

نمط لاستهلاك الأسري بين المظهري (التفاخري/الاعتيادي) في ظل المتغيرات المجتمعية

د. مفتاح علي حسين بالحاج

جامعة مصراتة- كلية الآداب

www.bLhaj1953@yahoo.com

الملخص:

يهدف البحث إلى التعرف على اتجاهات أرباب الأسر نحو المعرفة بثقافة الاستهلاك بين نمط الاستهلاك المظهري التفاخري (المتريفي)، والاستهلاك المظهري الاعتيادي (الطبيعي) ومصادر هذه المعرفة، وإسهامها بتعزيز ونشر تلك الثقافة .

وقد اعتمد البحث على عينة ميدانية من أرباب الأسر لبعض محلات مدينة مصراتة لاختبار الهدف المشار إليه من خلال استمارة استبيان، صممت وفق شروط التصميم المناسب لذلك. وبضوء ذلك توصل البحث إلى نتائج عدة لعل أهمها معرفة بثقافة التفريق بين نمطي الاستهلاك من مصادر معدودة فضلاً عن ضالة دورها في نشر هذه الثقافة.

وقد أشارت المعالجة الإحصائية لنتائج البحث عن وجود دلالة إحصائية في العلاقة بين الخلفية الحضارية الاجتماعية لرب الأسرة ومعرفته بثقافة نمطي الاستهلاك وممارسته لهذه الثقافة، وقلة اهتمام مؤسسات المجتمع المدني بثقافة نمط الاستهلاك. وانتهى البحث استناداً إلى الجانبين النظري والميداني إلى توصيات واقتراحات عدة على صعيد الأسرة والمجتمع ارتبطت هذه التوصيات بالنتائج العامة التي توصل اليها البحث إليها.

Summary

Household consumption pattern between the phenotypic (Luxurious / normal) Under social variables .

The research aims to identify the heads of households trends towards a knowledge culture of consumption among phenotypic Showy or potty consumption pattern (Luxurious), phenotypic consumption of normal (normal) and the sources of this knowledge, and their contribution to the promotion and dissemination of that culture .

Find a field sample of household heads of some shops of city of *Misrata* to test the target and assessment the aim of research, is indicated by the questionnaire was adopted, designed in accordance with the appropriate

design for that condition. The focus of such research reached to several conclusions, perhaps the most important knowledge of the culture to differentiate between typical consumption of a few sources, as well as the limited role in spreading this culture.

Statistical processing of search results for the presence of statistically significant differences in the relationship between social background and cultural head of the family to know the culture of a typical consumption and apply of the culture, and the lack of interest in the culture of civil society institutions consumption pattern indicated. The search is over, based on both theoretical and field to a number of recommendations and suggestions on the family and community level associated with these recommendations public the findings of the research.

Subject of consumption received considerable attention by researchers in more than aware of the social sciences, which reflects the importance of the subject, I've had consumption in the item expression or words of one researcher, making same base ground and met the researchers from different specialties, located between sociology to economics to psychology and anthropology.

And consumption in general has become in itself a major social value, measured social individual's status as much as consumed goods and services, and the extent of its ability to constant change, always changing, so the individual feels his need for change in consumption, which leads to continuous consumption "showy" .

Concentrated mainly on the examination and survey of economic and social conditions experienced by the families, through its focus on the social and economic disparity for families in the nature of phenotypic consumption pattern between (Luxurious / normal), as determined by the social and economic status for the purpose of disclosure of social and economic disparity, which is evident in the pictures pattern of Consumption.

Can be classified as the research as a descriptive study Analytical, where they were using approach descriptive sample survey data collection, the head of household, gender or their representatives. As has been following the spin-off sampling design, distributed on the (four) Shops, and the size (120) Single, and to provide a realistic picture of the nature of the pattern of phenotypic consumption Luxurious and phenotypic normal (normal) in the Libyan family and society . it had been using a set of statistical methods to analyze single variable changeable data, such as frequency

tables and percentages, as well as scale percentile weight to estimate the relative importance of the degrees consumption pattern of phenotypic scale.

The results indicated that the respondents are people of nuclear "Core" of large-size families , living in urban and transitional areas, medium-economic levels, education is the medium represents the overwhelming proportion of heads of households. Also, the increase in education and profession not be offset by a shift in the nature of consumption phenotypic pattern among family members. As well as the income is not an effective element in determining the pattern of consumption, especially in the social events were family resort to borrowing or loaning in order to investigate the social observances phenotypic consumption luxury pattern to maintain the social status and the pressures of the rest of the family members to appear in front of others Appearance "Showy", as reflected in the culture prevailing customs and traditions in the nature of the phenotypic pattern of consumption.

This means that the pattern of consumption phenotypic Luxurious Showy is the dominant culture of the family members, as reflected in their eagerness to keep up with the others and the appearance of **ostentation** despite the lack of financial capacity and conviction so in the form of spending ostentatious and Luxurious in which the size of the largest spending more than income size, which causes exhaustive family and making problems.

To address this phenomenon must intensify awareness of the rationalization of consumption, and a culture of rationalization of each society even adopted as a culture.

المقدمة.

إن الاهتمام بالاستهلاك كظاهرة اقتصادية بدأ قبل ظهور علم الاقتصاد كعلم اجتماعي مستقل؛ فكان التحليل الاقتصادي عند أفلاطون وهو أحد الفلاسفة اليونان في العصور القديمة يتمحور حول الحاجات ووسائل إنتاجها. يقول أفلاطون "عن الدولة أن تنشأ لأن الفرد لا يمكن أن يكفي نفسه بنفسه، بل تكون له حاجات عديدة لا يستطيع أن يشبعها وحده؛ فيجتمع معا عدد من الأفراد كاف لأن يشبع كل منهما حاجات الآخرين؛ فيعيشون كشركاء أو كمساعدين بعضهم لبعض؛ وتتكون من الجماعة التي ينشئونها بهذه الطريقة ما يعرف باسم الدولة" (شقيير، 1988، 18).

ولقد اهتم الإسلام بقضية الاستهلاك؛ حيث تعتبر القيم الإيمانية والأخلاقية من أهم العوامل التي تؤثر في القرار الاستهلاكي، كما يحكم سلوكيات المستهلك ضوابط شرعية مستنبطة من مصادر الشريعة الإسلامية منها على سبيل المثال؛ الحلال، والطيبات، والاعتدال، وتجنب الإسراف والتبذير، والتقتير، والتقليد المخالف لشرع الله. كما أن الخصائص الاقتصادية الاجتماعية والثقافية كثيرا ما تتعلّق بالظروف البيئية المحيطة بالفرد، وتتفاوت درجات التقدير لهذه العوامل البيئية من قِبَل المستهلكين ودرجات تأثيرها على سلوك المستهلك.

وقد أشار ابن خلدون عن موضوع الاستهلاك تحت عنوان: "الترف مظهر من مظاهر الدولة"؛ حيث وصف فيه بعض أنماط الاستهلاك عند البدو وعند الحضرة، وقد أكد أن هناك ارتباطات كثيرة، لكل نمط يتعلق بكمية ونوع السلع التي يحتاج إليها الأفراد في كل من الريف والمدينة وان كان في المدينة أكثر عددا وأكثر تنوعا؛ حيث ارتبط كل نمط من أنماط المعيشة الريفية أو الحضرية بمظاهر استهلاك كثيرة ومتنوعة من حيث الكمية ونوع السلع والمعدات التي يفتنيها ويستهلكها الفرد والتي نجدها بدورها تعكس وتختلف بعض الشيء عما في المدينة ويعتمد عبد الرحمن بن خلدون في تمييزه بين المجتمع البدوي والحضري على طبيعة نمط المعيشة فيقول: "اعلم أن اختلاف الأجيال في أحوالهم إنما هو باختلاف غلتهم في المعاش، فإن اجتماعهم إنما هو للتعاون على تحصيله والابتداء بما هو ضروري منه وبسيط قبل الحاجي

والكمالي فمنهم من ينتحل الفلح من الفراسة والزراعة، ومنهم من ينتحل القيام على الحيوان... ثم إذا اتسعت أحوال هؤلاء... دعاهم ذلك إلى السكون والدعة، وتعاونوا في الزائد على الضروري واستكثروا من الأقوات والملابس، والتأنق فيها وتوسعة البيوت واختطاط المدن والأمصار للحضر... والانتفاء بالصنائع في الخروج من القوة إلى الفعل إلى غايتها... وهؤلاء هم الحضر ومعناه الحاضرون، أهل الأمصار والبلدان ومن هؤلاء من ينتحل في معاشه الصنائع ومنهم من ينتحل التجارة⁽⁸⁸⁾ (زكريا، 1999، 88) وهي إشارة إلى عقد مقارنة بين طبيعة الحياة البدوية التي تتسم بالتلقائية والبساطة والى التطور في الحياة الحضرية المتسمة بالتعقيد والترف والاتجاه إلى الكماليات بدل الاكتفاء بالضروريات .

ويصف ابن خلدون أنماط معيشة أهل الحضرة فيقول: "إذا تزايدت أحوال الرفه والدعة عندهم، بالترف البالغ في التأنق في علاج القوت واستحادة المطابخ وانتقاء الملابس الفاخرة في أنواعها من الحرير والديباج وغير ذلك من مغالات البيوت والصروح فيتخذون القصور والمنازل ويجرون فيها المياه ويعالون في صروحها ويختلفون في استحادة ما يتخذونه لمعاشهم من ملبوس أو فرش أو أنية أو ماعون"^(تيسير، 1985، 156) وبالتالي فإن ابن خلدون يفسر التطور الاجتماعي على أساس اقتصادي من خلال تعاقب الحياة في المجتمع والانتقال من نمط معيشي يكتفي في الفرد بضروريات الحياة إلى نمط معيشي آخر يتطلع فيه إلى الكماليات ويتدرج أحوال المعيشة من البساطة في نمط الاستهلاك المظهري الاعتيادي، إلى التعقيد والتفاخر في نمط الاستهلاك.

• مشكلة البحث.

