

المظاهر الاجتماعية والثقافية المحددة لنمط الاستهلاك في الأسرة الليبية
"دراسة ميدانية على عينة من الأسر في حي المدينة الرياضية بمدينة البيضاء"
د. رهام فرج إبراهيم، جامعة عمر المختار مدينة البيضاء- ليبيا

ملخص: حاولت هذه الدراسة الوقوف على أهم التغيرات التي طرأت على المظاهر الاجتماعية والثقافية التي تحدد نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية على عينة قوامها 30 زوج وزوجة من الأسر في حي المدينة الرياضية في مدينة البيضاء بليبيا ، وتم استخدام استمارة الاستبيان في جمع البيانات وكان المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي وقد أسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها أن هناك علاقة واضحة بين التغير في المظاهر الاجتماعية والثقافية بسبب التعرض لوسائل الإعلام المختلفة والانترنت وتغير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية ، كما اتضح أن للمكانة الاجتماعية دور في تغير نمط الاستهلاك وكما أن التقليد كان له دور واضح في تغير نمط استهلاك الأسرة، واتضح أن الأسرة لا تضطر لأخذ سلف لكفاية تغير نمط الاستهلاك فيها .
الكلمات المفتاحية: المظاهر الاجتماعية والثقافية، نمط الاستهلاك، تغير اجتماعي، الأسرة، الاستهلاك التفاضلي.

**The Manifestation Social-Cultural Aspects of the Consumption
Pattern in the Libyan Family**

**A field study on a sample of families in Al-Madina Al-Riyadh
neighborhood in Al-Bayda city**

**Dr. Reham Farag Ibrahim, Omar Al-Mukhtar University, Al-Bayda
City, Assistant Professor at the Faculty of Arts / Department of
Sociology.**

Abstract: This study attempted to identify the most important changes that occurred in the social and cultural aspects that determine the consumption pattern in the Libyan family on a sample of 30 husbands and wives of families in Al-Madina Al-Riyadia neighborhood in the city of Al-Bayda, Libya. The study resulted in several results, including that there is a clear relationship between the change in social and cultural manifestations due to exposure to various media and the Internet and the change in the consumption pattern in the Libyan family. The family, and it became clear that the family does not have to take a loan to suffice to change its consumption pattern.

keywords: The Manifestation Social-Cultura, consumption pattern, social change, family, ostentatious consumption.

المقدمة

إن ظاهرة الاستهلاك لا تقتصر على أبعادها الاقتصادية وإشباع حاجات الفرد من السلع والخدمات فقط ولأنها تتأثر بما يقرره المجتمع وحرركته في مسيرة حياته وتغيره ونسق تطوره كما أنها مرتبطة بتطورات الأفراد حول موضوع القيم والمفاهيم والممارسات السلوكية التي تحدد المظاهر الاجتماعية والثقافية للأسرة ومما لا شك فيه أن السياسات الاقتصادية والاجتماعية المعمول بها والتغيرات التي يشهدها المجتمع الليبي أثرت بعمق على سلوكيات أفراد الأسرة الواحدة وأيضاً على المحيط العام كالأفراد والوحدات الاستهلاكية كما أنه حدثت تغيرات في القيم التي تحدد نمط استهلاكهم ونظرًا لتأثر نمط الاستهلاك بمجموعة من العوامل الاجتماعية والثقافية والدينية فقدان الأوان لأستاذة علم الاجتماع في ليبيا أن يقتحموا هذا الحقل الدراسي الجديد من أجل القيام بدراسات جادة ومعقدة وتكوين أزمدة نظرية ورسم اتجاهات جديدة لمعالجة موضوع الاستهلاك تختلف عن الجوانب الاقتصادية الباحثة لمفهوم الاستهلاك وأنماطه بشكل صرف وبعيد عن العوامل والأسباب الاجتماعية التي أثرت فيه.

الفصل الأول { الإطار النظري للدراسة }

أولاً: موضوع الدراسة:

مصطلح الاستهلاك من المفاهيم المتداخلة حيث تؤثر فيه العديد من العوامل الاقتصادية والثقافية والدينية والسياسية فإن له أثر قوي في الحياة اليومية حيث أن نوعية وكمية الاستهلاك تختلف أيضاً من مجتمع لآخر ومن أسرة لأخرى خاصة بعد التغيرات الثقافية والاجتماعية التي أثرت في العادات والتقاليد الاجتماعية والاستهلاكية من خلال وسائل الإعلام ودخول الانترنت بالعولمة وطرح أفكار استهلاكية دخيلة على الأسرة والمجتمع ؛ من هنا جاء جوهر موضوع الدراسة الحالية وهو [المظاهر الاجتماعية والثقافية المحددة لنمط الاستهلاك في الأسرة الليبية] .

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها سوف تقدم للمجتمع رؤية حول مدى أهمية المظاهر الاجتماعية والثقافية ومدة نقاوتها وتغيرها من أسرة إلى أخرى في نمط الاستهلاك السائد فيها وكيفية تجسيدها وتداخلها وتصارعها ودور المظاهر الاجتماعية والثقافية على نمط الاستهلاك ومن جهة أخرى يلاحظ أن النموذج أهمية الاستهلاكي بقية المتغيرات أثر على الأسرة الليبية تأثيراً بالغاً مما دفعها تحت ضغط اقتصادي واجتماعي خاصة عند شراء سلع ومنتجات غير ضرورية و غالية الثمن كالأثاث والأجهزة الالكترونية والملابس وغيرها من السلع ذات الماركات العالمية ؛ على ذلك من الأهمية دراسة هذا الموضوع لمعرفة الأسباب والدوافع التي أدت إلى هذا النوع من الاستهلاك وأثاره على الأسرة الليبية.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على مدى علاقة التغير الاجتماعي والثقافي بنمط الاستهلاك في الأسرة الليبية.
- 2- الكشف عن مدى العلاقة بين المكانة الاجتماعية وتأثيرها على اتجاهات تغير الأنماط الاستهلاكية في ليبيا.
- 3- التعرف على الأسباب التي تؤدي إلى تغير الأنماط الاستهلاكية في الأسرة الليبية.

- 4- التعرف على الأنماط الاستهلاكية السائدة في الأسرة الليبية.
- 5- التعرف على مدى تأثير الدخل وتفاوتته على نمط الاستهلاك للأسرة الليبية.
- 6- التعرف على أسباب وملامح الاستهلاك التفاخر في الأسرة الليبية ومدى اضطراب الأسرة لأخذ سلف مصرفية واجتماعية لتغطيته.

رابعاً: مصطلحات الدراسة:

- 1- النمط « هو طريقة المستخدمة في إعداد النص وإخراجه بغاية تحقيق غاية المرسل منه». (ماهر، 2020، ص764)
- ويعرف النمط اجرائياً بأنه هو الاسم بالكلام الذي ينقل مشهد حقيقي أو خيالياً لإحياء أو أشياء أو المكانة بتصور خارجي أو داخلي.
- 2- نمط الاستهلاك « هو الذي يعتمد على استهلاك الحاجات الأساسية وغير سياسية الخاصة بالأفراد والتي تعتبر جزءاً من أجزاء الغذاء اليومي مثل الخبر فيعتبر هذا النمط استهلاك « (ماهر ، ص765) يعرف النمط الاستهلاك أو إجرائياً بأنه هو نوعية وكمية المواد المستهلكة في الأسرة تختلف خصائصها الاستهلاك من مجتمع إلى آخر.
- 3- الاستهلاك التفاخري « يصف بورد والاستهلاك بأنه المليمة من خلالها يقوم الأفراد باستهلاك السلع والخدمات غالية الثمن بهدف عرض الطبقة الاجتماعي للمستهلك «(جابر، 2014، ص159).
- ويعرف الاستهلاك التفاخري إجرائياً بأنه عملية الاتفاق التي تهدف أساساً إلى إظهار قدرة المستهلك على الدفع وإنفاق الأموال أمام الآخرين.
- 4- الأسرة « أهل الرجل وعشيرته وهي هنا تدل بسببها على أفراد الأسرة كما تعرف بأنها الدرع الحصينة فهي الخلية الأولى الأسرة في مجتمع تتكون من زوج وزوجة وأبناء « (عبد اللطيف، 2012، ص163).
- يعرف الأسرة إجرائياً بأنها هي رابطة الاجتماعية تجمع بين شخصين أو أكثر مع وجود أمن أو بدونه.
- 5- المظاهر الاجتماعية « تعتبر المظاهر الاجتماعية انعكاساً للأوضاع الثقافية المعرفية والدينية التي تعيشها الأمم وهي تختلف من منطقة إلى أخرى فبعض الأمم تتميز بمظاهر اجتماعية حضارية استطاعت بها أن تعكس أبهى الصور عنها «.(إسماعيل ، 2011، ص81) يعرف إجرائياً المظاهر الاجتماعية مجموعة النظم والقيم الاجتماعية والقواعد والعادات والتقاليد والاتجاهات بشكل عام التي يقوم باتباعها وممارستها الأفراد في المجتمع الواحد.
- 6- المظاهر الثقافية « تُعد الثقافة من مظاهر رقي المجتمعات بشكل عام وهي ضرورة للفرد والمجتمع على حد سواء كما هي للمجتمع عنوان في رقي فهي في الوقت ذاته لرعي الفرد وسعة اضطراره في شتى ميادين الحياة «. يعرف إجرائياً بأنه المظاهر الثقافية مجموعة الأشكال والمظاهر لمجتمع معين وتشمل عادات وممارسات وقواعد ومعايير كيفية العيش والوجود من ملابس طقوس وقواعد السلوك والمعتقدات.

