

الفصل السابع

النتائج العامة للدراسة وتفسيرها

تمهيد.

أولاً: النتائج العامة:

١. التحولات الاقتصادية

٢. ثقافة الاستهلاك

٣. علاقة التحولات الاقتصادية بثقافة الاستهلاك

ثانياً: النتائج العامة ودلالاتها النظرية.

ثالثاً: النتائج العامة ودلالاتها العملية والتطبيقية (توصيات ومقترحات).

تمهيد

لزامًا على كلِّ باحثٍ أن يقوم بتفسير نتائج دراسته تفسيرًا واضحًا؛ حتى يتسنى له مراجعة القضايا النظرية والاستفادة بها، ومن ثم يتوصل إلى توصيات واقتراحات يمكن تحويلها إلى آليات عمل في المجتمع الذي يدرس مشكلاته ويحللها.

وتهدف الباحثة هنا إلى تفسير ما توصلت له دراستها من نتائج؛ وذلك لمعرفة دلالاتها النظرية في ضوء مقولات التصور النظري وقضاياها؛ وحتى يتمكن من الوصول إلى الدلالات العملية لتلك النتائج، والتي تحتوي على اقتراحات وتوصيات قابلة للتطبيق.

أولاً: النتائج العامة.

حاولت الباحثة تحقيق عدة أهداف، والإجابة على عدة تساؤلات، وقد استعانت الباحثة بعدة مصادر ومنها: استمارة استبيان، والمقابلة الشخصية المعمقة، بالإضافة إلى البيانات الجاهزة، ونتائج الدراسات السابقة، وقد توصلت إلى عدد من النتائج في ضوء الأهداف الرئيسة للدراسة، وهي:-

التحولات الاقتصادية.

١- النتائج الخاصة بمظاهر التحول الاقتصادي في ليبيا:

أ- ارتبطت التحولات الاقتصادية في ليبيا بالثورة المعلوماتية والعلمية والتكنولوجيا المتطورة، حيث إنَّ عصرنا هو عصر العلم أكثر اندماجًا وتأثرًا مع بعض، فهي التي سهلت حركة الأفراد والمنتجات ورأس المال والمعلومات والخدمات، وكذلك أسهمت في انتقال الصناعات الثقيلة.

ب- أصبحت قوى السوق، والتجارة الحرة، والانفتاح الاقتصادي، وانتقال السلع ورؤوس الأموال وتقنيات الإنتاج والمعلومات تفرض على كلِّ المجتمعات ومن بينها (ليبيا) عن طريق المؤسسات الدولية (صندوق النقد - البنك الدولي) وغيرها من المؤسسات الدولية التابعة للأمم المتحدة، وعن طريق الاتفاقيات العالمية كاتفاقية الجات (GAT)؛ مما زاد حجم التجارة الخارجية، ومن ثمَّ زاد حجم الناتج نتيجة تخفيض القيود المشددة على الاستيراد.

ج- إنَّ اندماج ليبيا في الاقتصاد الكوني، وفتح أبوابها للاستثمارات الأجنبية المباشرة، ساعد على زيادة الدخل؛ الأمر الذي أفرزته قوى العولمة والتي كانت وراء زيادة الاستهلاك، ونمو التجارة في ليبيا والذي يعود إلى اعتماد ليبيا على العنصر الناضب في صادراتها والعوائد التي كانت من ورائه.

٢- النتائج الخاصة بتأثير التحولات الاقتصادية في نشر ثقافة الاستهلاك:

أ- من خلال البيانات المتعلقة بشأن الواردات والصادرات والاستهلاك في ليبيا فترة الدراسة، أوضحت أنَّ نسبة الاستهلاك الخاص أعلى من نسبة الاستهلاك العام (الحكومي)، كلُّ ذلك ناتج من انخفاض القيود على الواردات السلعية، كذلك يرجع إلى ارتفاع العائدات النفطية؛ مما أدى إلى ارتفاع معدل النمو الاقتصادي الليبي، فالتسعت الأسواق التي أدت بدورها إلى زيادة الثقة بين المستثمرين؛ مما أدى إلى زيادة الدخل، ومن ثمَّ زاد

الطلب على الصادرات من السلع التي تنتج بمزايا نسبية فائقة في ليبيا بالنسبة إلى أسواق الدول الصناعية؛ مما انعكس في النهاية على معدل النمو الاقتصادي بالارتفاع.