موضوع الاستهلاك حظي باهتمام كبير من قبل الباحثين في أكثر من علم من العلوم الاجتماعية، وهو ما يعبر عن مدي أهمية الموضوع، لقد كان الاستهلاك وفقاً لتعبير أحد الباحثين الأراضية التي اجتمع عليها باحثون من تخصصات مختلفة، تقع ما بين علم الاجتماع إلى علم الاقتصاد إلى علم النفس والأنثروبولوجيا، حتى إنه أتاح الفرصة للالتقاء بين علماء ما كان

يجمعهم في الوقت السابق أي اهتمام مشترك، مثل علماء الاجتماع والأجناس" (الحشاب، 1975، 31)

وتعد الغاية النهائية من النشاط الإنتاجي في كل مجتمع هو الاستهلاك، ولا يختلف المجتمع الحديث في ذلك عن أي مجتمع سابق، إلا في الأهمية المتزايدة التي بدأت تحتلها ضرورة العمل على زيادة الاستهلاك، والقدرة الهائلة التي توفرت للمجتمعات للعمل على تحقيق هذه الزيادة باستمرار وبمعدلات متزايدة دائماً. وهذا ما أشار إليه العالم (جان باتيست ساي)؛ حيث أوضح أن حاجات المستهلكين هي التي تحدد نشاط المنتجين، وهذه العبارة تعني أن حاجات المستهلكين هي المحرك الأساسي للنشاط الاقتصادي؛ حيث يفترض (ساي): "إن الغاية من كل نشاط اقتصادي هي الاستهلاك، فالفرد يعمل من أجل أن ينتج سلعا وخدمات، ليستهلك جزءاً منها والباقي يبادل بالمقايضة أو يبيعه ليحصل على نقود، ويشترى بها سلعا وخدمات لإشباع حاجات أخرى لغرض الاستهلاك" (جوادى، 1988، 236). بهذا تتحقق مصلحة المنتج عندما تتحقق مصلحة المستهلك .

والاستهلاك بصورة عامة أصبح في ذاته قيمة اجتماعية كبرى، ويقاس مركز الفرد الاجتماعي بقدر ما يستهلكه من السلع والخدمات، ومدى قدرته على التغيير المستمر، دائماً في تغيير؛ حتى يشعر الفرد بحاجته إلى التغيير في استهلاكه، مما يؤدي إلى الاستهلاك المستمر.

ولقد أدت التطورات التي شهدتها العالم في مجال العلاقات التجارية والاتصالات إلى انتقال عناصر ثقافة الاستهلاك إلى كافة أنحاء العالم وتغيرت أساليب حياة الشعوب وتبدلت الأذواق وظهرت أنماط جديدة من الاستهلاك، ساعد على ذلك دعم صناعة الثقافة وتكنولوجيا الاتصال والإعلام. وواقع الأمر أن المدخل الحقيقي لفهم صناعة ثقافة الاستهلاك وحرافية هذه الصناعة وآلياتها الترويجية يحتم تحليل الأبعاد والعوامل المتداخلة بين الداخل والخارج، بين التقبل والسيطرة، بين الثقافة الكثرة أو العامة وثقافة النخبة أو الصفوة في ظل أبعاد المتغيرات المجتمعية .

يرجع ذلك أن السلوك الاستهلاكي ليس ظاهره اقتصاديه فقط؛ بل ظاهرة تتداخل فيها الأبعاد النفسية مع الاجتماعية (نفسية واجتماعيه) وكذلك التأثيرات البيئية المحيطة بالفرد والأسرة،

ولهذا سنحلل هذه الظاهرة، ونقف على أسبابها النفسية والاجتماعية، والعوامل التي تجعل من أفراد المجتمع استهلاكيين دون ترشيد بهدف تنمية الوعي نحو الظاهرة، والاستبصار بالدوافع النفسية نحو الشراء؛ فالاستهلاك المظهري التفاخري يضاعف الأعباء على المستهلك ويحملة كلفة إضافية، ويصعب عليه إحصاء الارتفاع كفحوى للتغيرات الاقتصادية التي تطرأ على المجتمع بشكل متسارع.

ويتمحور موضوع البحث حول دراسة طبيعة نمط الاستهلاك للأسر، في مدينة مصراتة ويتركز بشكل رئيسي على فحص واستطلاع الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي تعيشها الأسر، وذلك من خلال تركيزه على التباين الاجتماعي والاقتصادي للأسر في طبيعة نمط الاستهلاك المظهري بين (التفاخري/الاعتيادي)، كما تحدها المكانة الاجتماعية والاقتصادية بغرض الكشف عن التباين الاجتماعي والاقتصادي الذي يتضح في صور نمط الاستهلاك . والذي من خلاله تم التوصل إلى وضع التساؤلات الآتية :

- إلى أي مدى تبلور دور المحددات الاجتماعية والاقتصادية في تحديد نمط الاستهلاك ؟ وأيها أكثر تأثيراً ؟

- ما هو النمط السائد والذي يمكن ملاحظته بالمجتمع الليبي ؟ أيهما أكثر انتشاراً ؟

• أهمية البحث .

- تتحدد الأهمية العلمية والعملية للتغيرات السريعة التي طرأت على الأسرة في جميع مناحي الحياة، وخاصة في جوانبها الاجتماعية والاقتصادية وما انعكس ذلك على طبيعة نمط الاستهلاك - إلقاء الضوء على واقع التفكير داخل الأسرة الليبية حول الاتجاه نحو طبيعة نمط الاستهلاك، متخذاً من الأسرة بمدينة مصراتة نموذجاً.

- إبراز مدى التغير والتحديث في نمط الاستهلاك التي تنهض عليها العلاقات الاجتماعية الأسرية المتعلقة بمجريات الحياة اليومية .

- تشخيص العلاقة القائمة بطبيعة نمط الاستهلاك بين الاستهلاك المظهري التفاخري والاستهلاك المظهري الاعتيادي الطبيعي وملامح المحددات الاجتماعية والاقتصادية .

• أهداف البحث .

- محاولة التعرف على كيفية تأثير بعض المتغيرات المستقلة المتمثلة (التعليم، الدخل، المهنة، والخلفية الحضارية، حجم الأسرة ونمطها) بوصفها عوامل تحدد وتنظم طبيعة نمط الاستهلاك التي يقوم عليها الشعور بالرضا حول المكانة الاجتماعية للأسرة .
- التوصل إلى نتائج من شأنها أن تسلط الضوء على نقاط القوة والضعف في درجات طبيعة نمط الاستهلاك المظهري بين (التفاخري أو الاعتيادي) الأسري الذي ينعكس على البناء الاجتماعي للمجتمع .
- يهدف إجراء البحث الوقوف على حجم إنفاق الأسر وتحديد شكل الإنفاق على طبيعة نمط الاستهلاك (للضرورة أو البذخ) ومقارنة نسبة الإنفاق بالدخل.
- تسليط الضوء على أثر الإنفاق على طبيعة نمط الاستهلاك وعلاقته بحجم الديون نتيجة هذا الإنفاق والمساهمة في وضع معالجات للإنفاق المتزايد ومخاطره على الأسرة .

• المفاهيم والمصطلحات .

الاستهلاك: هو آخر مرحلة من مراحل العملية الاقتصادية، لأنه يجسد الطلب النهائي على

السلع والخدمات، التي تشبع حاجات الإنسان ورغباته وهي المحرك الأساسي لجميع الأنشطة الاقتصادية. (الحسن، 1999، 178)

التعريف الإجرائي للاستهلاك: إشباع رغبات الأفراد من خلال ما تستعمله الأسرة في شراء الحاجيات كالأكل واللبس ونوع الأثاث وطريقة معيشتها.

الاستهلاك من الناحية الاقتصادية بأنه: "ذلك الجزء من الدخل القومي الذي يخصص للإنفاق على السلع والخدمات الاستهلاكية لإشباع الحاجات الإنسانية (الطبولي، 1991، 37) الاستهلاك من الناحية الاجتماعية: "عملية المواد الاستهلاكية الفردية أو الجماعية وإشباع الاحتياجات الإنسانية والدوافع والعوامل السلوكية والجماعية وراء زيادة الإنفاق الاستهلاكي" (حشيش، 8، 1990).

النمط: عرف النمط (لاند Lalande) بأنه "قالب أو نموذج محدد لشكل مجموعة أشياء متسقة منه، كما عرّف النمط في القاموس الفرنسي المعاصر (لاروس) بأنه: نموذج مجرد من مجموع السمات والخصائص المشتركة بين أفراد أو كائنات أو أشياء تتفق في طبيعتها" (سلوم، 1992، 427).

التعريف الإجرائي للنمط: يعني قالب أو نموذج يتمتع بالصفات المميزة لحملة من الأفعال أو الأشياء التي تسبغ السمات لفئة اجتماعية معينة.

الاستهلاك المظهري التفاخري: "ما يستهلكه الأفراد من السلع والخدمات ما يفوق قدرتهم الشرائية وحجم مرتباتهم الشهرية ومدخراتهم ويحملون أنفسهم ديوناً من أجل أن يجاروا الفئات الأخرى الغنية، وهي ظاهرة تسمى بالاستهلاك التفاخري". ويرى آخرون بأنه "الإنفاق غير المألوف والمبالغ فيه كماً ونوعاً، والذي لا يتوافق مع الإمكانيات المادية للشخص، وقد يدخل الفرد والمجتمع في تبعات نفسية واجتماعية" (الحسن، 1999، 514-515).

التعريف الإجرائي للاستهلاك المظهري التفاخري: يقصد به الاستهلاك الزائد عن الحد لغرض التفاخر والتباهي أو ما يعرف بالاستهلاك البذخي المترفي .

الاستهلاك المظهري الاعتيادي (الطبيعي): هو الإشباع الضروري للحاجات الضرورية وغير المبالغ فيها بشكل متزايد. ويعرفه آخرون بأنه: هو الإنفاق المعقول والمألوف وفقاً لمعايير السلوك المظهري السائد في المجتمع، ووفقاً للقدر المالي" (الحسن، 1999، 514-515).

التعريف الإجرائي للاستهلاك الاعتيادي : الاكتفاء بالحاجيات الضرورية دون السعي إلى ما يرهق كاهل الأسرة من أجل التفاخر.

الاستهلاك المرشّد: يعني الجهود الحثيثة والهادفة التي يعتمدها الفرد أو الجماعة أو المجتمع في سلوكه الاقتصادي اليومي والتفصيلي والتي من خلالها يقتصد في النفقات ويحافظ على الأموال والمواد من البعثرة والضياع ويتقشف في الاستهلاك الذاتي ولا يطلب أكثر من حاجته إلى السلع والخدمات الضرورية" (الحسن، 1999، 178).

التعريف الإجرائي لترشيد الاستهلاك: هو التوسط أو الاعتدال في الاستهلاك ليطماشى مع قدرات الفرد ودخله الشهري.

الأسرة: هي «مجموعة الأفراد الذين يعتقدون فيما بينهم أنهم ينتمون إلى جماعة مستقلة داخل المجتمع ويرتبطون؛ الواحد بالآخر عن طريق روابط الدم أو الزواج ويدركها بقية أفراد المجتمع» (أحمد 1995، 17).