خامساً: الدراسات السابقة:

1- دراسة [الشعبيي والصلاح 1998]... بعنوان: " دراسة تحليلية إثر الوعي الاستهلاكي في حماية المستهلك وقد سعت الدراسة وتحليل العلاقة بين الوعي والاستهلاكي وبين بعض الخصائص الاقتصادية والاجتماعية للمستهلكين بمحافظه الاحساء وهي أساساً مستوى المدخل التعليم لرب الأسرة وتحقيقها للهدف ثم إعداد استمارة استبيان إعدادات خصيصاً لهذا الغرض ثم استقاؤها من عينة عشوائية من منطقة وقد استخدم التحليل الإحصائي للآباء وذلك نظراً للطبيعة الوصفية لبيانات هذه الدراسة الوعي هذه الدراسة وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية احصائية بين مستوى الوعي الاستهلاكي وبين مستوى الدخل وبيئة وبين مستوى تعليم رب الأسرة كما أوضحت النتائج أيضاً وجود علاقة ارتباطية معنوية بين الوعي الاستهلاكي وكل من مستوى الدخل ومستوى التعليم لرب الأسرة.

2- دراسة [بروس براد بيولي 2004]: بعنوان « الاستهلاك وتوزيع الدخل الأسرة استهدفت الدراسة الإجابة على التساؤل الذي يدور حول هل يؤثر توزيع الدخل داخل الأسرة على أنماط الاستهلاك المنزلي؟ وقد وجدت دراسات سابقة متشابهة في بريطانيا أن توزيع الدخل داخل الأسرة لها تأثير كبير على الانفاق الأسري وأنماط الاستهلاك وتوصلت الدراسة إلى أنه بالرغم من أن التغيرات التي حدثت في أنماط الاتفاق والاستهلاك كانت صغيرة ولم تكن في الاتجاه المتوقع».

3- دراسة [جويل ستيلمرات 2004] : بعنوان « النوع الجنس ... والطبقة والجيل وعلاقتها بالاستهلاك في شيلي المعاصرة استهدفت الدراسة تحديد العلاقة بين النوع والطبقة والأسرة في تشكيل القرارات والخيارات الاستهلاكية لدى أفراد وبين الطبقة الاستهلاك وتحليل توزيع الدخل النقدي للأسرة استخدمت تحليلاً لمقابلات شخصية مع أسر من الطبقة العاملة في (سانتياجو) بدولة شيلي وتوصلت إلى أن الرجال يمارسون أشكالاً صريحة ومعلنة من السيطرة على توزيع الدخل النقدي للأسرة وعلى خيارات الانفاق واستراتيجيات الكسب وأن القرارات الاستهلاكية للصغار والكبار المسنين في الأسرة تتأثر بالتزامات البالغين فيها كما أن إحساس الزوج والزوجة بوضعهم الطبقي ومكانتهم الاجتماعية يدفعهم إلى تشكيل وصياغة قراراتهم وخياراتهم الاستهلاكية».

4- دراسة [الزيادات وآخرون 2010] : بعنوان « تحليل أثر أنماط السلوك الشرائي واتجاهاته في اختيار المراكز التجارية والسلع الاستهلاكية في اختيار المراكز التجارية والسلع الاستهلاكية في الأردن دراسة تطبيقه على محافظة البقاء التطوير النمط التجاري والأسواق المحلية بامتلاك مع احتياجات وأنماط السلوك الشرائي وتجاهك للمستهلكين في تلك المحافظة استهدفت الدراسة التعريف على اتجاهات المشترين في اختيار مراكز التسوق ومدى الرضا عن السلع المعروفة في المتجر وكذلك الإطلاع على أبرز وجهات النظر أصحاب المتاجر مع التحليل العوامل المؤثرة في القرار الشرائي استخدمت الدراسة من الأدوات استباينت ثم توزيعها على عينة عشوائية بسيطة من أصحاب المناجر المشترين المرتادين لها في محافظة البقاء وتوصلت الدراسة إلى مجموع من نتائج الحل أهمها وجود علاقة ذات معنوية احصائية بين التسوق من

الخارج المحافظة وعدد أفراد الأسرة العاملين إضافة إلى وجود علاقة ارتباط قوي مقارنة مع متغيرات الأخرى مقدارها بين مستوى الدخل وتقليص شراء السلع الأصلية».

5- دراسة [سيامون دانبيس 2011] : بعنوان « الدخل والنوع والاستهلاك دراسة للأسرة في ماراوي واستهدفت الدراسة التعرف على تأثير إجمالي الدخل الأسري على الأنماط الاستهلاكية وتوصلت إلى أن الأنماط الاستهلاكية تتأثر بمستوى الدخل والتعليم لدى الذكور والإناث في الأسرة كما توصلت إلى أن تأثير نصيب الفرد من الدخل على الاستهلاك المنزلي ليس تأثيراً خطياً».

6- دراسة [محمد عمر اجنبيل 2013]... بعنوان « المظاهر الاجتماعية والثقافية وأثرها على الاستهلاك في المجتمع الليبي هدفت الدراسة إلى معرفة أثر التغيير الاجتماعي والاقتصادي على نمط الاستهلاك في المجتمع الليبي وكانت الدراسة وصفية تاريخية من خلال وصف مراحل تطور الاستهلاك في المجتمع الليبي من القدم وحتى العصر الحديث ولكن الهدف الأساسي هو دراسة الظاهرة من حيث عناصرها الثقافية والاجتماعية وكانت أهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة أنه نمط الاستهلاك يتأثر في زيادة ونقصانه بالفئة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد والعادات والتقاليد أيضاً وخاصة في المناسبات الاجتماعية كما أن للإعلام والدين الأثر الكبير في نمط الاستهلاك أيضاً ونوعية البضائع والمحلات التجارية بها ذات في نمط الاستهلاك».

التعقيب على الدراسات السابقة:

لقد كانت الدراسات السابقة تختلف مع الدر اسه الحالية في البعض وتتشابه معها في البعض الآخر:

الاختلاف : فقد كانت دراسة "بروس ، وجويل، وسيمون" تتحدث عن مستوى الدخل الاقتصادي وأثره في نوعية الاستهلاك؛ أما "الشعبي ، صلاح " ونوعية المحلات التجارية والبضائع المفروضة وأثرها على الاستهلاك حيث كان التركيز والاهتمام واضح على المظاهر الاقتصادية؛ بينما كانت دراسة محمد عمر عن المظاهر الاجتماعية والثقافية وأثرها على نمط الاستهلاك في المجتمع الليبي دراسة نظرية وصفية تاريخية تصف مراحل تطور نمط الاستهلاك في المجتمع الليبي ككل.

التشابه: كان من خلال تناول جميع الدراسات السابقة التي تم عرضها "الاستهلاك الأسري" بينما الدراسة الحالية دراسة ميدانية على أسر من مدينة البيضاء تهدف إلى معرفة أثر المظاهر الاجتماعية والثقافية على الأسرة الليبية وهذا ما لم تنظر إليه الدراسات السابقة.

سادساً: متغيرات الدراسة:

1- المتغير المستقل: وهو ممثل في الظواهر الاجتماعية والثقافية وهو المتغير الذي يؤثر في المتغير التابع .

2- المتغير التابع: وهو يمثل نمط الاستهلاك في الدراسة الحالية ويكون نتيجة للمتغير المستقل.

3- المتغير الوسيط: وهو الأسرة الليبية وهو المتغير الذي يؤثر فيه المتغير التابع والمستقل.

سابعاً: تساؤلات الدراسة:

س1: هل هناك علاقة بين مظاهر التغيير الثقافي والاجتماعي في الأسرة الليبية ونمط الاستهلاك فيها؟

س2: هل هناك علاقة بين المكانة الاجتماعية ومظاهر التغيير الثقافي والاجتماعي للاستهلاك في الأسرة الليبية؟

س3: ما هي التغييرات الثقافية والاجتماعية التي أدت إلى تغيير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية؟

س4: ما هي أهم الأنماط الاستهلاكية السائدة في الأسرة الليبية؟

س5: ما مدى تأثير الدخل وتفاوتته في الأسرة الليبية على نمط الاستهلاك السائد فيها؟

س6: ، هل تلجأ الأسرة للاستهلاك التفاخري؟ وهل تضطر إلى أخذ سلفه مصرفية واجتماعية لكفاية نفقته؟

الفصل الثاني [المظاهر الاجتماعية والثقافية ونمط الاستهلاك]

أولاً: الرؤيا النظرية للدراسة:

يقيم الأفراد بعضهم البعض على أساس الاختلافات المبنية على الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية كالدخل والتعليم والوظيفة لذلك تُعد المظاهر والاجتماعية والثقافية ذات أهمية كبيرة لأن معرفتها تؤثر على المبدأ الذاتي للفرد، ومن ثم فإنه من المفيد أن يكون للفرد منزلة أعلى من الآخرين، في الاستهلاك اليومي أو في المناسبات الاجتماعية لأن ذلك يعطيهم امتيازات وفرص أفضل للوصول إلى الموارد، لأنهم يروا بأنه طريقة الاستهلاك تجعلهم يعاملون باحترام واهتمام أكبر من غيرهم، ومن ثم فإن هناك العديد من النظريات المفسرة للاستهلاك ومدى تأثيره بالمظاهر الاجتماعية والثقافية.