ب- أعطت العولمة الاقتصادية وزناً ثقيلاً للمتغيرات الأخرى؛ حيث ارتبطت عملية العولمة الاقتصادية باتساع نطاق وتعمق النمط الاستهلاكي الغربي في شعوب العالم النامي والتي منها المجتمع الليبي، مثل نوعية الملابس والأثاث والأطعمة والمشروبات؛ حيث إنَّ لقوى العولمة وأبعادها المختلفة دافعاً وتوجيهاً لأنماط الاستهلاك في الدول النامية نحو زيادة الطلب على السلع؛ مما قد يمثل اختلالاً في هيكل الاستهلاك مما قد يتعارض مع السياسات التنموية، والتي تؤثر سلبياً على معدلات النمو الاقتصادي الليبي.

ج- زاد معدل الإنفاق الاستهلاكي بشكل كبير للسلع المعمرة وغير المعمرة، كما إنَّ هناك تطلعاً للأسر الليبية لاقتناء السلع المرتفعة الثمن، وخاصة السلع المبتكرة الحديثة.

٣- النتائج الخاصة بانعكاس القروض والبيع بالتقسيط والائتمان على أنماط الاستهلاك:

أ- من خلال البيانات الخاصة بالقروض، نجد أنَّ هناك ميولاً للأسر نحو القروض الاستهلاكية، حيث إنَّ الأسر في إقبال وبشكل كبير على السلفيات والقروض الشخصية الاستهلاكية.

ب- هناك العديد من الأسر المتسارعة للاتباع بالتقسيط، خاصة الأسر ذات الدخل المحدود الذين يلجئون لنظام التقسيط ليساعدهم على تسيير أمور حياتهم من خلال اقتناء العديد من السلع مباشرة دون الانتظار حتى يتم تجميع مبلغ شرائها، ويظهر هذا واضحاً من خلال لجوء نسبة كبيرة من الأسر إلى التقسيط من أجل الحصول على السلع المعمرة، وخاصة الحديثة منها والتي لها علامة تجارية.

ج- من خلال البيانات الخاصة بقروض الائتمان، نجد أنَّ البطاقات الإلكترونية ظهرت في ليبيا أواخر سنة ٢٠٠٥ مصحوبة بعدد قليل من آلات السحب النقدي.

ثقافة الاستهلاك.

١. النتائج الخاصة بالأنماط الاستهلاكية التي تسود بين الأسر في مدينة درنة:

إنَّ هناك علاقة طردية متوسطة بين النوع ونمط الاستهلاك باتجاه النمط الهدري للإناث، ونجد أيضاً أنَّ هناك علاقة عكسية ضعيفة بين العمر ونمط الاستهلاك باتجاه النمط الهدري والعمر، وأنَّ هناك علاقة طردية متوسطة بين حجم الأسرة ونمط الاستهلاك باتجاه النمط الهدري للأسر الكبيرة الحجم، كما إنَّ هناك علاقة طردية ضعيفة بين المستوى التعليمي ونمط الاستهلاك باتجاه النمط الهدري وارتفاع المستوى التعليمي، كذلك هناك علاقة طردية قوية بين متوسط الدخل الشهري للأسرة ونمط الاستهلاك باتجاه النمط الهدري للأسر ذات الدخل المرتفع.

ومن خلال هذه النتائج نستخلص أنَّ عينة الدراسة يغلب عليها النمط المعتدل بنسبة كبيرة، في المقابل أنَّ نسبة النمطين الترفي والهدري - معاً - هما الأعلى لدى العينة من الاعتدال في الاستهلاك.