التعريف الإجرائي للأسرة: إحدى أنساق المجتمع التي تتكون من زوج وزوجة يربطهما رباط مقدس يعيشون تحت سقف واحد مع أطفال أو بدون أطفال.

• الدراسات السابقة.

1) دراسة ابتهاج عبد الجواد الكاظم: بعنوان الاستهلاك المظهري تبعا لمجالاته وعوامله، مدينة الموصل، 2006، حيث كان الهدف من الدراسة التعرف على الاستهلاك تبعا لكل مجال وبيان طبيعته وفقا لكل عامل، ومعرفة إبراز العوامل التي تدفع الأفراد للإنفاق على الأشياء المظهرية. فتكونت أفراد العينة من (200) فرد، واعتمدت الباحثة في بحثها على منهج المسح الاجتماعي وذلك بطريقة العينة العرضية، فمن نتائجها ما يلي:

تعدد مجالات الاستهلاك المظهري لا يوجد طبيعته فكل درجة خاصة به، حيث يختلف شكل الاستهلاك في مجال الحفلة والرغبة بالتميز في ترتيبها عنه في مجال العزائم والهدايا.

أما بالنسبة لأبرز العوامل التي تدفع الأفراد للاستهلاك المظهري فقد كان العامل الاجتماعي، كما تبين في الاستهلاك المظهري يختلف باختلاف العوامل المؤثرة فيه، إذ أن شكل الاستهلاك المظهري يختلف وفقا للعامل الاقتصادي والثقافي.

2) دراسة فائز محمد داود: بعنوان الاستهلاك المظهري وعلاقته المكانة الاجتماعية، جامعة الموصل عام 2012م .

الهدف من الدراسة، التعرف على الاستهلاك المظهري ومدى علاقته وتأثيره بالمكانة الاجتماعية للفرد؛ حيث توصل إلى أن هناك علاقة ارتباطية وثيقة الصلة بين الاستهلاك المظهري والمكانة الاجتماعية للأفراد.

حيث تكونت أفراد العينة المؤلفة من (50) أسرة وهي مجتمع الدراسة، حيث اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي بطريقة العينة العشوائية ومن فرضيات الدراسة ونتائجها ما يلي :-
فرضيات الدراسة:

- يؤثر كل من العامل (الاقتصادي/ الثقافي) في طبيعة نمط الاستهلاك.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن أصبح للمكانة الاجتماعية دورًا واضحًا، تغلبت على العادات والتقاليد كنتيجة للتطور التكنولوجي والثقافي والاقتصادي بكل جوانبه، حيث أصبح المجتمع العراقي مستهلكا غير منتج فكل شيء مستورد يأتي من عدة مناشئ وبذلك تحققت فرضيات البحث التي كان للدور الاقتصادي أثر واضح في نمط الاستهلاك: فإذا ما توفر المال لدى الأفراد يسعون إلى الشراء بطريقة استهلاكية، كما أن للعامل الثقافي أثره في نمط الاستهلاك.

تتفق مؤشرات هذه الدراسة في إظهار مدى اهتمام الأسر في مجتمع العينة حرصهم الشديد على المكانة الاجتماعية من خلال المظهر السكني والأثاث والمواد السلعية المعمرة وغيرها، وأن تكون من النوعيات الراقية، ويظهر ذلك في الاهتمام بحجرة الاستقبال، وشراء الأثاث الفاخر.

(3) الدراسة العلمية التي قام بها الدكتور حسن أبو ركة بالرياض لسنة 2015م حول سلوك المستهلك السعودي .

أظهرت معطياتها أن (40-60%) من دخل الأسرة السنوي ينفق على الغذاء (10-20%) على الكساء، ومثلها على الترفيه والعلاج والسياحة، و(5-10%) على التآثيث ومثلها على الأجهزة الكهربائية 5،5% فقط على التعليم ومثلها على السكن. أن حمى الاستهلاك الترفي طالت حتى أصحاب الدخل المحدود في مجارة للنمط العام. كما أوضحت النتائج: إن مظاهر الترف والاستهلاك المفرط في المجتمع السعودي وما يعانيه من بذخ وإفراط وإسراف معيشي لدى معظم الأفراد والأسر، ويرجع ذلك السلوك المخالف للضوابط الشرعي والقيمي، إلى عوامل عدة، منها ارتفاع مستوى الدخل، الاختلاط بالثقافات الأخرى في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي أثرت أو ألفت بظلالها على بيئة المجتمع بسبب وتيرة التحديث والمعاصرة. أو

الإقامة في المناطق الحضرية وغيرها من الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والديموغرافية السكانية، كذلك ترتبط بعوامل قد تتعلق بالشخص كالأستعداد النفسي، وإشباع الحاجات الأساسية إضافة إلى عوامل تتعلق بالمجتمع كالظروف المحيطة بالفرد ذاته والتي ربما تكون مشجعه لنمو هذا السلوك المشين.

توصيات الدراسة : التخلص من القيم الاستهلاكية السيئة، وعاداتها المشينة وبناء الوعي المنزلي عبر أهم مؤسسة تربوية، وهي الأسرة التي تمارس الضبط الاجتماعي في إطار عملية اجتماعية لها دور محوري في الحفاظ على المعايير الاجتماعية الأصيلة وتنمية اتجاهات الوعي الاستهلاكي .

- تفعيل دور المؤسسات ومكوناتها الوظيفية البنائية، بما يساهم في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي وكبح جماح هذه الثقافة المهيمنة على سلوك الأفراد.

- تشجيع الأفراد على تبني ثقافة الادخار وتسيير فتح قنوات فعّالة لاستثمار مدخراتهم، وترشيد عملية الاستهلاك في قلبها الإيجابي.

- إدراج مادة الثقافة الاستهلاكية المنضبطة ضمن مناهج التعليم العام الأمر الذي يساعد في غرس المبادئ والقيم والوعي الاستهلاكي الحضاري في نفوس ووجدان الطلاب والطالبات.. وكبح جماح الفوضى الاستهلاكية الزائفة.

تكثيف الحملات الإعلامية بمختلف وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة لتبيان آثار الاستهلاك الترتي ورفع سقف الوعي المجتمعي والثقافة الاستهلاكية الرشيدة للأفراد والأسر

الإطار النظري

● ثقافة الاستهلاك :

يعتبر مفهوم الاستهلاك من أعقد المفهومات في العلوم الاجتماعية إذ أن الاستهلاك عملية جماعية لها نواحيها الثقافية والاجتماعية الهامة، ذلك لأن أغلب ما يستهلكه الفرد ما هو إلا نتيجة لتقائمه لما يستهلكه الآخرون، وكثيرا ما يقلد الفرد غيره في الاستهلاك مجرد أنه لا يعرف ما يستهلك .

كما تعتبر ثقافة الاستهلاك من المبادئ الراسخة التي تعتمد على الأفكار الفردية، والاجتماعية في تحديد طبيعة وحجم الاستهلاك للفرد الواحد، أو الأسرة كاملة، كما تعدّ من المفاهيم والأفكار السائدة في مجتمع ما، والمرتبطة بمجموعة من المنتجات التي تتناسب مع طبيعة الاستهلاك البشري ضمن منظومة فكرية ثابتة، ومعتمدة على نقاط واضحة، ومفهومة التي تؤدي إلى ظهور فكر ثقافي مؤثر على القطاع الاقتصادي في المجتمع المحلي.

وتتميز ثقافة الاستهلاك بالعديد من الخصائص المرتبطة بها، وهي: تعتبر ثقافة مادية، أي إنّها تعتمد في الحصول على السلع على وجود أسواق تجارية متخصصة بعمليات البيع، والشراء مما يؤدي إلى إنفاق المال من أجل الاستهلاك. كما تعتمد على الأسلوب الاستهلاكي، أي إنّ لكل سلعة تأثير على مجموعة من الأفراد، يختلفون عن غيرهم، لذلك يتحكم أسلوب الاستهلاك في ثقافة الاستهلاك، كأن يفضل بعض المستهلكين شراء منتج ما من شركة معينة بشكل دائم، ولا يفضلون استخدام تلك المنتجات من الشركات الأخرى. تتميز بالتطور المستمر، أي إنّ المستهلك يتأثر بطبيعة التطورات الاستهلاكية التي تحصل حوله، مما يؤدي إلى تطور ثقافته الاستهلاكية، كاعتماد بعض الأفراد على استخدام تقنية حديثة، كنتيجة من نتائج التطور المستمر.

والواقع أن حاجة الإنسان إلى السلع لا يمكن النظر إليها من الناحية الاقتصادية فقط بل قد تكون في أغلب الأحيان مرتبطة بعوامل ومؤشرات نفسية اجتماعية. «ففي المجتمعات الصناعية على وجه الخصوص وتحت ضغط الإعلام... تظهر أنواع من النزوع نحو الاستهلاك ويجب اختبارها بدقة قبل الجزم بارتباطها أو صدورها عن الحاجات الأساسية» (السيد، 1997، 20)

● أنماط الاستهلاك .

هي مجموعة من الأساليب التي تحدّد طبيعة نمط الاستهلاك السائدة في المجتمع، وتقسّم إلى النمطين التاليين:

- نمط الاستهلاك الاعتيادي (الطبيعي)

لا يمكن تحديد نمط المعيشة بطريقة مجردة وشاملة. فهو يتوقف على حجم الموارد وينتج عنه تشابك معقد لعوامل اقتصادية وثقافية واجتماعية.⁽¹⁾ ويمكن تحديده من خلال إشباع الاحتياجات الحيوية (الغذاء والسكن والملبس، والصحة) إشباعاً كافياً ولكن تحديد هذه الحاجات وتحديد الحد الأدنى الضروري يختلف اختلافاً شديداً حسب الفئات الاجتماعية والمهنية والمكانة الاجتماعية والإقليم الذي تعيش فيه الأسرة ومحل الإقامة (ريف أو مدينة، حي في مدينة) كما تظهر الفروق حسب تصريف أنماط الأسر المختلفة في الميزانية⁽²⁾. (الجوهري، 2001، 324، 325) بهذا فنمط المعيشة لا يتوقف على الأمور المادية وإنما يدخل في تحديده الحاجات المادية والمعنوية معاً.