1- نظرية السلوك الاستهلاكي:

ويرى " لاودن " و " بيتا " أن عملية الاستهلاك وسيلة للتحقيق غاية مهمة وهي بناء هوية اجتماعية جديدة، أي أن المستهلك يستطيع من خلال سلوكه الاستهلاكي أن يخلق طبقة اجتماعية أعلى لنفسه وأفراد أسرته، وتعد العلاقة بين الاستهلاك والطبقة الاجتماعية علاقة ذاتية الانعكاس، بمعنى أن الطبقة الاجتماعية تؤثر على أنماط الاستهلاكية وأن الأنماط الاستهلاكية تصبح رموزًا تخبر الآخرين عن هويتهم وعن مكانتهم أو طبقتهم الاجتماعية. David (1997، ص 194)

ثانياً: التغيير الاجتماعي والثقافي ونمط الاستهلاك.

ثالثاً: تطور نموذج الاستهلاك في ليبيا في ضوء التغييرات الاجتماعية والثقافية.

رابعاً: الاستهلاك التفاخري في ليبيا.

ولذلك تعتبر المفروقات في الطبقات الاجتماعية مهمة لأن أفراد الطبقات الخاصة لديهم خبرات حياتية وقيم وأنماط استهلاكية مشتركة فيما بينهم إلا أن ذلك لا يعني حدوث التنوع والاختلاف داخل الجماعات. (David، ص 196)

2- نظرية الانطباعات الاستهلاكية في الطبقات الاجتماعية:

بالرغم من كثرة النظريات المفسرة للاستهلاك حيث ركز الجدل الدائر حاليًا في العلوم الاجتماعية على تحديد العلاقة بين المفهوم الاقتصادي للاستهلاك كتبادل للبضائع وما صحبه من

تحول في المعاني والذي يشكل الثقافة ومنها نظرية « بوردو » التي تؤكد على العلاقة بين الترتيب الطبقي والاستهلاك.

فبالرغم من أن الطبقة تُعد مبدأ تفسيريًا عالميًا (شاملاً)، إلا أنه لا يعرف الطبقة من حيث كونها وسيلة للإنتاج لكنه يعرفها من حيث العلاقات الاجتماعية، فالطبقة تعرف على أنه « تشابه الوضع في الحين الاجتماعي وتشابه ظروف وأصول الوجود أو المعيشة، تشابه الانطباعات ». ويرى (بودر) المجتمع كميدان مستقل نسبيًا ولكنه متجانس من حيث البناء أو التركيب من ميادين الإنتاج واستهلاك الأشكال المختلفة للمصادر المادية والثقافية.

ولا يتم تحليل الاستهلاك في نظرية (بودو) من حيث العرض والطلب فالمنتجون لا يفرضون الأدواق على المستهلكين. (Ayden، 2005، ص468)

كذلك المستهلكين لا يخبرون المنتجين بما يجب إنتاجه، فالمستهلكون يختارون من بين المنتجات المتاحة لهم، وتحدد اختياراتهم من خلال عاداتهم وثقافتهم ومكانتهم الاجتماعية من أجل الاختلاف والتميز.

3- نظرية البناء الطبقي والأنماط الاستهلاكية:

قد ربط جينير بين البناء الطبقي والأنماط الاستهلاكية في بحثه بعنوان " البناء الطبقي في المجتمعات المتقدمة " حيث أكد أن تحول الطبقة إلى طبقة اجتماعية يعتمد على عدة أشكال متنوعة من البناء والربط، ويعتمد بناء الطبقات على عدة عوامل أخرى ويعد التداخل بين الطبقة والمكانة أمرًا يخضع للبحث الأميريقي بدلاً من البناء النظري ويرى أن هناك ثلاثة عناصر اجتماعية جوهرية وهي الملكية والتعليم أو المهارات المهنية. والعمل اليدوي، تؤدي إلى نموذج ثلاثي الأجزاء لبناء الطبقة الذي يعد ملحوظًا بصورة شائعة داخل المجتمعات الرأسمالية الحديثة، وتؤدي هذه العناصر الثلاثة إلى بناء وتشكيل نقاط القوة في المجال الاقتصادي.

بينما أشارت نظرية "أيرفنج هوفمان" من إدارة الانطباع إلى أن إدارة الانطباع هي سلوك يتم عن ومعي أو عن غير وعي من أجل محاولة التحكم في العودة التي يظهر بها الفرد في التفاعل الاجتماعي أمام المجتمع كما أننا نعبر عن هويتنا من خلال ممتلكاتنا المادية، وأنا نكون استدلالات حول هوية الآخرين على أساس ما يمتلكون بمعنى يجب أن يكون هناك فهمًا مشتركًا بين أفراد الجماعة حول ما يمثله هذا الزمن، كما يجب أن يكون هناك اعترافًا اجتماعيًا وبمعنى شموليًا راسخًا، وتستخدم الممتلكات كأدوات اتصال غير لغوية وينظر إليها كدليل وبرهان على ثروة الفرد ومكانته وذكائه. (Ayden، ص 469)

تعددت النظريات المفسرة للاستهلاك ولكنها ركزت على الجانب الطبقي والمستوى المعيشي داخل الأسرة ؛ بينما ركزت الدراسة الحالية على مدى التغيير في نمط الاستهلاك حسب المظاهر الاجتماعية والثقافية والتغيرات التي طرأت عليها بسبب العولمة والتفاخر والتباهي بالإسراف والانفاق والذي وصل إلى تغير جذري في طريقه ونمط الاستهلاك داخل الأسرة الليبية في العشر سنوات الأخيرة حيث ظهر بها أنواع جديدة من الاستهلاك وهذا ما تحاول الدراسة الحالية جمع معلومات عنه من خلال أهدافها وتساؤلاتها.

ثانيًا: التغير الاجتماعي والثقافي ونمط الاستهلاك في ليبيا:

إن التغيير الاجتماعي والثقافي طبيعة يمر بها أي مجتمع من المجتمعات الانسانية، ويأخذ التغيير مظاهر وأشكال كثيرة في جوانبه السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والديموغرافية. " أن حجم ونوع الاستهلاك في الريف محدود مقارنة بما هو عليه في المدينة، حيث تتميز المدينة بزيادة في الاستهلاك وأكثر تنوعًا.

فقد ساهم التطور العلمي في المجال الخدمي والصناعي إلى وفرة من السلع والخدمات من خلال انتشار منتجات التقنية في كل مناحي الحياة المادية والتي أدت بدورها إلى مزيدًا من الرفاهية للفرد والمجتمع، وانتقلت حياة كثير من سكان الريف في المجتمع الليبي على سبيل المثال إلى المدينة نتيجة إلى الزيادة في عدد السكان وتوفر فرص العمل والمال ومجاراة لطموح الانسان بغيره في المجتمع، أدى إلى زيادة في عدد المعدات والسلع التي توفرت بغض النظر عن مكان سكنه ونمط معيشته . (Ayden، ص 112)

كما تختلف المجتمعات فيما بينها في مسيرة تغييرها وتطورها وأنماط استهلاكها حسب نوع النظام الاجتماعي، وتوفر المال، ودرجة انتشار نمط المعيشة الحديثة حيث يرى (مصطفى التير) أن طبيعة التظلم الاجتماعي الذي يشتمل على الجانبين السياسي والاقتصادي، هو المحدد لنمط الاستهلاك أن هناك مجتمعات تهتم بتوفير مجموعتين الخدمات الأكبر عدد من أفرادها وتؤدي مثل هذه السياسات إلى رفع العبء من المواطنين مثل السلع الاستهلاكية كالدمع أو في مجال المواصلات، غير أن كثير من البلدان أصبحت هذه السياسة محكومة بتوفر المال الكافي لخزينة الدولة، وهذه الأخيرة أصبحت تواجه تحديات مثل نقص التمويل والاستثمارات والأزمات الاقتصادية والعجز التجاري .. الخ فقد تصبح الدولة، عاجزة حتى عن توجيه أنماط الاستهلاك أحيانًا في إطار تسارع وسائل الاتصال التي حولت العالم إلى قرية صغيرة وهو ما يشار إليه بمفهوم " العولمة " (التير، 1992، ص186).

ثالثًا: تطور نموذج الاستهلاك في ليبيا في ضوء التغيرات الاجتماعية والثقافية:

إن نموذج الاستهلاك قد تأثر بالتطورات التاريخية وبعوامل سياسية واقتصادية واجتماعية، يصعب التعرض إليها بصفة كاملة في مقال واحد، وذلك نكتفي ببعض المعالم.