وأن أكثر الأنماط الاستهلاكية انتشارًا لدى مختلف مستويات الأسرة بمدينة درنة هو النمط الهدري، أما الاستهلاك التري فيقتصر على الأسر ذات الدخل العالي وذات المؤهلات العلمية العليا، ونلاحظ أن المناسبات الاجتماعية تجعل ذوي النمط المعتدل يغيرون من نمطهم إلى نمط استهلاك هجري وتري، والنمط الموفر لعينة الدراسة قليل. وبالنسبة للأنماط الاستهلاكية لمستويات الأسرة، نجد أن الأسر بكافة أحجامها ذات المؤهل العلمي العالي تميل إلى الاستهلاك التري الهدري خاصة التي من الفئة العمرية ما بين ٣٠ - ٤٠ سنة. أما الأسر كبيرة الحجم وهي التي تسود معظم أسر العينة، فنمطها الاستهلاكي هجري خاصة الأسر ذات الدخل المنخفضة والمؤهل العلمي المتوسط، والجامعي، وما فوق الجامعي. أما الأسر كبيرة الحجم ذات الدخل المرتفعة والمؤهلات العلمية العليا وخاصة التي تقع في الفئة العمرية من ٣٠ - ٤٠ سنة فاستهلاكها تري. أما الأسر التي تقع في الفئة العمرية ٥٠ سنة فما فوق في الطبقة المتوسطة من مستويات الأسرة فتميل إلى الاعتدال والتوفير في الاستهلاك أكثر من ميلها إلى النمط الهدري.

٢. النتائج الخاصة بالاحتياجات الاستهلاكية التي تسود بين الأسر في مدينة درنة:

يتضح أن هناك علاقة طردية قوية باتجاه "دائمًا ما أحب امتلاك الحاجات المطورة والحديثة للسلع والمنتجات"، حيث نجد أن هناك علاقة طردية قوية بين العمر وحب امتلاك الحاجات المطورة والحديثة للسلع والمنتجات باتجاه "دائمًا ما أحب امتلاك الحاجات المطورة والحديثة للسلع والمنتجات". كما نجد أن هناك علاقة طردية متوسطة بين المستوى التعليمي وحب امتلاك الحاجات المطورة والحديثة للسلع والمنتجات باتجاه "دائمًا ما أحب امتلاك الحاجات المطورة والحديثة للسلع والمنتجات"، وأن هناك علاقة طردية قوية بين متوسط الدخل الشهري وحب امتلاك الحاجات المطورة والحديثة للسلع والمنتجات باتجاه "دائمًا ما أحب امتلاك الحاجات المطورة والحديثة للسلع والمنتجات"، كما إن (دائمًا) تحصلت على أعلى نسبة ٣٩,٩٥% من العينة الكلية للدراسة.

وبذلك نستخلص من هذه النتيجة: أن الأسر في مدينة درنة تحب اقتناء وامتلاك الحاجات الحديثة والمطورة، وأن السبب وراء شراء تلك الحاجات المطورة لاحتياجها بشكل ضروري، والتي حصلت على أعلى نسبة من العينة وهي ٤٧,٧٢%، في حين أن مجموع نسب كل من التقليد والتفاخر والتميز لاقتناء الحاجات كانت أعلى من اقتناء الحاجات الحديثة والمطورة لاستخدامها، وهنا يظهر بوضوح انتشار استخدام الحاجات كوسيلة للوصول لغاية، وليس لاحتياج الأسر لها.