والاستهلاك يعتمد كثيراً على الحاجات الأساسية والضرورية الخاصة بالأفراد، والتي تعتبر جزءاً من أجزاء الغذاء اليومي فيعتبر هذا النمط الاستهلاكي دائماً، ومستمراً ولا يمكن الاستغناء عنه لفترة زمنية طويلة، ولا يرتبط فقط بالطعام وحده، بل يعتمد أيضاً على توفير المأوى، وغيره من الحاجات الأساسية الأخرى التي تحقق إشباع البشر ولا يستطيع الإنسان العيش بدونها. وفي الماضي كانت الأسرة تستهلك في الغالب ما تنتجه بنفسها، من احتياجاتها. وما فاض عنها من إنتاجها يمكن لها أن تبيعه لتعزز وضعها الاقتصادي. ومع التقدم الصناعي وتطور خطوط الإنتاج وتحقق اقتصاديات الحجم أصبح إنتاج هذه السلع محلياً غير مجد، فالمصانع توفرها بتكلفة أقل وجودة أفضل. وبذلك بدأ التحول، نحو النمط الاستهلاكي. فالأسرة اليوم أصبحت مستهلكة لما تنتجه المصانع الكبيرة، ولم تعد كما كانت في الماضي تستهلك ما تنتجه بنفسها في أكثر احتياجاتها وهذا التطور مفيد من حيث تلبية كثير من الاحتياجات الأساسية وتوفيرها، ومن ثم يرفع مستوى الإنتاجية في المجالات الأخرى.

- الاستهلاك المظهري التفاخري .

ارتبط بداية ظهور الأنماط الاستهلاكية المظهرية بالتغيرات الاقتصادية والتطورات الهائلة لطرق الإنتاج؛ حيث تحول نمط استهلاك المواطن في الدول الفقيرة، ليتشابه مع نظيره في الدول

المتقدمة رغم الاختلاف الشديد بينهما في مستوى الدخل وجدية كل منهما في العمل. وهو الذي يفوق استهلاك الحاجات الأساسية، ويعتمد على المستهلكات الإضافية، أو التي لا تعتمد على الاستهلاك الرئيسي.

فكثير من الأفراد يتكون لديهم الميل لاستهلاك سلع لا حاجة حقيقية لها، ولكن يتم استهلاكها لإشباع حالة نفسية أو عقدة اجتماعية لدى بعض الفئات الاجتماعية، وبعد أن كانت هذه الظاهرة تنتشر عند ذوي الدخل المرتفعة، فإنها في الوقت الحالي أصبحت تشمل تلك الفئات ذات الدخل المنخفض.

وإذا كان الاستهلاك ونوعه وتنوعه يحدّد في العصر الحديث - إلى حد ما - مكانة الفرد أو العائلة الاجتماعية، فإن ذلك لم يكن كذلك دائماً. ففي القدم لم يكن المركز الاجتماعي يتحدد للفرد بمقدار ما يستهلكه، بل إنه من مدعاة السخرية أن يحاول الفرد أن يجاري النبلاء في حياتهم، وأن يحاول أن يستمد مركزه الاجتماعي من زيادة أنفاقه على الاستهلاك. ويعد بدايات الإشارة إلى ظهور نمط الاستهلاك المظهري التفاخري إلى عالم الاقتصاد الأمريكي (فيلن) في كتابه (نظرية الطبقة المترفة)، بقوله: أن بذور هذا المجتمع الجديد قد ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية منذ نهاية القرن الماضي". (الرماني 2015، مركز الأبحاث العالمي).

ولم ينظر إلى أثر الاستهلاك كقيمة اجتماعية في النظرية الاقتصادية إلا عندما كتب (دوزنبري) عن (أثر التقليد)، حين بين أن استهلاك الفرد لا يتوقف على ذوقه وما يريده هو، بقدر ما يتأثر بما يستهلكه الآخرون. وبذلك أدخل فكرة التداخل بين أذواق المستهلكين في تحديد ذوق المستهلك. ومعنى ذلك أن الاستهلاك أصبح قيمة اجتماعية. فالفرد لا يستهلك ما يريده فحسب، وإنما يستهلك ما يجد جيرانه وزملاءه يستهلكونه. ومن هنا نفهم الدور التي يقوم به الإعلان في العصر الحديث). (الرماني 2015 مركز الأبحاث العالمي).

ولذلك، فإن أهم ما نلاحظه في الوقت الحاضر هو اتجاه الاستهلاك إلى الطبقات الوسطى وليس إلى الطبقات العليا. ففي الماضي، كان الحديث عن الأذواق والموضة قاصراً على طبقة محددة من ذوي الدخل المرتفع، أما الآن، فإن المنتجات الحديثة تتجه عادة إلى المستهلك العادي

والذي يكوّن الغالبية الكبرى من المستهلكين. وهؤلاء - أي المستهلكون العاديون - يشترطون عادة ما يقدم لهم دون نظرة نقدية فاحصة، فهم بطبيعتهم من مقدري الاستهلاك النمطي. ولذا، فإن الاستهلاك الترفي في العصر الحديث ليس قاصراً على الطبقات العليا، وإنما هو من أهم خصائص الطبقة الوسطى وما دونها. بل لعل الطبقات العليا قد بدأت تميل نحو التعفف عن هذا الاستهلاك النمطي.

إن التقدم الفني الهائل المتاح الآن والمستخدم في أساليب الإنتاج قد وفر القدرة المستمرة على زيادة الإنتاج والإنتاجية مما زاد من فرص الاستهلاك. كما أنّ سيطرة الفنيين على قرارات الإنتاج قد ساعدت على النظر إلى النمو أي زيادة الإنتاج وما يرتبط بها من ضرورة زيادة التصريف، باعتبارها من الأهداف الرئيسة التي يتوخاها مصدر هذه القرارات.

فالاستهلاك في المجتمع الحديث قد زاد بشكل لم يكن معروفاً فيما سبق، كما نجحت عنه مجموعة من القيم والقواعد التي تنظم حياة المجتمع في ضوء زيادة الاستهلاك. كقيمة اجتماعية كبرى، ومحور مهم في النشاط الاقتصادي. فزيادة الاستهلاك في حد ذاتها، أصبحت من قواعد الإنتاج في العصر الحديث. كما لها آثار ونتائج على السلوك الاجتماعي.

وتركز الاستهلاك المظهري التفاخري على كل الأفعال والأنشطة التي يقوم بها الفرد فيما له علاقة بالطريقة التي يرغب العيش بها، أو في الظهور بها أمام الآخرين. وتتمثل بطريقة الملابس والمأكل والأثاث، وغير ذلك، وتعكس تلك السلوكيات مظهراً من مظاهر شخصيته. بأن يكون له الميل لاستهلاك سلع لا حاجة حقيقة لها، ولكن يتم استهلاكها لإشباع حالة نفسية أو عقدة اجتماعية لدى بعض الأفراد أو الفئات الاجتماعية

فرغم الشكوى المستمرة من بعض الأفراد عن تدني الأجور وارتفاع الأسعار، وعدم القدرة على سد الاحتياجات الأساسية، وزيادة معدلات البطالة، إلا أن ظاهرة النمط الاستهلاكي المظهري التفاخري مازالت تتزايد، باقتناء السيارات الفخمة، والأجهزة المحمول الحديثة، وارتداد المطاعم والفنادق الفاخرة، وهذه الأنماط لا تقتصر على المدن الكبرى في الدول المتقدمة فقط،

بل امتدت إلى المدن الصغرى والقرى والمناطق الزراعية حيث أصبح الشخص البسيط يحرص على امتلاك واقتناء أحدث أنواع المقتنيات الحديثة .

فانتشار السلوك الاستهلاكي التفاخري بين الأفراد والمبالغة في الشراء واستهلاك السلع، أو اقتناء المشتريات الزائدة عن الحاجة تشكل عبئاً اقتصادياً كبيراً على الأسرة والمجتمع، وخاصة إذا تجاوز هذا السلوك مستوى الدخل الأسري .

• آفة الاستهلاك والتبذير.

يعد داء الاستهلاك الترفي كأحد الأمراض الاجتماعية والاقتصادية التي تعاني من إرهاباتها ومثالبها معظم المجتمعات البشرية.. والمجتمع الليبي تحديداً في خضم غياب الضابط الاجتماعي، واتساع دائرة النزعة الاستهلاكية في قلبها الترفي، "فالثقافة الاستهلاكية الترفية، وطبقاً لمفهوم علم الاجتماع الاقتصادي تعني مجمل التصرفات والسلوكيات والعادات والممارسات التي تدفع بالفرد إلى الإنفاق العشوائي بصورة خارجة عن قواعد الضبط الديني والاجتماعي والقيمي، تتخطى معها حدود الإمكانيات المادية". (الدوسي، 2015، 32)

والمجتمع الليبي اليوم كسائر المجتمعات البشرية أصبح يواجه آفة الاستهلاك والتبذير وتحديات النزعة الاستهلاكية التفاخرية في ظل عالم يشهد تغيرات اجتماعية وتحولات اقتصادية رهيبية تدعم ثقافة الاستهلاك الترفي وتعميمها على كافة شرائح المجتمع، وترجع آفة انتشار النزعات الاستهلاكية المفرطة في النسيج المجتمعي، إلى عدة أسباب وعوامل مثل غياب الوعي المجتمعي، وارتفاع مستوى الدخل والتعليم أو الاختلاط بالثقافات الأخرى أو الإقامة في المناطق الحضرية وغيرها من الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والديموغرافية والنفسية، وإن كان في ظاهره مكتسب إلا أنه في حقيقة الأمر يرتبط بعوامل متعددة، عوامل تتعلق بالشخص كالأستعداد النفسي وإشباع الحاجات الأساسية، إضافة إلى عوامل تتعلق بالمجتمع كالأظروف المحيطة بالفرد ذاته والتي ربما تكون مشجعة لنمو هذا السلوك المشين لديه، وأيضاً لا تغفل عن دور وسائل الإعلام بمختلف مكوناتها وقنواتها وتوجهاتها، فلها أثر مباشر في تفعيل نظرية الغرس

الثقافي الإعلامية، ونشر ثقافة الاستهلاك الترفي من خلال الدعاية والبرامج الترويجية للأنماط الاستهلاكية المفرطة .

● أبعاد الاستهلاك

يعتقد بعض الناس أن تزايد الاستهلاك قد يكون مؤشراً على الوفرة المادية للمجتمع، ولكنه في الحقيقة قد ينبىء عن خلل نفسي اجتماعي لدى الأفراد، بسبب وجود عوامل ضاغطة، منها نفسية اجتماعية، ومنها إعلامية دعائية.

-البعد الاجتماعي .