لقد اتسم النموذج الاستهلاكي لليبينيين أثناء الاستقلال عن الاستعمار الإيطالي بقلة الاستهلاك في مختلف المجالات، وبعد اكتشاف البترول وتصديره انتعشت البلاد بشكل جزئي وانعكس ذلك على نوع وحجم الاستهلاك للأسرة الليبية وبدأت تظهر بعض من ملامحه على الشعب فيما يتعلق بحجم ونوع الاستهلاك صاحبة طموح اتصف بالتناقض بين الأفراد والفئات الاجتماعية للوصول إلى الرفاهية، وهناك عمل أخر ساهم في صناعة النمط الاستهلاكي للأسرة الليبية، وهي النماذج الثقافية الاستهلاكية التي تروجها وسائل الإعلام العربية والغربية وخاصة (على طريق القنوات التلفزيونية في السنوات الأخيرة من خلال الأفلام). (وكالة أنباء التضامن // <http://www.press.solidaritey.net>)

أضف إلى ذلك أن ليبيا تعتمد وبشكل مباشر على الاستيراد الخارجي، وبعد عام 2011 قد وصل التبادل التجاري مع تركيا إلى أعلى المستويات وأصبحت ليبيا تمثل سوق استهلاكي للشركات التركية فقد وصل حجم التبادل التجاري بين ليبيا وتركيا ملياري و 300 مليون دولار في سنة

2012، بسبب عوامل كثيرة من أبرزها الدعاية التجارية الاستهلاكية والتقارب السياسي ورخص أسعار المنتجات التركية مقارنة بالأوروبية.

ومن القرن الماضي تغيرت التوجهات الاقتصادية نحو الليبرالية حيث توقفت استثمارات الدولة في بعض المشروعات وشجعت الأفراد على الاستهلاك (تحت الشعار الرسمي من أجل حياة أفضل) وحظيت هذه السياسة بقبول من طرف بعض الفئات الاجتماعية خاصة الطبقة الوسطى الفقيرة حرمت من التمتع بعوائد دخلها بسبب سياسة التقشف فارتفعت نسبة الاستيراد وخاصة المواد الغذائية والأجهزة الكهربائية والسيارات والكماليات في طريق القطاع الخاص والتظاهر بالثراء والتفاخر في الاستهلاك وهذه السياسة أدت إلى أبرز الفوارق الاجتماعية حيث ظهرت فئات من الأثرياء الجدد صعدت مراتب السلم الاجتماعي بسرعة فائقة وروجت نموذجًا استهلاكيًا يركز على المظاهر الخارجية.

كالسيارات الفاخرة وفيلات فخمة وحفلات مكلفة، والأثاث، وأدوات المطابخ الفاخرة وارتداء أعلى الماركات التجارية والتباهي بها، وخاصة بين النساء. (1) وكالة أنباء التضامن // <http://www.press>

رابعًا: الاستهلاك التفاخري في ليبيا:

أن المقصود بالاستهلاك التفاخري هو أن الأفراد يستهلكون من السلع والخدمات ما يفوق قدرتهم الشرائية وحجم مرتبتهم الشهرية بهدف عرض الطبقة الاجتماعية للمستهلك، ويحملون أنفسهم ديون من أجل يجاروا الطبقة الأخرى الغنية، وهي ظاهرة تسمى بالاستهلاك المظهري أو التفاخري حيث لم يعد ما يستهلكه الفرد من السلع والخدمات مقياسًا دقيقًا لتحديد مركزه الاجتماعي.

وأن هذه الظاهرة تؤثر على قدرة الفرد الشرائية وتحمله الديون وتدفعه إلى الاقتراض مع غياب القدرة على الالتزام بالسداد أحيانًا.

ويمكن أن نشير أيضًا إلى المغالاة في الاستهلاك خلال الحفلات المختلفة (كالأعراس)، والفرق الموسيقية والألعاب النارية، كذلك في المأتم أو التابين للمتوفي قد نجد أحيانًا فيها مغالاة في الاستهلاك.

ومن مظاهر الاستهلاك التفاخري انتشار الهواتف الخلوية الحديثة باهظة الثمن أو الحواسيب الألية الشخصية والأثاث، إضافة إلى شراء السيارات الفخمة أو الحرص على تعظيم الأبناء في المدارس الخاصة قد تصل تكاليفها السنوية إلى الألف الدينارات وقد يكون السبب هو أن يقال عن ولي الأمر أبنائه يدرسون في المدارس الفلانية)، كل هذه المظاهر تبين نقص ثقافة الترشيد في الاستهلاك مقابل ارتفاع تكاليف المعيشة يومًا بعد يوم بشكل يتخطى حجم الدخل لعدد من الأفراد في المجتمع. (العيساوي، صحيفة الغد، 2012)

ويلاحظ أنه في فترة 10 سنوات الماضية زادت حجم السلف الاجتماعية من المصارف وانتشار ما يعرف جمعية التسليف خاصة بين النساء في المجتمع الليبي ويرجع ذلك إلى ضعف المرتبات ونقص السيولة والظروف والتغيرات التي عانها الشعب الليبي سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو حتى ثقافية وتعمل ديون ملزم سدادها كل هذا من أجل المغالاة في الاستهلاك خلال

الحفلات والمناسبات الاجتماعية المختلفة في نوع الأكل وأدواته من أجل التفاخر الاجتماعي وإظهاره في جودة حسنة أمام أقاربه وانتشار ثقافة الغرب وعاداتهم في طرق الأكل واللبس والأثاث وغير من خلال وسائل الإعلام والتقليد الواضح.

أولاً: المنهج المستخدم في الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استخدام المنهج الوصفي حيث يهتم هذا المنهج بوصف دقيق للظاهر المراد دراستها عن طريق جمع البيانات ووصفها وتفسيرها من أجل الوصول إلى حقائق ونتائج دقيقة لتحسين الوضع القائم.

ثانياً: أداة الدراسة:

هي استمارة الاستبيان فهي الأداة المناسبة لموضوع الدراسة وعينته وهي عبارة عن عدد من الأسئلة المرتبة بأسلوب مناسب حسب تساؤلات الدراسة بحيث يتم توزيعها على عينة الدراسة لجمع البيانات ليتم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى النتائج.

ثالثاً: مجالات الدراسة:

المجال المكاني للدراسة هو البعد أو الإطار المكاني للدراسة وموضعها وفي هذه الدراسة محدد في مدينة البيضاء في إحدى أحياء هذه المدينة وهو حي المدينة الرياضية حيث أنه يشمل تشكيلة متنوعة من المستويات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

المجال الزمني وهي الفترة الزمنية التي أقيمت فيها الدراسة، ما بين 1/ 2 / 2021 إلى 1/ 5 / 2021.

رابعاً: مجتمع الدراسة:

أو (الأفراد) أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة، والمجتمع الدراسة جمع طبيعي أي جغرافي أو سياسي من الأفراد وباختصار فالمجتمع من الناحية البحثية ما هو إلا جمع فيزيقي، ولأسباب اقتصادية وعملية لا يستطيع الفرد دراسة مجتمع الدراسة في جميع الدراسات وإنما يتعارض عن ذلك بدراسة العينة لأن العينة هي جزء من المجتمع الدراسة، وتقام الدراسة الحالية على حي من أحياء مدينة البيضاء هو (المدينة الرياضية).

خامساً: عينة الدراسة: تقام الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من أزواج وزوجات في الأسر الموجودة في حي المدينة الرياضية وعددها (40) مفردة.

سادساً: الأساليب الإحصائية: من الأساليب المستخدمة في الدراسة هي الجداول التكرارية البسيطة والنسب المئوية.

جدول رقم (1) «الجنس»

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| ذكر | 15 | 50% |
| أنثى | 15 | 50% |
| المجموع | 30 | 100% |

يلاحظ إن مجموع الذكور والإناث متساويان في الجدول رقم(1) وهذا راجع إلى أن الباحثة قامت بتقسيم العينة إلى مجموعتين متساويتين من الذكور والإناث.

جدول رقم (2) «العمر»

| النسبة المئوية | التكرار | الجنس |
|----------------|---------|--------------|
| 16.6% | 5 | (29.25) |
| 6.6% | 2 | (34.30) |
| 16.6% | 5 | (39.35) |
| 23.3% | 7 | (44.40) |
| 36.6% | 11 | (45 وما فوق) |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من الجدول أن الفئة العمرية الغالبة هي من (40- 44) ، (45 فما فوق) بنسبتي 23.3% ، 36.6% على التوالي وهذا يرجع إلى طبيعة العينة التي تقوم بدراسة أرباب الأسر من الأزواج والزوجات، ومجتمع العينة وهو المدينة الرياضية حيث وصلت فيه الأسرة إلى حالة من الاستقرار الأسري بحيث قامت ببناء منزل حيث أن المنازل في ذلك الحي هي من البناء الحديث للمنازل الأرضية.

جدول رقم (3) « المستوى التعليمي للمبحوث »

| النسبة المئوية | التكرار | المستوى العلمي |
|----------------|---------|----------------|
| 3.3% | 1 | ابتدائي |
| 10% | 3 | إعدادي |
| 20% | 6 | ثانوي |
| 33% | 1 | دبلوم متوسط |
| 23.3% | 7 | دبلوم عالي |
| 40% | 12 | جامعي |
| 100% | 30 | المجموع |

يلاحظ أن النسبة الأكبر وتقدر 40% من نصيب التعليم الجامعي وقد يرجع هذا أيضاً لطبيعة مجتمع الدراسة وغلبة الأسر المتعلمة فيه أما النسبة الأقل كانت 3.3% للتعليم الابتدائي.