وأن هناك علاقة عكسية متوسطة بين العمر واقتناء الحاجات والسلع الحديثة باتجاه "أوأكب كل الحاجات الحديثة ولو كانت تفوق قدرتي المادية"، كما نجد أن هناك علاقة طردية ضعيفة بين حجم الأسرة واقتناء الحاجات والسلع الحديثة باتجاه "أوأكب كل الحاجات الحديثة ولو كانت تفوق قدرتي المادية" بالنسبة لحجم الأسرة، كما نجد أن هناك علاقة طردية متوسطة بين المستوى التعليمي واقتناء الحاجات والسلع الحديثة باتجاه "أوأكب كل الحاجات الحديثة ولو كانت تفوق قدرتي المادية" بالنسبة للمستوى التعليمي، كما نجد أن هناك علاقة طردية قوية بين متوسط الدخل الشهري للأسرة واقتناء الحاجات والسلع الحديثة باتجاه "أوأكب كل الحاجات الحديثة ولو كانت تفوق قدرتي المادية" بالنسبة لمتوسط الدخل الشهري للأسرة.

ومن خلال هذه النتائج نستخلص أنه في المستويات والطبقات العليا بمدينة درنة نجد أنه دائماً ما تمتلك الأسر التي تنتمي لها كل ما هو جديد ومطور خاصة الأسر التي لديها مؤهلات علمية فوق الجامعية كالمجستير والدكتوراه، سواء كان حجم الأسرة صغيراً أم متوسطاً أو كبيراً، وأن امتلاكها يكون بنسبة كبيرة لدى الفئة العمرية من ٣٠ - ٤٠ سنة، يليها أقل من ٣٠ سنة. أما الفئة العمرية من ٤٠ - ٥٠ سنة ومن ٥٠ سنة فأكثر أحياناً ما تحب امتلاك كل ما هو جديد ومطور. كما نجد أن الأسر التي تقع في الطبقة المتوسطة لا تختلف كثيراً عن الطبقات الغنية فهي تمتلك بشكل قريب جداً للحاجات المطورة والحديثة التي تمتلكها الأسر في الطبقات الأعلى، ونجد أن أكبر نسبة تحب أن تمتلك دائماً كل ما هو جديد ومطور هي الأسر الصغيرة الحجم، يليها متوسطة الحجم ثم كبيرة الحجم، وأن النسبة الأعلى لمن يمتلكون كل ما هو مطور وجديد دائماً للمستوى التعليمي مافوق الجامعي، فالجامعي، فالمتوسط؛ فكلما انخفض المؤهل العلمي قلت مواكبة وملكية الحاجات المطورة والحديثة، كما نجد أنه في الطبقة الأقل من المتوسطة الأسر على مختلف أحجامها تحاول امتلاك كل ما هو جديد إن أتاحت لها الفرصة لامتلاكها، وخاصة الأسر المتحصلة على مؤهلات علمية فوق الجامعي، يليها الأسر لديها المؤهل الجامعي؛ وهذا يدل على عامل التقليد والمحاكاة، والرغبة في الوصول إلى الطبقات الأعلى من خلال اقتناء الحاجات التي تتميز بها الطبقات العليا في المجتمع.

٣. النتائج الخاصة بعناصر منظومة القيم الاستهلاكية التي تتمسك بها الأسر في مدينة درنة:

نجد أن هناك علاقة طردية متوسطة العلاقة بين القيم الاستهلاكية والنوع باتجاه "من أجل التميز والتفاخر" وتظهر أكثر وضوحاً لدى الإناث، وأن هناك علاقة عكسية ضعيفة بين القيم الاستهلاكية والعمر باتجاه "من أجل التميز والتفاخر"، كما إن هناك علاقة عكسية ضعيفة بين القيم الاستهلاكية وحجم الأسرة باتجاه "من أجل التميز والتفاخر"، وهناك علاقة طردية متوسطة بين القيم الاستهلاكية والمستوى التعليمي باتجاه "من أجل التميز والتفاخر"، وأن هناك علاقة طردية متوسطة بين القيم الاستهلاكية ومتوسط الدخل الشهري للأسرة باتجاه "من أجل التميز والتفاخر".