تزايد الاستهلاك عند بعض الأفراد أنهم يبحثون عن المظاهر من أجل الانضمام للطبقات العليا من المجتمع أو ما يعرف (عضوية الفقير في مجتمع الأغنياء)، فالتباين الطبقي يقاس بما عند الناس من موجودات، وهذا يسبب خللاً اجتماعياً وفقداناً للتوازن، ويبحث على ازدياد الاهتمام بالاستهلاك الشكلي، أو الكماليات، ويشكل ضغوطاً على بعض الأسر من الناحية الاجتماعية، حيث تتشكل لديها رغبة في نمط تلك المسيرة الاجتماعية. وتعاني أسر عديدة في مجتمعنا نتيجة المسيرة والضغوط الاجتماعية، فهي تريد أن تماشى الطابع العام للمجتمع، وتريد أن توفر لأبنائها من الاحتياجات والمتطلبات ما هو سائد ومنتشر، مما يشكل ضغوطاً على أفراد المجتمع للتماشي مع الشكل العام للمجتمع.

- البعد النفسي .

تأتي العامل النفسي كسبب آخر يفرق بين الأفراد في درجة استجابتهم للضغوط الاستهلاكية السائدة في المجتمع، فهناك من هو مستجيب بشكل الاستجابة الكاملة، أو المنجرف. وقد تكمن وراء الاندفاع السلوكي لهؤلاء درجة من القلق النفسي المرتفعة، حيث يمثل التسوق نوعاً من التصريف الانفعالي، أو التنفيس.

وقد تكمن وراء التسوق عقد النقص باقتناء الأشياء والممتلكات، ما يشكل تعويضاً لهذا النقص الذي يشعر به الفرد، وهذه العينة من الناس لديها اضطراب في مفهوم الذات. ولتحقيق الذات يلجأ البعض عادة إلى إشباع رغباته بالتسوق غير المبرر للمقتنيات والكماليات

لإكمال ذلك النقص الشخصي، وهذا ما يعرف علمياً بـ (اضطراب شره الشراء)، وهي حالة مرضية تنتشر في أوساط المثقلين بالديون، فتجدهم يشترون أشياء يمكن الاستغناء عنها من أجل التخفيف من القلق النفسي الذي يشعرون به، وللتغلب على الشعور بعدم الأمان. وقد يكون ذلك الإشباع نتيجة لحالة من الحرمان العاطفي لمرحلة الطفولة، والذي يبحث فيه الفرد عن إشباع الاحتياجات التي لم تشبع في تلك المرحلة المبكرة من حياته، وقد يعبر عن حالة مبالغ فيها من التملك والاستحواذ، أو يعبر عن سمة شخصية تتميز بالاندفاعية والأنانية، وعدم القدرة على إرجاء إشباع الحاجات، وقد يعبر السلوك الاستهلاكي عن المشكلات الأسرية، أو عدم الاستقرار الأسري في بعض الأحيان.

وقد يسعى بعض الأفراد للبحث عن الرفاهية، رغم اختلاف العلماء في وضع تعريف لها، إلا أنهم يعتبرونها حالة نفسية تختلف من شخص إلى آخر. "وأجمعوا على أن الثروة تعتبر الوسيلة الأساسية للوصول إلى الرفاهية؛ فهي إذن توفير أكبر قدر ممكن من الثروة بهدف تحقيق غايات الفرد وحاجاته المتعددة، وأن تستعمل الاستعمال الأمثل دون الإضرار بالفرد من النواحي الصحية والنفسية." (الدسوقي، 1988، 22-25).

- البعد الإعلامي (الدعاية والإعلان)

من الأسباب التي زادت الاستهلاك لدى المجتمع توغل الشركات العالمية، وتسويق وبيع منتجاتها، وتستخدم الأساليب النفسية الجاذبة عبر الإعلانات التجارية، والتي تستخدم عادة مبدأ (الإغراء والتكرار والجاذبية أو الحاجة)، التي تربط بها العميل عبر الدعاية والإعلان. وحتى يتسنى لكل الأفراد مجازاة منتجات الشركات والحصول على كل جديد أولاً بأول، ينبغي أن يدخل في منافسة مادية ويسابق الزمن، الذي يمارس ضغوطه الكبرى على الحالة النفسية، فهي بمثابة ضغوط ودوافع نفسية غيبية العقل والمنطق.

وقد يختلف تأثير وسائل الدعاية والإعلان حيث تتفوق المرأة على الرجل في استهلاك الكماليات، نظراً للطبيعة التي تميزها عن الرجل باهتمامها بالأشياء المظهرية والشكلية والجمالية، ولكن في حالات متطرفة تختلط على المرأة ظروفها النفسية، أو مشكلاتها الأسرية، مع الدوافع

الحقيقة للتسوق، فقد تجدد نفسها في رغبة مستمرة إلى التسوق، ليس للدوافع السابقة، ولكن لارتفاع مستوى القلق والمشكلات العاطفية، أو الضغوط الأسرية.

ومن ضمن الأسباب التي ترفع مستوى الاستهلاك في المجتمع، أن المجمعات التجارية أو ما يعرف بـ(المولات)، أصبحت مراكز ترفيه، ولا تجدد الأسر خيارات متنوعة للتنزه والترفيه سواها، وهذه المجمعات التجارية معظمها محلات تجارية، مما يسهل أو يساعد في عملية الاستهلاك، وشراء أشياء غير ضرورية.

• النظرية الاقتصادية المفسرة لنمط الاستهلاك .

يرى علماء الاقتصاد أن العملية الاقتصادية تركز بالشكل الأساسي على عنصري الإنتاج والاستهلاك. حيث يتضمن الإنتاج عملية حشد واستخدام الموارد بينما يشير الاستهلاك إلى استخدام ما تأتي به العملية الإنتاجية. «كما تذهب الدراسات الاقتصادية الكلاسيكية إلى أن الغرض من الإنتاج هو الاستهلاك، بحيث يصل الأفراد إلى أقصى درجات الإشباع من خلال الشراء ضمن نطاق يتزايد بشدة في المجتمعات الاستهلاكية للفرد، أما بعض الماركسيين الجدد في القرن العشرين فإنهم يرون أن هذا التطور يؤدي إلى إتاحة فرصة أكبر للاستهلاك نتيجة التوسع في الإنتاج الرأسمالي. ذلك التوسع الذي جعل أسواقاً جديدة يتبعها تثقيف الجماهير بحيث تصبح الجماهير استهلاكية، وذلك من خلال التكنولوجيا الإعلان ووسائل الإعلام الأخرى» (ليلي، د.ت، 59) ونتيجة لهذا التطور الهائل والقفزات التكنولوجية السريعة وقع الإنسان أسيراً لعادات الاستهلاك .

ويعتبر (ارنست المنجل) من الرواد الأوائل في بحوث ودراسات ميزانية الأسرة، والذي ارتبط اسمه بالقوانين التي تحكم العلاقة بين دخل الأسرة واستهلاكها، ومن نتائج أبحاثه القوانين الثلاثة التالية: (ليلي، د.ت، 93).

- أن نسبة الإنفاق المخصصة للطعام تتناقص بارتفاع مستوى معيشة الأسرة بزيادة الدخل .
- أن الإنفاق على الطعام يمثل الجانب الأكبر من ميزانية الأسرة، فالجزء الأكبر من ميزانية الأسرة ينفق على الطعام، وأن نسبة الإنفاق على المسكن ثابتة تقريباً .

- أن نسبة الإنفاق على المسكن والملبس ثابتة تقريبا، بينما نسبة الإنفاق على الكماليات تزداد بارتفاع مستوى الدخل .

يعني انجل من قوانينه الثلاثة السابقة، أن نسبة الإنفاق على الطعام تمثل أعلى نسبة من بنود الإنفاق الأخرى للأسرة. مقابل ثبوت الإنفاق على باقي بنود الإنفاق الأخرى بما فيها السكن وملحقاته...وتقل نسبة الإنفاق على الطعام كلما زاد الدخل، وذلك لأن الأسرة تتجه للإنفاق على الكماليات للارتقاء بمستوى معيشتها .

أما (ثورشتان فييلن) فقد أبرز هو الآخر دور العوامل الاجتماعية في تحديد نمط الاستهلاك، ” وذهب إلى أن ثمة مجموعة من العوامل تكمن وراء الحاجات الفردية والتي تحدد طبيعة الطلب“. (الجوهري، 1970، 238) فالأغنياء يحددون إنفاقهم بشكل يرضي عليهم ما يتفوقون به على بقية الطبقات من مظاهر ورموز المكانة الاجتماعية . كما أشار(فييلن) ”في نظريته الطبقة المترفة لمصطلح الاستهلاك المفرط للسلع الترفية والتي تعد دليلا على عضوية المستهلك للطبقة المترفة في المجتمع الرأسمالي، وقد استخدمه للإشارة إلى التباهي باستهلاك السلع بهدف اكتساب الهيبة“ (حجازي، 2001، 182).

وهنا يبرز دور العوامل الاجتماعية في تحديد نمط الاستهلاك، بهذا يمكن من خلال السلع الاستهلاكية التي يكتسبها الأفراد معرفة الشريحة التي ينتمون إليها، فعادة الاستهلاك هي التي تفرض على الأشخاص اقتنائها .

• إجراءات الدراسة

نوع الدراسة: يمكن تصنيفها منهجيا على أنها دراسة وصفية تحليلية، فالتركيز يتجه نحو وصف طبيعة أنماط الاستهلاك داخل الأسر في المجتمع الليبي، باستخدام المسح الاجتماعي بالعينات .
عينة البحث وحجمها: تركزت وحدة الاهتمام والتحليل على عينة قوامها (120) مفردة موزعين بالتساوي على أربع (4) محلات بواقع عدد (30) مفردة من كل محلة، وفقا لمتغير النوع (ذكور/ إناث) ثم اختيارهم بالطريقة العينة العرضية من مدينة مصراتة حسب التصنيف الإداري

للمحلات (شهداء الرميعة، زاوية المحجوب، قصر أحمد، طمينة) ليعكس التباين الاجتماعي والثقافي بين أفراد العينة وأسرههم مما يجعل هذه الطريقة أكثر اقتراباً من الواقع الفعلي .

أسلوب جمع البيانات. لجأ الباحث إلى استخدام أسلوب المعاينة لجمع البيانات لاستيفاء المعلومات حول موضوع الاهتمام، لما يوفره هذا النوع (من المسوح) من الوقت والجهد والتكاليف.