جدول رقم (4) « مهنة المبحوث »

| النسبة المئوية | التكرار | المهنة |
|----------------|---------|----------|
| 50% | 15 | معلم |
| 23.4% | 7 | موظف |
| 26.6% | 8 | غير موظف |
| 100% | 30 | المجموع |

مهنة التعليم هي المهنة الغالبة وبنسبة 50% وهذا يرجع إلى أن طبيعة المجتمع الليبي ترتفع فيه نسبة العاملين بقطاع التعليم بشكل واضح وكبير جداً خاصة من أرباب الأسر والزوجات بشكل أكثر خصوصية حيث دائماً المرأة تتجه إلى هذه المهنة كونها المهنة المناسبة لها كربة منزل، أما 23.3% كانت لمهنة الموظف وقد يرجع ذلك إلى طبيعة المستوى التعليمي.

جدول رقم (5) « مستوى دخل المبحوث »

| النسبة المئوية | التكرار | المستوى الدخل |
|----------------|---------|---------------|
| 6.6% | 2 | منخفض |
| 66.6% | 20 | متوسط |
| 16.6% | 5 | جيد |
| 6.6% | 2 | جيد جداً |
| 3.3% | 1 | مرتفع |
| 100% | 30 | المجموع |

يلاحظ من خلال الجدول أن 66.6% هي نصيب الدخل المتوسط، وهذا الطبيعي كون غالبية العينة هم من المعلمين والموظفين في المجتمع، أما نسبة 3.3% هي لذوي الدخل المرتفع وهذا قد يرجع إلى طبيعة مجتمع الدراسة حيث أنه يحتوي على ذوي الدخل المتوسط والأغنياء لهم أحياء أخرى يعيشون فيها وكانت الدراسة تركز على ذوي الدخل المتنوعة واستهلاكهم ومدى التغيير الذي طرأ عليه بغض النظر عن الارتفاع أو الانخفاض في الدخل.

جدول رقم (6) هل دخول الثقافة الغربية هي التي غيرت من نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية؟

| النسبة المئوية | التكرار | دخول الثقافة الغربية |
|----------------|---------|----------------------|
| 76.6% | 23 | نعم |
| 23.4% | 7 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (6) أن نسبة 76.6% وهي ليست بالنسبة الهينة في كون أن الثقافة الغربية هي من غير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية وهذا يشير إلى قوة تأثير وسائل الإعلام وأساليب نقل الثقافات الخارجية ومدى تأثير المجتمع الليبي بها وهذه هي العولمة التي يبحث عنها العالم الغربي ويحاول تطبيقها على جميع المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والريفية والعلمية وهذا مؤشر خطير على قوة تأثير المجتمع الليبي بها وخاصة في مجال الاستهلاك الذي تحقق بصدد دراسته هنا، أما النسبة 23.4% هي الأقل لمدى تأثير المجتمع الليبي للثقافة الغربية قد تكون هذه الفئة على وعي بثقافة العولمة وتحاربها.

جدول رقم (7) هل المكانة الاجتماعية لها دور في تغيير نمط الاستهلاك الأسرة؟

| النسبة المئوية | التكرار | المكانة الاجتماعية لها دور |
|----------------|---------|----------------------------|
| 76.6% | 23 | نعم |
| 23.4% | 7 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (7) أن هناك ارتباط في النسبة مع الجدول رقم (6) حيث أن المكانة الاجتماعية 76.6% والتأثر بالثقافة الغربية لها نفس النسبة إذًا يمكن القول بأن المكانة الاجتماعية يتم تقلدها والسعي للوصول لها من أجل مواكبة الثقافة الغربية والتغيير في نمط الاستهلاك مكمل لها.

كما أن نسبة 23.4% هي أيضًا مرتبطة بالجدول رقم (6) ممن قالوا أن الثقافة الغربية لا تؤثر في نمط الاستهلاك وهذا قد يرجع لنفس السبب وهو الانتباه للعبة العولمة والتحكم العالمي خاصة أن غالبية العينة هي من المتعلمين تعليم جامعي وعلى قدر من الوعي.

جدول رقم (8) هل تغير نمط الاستهلاك في الأسرة سببها التفكير في المجتمعات الأخرى؟

| النسبة المئوية | التكرار | تغير نمط الاستهلاك |
|----------------|---------|--------------------|
| 66.6% | 20 | نعم |
| 33.4% | 10 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (8) أن نسبة 66.6% وهي نسبة كبيرة ولا يمكن الاستهانة بها أن تقليد المجتمعات الأخرى في طبيعة الاستهلاك هي السبب في تغير نمط الاستهلاك للأسرة الليبية، وهذا قد يكون بسبب انتشار مواقع التواصل الاجتماعي واجتياح الانترنت لمعظم المنازل والأسر الليبية وفيما فيه من عرض لطرق التقديم وأفكار لتأثيث المنزل والحديثة والملابس وغيرها مما يؤثر على الأسرة الليبية في تغير نمط الاستهلاك فيها حتى تواكب الذوق العام.

جدول رقم (9) هل الحاجة والنقص في تغير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية؟

| النسبة المئوية | التكرار | الحاجة والنقص سبب |
|----------------|---------|-------------------|
| 76.6% | 23 | نعم |
| 23.4% | 7 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول أن 76.6% أن الحاجة والنقص يغيران نمط الاستهلاك وهذا قد يرجع إلى سببين إذا كان التغير في نمط الاستهلاك بالاقتصاد والتوفير والاستغناء عن بعض مظاهر الاستهلاك بسبب انخفاض الدخل فهذا هو الطبيعي جدًا.

أما إذا كان التغير في نمط الاستهلاك بزيادة الصرف وتحميل الأسرة تكاليف وسلف اجتماعية واقتصادية من أجل التباهي يكون الاستهلاك فوق طاقة الأسرة، هنا تكون هذه الظاهرة خطيرة جدًا وقد تؤدي بالأسرة إلى الهلاك والتفكك بل والانهيار أيضًا.

جدول رقم (10) هل الدخل العالي يؤثر على طريقة الاستهلاك في الأسرة الليبية؟

| النسبة المئوية | التكرار | الدخل العالي يؤثر |
|----------------|---------|-------------------|
| 83.4% | 25 | نعم |
| 16.6% | 5 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (10) أن نسبة 83.4% يؤثر الدخل العالي في طريقة الاستهلاك في الأسرة الليبية وهذا يرجع إلى قدرة الأسرة على اقتناء السلع الأساسية والكمالية بسبب ارتفاع دخلها ومقدرتها على ذلك.

أما 16.6% لا يؤثر الدخل العالي بطريقة الاستهلاك وقد يرجع هذا الرأي إلى كون أن هناك أسر دخلها منخفض وتقوم بطرق استهلاك فوق طاقتها خاصة في المناسبات المختلفة من خلال الاقتراض من الدولة أو غيرها.

جدول رقم (11) هل التفاخر هو سبب في تغير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية؟

| النسبة المئوية | التكرار | التفاخر هو سبب |
|----------------|---------|----------------|
| 80% | 24 | نعم |
| 20% | 6 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (11) أن نسبة 80% وهي نسبة كبيرة جداً حيث يرون أن التفاخر هو سبب تغير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية وهذا قد نلاحظه بشكل أكبر عن فئة الإناث من التفاخر والتباهي في التقديم للضيوف أو تأثيث المنزل أو ارتداء الملابس ذات الماركات العالمية وقد لوحظ هذا النوع من التفاخر في العشر سنوات الأخيرة وهذا ما نريد الكشف عن أسبابه خلال الدراسة الراهنة.

أما 20% يرون بأن نمط الاستهلاك لا علاقة له بالتفاخر وهذا قد يرجع أيضاً إلى وعي هذه الفئة من العينة.

جدول رقم (12) هل أنت تحب الاحتفاظ بالمنتجات التي تعكس المستوى المعيشي والاجتماعي لأسرتك؟

| النسبة المئوية | التكرار | تحب الاحتفاظ بالمنتجات |
|----------------|---------|------------------------|
| 46.6% | 14 | نعم |
| 53.4% | 16 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يلاحظ هناك تقارب في النسب في الإجابة بنعم 46.6% ولا 53.4% على التوالي وهذا قد يرجع إلى أن هناك نسبة كبيرة تتفاخر بطريقة الاستهلاك من أجل وضع نفسها في مستوى معيشي معين أمام الآخرين والمجموعة الأخرى وهي النسبة الأعلى التي ترى العكس وهذا يدل على قناعة هذه الفئة بضرورة الابتعاد عن التباهي والتفاخر وكل مستوى معيشي واجتماعي يبقى حسب وضعه ومكانته في المجتمع.

جدول رقم (13) هل أنت معجب بالأفراد الذين يمتلكون منازل وسيارات وملابس عصرية غالبية؟

| النسبة المئوية | التكرار | أنت معجب بالأفراد |
|----------------|---------|-------------------|
| 16.6% | 5 | نعم |
| 83.4% | 25 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (13) أن الإجابة بـ لا كانت نسبتها مرتفعة جداً حيث وصلت إلى 83.4% الذين لا يعجبون بالأفراد الذي يمتلكون منازل وسيارات وملابس عصرية، وهذا قد يرجع إلى ارتفاع نسبة الرضا بأنفسهم.