ومن خلال هذه النتائج نستخلص أنه من خلال العينة الكلية للدراسة: أن قيم الاستخدام والاستعمال أخذت أعلى نسبة، يليها قيم الاستمتاع، ثم الاستهلاك من أجل المظاهر فالكرم، فالاستهلاك من أجل التفاخر. مقابل ذلك نجد أن نسبة قيم المظاهر والاستمتاع والتفاخر مجتمعة هي الأعلى من قيم الاستخدام لدى أسر مدينة درنة؛ حيث نجد أن الأسر تلجأ إلى النمط الترفي للاستهلاك كوسيلة لتحقيق غايات معينة كالمسايرة الاجتماعية، وتحقيق مكانة اجتماعية معينة أو من أجل تقوية علاقات اجتماعية. كما نجد أن أغلبية الأسر من عينة الدراسة دائماً ما تقدم هدايا عالية الثمن لتقوية علاقاتها الاجتماعية بنسبة عالية، وقد يكون السبب ناتجاً عن عادات وتقاليد المجتمع الليبي التي حددت الرؤية للهدية التي تُعد واجباً اجتماعياً خلال المناسبات الاجتماعية؛ كالخطبة والزواج وقدم مولود، أو شراء منزل جديد، وفق ما تفرضه الثقافة السائدة في المجتمع الليبي. كما إنهم يلجئون للاستهلاك المظهري من أجل الانتماء الاجتماعي. وأن هذا النمط من الاستهلاك الهدري والترفي في المناسبات الاجتماعية كان سببه تأثر العادات والتقاليد المحلية بالمجتمع الغربي؛ حيث إن أعلى نسبة من العينة جاءت لكلاهما وهي ٥٨،٤٥%، وهنا يتضح لنا الأثر الكبير للثقافة العالمية على الثقافة

المحلية وظهور الثقافة المهجنة أو ما يسمى بالثقافة الثالثة. وعليه، يتضح لنا انتشار قيم التفاخر والمظاهر والتمتع بين الأسر بشكل أوضح من الاستخدام بسبب تأثر ثقافتهم بالثقافة العالمية والتقليد لأساليب الحياة في المجتمعات المتقدمة.

كما نستخلص أن عناصر القيم للأسر التي تقع في الطبقات العليا للمجتمع هي قيم التميز والتفاخر، تليها قيم الاستمتاع والمظاهر لكافة أحجام الأسر، وتبدو هذه القيم واضحة للأسر ذات المستوى العلمي الجامعي، وما فوق الجامعي، والتي تقع في الفئة العمرية من ٣٠ - ٥٠ سنة، وعناصر القيم لدى الأسر في الطبقة المتوسطة مرتبة على التوالي (استعمال، الكرم، الاستمتاع، المظاهر)، وهذه القيم تتمسك بها ذات التعليم المتوسط وما دونه، خاصة الأسر كبيرة الحجم والتي تقع في الفئة العمرية أكبر من ٥٠ سنة، والأسر ذات التعليم الجامعي فما فوق من الطبقة المتوسطة عناصر القيم لديهم التميز والتفاخر، فالمظاهر، فالاستخدام، فالاستمتاع، خاصة الأسر التي تقع بالفئة العمرية من ٣٠ - ٤٠ سنة، وفي المستويات والطبقات الأقل من المتوسطة تستهلك الأسر بمدينة درنة لسد احتياجاتها، و"من أجل الكرم" خاصة الأسر كبيرة الحجم وذات المؤهل العلمي المتوسط وما دون المتوسط والتي تقع في الفئة العمرية من ٤٠ - ٥٠ سنة. أما الأسر متوسطة الحجم التي لديها مؤهل جامعي فهي تستهلك من أجل الاستمتاع والمظاهر، خاصة تلك الأسر التي تقع ضمن الفئة العمرية أقل من ٣٠ سنة، والفئة العمرية من ٣٠ - ٤٠ سنة. وعلى أساس ماسبق نجد أنه كلما ارتفع متوسط الدخل والمستوى العلمي للأسرة كان هناك توجه نحو استبدال القيم الثقافية المحلية بقيم ثقافية عالمية مستوردة.