أداة جمع البيانات. استخدم الباحث استمارة المقابلة المقننة وذلك بالاتصال الشخصي القائم على التفاعل وجها لوجه مع المبحوث، وقد طورت المقابلة من خلال أسئلة أعدت سلفاً قبل بداية المقابلة وفق معايير وشروط محددة؛ حيث اشتملت استمارة البحث على (55) فقرة وكانت استجابة أفراد العينة لأسئلة المقياس صيغت الفقرات وبمستوى القياس الترتيبي وكان ميزانه يشمل على خمس فقرات وهي (بدرجة كبيرة جداً، بدرجة كبيرة، بدرجة لحد ما، بدرجة قليلة، بدرجة قليلة جداً) تمثل البعدين لطبيعة نمط الاستهلاك المظهري (التفاخري) والمظهري الاعتيادي (الطبيعي) الذي يتبعه مفردات العينة في مجريات حياتهم اليومية ومناسباتهم الاجتماعية.

الأساليب الإحصائية المستخدمة: استخدم النسب المئوية للكشف عن وجود تباين في خصائص المتغير، المتوسط الحسابي المرجح والوزن المعوي، لبيان أهمية فقرات المقاييس.

تحليل وعرض النتائج وتفسيرها

بعد الانتهاء من مرحلة جمع الاستمارات من كل مفردات العينة ومراجعتها بشكل نهائي تم الشروع في الدخول في مرحلة جديدة، وهي تحويل البيانات إلى أرقام ليتم التعامل معها إحصائياً وفقاً لقواعد ومستويات القياس المستخدم؛ حيث اختيرت أرقاماً تم فيه مراعاة التفاوت بين خصائص المتغيرات المقاسة عند مستوى قياس ترتيبي وروعي في إعطاء الأرقام نوع الأسئلة بين نمطي الاستهلاك المظهري (التفاخري/ الاعتيادي) فكانت الإجابات كالأتي: فقرات المقياس التي تشير في التحول نحو الاستهلاك المظهري التفاخري تعطى أرقام أعلى قيمة . بدرجة كبيرة جداً (5)، بدرجة كبيرة (4)، بدرجة لحد ما (3) بدرجة قليلة (2)، بدرجة قليلة جداً (1) وفقرات المقياس التي تشير إلى نمط الاستهلاك المظهري الاعتيادي أعطت الأرقام بالعكس كالتالي : بدرجة كبيرة جداً (1)، بدرجة كبيرة (2)، بدرجة لحد ما (3) بدرجة قليلة (4)،

بدرجة قليلة جدا (5) وبعد الانتهاء من مرحلة الترميز وتحويلها من شكلها الكيفي إلى شكلها الكمي، أعطيت أرقام متسلسلة لاستمارات المقابلة، بحيث تعكس كل مفردة من مفردات مجتمع البحث الذي بلغ (114) مفردة؛ حيث تم الفاقد في المردود خمس (5) استمارات وعدد واحد (1) استمارة غير مستوفية الشروط حيث الفاقد في الإجابة على الفقرات المقياس .

واستخدم في تحليل البيانات التوزيعات التكرارية والنسب المئوية، للوصول إلى المتوسط الحسابي المرجح والوزن المثوي، لبيان أهمية فقرات المقياس وتم حسابه بالصيغة الآتية:

الوسط المرجح = مجموع الأوزان تقسيم التكرارات .

الوزن المثوي = الوسط المرجح تقسيم الدرجة القصوى ضرب 100 .

ويقصد بالدرجة القصوى أعلى درجة في المقياس . (علام، 1985م، ص 108)

الأهمية النسبية لمقياس نمط الاستهلاك الأسري بين المظهري التفاخري (ألبذخي، المترفني)

والاستهلاك المظهري والاعتيادي (الطبيعي) في ظل المتغيرات الاجتماعية

جدول يبين توزيع أفراد العينة والوسط المرجح والوزن المثوي حسب التدرج الخماسي

لطبيعة نمط الاستهلاك المظهري (التفاخري / الاعتيادي) للأسرة

الوزن المثوي	الوسط المرجح	بدرجة قليلة جدا		بدرجة قليلة		بدرجة حد ما		بدرجة كبيرة		بدرجة كبيرة جدا		الفقرات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.923	4.61	0.8	01	5.2	06	6.2	07	7.1	08	80.7	92	2- نفضت للاستمارة من أجل إرضاء أسرتي بالناسيات إن لم الأمر
0.909	4.54	4.4	05	4.4	05	3.5	04	7.9	09	79.8	91	14- تلحاً للاستمارة (الاستلاف) للحفاظ على المكانة الاجتماعية
0.906	4.51	2.6	03	4.4	05	7.0	08	7.9	09	78.0	89	03- كثير ما تنكبد الأسرة ديوناً من أجل التباهي أمام الناس والتفاخر.
0.904	5.52	2.6	03	5.2	06	6.2	07	9.6	11	76.4	87	23- ضعف التعليم للأسرة يسهم في ارتفاع الاستهلاك التفاخري
0.879	4.39	3.5	04	6.2	07	8.7	10	10.5	12	71.1	81	07- رغم عدم رضائي في الإسراف والتفخير ولكن مضطر لذلك .
0.874	4.37	3.5	04	7.1	08	8.0	09	12.2	14	69.2	79	26- التماسك الاجتماعي له دوراً في زيادة نمط الاستهلاك التفاخري.
0.863	4.32	2.6	03	7.1	08	8.7	10	19.2	22	62.2	71	9- تحرض زوجتي على تبادل الهدايا رغم عدم قدرتي الشرائية على ذلك
0.861	4.31	5.2	06	7.1	08	8.7	10	9.6	11	69.2	79	15- استهلاك أفراد الأسرة لا يتناسب مع الدخل .
0.858	4.29	3.5	04	5.2	06	12.2	14	16.6	19	62.2	71	8- الشعور بقتناء أشياء ليست في حاجة إليها ولكنها من أجل التفاخر.
0.849	4.25	3.5	04	7.1	08	11.4	13	17.5	20	60.5	69	12- تحرض الأسرة على شراء ما يروج من سلع من خلال تأثير حديث المهور.

0.847	4.24	6.2	07	6.2	07	10.5	12	12.2	14	64.9	74	17- العادات السائدة لها دور في إتباع نمط سلوك الاستهلاك المظهري التفاخري
0.846	4.23	4.4	05	7.1	08	9.6	11	19.2	22	59.6	68	01- الإعلانات التجارية تحفز لشراء أنواع من السلعة غير ضرورية للأسرة .
0.835	4.18	4.4	05	6.2	07	10.5	12	25.4	29	53.5	61	13-التعرض لضغوطات من أفراد الأسرة لشراء السلع الجديدة من أجل التفاخر .
0.825	4.12	6.2	07	6.2	07	8.7	10	27.2	31	51.7	59	25- شراء أشياء يمكن الاستغناء عنها وليست ضرورية من أجل التفاخر .
0.786	3.93	6.2	07	6.2	07	14.9	17	34.2	39	38.5	44	06-كثرة الرغبة في التسوق ساهم في نمط الاستهلاك المظهري التفاخري
0.786	3.92	5.2	06	11.4	13	12.2	14	28.0	32	43.2	49	04- الخوف من كلام الناس تضطر إلى مجازاة نمط الاستهلاك التفاخري
0.786	3.92	5.2	06	11.4	13	12.2	14	28.0	32	43.2	49	30-كلام الناس يجعلني أتفاخر بالصرف رغم ضعف دخلتي .
0.774	3.87	8.7	10	11.4	13	9.6	11	24.6	28	45.7	52	21- نتيجة الحال نمط الاستهلاك الغذائي عادي جدا في الأيام العادية .
0.749	3.75	4.4	05	8.7	10	24.6	28	32.5	37	29.8	34	22- الحرص على تقديم هديه باهظة الثمن للضيف في مناسبة ما،
0.742	3.71	7.1	08	9.6	11	21.0	24	29.8	34	32.5	37	05- يسعى أفراد الأسرة على مجرد العبر في نمط الاستهلاك رغم عدم قناعتهم .
0.718	3.59	7.9	09	12.2	14	23.7	27	25.4	29	30.8	35	28- عدم الانتماء بالشريعة التي تدعو إلى الاقتصاد في الإنفاق والاستهلاك
0.712	3.56	8.7	10	11.4	13	21.0	24	32.5	37	26.3	30	11- أسرتي قسم بوجبة الفرش والأثاث المنزلي من أجل التفاخر أمام الضيوف
0.709	3.54	10.5	12	10.5	12	20.2	23	31.5	36	27.3	31	19- الحرص على التفاخر عند إقامة الأفرح للحصول على التناء والشكر من الناس رغم عدم القدرة على ذلك .
0.686	3.43	11.4	13	12.2	14	23.7	27	27.3	31	25.4	29	27-شراء الكماليات تقليدا للغير .
0.684	3.42	7.9	09	17.5	20	23.7	27	26.3	30	24.6	28	24- تمحرص زوجتي على ارتداء ملابس حديثة في كل مناسبة اجتماعية .
0.679	3.39	8.7	10	16.7	19	25.4	29	24.6	28	24.6	28	10- تويد المثل القائل (اصرف ما في الجيب يأتي ما في الجيب).
0.674	3.37	7.9	09	15.7	18	29.8	34	24.6	28	22.0	25	31 - الحرص على إحياء أعياد الميلاد لأبائي رغم عدم قناعتني بذلك .
0.670	3.35	6.2	07	21.0	24	27.3	31	22.8	26	22.8	26	20- الحرص على تغير الأثاث والسلع المعمرة حتى ولو كانت جديدة
0.646	3.23	9.6	11	20.2	23	26.3	30	25.4	29	18.4	21	16- الحرص على تقديم هديه متواضعة للأصدقاء .
0.619	3.10	19.2	22	15.7	18	21.0	24	23.7	27	20.2	23	18 - المستوى التعليمي لا يعكس نمط الاستهلاك بالمناسبات الاجتماعية
0.616	3.08	15.7	18	23.7	27	18.4	21	21.0	24	21.0	24	03- أفراد الأسرة يرضون بالقليل.
0.605	3.03	13.1	15	22.8	26	27.1	31	22.0	25	14.9	17	30- كلما زاد دخل الأسرة زاد الاستهلاك التفاخري.
0.591	2.96	15.7	18	22.0	25	29.8	34	15.7	18	16.7	19	29 لدى قاعة بكهانة مرتني في سد احتياجات أسرتي .