أما نسبة 16.6% قالوا نعم نحن معجبون بهم قد يرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة الطموح لدى العينة في أن يكونوا مثلهم، أو هو الإعجاب بأنهم أشخاص ناجحين وقادرين على اقتناء مثل هذه الأشياء.

جدول رقم (14) هل أنت مهتم بالمظهر الخارجي والمستوى الاجتماعي أمام الآخرين؟

| النسبة المئوية | التكرار | مهتم بالمظهر الخارجي |
|----------------|---------|----------------------|
| 33.4% | 10 | نعم |
| 66.6% | 20 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (14) أن نسبة 66.6% ليس لديهم اهتمام بالمظهر الخارجي والمستوى الاجتماعي وهذا قد يرجع إلى انشغالهم بمشاغل الحياة العملية والأسرية وليس لديهم الوقت للاهتمام بمظهرهم الخارجي أو قد يكون بسبب قناعاتهم أن المظهر لا يصنع البشر أما نسبة 33.4% نعم الاهتمام بالمظهر الخارجي مهم وهذا قد يرجع إلى طبيعة الحياة الاجتماعية التي يعيشونها والتي تعطي لهم الوقت للاهتمام بمظهرهم الخارجي.

جدول رقم (15) هل تجمع المعلومات عن السلع والمنتجات العصرية من أصدقائك قبل شرائها؟

| النسبة المئوية | التكرار | تجمع المعلومات عن السلع |
|----------------|---------|-------------------------|
| 60% | 18 | نعم |
| 40% | 12 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول أن نسبة 60% نعم يجمعون المعلومات عن سلع معينة حتى يقومون بشرائها قد يكون ذلك من أجل الاستعداد توفير السلع لاقتنائها أو لكي يعرف هل وضعه العادي والاقتصادي يسمح له باقتنائها أم لا.

أما نسبة 40% لا يجمعون المعلومات حول السلعة قبل شرائها وقد يعزى ذلك إلى الخجل من المبحوثين عن السؤال عن السلعة وثمانها، أو السبب مقدرتهم المادية على شرائها مهما كلفت ولا يهتم معرفة سعرها مسبقاً.

جدول رقم (16) هل يعجبك المنتج الأكثر ثمناً وفريد من نوعه؟

| النسبة المئوية | التكرار | الأكثر ثمناً وفريد |
|----------------|---------|--------------------|
| 36.6% | 11 | نعم |
| 63.4% | 19 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (16) أن نسبة 63.4% من نصيب الإجابة بـ لا يعجبهم المنتج الأكثر ثمناً وفريد من نوعه وقد يعزى ذلك إلى القناعة والرضا بما لديهم من مقتنيات، أما نسبة 6.36% تعجبهم المنتجات المميزة وغالبية الثمن ربما هذا بسبب حب التقليد والتفاخر باقتناء مثل هذه المنتجات أو بسبب أنهم يفضلون إقتناء المنتجات المميزة التي لا يستطيع غيرهم اقتنائها.

جدول رقم (17) هل ظاهرة الاستهلاك الاجتماعي وتغيرها تحول إلى هوس اجتماعي وتقليد الآخرين؟

| النسبة المئوية | التكرار | هوس اجتماعي وتقليد |
|----------------|---------|--------------------|
| 83.4% | 25 | نعم |
| 16.6% | 5 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (17) أن نسبة 83.4% يرون أن ظاهرة التباهي في الاستهلاك هو تقليد وهوس اجتماعي ويعزى ذلك إلى الإفراط في الاستهلاك خلال المناسبات الاجتماعية واستهلاك سلع ومنتجات كمالية وليست أساسية فيها تباهي وتفاخر وتقليد لبعض الأسر الأخرى التي تصل إلى دفع مبالغ كبيرة في تأخير أواني تقديم للضيوف أسعارها مرتفعة مما أدى ذلك إلى اعتباره هوس تقليد الآخرين.

أما 16.6% يقولون أنه (لا) ليس هوس ولم تتغير ظاهرة الاستهلاك ولا نمطه وربما هذا في أسرهم فقط لقناعتهم.

جدول رقم (18) هل يعتبر الأثاث وشراء الملابس من الأولويات بالنسبة لك؟

| النسبة المئوية | التكرار | شراء الملابس من الأولويات |
|----------------|---------|---------------------------|
| 43.4% | 13 | نعم |
| 56.6% | 17 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

كانت النسب متقاربة ما بين نعم ولا في ما إذا كان شراء الأثاث والملابس من الأولويات بـ 43.4%، 56.6%، على التوالي، وقد يعزى ذلك إلى أن هناك تفاوت في الصناعات في طريقة الاستهلاك ومستواه وخاصة أن غالبية العينة وبنسبة 66.6 هم من ذوي الدخل المتوسط، أما أنها عينة متقاربة في مستوى الدخل بينها 16% جيد، 3.3% مرتفع.

جدول رقم (19) هل تشتري المجوهرات والملابس الغالية الثمن من أجل مناسبة اجتماعية واحدة؟

| النسبة المئوية | التكرار | مناسبة اجتماعية واحدة |
|----------------|---------|-----------------------|
| 10% | 3 | نعم |
| 90% | 27 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول رقم (19) أنه لا يمكن شراء المجوهرات من أجل مناسبة اجتماعية واحدة فقط بنسبة 90% وهذا يدل على وجود أولويات الحياة الأسرية خاصة لذوي الدخل المتوسطة والمنخفضة والكبيرة.

أما نسبة 10% أجابوا نعم قد تكون هي نفسها نسبة ذوي الدخل المرتفع.

جدول رقم (20) هل تضطر لأخذ سلفة اجتماعية أو مصرفية من أجل تغيير نمط الاستهلاك بما يتناسب مع أسرته من أجل الظهور أفضل أمام الآخرين؟

| النسبة المئوية | التكرار | تضطر لأخذ سلفة |
|----------------|---------|----------------|
| 13.4% | 4 | نعم |
| 86.6% | 26 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول رقم (20) أن نسبة 86.6% لا يضطر لأخذ سلفة اجتماعية أو مصرفية من أجل تغيير نمط الاستهلاك، وقد يرجع هذا إلى أن السلف والقروض الاجتماعية والاقتصادية المصرفية توجد بها نسبة مريحة وهذا محرم شرعاً.

وأيضاً قد يكون السبب عدم رغبة رب الأسرة في وضع أقساط على الراتب الشهري قد يؤدي إلى خلل في مصروف الأسرة على المدى البعيد أو القصير.

أما نسبة 13.5% قالوا نعم نأخذ سلفة اجتماعية ومصرفية من أجل الظهور أفضل أمام الآخرين للتباهي والتفاخر أمامهم بطرق الاستهلاك والمستوى المعيشي المرتفع.

جدول رقم (21) هل بأن نظرة الآخرين لك سوف تكون أفضل عندما تمتلك منتجات عصرية لا تمتلكها الآن؟

| النسبة المئوية | التكرار | نظرة الآخرين لك |
|----------------|---------|-----------------|
| 43.4% | 13 | نعم |
| 56.6% | 17 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (21) أن هناك تقدير شديد بين الإجابة بـ (نعم)، (لا) فيما إذا كانت نظرة الآخرين أفضل لأسرتك إذا امتلكه منتجات عصرية لا تمتلكها الآن حيث كانت النسب على التوالي 43.4% ، 56.6%.

وهذا قد يرجع إلى أن هناك تنوع في الآراء كل حسب قناعاته ومدى رضاه وتقليده للآخرين ورغبته في أن يكون مثلهم أو أفضل منهم.

جدول رقم (22) هل الأشياء التي تمتلكها وتستهلكها تنعكس كثيرًا على طريقة وأسلوب معيشتك؟

| النسبة المئوية | التكرار | تنعكس كثيرًا على طريقة |
|----------------|---------|------------------------|
| 76.6% | 23 | نعم |
| 23.4% | 7 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح الجدول رقم (22) أن نسبة 76.6% نعم تنعكس مقتنياتهم على طريقة و أسلوب معيشتهم وهذا شيء طبيعي جداً إذ أن ما تمتلكه من مقتنيات حسب مستوياتها وتطورها يؤثر على مدى رفاهيتك ومستواك وحياتك الاجتماعية حيث قد تحقق لك الراحة في مراحل الحياة بأكملها فعندما تقنتي جهاز كمبيوتر حديث يساعدك كثيرًا في إدخال بياناتك واحتسابها بكل سهولة ويحقق لك

قدر من الراحة والرفاهية عكس الكمبيوتر الضعيف الغير متطور الذي قد يؤثر في بيانات ويعطيها لك بعد جهد كبير منك أنت شخصياً.

أما 23.4% يون عكس ذلك أن مقتنياتهم لا علاقة لها بأسلوب معيشتهم وهذه أيضاً قناعات خاصة بشخصياتهم.