٤. النتائج الخاصة بالعلامات والرموز التي تفضلها الأسر في مدينة درنة:

إن هناك علاقة طردية قوية بين العلامة التجارية المفضلة لشراء ملابس الأطفال والنوع باتجاه الماركات العالمية بالنسبة للنوع، وتكون أوضح عند فئة الإناث؛ أي إن هناك علاقة طردية ضعيفة بين العلامة التجارية المفضلة لشراء ملابس الأطفال والعمر باتجاه الماركات العالمية بالنسبة للعلم. كذلك هناك علاقة طردية قوية بين العلامة التجارية المفضلة لشراء ملابس الأطفال وحجم الأسرة باتجاه الماركات العالمية بالنسبة لحجم الأسرة. وأيضاً هناك علاقة طردية متوسطة بين العلامة التجارية المفضلة لشراء ملابس الأطفال والمستوى التعليمي باتجاه الماركات العالمية بالنسبة للمستوى التعليمي. كما إن هناك علاقة طردية قوية بين العلامة التجارية المفضلة لشراء ملابس الأطفال ومتوسط الدخل الشهري باتجاه الماركات العالمية بالنسبة للدخل.

ومما سبق نستخلص أن: كل الأسر من مختلف الطبقات والمستويات العلمية والفئات العمرية تفضل المصادر الأوروبية، والسلع والمنتجات ذات الماركات العالمية بصفة عامة، وهنا نلاحظ أن أغلبية الأسر بمدينة درنة تجد أن اقتناء الملابس والمنتجات والسلع ذات الماركات تعزز من الثقة، وتضمن مظهرًا أنيقًا، وهذا يدل على ميل عينة الدراسة وبشكل كبير لاستهلاك المنتجات العالمية من أجل التفاخر والمظاهر بشكل أكبر من الاستعمال والاستخدام، وخاصة لدى الإناث اللواتي كنَّ مهتماتٍ باقتناء تلك المنتجات ذات الماركات العالمية بنسبة كبيرة جدًا.

وفيما يخص درجة الثقافة الاستهلاكية، واستجلاء رموز وصور ووظائف الاستهلاك، وكيف تختلف باختلاف الانتماء الطبقي نجد أن النسبة الأكبر لمستخدمي الماركات العالمية للسلع والمنتجات هم من الطبقة العليا، خاصة الأسر التي لديها مستويات علمية جامعية فأعلى. ومن الفئة العمرية من ٤٠ سنة فأقل. تليها الأسر من الطبقة المتوسطة خاصة

المتوسطة الحجم والصغيرة والتي لديها مؤهلات علمية ماجستير فأعلى، وتقع في الفئة العمرية ٤٠ سنة فأقل تفضل الماركات العالمية أكثر من الأوروبية. أما ذات التعليم المتوسط وما دونه تستهلك المنتجات ذات المصادر الأوروبية أكثر من المنتجات والسلع التي تحمل علاماتٍ ورموزًا عالمية. أما الأسر من المستويات الطبقيّة الأقل من المتوسطة تكثفي بالملابس والسلع المستوردة الأجنبية، يليها العربية، فالشرق آسيوية.

كما يتضح من خلال العينة أنّ كلّ الأسر من مختلف الطبقات والمستويات العليمة والفئات العمرية تفضل المصادر الأوروبية، والسلع والمنتجات ذات الماركات العالمية بصفة عامة حصلت على أعلى نسبة ٧٦,٧١%، كما اتضح أنّ الأسر التي لديها أطفال تفضّل شراء الملابس ذات الماركات العالمية بنسبة عالية ٣٩,٩٥%، كما نلاحظ نفور الأسر من الملابس المحلية؛ وهذا يدل على النمط التعويضيّ في الاستهلاك من قبل الأسر نتيجة انهيارهم بالانفتاح العالميّ للأسواق، وتكدس كافة الماركات العالمية التي كانوا يشتهوها أثناء الماضي.