التعليق على الجدول

يتضح من البيانات الواردة في الجدول أن الفقرة (02) في المقياس والتي تنص على: نضطر للاستدانة من أجل إرضاء أسرتي بالمناسبات إن لزم الأمر، من أكثر الفقرات شيوعا وتأتي في المرتبة الأولى، لمقياس نمط الاستهلاك الأسري بين المظهري التفاخري والاستهلاك المظهري

والاعتيادي في ظل المتغيرات الاجتماعية، وجاءت لصالح نمط الاستهلاك المظهري التفاخري، وبلغ وزنها المئوي (0.923) كما شكلت نسبة (0.8 %) بدرجة قليلة جدا مقابل نسبة (80.7%) بدرجة كبيرة جدا. تليها الفقرة (14) التي تنص : يلجأ رب الأسرة للاستدانة (الاستلاف) للحفاظ على المكانة الاجتماعية؛ حيث بلغ وزنها المئوي (0.909) وشكلت أعلى درجة لمقياس نمط الاستهلاك الأسري بين المظهري التفاخري والاستهلاك المظهري الاعتيادي في ظل المتغيرات الاجتماعية، بدرجة كبيرة جدا نسبة (79.8 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (4.4%).

وتأتي في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (03) والتي تنص : كثير ما تتكبد الأسرة ديون من أجل التباهي أمام الناس بنمط الاستهلاك التفاخري؛ حيث بلغ وزنها المئوي (0.906) وشكلت أعلى درجة لمقياس نمط الاستهلاك الأسري بين المظهري التفاخري والاستهلاك المظهري الاعتيادي في ظل المتغيرات الاجتماعية، بدرجة كبيرة جدا نسبة (78.0 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (2.6%).

تم جاءت الفقرة (23) في الترتيب الرابع، والتي تنص على : ضعف المستوى التعليمي للأسرة يسهم في الارتفاع الاستهلاك المظهري التفاخري . حيث بلغ وزنها المئوي (0.904) وشكلت أعلى درجة لمقياس نمط الاستهلاك الأسري بين المظهري التفاخري والاستهلاك المظهري الاعتيادي في ظل المتغيرات الاجتماعية، بدرجة كبيرة جدا نسبة (76.4 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (2.6%).

وتأتي في المرتبة الخامسة الفقرة (07) التي تنص على: رغم عدم رضاي على الإسراف والتبذير ولكن مضطر لذلك، بوزن مئوي (0.879). بدرجة كبيرة جدا نسبة (71.1 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (3.5%).

إما الفقرة التي تليها رقم (26) والتي جاءت في المرتبة السادسة فقد نصت على أن التماسك الاجتماعي له دور في زيادة نمط الاستهلاك التفاخري، بوزن مئوي (0.874) . بدرجة كبيرة جدا نسبة (69.2 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا

(3.5%) .تليها الفقرة (09) والتي فحواها : حرص الزوجة على تبادل الهدايا رغم عدم القدرة الشرائية على ذلك. بوزن مئوي (0.863) . بدرجة كبيرة جدا نسبة (62.2 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (2.6%) .

كما جاءت الفقرة (15) في الترتيب الثامن والتي تنص استهلاك أفراد الأسرة لا يتناسب مع الدخل، بوزن مئوي (0.861). بدرجة كبيرة جدا نسبة (69.2 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (5.2%) . تليها الفقرة (08) والتي فحواها الشعور باقتناء حاجيات ليست الأسرة في حاجة إليها ولكنها من اجل التفاخر، بوزن مئوي (0.858) . بدرجة كبيرة جدا نسبة (62.2 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (3.5%) لصالح الاستهلاك المظهري التفاخري .

وجاءت الفقرة (12) في الترتيب العاشر والتي تنص حرص الأسرة على ما يروج من سلع من خلال تأثير حديث الجيران، بوزن مئوي (0.849) . بدرجة كبيرة جدا نسبة (60.5%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (3.5%) .

إما بخصوص الفقرة (17) والتي تنص على العادات والتقاليد السائدة داخل المجتمع لها دور في إتباع نمج الاستهلاك المظهري التفاخري، بوزن مئوي(0.847). بدرجة كبيرة جدا نسبة(64.9 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (6.2%) . تليها الفقرة (01) والتي تنص على أن الإعلانات التجارية تحفز لشراء سلع غير ضرورية لغرض الاستهلاك المظهري التفاخري، بوزن مئوي (0.846). بدرجة كبيرة جدا نسبة (59.6 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (4.4%) .

وجاءت الفقرة(13) في الترتيب الثالث عشر والت تقول تعرض رب الأسرة لضغوطات من بقية أفراد الأسرة لشراء السلع الجديدة من اجل التفاخر، بوزن مئوي (0.835). بدرجة كبيرة جدا نسبة(53.5 %) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (4.4%) .تليها الفقرة رقم (25) والتي تنص على شراء أشياء يمكن الاستغناء عنها وليست

ضرورة من اجل التفاخر. بوزن مئوي (0.825). بدرجة كبيرة جدا نسبة (51.7%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (6.2%). لصالح نمط الاستهلاك التفاخري .

وتساوى كل من الفقرة (06) والتي فحوها: كثرة الرغبة في التسوق في الأسواق الكبيرة ساهم في نمط الاستهلاك المظهري التفاخري، والفقرة (04) والتي تنص على الخوف من كلام الناس يضطر إلى مجاراتهم في نمط الاستهلاك التفاخري، والفقرة (30) والتي تنص، كلام الناس يجعلني تتفاخر بالصرف والاستهلاك المظهري التفاخري رغم ضعف الدخل، بالوزن المئوي (0.786). مع الاختلاف في النسب بدرجة كبيرة جدا نسبة (38.5%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (6.2%) وفي الثانية بدرجة كبيرة جدا نسبة (43.2%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (5.2%) كما تتساوى الفقرتان الثانية والثالثة بنسب مقياس التدرج الخماسي بدرجة كبيرة بدرجة كبيرة جدا نسبة (43.2%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (5.2%) لصالح نمط الاستهلاك التفاخري.

إما بخصوص الفقرة رقم (21) والتي تنص على ضعف الدخل وضيق الحال فان نمط الاستهلاك المظهري العادي هو المسيطر في الظروف العادية والتي جاءت بالترتيب السادس عشر وبوزن مئوي (0.774) بدرجة كبيرة جدا نسبة (45.7%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (8.7%)، لصالح نمط الاستهلاك التفاخري. تليها في الترتيب تنازليا الفقرة (22) والتي فحوها الحرص على تقديم هدايا باهظة الثمن للأصدقاء في المناسبات الاجتماعية، والتي بلغ وزنها المئوي (0.749) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الخماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (29.8%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (4.4%) لصالح نمط الاستهلاك التفاخري .

كما تأتي الفقرة (05) والتي تنص على يسعى أفراد الأسرة على مجراه الغير في نمط الاستهلاك التفاخري رغم عدم قناعتهم بوزن مئوي (0.742) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الخماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (32.2%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (7.1%). تليها الفقرة (28) في الترتيب

تنازليا والتي تنص عن عدم التقييد والالتزام بنصوص الشريعة التي تحث على عدم الإسراف والتبذير في نمط الاستهلاك والتي بلغ وزنها المئوي (0.718) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الحماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (30.8%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (7.9%).

إما الفقرة رقم (11) والتي تنص على اهتمام الأسرة بنوعية الفرش والأثاث من اجل التفاخر إمام الضيوف جاءت في الترتيب التنازلي العشرون والتي بلغ وزنها المئوي (0.712) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الحماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (26.3%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (8.7%). تليها الفقرة رقم (19) والتي فحواها الحرص على التفاخر عند إقامة الأفراح للأبناء من أجل الحصول على الثناء والشكر من الناس رغم عدم القدرة على ذلك، بوزن مئوي بلغ (0.709) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الحماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (27.3%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (10.5%).

كما جاءت الفقرة (27) والتي تنص أن شراء الحاجات الكمالية تقليد للجيران والأقارب بوزن مئوي (0.686) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الحماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (25.4%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (11.4%). تليها في الترتيب تنازليا الفقرة (24) التي تنص على حرص الزوجة على ارتداء ملابس جديدة في كل مناسبة اجتماعية، بوزن مئوي (0.684) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الحماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (24.5%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (7.9%).

إما بخصوص الفقرة (10) والتي تنص على المثل الشعبي القائل (اصرف ما في الجيب يأتي ما في الغيب) والتي بلغ وزنها المئوي (0.674) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الحماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (24.6%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (8.7%). تليها في الترتيب تنازليا الفقرة (31) التي فحواها

الحرص على إحياء أعياد الميلاد لأبنائي رغد عدم قناعتني بذلك من أجل التباهي، بوزن مئوي (0.674) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الخماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (22.0%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (7.9%) كما أن الفقرة (20) والتي تنص على الحرص على تغيير السلع المعمرة ولو كانت جيدة لموكبه الجديد، والتي بلغ وزنها المئوي (0.670) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الخماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (22.8%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (6.2%). تليها الفقرة رقم (16) الرضا بتقديم هدية متواضعة للأصدقاء في المناسبات الاجتماعية من اجل كسب الود، بوزن مئوي (0.646) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الخماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (18.4%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (9.6%) لصالح نمط الاستهلاك المظهري .

إما فيما يخص الفقرة (18) والتي تنص على أن المستوى التعليمي لا يعكس حقيقة نمط الاستهلاك المظهري جاءت بوزن مئوي (0.619) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الخماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (20.2%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (19.2%). وتليها بشكل مباشر بالترتيب التنازلي الفقرة (03) والتي فحوها أن أفراد الأسرة لا يرضون بالقليل والتي بلغ وزنها المئوي (0.616) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الخماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (21.0%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (15.7%) وجاءت ما قبل الأخير الفقرة (30) والتي تنص إنه كلما زاد الدخل زاد نمط الاستهلاك التفاخري؛ حيث بلغ وزنها المئوي (0.605) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الخماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (14.9%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (15.7%)؛ في حين جاءت الفقرة (29) والتي مفادها، وجود قناعة عند رب الأسرة بكفاية المرتب لسد الحاجيات لو استخدم الحكمة وابتعد عن نمط

الاستهلاك التفاخري بوزن مئوي (0.591) وشكلت أعلى درجة على مقياس التدرج الخماسي لدرجات نمط الاستهلاك بدرجة كبيرة جدا نسبة (16.7%) مقابل أقل نسبة على نفس المقياس بدرجة قليلة جدا (15.7%) لصالح نمط الاستهلاك التفاخري .

يلاحظ أن الفقرات التي تتسم بنمط الاستهلاك الاعتيادي لمقياس نمط الاستهلاك بين المظهري التفاخري والمظهري الاعتيادي في ظل التغيرات المجتمعية، جاءت أقل درجات في المقياس، من حيث الأهمية لدى أفراد العينة، في حين إن الفقرات التي تتسم بنمط الاستهلاك المظهري التفاخري على درجات المقياس لنمط الاستهلاك بين المظهري التفاخري والمظهري الاعتيادي في ظل التغيرات المجتمعية جاءت أعلى درجات المقياس .