جدول رقم (23) هل توجد أشياء تستهلكها الأسرة الليبية في ظروفنا الحالية لم تكن موجودة من قبل؟

| النسبة المئوية | التكرار | لم تكن موجودة |
|----------------|---------|---------------|
| 93.4% | 28 | نعم |
| 6.6% | 2 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (23) أنه نعم وبنسبة 93.4% توجد مواد يستهلكها في الأسرة الليبية لم تكن موجودة من قبل، وهذا قد يعزى إلى التطور التكنولوجي، والثقافي والاجتماعي الوارد إلينا من خلال وسائل الإعلام و الانترنت الذي هو نفسه من المنتجات الإلكترونية التي وجدت حديثة في الأسرة الليبية.

أما نسبة 6.6% وهي نسبة قليلة جداً 6.6% التي ترى أنه لا توجد منتجات للاستهلاك حديثة جدت على الأسرة الليبية، وأعتقد أن هذه الإجابة غير دقيقة لأن في أبسط أنواع الحياة الاجتماعية الحديثة جدت سلع حديثة للمستهلك في الأسرة الليبية.

جدول رقم (24) هل التطور الثقافي والاجتماعي أحد مسببات التغيير في نمط الاستهلاك للأسرة؟

| النسبة المئوية | التكرار | التطور الثقافي والاجتماعي |
|----------------|---------|---------------------------|
| 96.6% | 29 | نعم |
| 3.4% | 1 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (24) أن هناك ارتباط واضح بينه وبين الجدول رقم (23) حيث أن نسبة 96.6% كانت نعم التطور الثقافي والاجتماعي أدى إلى ظهور تغيير في نمط الاستهلاك في حين أن نسبة 93.4% في الجدول السابق توضح أن هناك سلع حديثة لم تكن موجودة من قبل تستهلكها الأسرة الليبية وهذا يدل أنه بالفعل تغير المظاهر الاجتماعية والثقافية هي من أدت إلى تغير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية.

أما نسبة 3.4% قالوا لا دخل للتطور الثقافي والاجتماعي بتغيير نمط الاستهلاك وهذا قد يرجع إلى تمسكهم بعاداتهم وتقاليدهم في الاستهلاك ولم يغيره.

جدول رقم (25) هل تتناسب طريقة الاستهلاك في مناسبتنا في الوقت الحالي مع ظروفنا المادية والثقافية والاجتماعية؟

| النسبة المئوية | التكرار | تتناسب طريقة الاستهلاك |
|----------------|---------|------------------------|
| 6.7% | 2 | نعم |
| 93.3% | 28 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (25) أن نسبة 93.3% غير راضية عن طريقة الاستهلاك وترى بأنها غير مناسبة مع الظروف المادية والثقافية والاجتماعية الحالية وقد يرجع هذا إلى وعي عينة الدراسة وعدم رضاها عن البذخ والتباهي والنمط الاستهلاكي المبالغ به في المناسبات الاجتماعية في الأسرة الليبية الحالية.

أما نسبة 6.7% يرون بأن نعم تتناسب طريقة الاستهلاك ربما كمقدرتهم على مواكبة مثل هذا النوع من الاستهلاك بسبب مقدرتهم المادية والاقتصادية.

جدول رقم (26) هل تفضل السكن في إحدى المنازل الراقية لكي يعكس مكانتك الاجتماعية العالية؟

| النسبة المئوية | التكرار | لكي يعكس مكانتك |
|----------------|---------|-----------------|
| 20% | 6 | نعم |
| 80% | 24 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول أنه من أجاب بـ لا كانت نسبتهم هي الأعلى والتي وصلت إلى 80% وهي ليست بالنسبة الهينة وقد يعزى هذا إلى أن عينة الدراسة تزيد قدر من الوعي ما يجعلها تقرر أنه لا علاقة بنوعية المسكن والسعي وراء السكن في الأحياء الراقية هو من يعكس المكانة الاجتماعية فهناك الكثير من المحددات الثقافية والاجتماعية والأخلاقية والعلمية هي من يحدد المكانة الاجتماعية العالية.

يعكس نسبة 20% من يرون أن المكانة الاجتماعية العالية والمرموقة محددة بنوعية السكن الراقى و هذه أيضاً قناعات شخصية وأخلاقية لديهم.

جدول رقم (27) هل تحب التردد على المطاعم التي يتردد عليها صفة المجتمع والطبقة العليا والتباهي بذلك عن طريق تصويره ونشره في مواقع التواصل الاجتماعي؟

| النسبة المئوية | التكرار | تصويره ونشره في مواقع |
|----------------|---------|-----------------------|
| 3.4% | 1 | نعم |
| 96.6% | 29 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (27) أنه لا يفضل المبحوثين التردد على المطاعم التي يتردد عليها صفة المجتمع وبنسبة 96.6% وقد يرجع هذا إلى عدم الاكتراث لأراء الآخرين حول حياتهم الخاصة أو عدم المقدرة خاصة إذا كان عدد الأسرة كبير في دفع نفقات المأكولات في مثل هذه المطاعم وتفضل إنفاق الأموال على الأسرة بالضروريات.

أما نسبة 3.4% كانت نعم وهم يهتمون بالدخول لمثل هذه المطاعم وتصوير مأكولاتهم وإدراجها على صفحاتهم في الانترنت، هذا قد يرجع إلى حب التباهي والتفاخر لديهم أو مقدرتهم المادية على التردد عليها.

جدول رقم (28) هل تشعر بالضيق والعجز عندما لا تستطيع دفع تكاليف شراء كل الأشياء التي ترغب في امتلاكها؟

| النسبة المئوية | التكرار | لم تكن موجودة |
|----------------|---------|---------------|
| 80% | 24 | نعم |
| 20% | 6 | لا |
| 100% | 30 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (28) أنه نعم وبنسبة 80% يشعرون بالضيق لعدم قدرتهم على اقتناء ودفع تكاليف أشياء يرغبون في امتلاكها وهذا بسبب الأولويات والأساسيات التي تحتاجها الأسرة وبسبب عدم كفاية الدخل الشهري للمتطلبات الأسرية.

أما 20% يقولون لا تشعر بالضيق وهذا قد يكون بسبب مقدرتهم على شراء كل مقتنياتهم أو بسبب رضاهم بأمور الحياة وعدم المبالاة.

جدول رقم (29) هل تغير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية كان سببه وسائل الإعلام العربية والغربية؟

| سببه وسائل الإعلام | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------------|---------|----------------|
| نعم | 28 | 93% |
| لا | 2 | 7% |
| المجموع | 30 | 100% |

يوضح الجدول رقم (29) أنه نعم سببه التغيير في نمط الاستهلاك للأسرة الليبية هو وسائل الإعلام العربية والغربية بنسبة 93% وهذا يدل على قناعة عينة الدراسة لمدى تأثير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية بوسائل الإعلام المختلفة، أما نسبة 7% هي نسبة بسيطة جداً ولا تكاد تذكر يرون عكس.

جدول رقم (30) هل تعتبر نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية سببه التقليد؟

| سببه التقليد | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------|---------|----------------|
| نعم | 27 | 90% |
| لا | 3 | 10% |
| المجموع | 30 | 100% |

يتضح أن نسبة 90% خلال هذا الجدول يرون بأنه نعم التقليد هو سبب تغيير نمط الاستهلاك وقد يرجع ذلك إلى أن هناك تقليد واضح في المناسبات الاجتماعية على وجه الخصوص منم بزخ في الاستهلاك وتفاقم هذا الوضع الذي أدى إلى وضع أنماط استهلاكية كبيرة على كاهل الأسرة الليبية يتعدى مقدراتها المادية والاقتصادية والذي تسبب به التقليد لغيرهم من الأسر أما نسبة 10% ترى عكس ذلك ربما هم أسر لا تقوم بالتقليد ولهم ثقافتهم الخاصة التي لا تتغير في نمط الاستهلاك لديهم.

النتائج العامة للبحث

1- اتضح من خلال الدراسة الحالية أن الفئة العمرية الغالبة هي من 45 فما فوق وهذا يرجع إلى طبيعة العينة ومجتمع الدراسة.

2- كما اتضح أن غالبية العينة ذوي مستوى تعليمي جامعي بنسبة 40% ويعملون في مهنة التعليم وبنسبة 50% ومن ذوي الدخل المتوسط بنسبة 66.6%.

3- كما اتضح أن دخول الثقافة الغربية والعربية عبر وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي هي من غير نمط الاستهلاك لدى الأسرة الليبية بنسبة 76.6%.