علاقة التحولات الاقتصادية بثقافة الاستهلاك.

١. انعكاس نظام التقسيط على النمط الاستهلاكيّ وعناصر ثقافة الاستهلاك لدى الأسر في مدينة درنة:

إنّ هناك علاقة طردية ضعيفة العلاقة بين النوع والشراء بنظام التقسيط باتجاه الإناث، وعلاقة عكسية ضعيفة بين المستوى التعليميّ والشراء بنظام التقسيط باتجاه حملة المؤهلات العليا، وعلاقة عكسية متوسطة بين الدخل والشراء بنظام التقسيط باتجاه زيادة الدخل؛ ويمكن إرجاع ذلك لدخولهم المرتفعة عن باقي الفئات الأخرى التي تجعل تعاملاتهم نقدية أكثر من التعامل بنظام التقسيط.

وفيما يخصّ انعكاس نظام التقسيط على النمط الاستهلاكيّ وعناصر ثقافة الاستهلاك لدى الأسر في مدينة درنة، نجد أنّ هناك علاقة طردية متوسطة القوة بين عملية التعامل بالتقسيط وتغير أنماط تلك الأسر الاستهلاكية تظهر عند النمط الاعتداليّ باتجاه النمط الهدري؛ وبناءً على ما تقدم: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تغير أنماطهم الاستهلاكية ويكون في اتجاه المتعاملين بالتقسيط.

وإنّ هناك علاقة طردية متوسطة القوة بين الأسر المتعاملة بالتقسيط وحب امتلاكهم للسلع المطورة والحديثة تظهر عند أحياناً وباتجاه دائماً ما أحب امتلاك الحاجات المطورة والحديثة؛ وبناءً عليه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في زيادة الرغبة لاقتناء كلّ ما هو حديث ويكون في اتجاه المتعاملين بالتقسيط.

وهناك علاقة طردية ضعيفة القوة بين عملية التعامل بالتقسيط وتغير القيم الاستهلاكية؛ وبناءً عليه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مظاهر القيم الاستهلاكية، ويكون في اتجاه المتعاملين بالتقسيط.

إنّ هناك علاقة طردية قوية جداً بين عملية التعامل بالتقسيط ومدى الاستفادة منه في شراء الماركات العالمية تظهر عند "أحياناً ما أستفيد" و"باتجاه" دائماً ما أستفيد من نظام التقسيط في شراء المنتجات ذات الماركات العالمية مهما كانت غالية الثمن؛ وبناءً عليه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل الاستفادة، ويكون في اتجاه المتعاملين بالتقسيط.

وعليه، نستخلص أن عددًا كبيرًا من العينة يشترون المنتجات بنظام البيع بالتقسيط، وأن أغلب الأسر المتعاملة بالتقسيط تفضل الابتعاد بالتقسيط في كل مرة تشتري فيها حاجاتها حتى مع وجود المبلغ لديهم، كما نجد أن ذوي المؤهلات الجامعية هم الأكثر التعامل بالتقسيط، وأن الظروف الاقتصادية هي السبب وراء جعل عينة الدراسة تتعامل بالتقسيط، فما هي إلا محاولة منهم لرفع مستوى معيشتهم باقتناء العديد من السلع المعمرة بسرعة والاستمتاع بها مباشرة دون الانتظار لتجميع مبلغ شرائها، وخاصة عند ظهور منتجات و السلع مطورة وحديثة أو عند الزواج. وأجمعت كل الأسر المدروسة على استفادتها من هذا النظام في الابتعاد؛ فهو يبعدهم عن اللجوء إلى الاستدانة ممن حولهم، وكذلك لا يدخلون في ضايقه مالية، ويحصلون على كل ما يريدون من خلال تعاملهم بهذا النظام في اقتناء السلع والحاجات الحديثة والمطورة، وأن التقسيط يشجع على الاستهلاك التزوي، ويجعلهم يستهلكون بشكل يفوق قدرتهم المادية ويجعلهم يشترون سلع متطورة ولها رموز وتفوق دخلهم بكثير، قد لا يكون هناك حاجة حقيقية لها، هذا يبدو واضحًا في أسلوب العديد من الأسر الليبية بمدينة درنة.