بهذا يتضح أن أساليب التعامل لقواعد نمط الاستهلاك من خلال مجريات الحياة اليومية في ظل المتغيرات المجتمعية، بين أعضاء الأسرة تتعد عن نمط الاستهلاك المظهري الاعتيادي وتتجه نحو نمط الاستهلاك المظهري التفاخري الترفي.

مناقشة نتائج البحث.

اتجه الاهتمام إلى الكشف عن نمط الاستهلاك المظهري التفاخري والمظهري الاعتيادي في ظل الظروف المجتمعية، وإلى فحص طبيعة نمط الاستهلاك داخل الأسرة، فانطلق البحث من فرضية مفادها: أن المحددات الاجتماعية والاقتصادية وانتقال المجتمع من الشكل التقليدي إلى المجتمع الأكثر تحضراً وتحديثاً، ونمو الحضرية كأسلوب وطريقة في الحياة، سيشهد نمط الاستهلاك المظهري للأسرة تحولا وتغيرا في درجات نمط الاستهلاك ويتجه نحو نمط الاستهلاك المظهر التفاخري.

يمكن تصنيف البحث بأنه دراسة وصفية تحليلية، حيث تم توظيف منهج مسح العينة الوصفي في جمع البيانات، على وحدة التحليل والاهتمام في البحث، وهم أرباب أسر، من الجنتين أو من ينوب عنهم . كما تم اتباع تصميم العينة العرضية، موزعة على (أربع) محلات، وبحجم (120) مفردة، ولتقدم صورة واقعية لطبيعة نمط الاستهلاك المظهري التفاخري والمظهري الاعتيادي (الطبيعي) داخل الأسرة بالمجتمع الليبي؛ فقد تم استخدام مجموعة من الأساليب

الإحصائية، لتحليل بيانات متغير واحد، مثل الجداول التكرارية والنسب المئوية، إضافة إلى مقياس الوزن المئوي لتقدير الأهمية النسبية لفقرات مقياس درجات نمط الاستهلاك المظهري. أشارت النتائج إلى أن أفراد العينة، هم أبناء أسر نووية كبيرة الحجم، تقيم في مناطق حضرية وانتقالية، بمستويات اقتصادية متوسطة؛ فالتعليم المتوسط يمثل النسبة الغالبة لأرباب الأسر، ويشغلون مكانات وظيفية وحرفية في مستويات مقبولة، ويعيشون في ظروف سكنية ملائمة .

تشير إلى أن الزيادة في التعليم والمهنة لا يقابلها تحول في طبيعة النمط الاستهلاك المظهري بين أعضاء الأسرة. وكذلك يعتبر الدخل ليس عنصراً فعالاً في تحديد نمط الاستهلاك وخاصة في المناسبات الاجتماعية؛ فقد تلجأ الأسرة إلى الاقتراض أو الاستلاف من أجل أن تحقق في مناسباتها الاجتماعية نمط الاستهلاك المظهري التفاخري للحفاظ على المكانة الاجتماعية وضغوط بقية أعضاء الأسرة لكي يظهروا أمام الآخرين المظهر التفاخري، بما ينعكس على الثقافة السائدة والعادات والتقاليد في طبيعة نمط الاستهلاك المظهري .

وهذا يعني أن نمط الاستهلاك المظهري التفاخري هو السائد بثقافة أعضاء الأسرة، حيث تجسد ذلك في حرصهم على مجارة الآخرين والظهور بمطر التفاخر رغم عدم القدرة المالية والقناعة بذلك. يظهر في شكل إنفاق بذخي تفاخري يكون فيه حجم الإنفاق أكبر من حجم الدخل الأمر الذي يسبب إرهاق الأسرة .

كذلك من أسباب انتشار ثقافة الاستهلاك في الأسر عديدة ومنها انتشار المنشآت الاستهلاكية المتكاملة والسياسة الإعلانية. هذا بالإضافة إلى زيادة معدل الدخل الذي ساهم في زيادة شراء السلع، وانتشار ثقافة الاقتراض وسهولة الحصول عليه و التداين أو(الاستلاف) وحب التقليد بين الكثير من الأفراد والتبعية؛ فانتشار المنشآت الاستهلاكية المتكاملة والضخمة من (مولات) والتي تحتوي تشكيلة هائلة من السلع والخدمات. السياسات الإعلانية المتبعة من قبل مروجي السلع التي أصبحت بفضل التقنيات الحديثة تصل إلى أي بيت.

وفقاً لمنطق نظرية التحديث، أن الأفراد الذين يقيمون في المناطق الحضرية أكثر ميلاً في ارتفاع درجات نمط الاستهلاك المظهري التفاخري داخل الأسرة . فإذا صارت الحضرية كطريقة

وأسلوب للحياة فإنها ستؤثر في مجرى الحياة الاجتماعية؛ وبذلك فإن طبيعة نمط الاستهلاك داخل الأسرة تتجه نحو نمط الاستهلاك المظهري التفاخري. وبأن الأسرة تشكل حلقة الوصل بين الفرد والوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه؛ فبذلك تسهم في نقل وتجسيد التغيير الثقافي الناجم عن مؤشرات التحديث، وبالتأكيد فإن إحدى الانعكاسات ستتشكل في صورة علاقات أكثر توجهها نحو طبيعة نمط الاستهلاك المظهري التفاخري داخل المجتمع.

يمكن القول بأن النموذج التقليدي في طبيعة نمط الاستهلاك الاعتيادي الطبيعي وخاصة في المناسبات الاجتماعية داخل الأسرة لم يعد قائماً كما كان، وفي الوقت ذاته فإن النموذج الحديث لم يسد تماماً بعد. واضح إذ أن المرحلة الانتقالية - بين القديم والحديث - التي يمر بها المجتمع الليبي حالياً، قد انعكست على درجات مقياس نمط الاستهلاك أي طبيعة مجريات الحياة اليومية الأسرية.

ولمعالجة هذه الظاهرة لابد من تكثيف الوعي بترشيد الاستهلاك، ونشر ثقافة الترشيد لكل فئات المجتمع حتى يتبناها كثقافة.

- على الأسر أن تنأى بأنفسها عن تبعات الإنفاق غير العقلاني والوقوع في شرك الديون التي من المؤكد أنها تستنزف جزءاً كبيراً من مواردها؛ قد يصل الأمر إلى تفكك الأسر وارتفاع حالات الطلاق جراء ذلك.
- ضرورة تكثيف الوعي بالرضا نمط الاستهلاك الاعتيادي، ونشر ثقافة الترشيد لكل فئات المجتمع حتى يتبناها كثقافة.

- الحد من أساليب الدعاية والإعلانات التي ترسخ الاستهلاك التفاخري دون الإنتاج.
- التخلص من القيم الاستهلاكية السيئة؛ حتى لا يسبب الاستهلاك الترفي الفقر وسط الرخاء.
- تشجيع الأفراد على الادخار وتيسير فتح قنوات فعّالة لاستثمار مدخراتهم.
- الوقوف بحزم أمام مظاهر الإنفاق بنمط الاستهلاك التفاخري المدمر للاقتصاد الوطني.

المصادر والمراجع.

- 1) أبو القاسم عمر الطبولي، مبادئ الاقتصاد التحليلي الكلي، (طرابلس: منشورات الجامعة المفتوحة، 1991).
- 2) إحسان محمد الحسن، موسوعة علم الاجتماع، (بيروت- لبنان : الدار العربية للموسوعات، 1999).
- 3) تيسير شيخ الأرض، علم الاجتماع الاقتصادي عند ابن خلدون، مجلة التراث العربي، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الكتاب العرب، دمشق، العدد 19 لسنة 1985م
- 4) حضر زكريا، دراسات في المجتمع العربي المعاصر، الأهالي، 1999م
- 5) خالد الدوسي، حمى النزعة الاستهلاكية الترفيه، مجلة النهضة العدد 15491 (مارس 2015)
- 6) داناتاليا يفرمومفا، ترجمة توفيق سلوم، معجم العلوم الاجتماعية، دار التقدم: بيروت، 1992م
- 7) زيد بن محمد الرماني، الاستهلاك الترفي في العصر الحديث، مركز الأبحاث العالمي 2016م.
- 8) صلاح الدين محمد علام، تحليل البيانات في البحوث النفسية والتربوية، القاهرة : دار الفكر العربي، 1985م .
- 9) عادل أحمد حشيش، مصطفى رشيد شبيحة، مبادئ علم الاقتصاد للاجتماعيين، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1990)، ص8.
- 11) على ليلي وآخرون الاقتصاد والمجتمع، جامعة عين شمس، كلية الآداب، التعليم المفتوح، (د.ت).
- 12) غريب السيد أحمد وآخرون، دراسات في علم الاجتماع العائلي، (الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية، 1995).
- 13) محمد الجوهري، واخزون، ميادين علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة، 1970.
- 14) محمد الجوهري، المدخل إلى علم الاجتماع، سلسلة علم الاجتماع المعاصر، الكتاب الثالث والستون، العدد الثاني، (د.ن)، 2001م.
- 15) مصطفى الخشاب ، دراسات في علم الاقتصاد، لجنة البيان العربي، القاهرة، 1975 .

- 16) ممدوح السيد الدسوقي، وآخرون، أولويات في علم الاقتصاد، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلام (سابق) ط2 1988م
- 17) لبيب شقير، تاريخ الفكر الاقتصادي، القاهرة: نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، 1988م.
- 18) هدى السيد أثار برنامج التثقيف والتكيف الهيكلي على مستوى المعيشة في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، تصدرها الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، العدد التاسع 1997، الدوريات والمجلات ورسائل الماجستير
- 1) سعيدة عبيد سليمان عبيد، تأثير ثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة، دراسة ميدانية على عينة من الأسر، رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الآداب - جامعة عين شمس 1997 .
- 2) مجلة جامعة دمشق - المجلد 28 - العدد الأول 2012 آمال عبد الرحيم 175 اتجاهات الطلبة الجامعية السعودية نحو ثقافة ترشيد الاستهلاك "دراسة مطبقة في قسم الدراسات الاجتماعية - بنات، جامعة الملك سعود (*)" الدكتورة آمال عبد الرحيم
- 3) مجموعة من أساتذة الجامعات، تحرير أسحمد مجدي حجازي، المجتمع الاستهلاكي ومستقبل تنمية مصر، مركز الدراسات والبحوث الاجتماعية - كلية الآداب -، القاهرة، 2001م.
- 4) سعيدة عبيد سليمان عبيد، تأثير ثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة، دراسة ميدانية على عينة من الأسر، رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الآداب - جامعة عين شمس 1997 .