- 4- كما اتضح أن للمكانة الاجتماعية دور في تغير نمط الاستهلاك لدى الأسرة الليبية بنسبة 76.6%.
- 5- كما أن للحاجة والنقص دور في تغير نمط الاستهلاك أيضاً وذلك بنسبة 76.6%.
- 6- نلاحظ تطابق النسب في الإجابات للجدول « 7، 8، 9 » لعينة الدراسة.
- 7- اتضح أن الدخل المرتفع يؤثر في تغير نمط الاستهلاك لدى الأسرة الليبية بنسبة 4.83%.
- 8- كما أن التفاخر والتباهي بين الأسر كان من مسببات تغير نمط الاستهلاك للأسرة الليبية بنسبة 80%.
- 9- اتضح أن النسبة الأقل كانت من نصيب مدى تفضيل العينة للاحتفاظ بمنتجات تعكس مستوى معيشي واجتماعي لأسرهم بنسبة 45.6%.
- 10- كما اتضح أن نسبة 83.4% لا يعجبهم الأفراد الذين يمتلكون سيارات وملابس عصرية.
- 11- وأن نسبة 66.6% لا يهتمون بمظهرهم الخارجي.
- 12- أن نسبة 63.4% لا يعجبهم المنتج الأكثر تميئاً أو فريداً من نوعه.
- 13- اتضح أن 83.4% تعتقد بأن ظاهرة الاستهلاك الاجتماعي وتغيرها هي هوس وتقليد للآخرين.
- 14- لا يعتبر شراء الأثاث الفاخر من الأولويات بنسبة 56.6%.
- 15- لا يضطر أرباب الأسر أخذ سلف اجتماعية مصرفية من أجل تغيير نمط الاستهلاك والظهور أفضل أمام الآخرين بنسبة 86.6%.
- 16- كما يتضح أن نسبة 76.6% نوعية الأشياء التي تمتلكها تغير طريقة وأسلوب حياتك.
- 17- هناك سلع ومنتجات تستهلكها الأسرة الليبية حالياً لم تكون موجودة من قبل بنسبة 93.4%.
- 18- أن التطور الاجتماعي والاقتصادي والثقافي هو من مسببات تغير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية بنسبة 96.6%.
- 19- يتضح أن نمط الاستهلاك في الوقت الحاضر للمناسبات لا يتناسب مع الظروف المادية والثقافية والاجتماعية بنسبة 93.3%.

20- اتضح أن نسبة 96.6% لا يفضلون التردد على المطاعم الفخمة، وأن نسبة 80% لا يفضلون السكن في منازل راقية من أجل رفع المكانة الاجتماعية للأسرة بين الآخرين.

21- اتضح أن نسبة 80% يشعرون بالضيق والعجز عند عدم القدرة على دفع تكاليف شراء كل الأشياء التي يرغبون في امتلاكها.

النتائج الخاصة بالإجابة عن تساؤلات الدراسة

السؤال الأول:

1- هل هناك علاقة بين مظاهر التغيير الثقافي والاجتماعي في الأسرة الليبية وتغير نمط الاستهلاك فيها؟

لقد تبين وجود علاقة واضحة بين التغيير في مظاهر الحياة الثقافية والاجتماعية بسبب التعرض لوسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وتغير نمط الاستهلاك للأسرة الليبية بنسبة 93% من خلال تقليد الثقافات الغربية والعربية لأنماط الاستهلاك وظهور نوعيات من السلع والمنتجات الحديثة على الأسرة الليبية لم تكن تستهلك من قبل وقد حدث ذلك بسبب العولمة والتأثر بالثقافات المستوردة من الخارج بنسبة 76%. وهذه النتيجة حققتها دراسة محمد عمر جبيل 2013 في طرابلس أن لوسائل الإعلام دور فعال في تغيير المظاهر الاجتماعية والثقافية المؤثرة في نمط الاستهلاك للأسرة الليبية.

السؤال الثاني:

2- هل هناك علاقة بين المكانة الاجتماعية ومظاهر التغيير الثقافي والاجتماعي على تغير نمط الاستهلاك للأسرة الليبية؟

نعم لقد اتضح أن للمكانة الاجتماعية دور فعال في تغير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية بنسبة 76.6%. حيث أن العينة ترى بأن نوعية المنتجات التي تمتلكها أو تستهلكها تنعكس كثيرًا على طريقة وأسلوب ومستوى معيشة الأسرة بنسبة 76.6% أيضًا. حيث نلاحظ أن الدراسة التي أقيمت في تشيلي المعاصرة عام 1998م أن المكانة

السؤال الثالث:

3- ما هي التغيرات الثقافية والاجتماعية التي أدت إلى تغير نمط الاستهلاك في الأسرة الليبية؟

تأثرت المظاهر الاجتماعية والثقافية للأسرة الليبية بثقافات مختلفة غيرتها مما أدى إلى تغير نمط الاستهلاك بنسبة 76.6% وأيضًا كان للتقليد دور واضح في تغير المظاهر الاجتماعية والثقافية المحددة لنمط الاستهلاك في الأسرة الليبية بنسبة 66.6% بالإضافة إلى التفاخر ووضع نفسها في مستوى معيشي أفضل أمام الآخرين بنسبة 46.6% حيث ظهر الهوس الاجتماعي والتباهي كان

من أهم المظاهر الاجتماعية والثقافية التي تغيرت وأثرت في نمط الاستهلاك بالأسرة الليبية بنسبة 83.4%.

السؤال الرابع:

4- ما مدى تأثير الدخل وتفاوته في نمط استهلاك الأسرة الليبية؟

اتضح أن غالبية العينة هي من ذوي الدخل المتوسط بنسبة 66.6% حيث لوحظ أن العينة تعزي تغير نمط الاستهلاك وتدهوره بسبب الحاجة والنقص بنسبة 76.6%. ويلاحظ أن نسبة 83.4% يرون بأن الدخل العالي يؤثر على طريقة الاستهلاك في الأسرة الليبية. وهذا كان نتيجة للدراسة التي أجراها داني على ما روي سنة 2011 بأن مستوى الدخل يؤثر في الأنماط الاستهلاكية.

السؤال الخامس:

5- هل الأسرة تضطر لأخذ سلف مصرفية واجتماعية لكفاية نمط الاستهلاك لديها؟

اتضح أن الأسرة الليبية من خلال عينة الدراسة أنه لا تضطر لأخذ سلفه اجتماعية أو مصرفية من أجل تغيير نمط الاستهلاك لديها بنسبة 86.6%.

اتضح أن الأسرة الليبية من خلال عينة الدراسة أنه لا تضطر لأخذ سلفه اجتماعية أو مصرفية من أجل تغيير نمط الاستهلاك لديها بنسبة 86.6%.

إذا اتضح أن الأسرة الليبية لا تغير نمط استهلاكها من خلال أخذ سلف مصرفية واجتماعية.

الاجتماعية والطبقية لها أثر فعال في مظاهر التغير الثقافي والاجتماعي المؤثر في نمط الاستهلاك للأسرة.

التوصيات والمقترحات

1- على الدولة وضع خطط تنموية بحيث توفر للأسرة الليبية المزيد من الوعي والترشيد في الاستهلاك بما يتناسب مع دخلها وثقافتها.

2- لا بد من رفع المستوى المعيشي للأسرة من خلال رفع الرواتب بما يتناسب مع ارتفاع الأسعار حتى لا تشعر الأسرة بالعجز والنقص عند عدم مقدرتها على اقتناء منتجات معينة.

3- إقامة ندوات ونوادي اجتماعية تتيح للأزواج والزوجات فرصة التعبير عن مشكلاتهم الاقتصادية وإعطائهم أفكار من خلال متخصصين بطرق وأساليب للاستهلاك مناسبة لظروف حياتهم الاقتصادية.

4- أن الأسرة هي أساس المجتمع ولا بد من توفير احتياجات ومتطلبات بالقدر المناسب من خلال الدولة.

5- توفير السلع الاستهلاكية الأساسية من قبل الدولة والتي لا تستطيع بعض الأسر توفيرها بسبب ارتفاع أسعارها وانخفاض مستوى الدخل.

6- لا بد من تحسين الوضع الاقتصادي للأسرة عامة من خلال منح وعلاوات الأطفال ومنح مكافئات للأطفال بشكل منتظم ومستمر على الراتب.

قائمة المراجع:

1. إيمان جابر (2014)، استهلاك التفاخري، دار المعرفة، القاهرة.
2. الشعبي (1998)، دراسة تحليلية لأثر الوعي الاستهلاكي في حماية المستهلك، السعودية.
3. بروس براد بيري (2004)، دراسة الاستهلاك توزيع دخل الأسرة، القاهرة.
4. جويل سليرمان (2004)، توزيع جذر طبقة جيل وعلاقتها باستهلاك في شيلي معاصرة، السعودية.
5. سليمان داني (2011)، دراسة الدخل نزع استهلاك دراسة الأسرة في ما روي، الأردن.
6. عادل ماهر (2020)، النمط الاستهلاكي، دار المعرفة، السعودية.
7. عبد الرحمن ابن خلدون (1977)، المقدمة، دار الشعب، القاهرة.
8. عبد القدوس الأنصاري (2008)، دار المعرفة، جدة.
9. عبد اللطيف (2012)، الأسرة، مكان النشر، الأردن.
10. محمد (2013)، المحددات الاجتماعية للنمط الاستهلاكي في ليبيا، مجلة جامعة طرابلس، العدد الخامس.
11. مصطفى عمر التير (1992)، سيرة تحديث المجتمع الليبي ومواءمة بين القديم والحديث، معهد الأنماء العربي، بيروت.
12. هبة العيساوي (2012)، الاستهلاك التفاخري نمط الاجتماعي يتناقض الواقع الاقتصادي لغالبية المواطنين، صحيفة الغد، الأردن.
13. هنادي محمد إسماعيل (2011)، المظاهر الاجتماعية، دار المعرفة، الإسكندرية.

14. Loudon's Davis, and Britta Albert (1979). Consumer Behavior, New York: mc Grow.

15. Kemi Ayden, 2005 "Social" at ratification, and, consumption patterns in turkey, spring 2006.