصد يعرضون في الأسواق مواضيع جديدة تنتهي موزنتها في السنة التالية.

لإنجاح الفكرة الاستهلاكية لعيد العشاق لا بد من تضافر ثلاث تقنيات: الدعم الإعلامي المقاربة النفسية والهدف الاقتصادي

ارتفاع الأسعار

إلى ذلك، ارتفعت أسعار الهدايا منذ 20 عاماً تدريجياً إلى أن وصلت إلى أرقام خيالية، حيث كان اللبناني في السابق يشتري باقة ورد وب peluche إلى أن وصل به الأمر إلى شراء منتجات إلكترونية جديدة خاصة بالعيد تتغير كل سنة. في هذا الإطار، تشير مديرة التجزئة في محال Hallmark للهدايا نهاد خوري إلى أنها بعد تجربة 16 سنة في مجال الهدايا، فإن الزبون كان يشتري في بادئ الأمر هدايا بسيطة وأساسية لعيد الحب غالباً ما كانت عبارة عن باقة ورد وبطاقة، وب peluche إلى أن أصبح يشتري منتجات أكثر تعقيداً وأعلى ثمناً كالإلكترونيات وغيرها.

وتوضح خوري أن المبيع في فترة عيد العشاق لهذا العام كان جيداً جداً في محال Hallmark التي شهدت ارتفاعاً في حجم الأعمال، مقارنة مع السنوات الأخرى.

لحبيبه، في الوقت الذي يقوم به آخرون بالعمل نفسه في مجتمع استهلاكي. ويؤدي هذا الشعور إلى قيام الشخص بالاستدانة لشراء الهدايا، غير محتسب لقيمة المال الذي اشتراه بسبب برمجته على أساس أن الهدية أهم من المال الذي يدفعه في المقابل. شعور الاستعراض الذي يسمح لعيد العشاق بأن يضع الشخص تحت البذخ اللاواعي، وبالتالي تعود إلى موضوع زيادة الاستهلاك والأمر الذي يؤدي به إلى عدم السؤال عن سعر المنتج وإمكانية شراء أعلى منتج لإرضاء نفسه أولاً بأنه يقدم الأعلى لحبيبه أي إهداء قيمته إلى الشريك الآخر. كما يدخل القمع الجنسي في هذه النقاط بسبب عيشنا في مجتمع محافظ إلى حد ما يدفع إلى التعبير عن المشاعر عبر تقديم الهدية. شعور الخجل حيث إنه لا يمكن للشخص شعوراً

أنها غير معنية بعيد الحب.

مكونات إنجاز الفكرة

لإنجاح الفكرة الاستهلاكية لعيد العشاق، لا بد من تضافر ثلاث تقنيات أساسية هي: الدعم الإعلامي، المقاربة النفسية والهدف الاقتصادي. وفي هذا الإطار توضح

قررت الأخيرة أن تخصص لهم 14 شباط لتكريمهم. بين هؤلاء الذين يحملون اسم فالنتاين، كان هناك "شهيد" مدفون في بريطانيا التي كانت تحتفل بعيد تزواج الطيور. وبعد تداول الأعياد، ألغت الكنيسة الأعياد الخاصة بعيد الحب وأزلت مدفن القديس فالنتاين، معتبرة

رمزية خاصة في الكنيسة. ولكن سنة 494 ألغى البابا غاليلوس الأول آخر احتفال وثني في كنيسة اللوتركال واستبدله بعيد دخول السيد المسيح إلى الهيكل في 2 شباط. لكن بعد فترة طويلة وبسبب سقوط الكثير من المدافعين عن الكنيسة يحملون اسم فالنتاين،



155 مليون دولار أرباح "العربية"

حققت شركة "العربية للطيران" أرباحاً بقيمة 566 مليون درهم عام 2014 (حوالي 155 مليون دولار)، بزيادة نسبة 30% مقارنة بالسنة السابقة والتي بلغت 435 مليون درهم. ووصلت إيرادات الشركة على مدى عام 2014 إلى 3,7 مليار درهم بنسبة 17% عن عام 2013، نتيجة الازدياد في عدد المسافرين. ونقلت الشركة على متن طائراتها ما يزيد عن 6,8 مليون مسافر عام 2014، ما يمثل ارتفاعاً بمقدار 12% مقارنة بالعام الذي سبقه.

تطبيق الجيش اللبناني ينال جائزة أفضل خدمة حكومية

نال تطبيق الجيش اللبناني "الدرع" جائزة أفضل خدمة حكومية عبر الهاتف المحمول على المستوى العربي في قطاع الأمن والسلامة في ختام فعاليات القمة الحكومية التي عقدت دورتها الثالثة التي أقيمت في دبي.

ويهدف هذا التطبيق إلى فتح قناة اتصال بين المواطنين والجيش اللبناني من أجل مكافحة الجريمة بكفاءة عن طريق تسهيل الإبلاغ عن أي نشاط مشبوه.



"غرغور" يطلق مرسيدس مايباخ في لبنان

أطلقت شركة ت. غرغور وأولاده سيارة مرسيدس - مايباخ الفئة S في لبنان، وهي تميز بين أوجه الكمال التي تمتاز بها سيارات الفئة S من مرسيدس-بنز، واللمسات الحصرية لسيارة مايباخ الفخمة. ويبلغ طول هذا الطراز البارز من مرسيدس- بنز 5453 ملم، لتصبح أكبر بـ 20 سم في البعدين كليهما مقارنة بسيارة الفئة S الصالون ذات قاعدة العجلات الطويلة. ويستفيد الركاب في المقصورة الخلفية من هذه الزيادة في الحجم، وأيضاً من التجهيزات الأساسية التي تتضمن مقاعد تنفيذية فخمة على الجانبين كليهما الأيسر والأيمن، وخصائص مبتكرة لتضخيم الصوت، وعناصر جمالية في المقصورة الخلفية مع إضاءة محيطية. وتعتبر مرسيدس- مايباخ الفئة S أيضاً سيارة الصالون الأكثر هدوءاً في العالم ضمن سلسلة الإنتاج.