٢. انعكاس امتلاك بطاقة الائتمان على نمط الاستهلاك وعناصر ثقافة الاستهلاك لدى الأسر في مدينة

درنة:

إن هناك علاقة طردية قوية باتجاه حملة المؤهلات العليا، كما إن هناك علاقة بين متوسط الدخل الشهري للأسرة وملكية البطاقات الائتمان، وطبيعة هذه العلاقة طردية متوسطة باتجاه الأسر ذات الدخل المرتفع جدًا. وعليه، نستخلص أن نسبة بسيطة من الأسر بمدينة درنة هم من يمتلكون بطاقات الائتمان، وأن أغلب مالكيه من الذكور، ويمكن إرجاع ظهور فئة الذكور لامتلاك بطاقة الائتمان بنسبة أعلى هي السفر للخارج إما للعمل أو للدراسة، كما ظهرت ملكية بطاقة الائتمان بشكل أوضح لدى فئة المؤهلات العليا ماجستير فأعلى، تلتها بعد ذلك فئة المؤهل الجامعي، فيما انعدمت نسب امتلاكها لدى فئة محو الأمية، وطبيعة هذه ويمكن إرجاع السبب إلى أن أغلبهم ممن تلقى العلم خارج ليبيا. كما نجد أن أغلبية الأسر المالكة لبطاقة الائتمان تعتمد على الراتب الشهري بالإضافة إلي ما يحصلون عليه من أرباح من أعمالهم التجارية كمصدر للدخل، وأن سبب اللجوء لبطاقة الائتمان هي الاستفادة منها عندما ينفد الرصيد عن اللجوء لاستخدامها من أجل التباهي والتفاخر، أن أغلب العينة أحيانًا ما تستخدم البطاقة داخل مدينة درنة، ولكن الاستفادة الأكبر منها عند السفر بالخارج؛ والسبب أن هذه الخدمة المصرفية حديثة في دولة ليبيا، وأن معظم المحلات والمراكز التجارية لا تتعامل بها، كما يرى مستخدمو بطاقات الائتمان أن استخدام بطاقة الائتمان يزيد من الاستهلاك.

وفيما يخص انعكاس امتلاك بطاقة الائتمان على نمط الاستهلاك وعناصر ثقافة الاستهلاك لدى الأسر في مدينة درنة، نجد أن هناك علاقة طردية قوية لتغير النمط الاستهلاكي باتجاه النمط الهدري مالكي بطاقات الائتمان. وعليه، يمكن القول بأن مالكي بطاقات الائتمان قد تغير نمطهم الاستهلاكي من النمط الموفر والمعتدل باتجاه النمط الهدري، في حين النمط المعتدل أيضًا وبشكل واضح لغير المالكين للبطاقات الائتمانية.

إنَّ هناك علاقة طردية قوية بين ملكية الحاجات الحديثة والمطورة وبين امتلاك بطاقة الائتمان باتجاه مواكبة كلِّ ماهو جديد وحديثة ولو كان يفوق قدراتهم المالية. وعليه، يمكن القول بأنَّ مالكي بطاقات الائتمان هم أكثر اتجاهًا نحو امتلاك الحاجات المطورة والحديثة في حين أنَّ غير مالكي بطاقة الائتمان إنَّ أتاحت لهم الفرصة؛ لذلك فإنَّهم سيمتلكون السلع المطورة والحديثة.

كما إنَّ هناك علاقة طردية متوسطة لتغير القيم الاستهلاكية لدى مالكي بطاقات الائتمان باتجاه قيم التفاخر والتميز؛ وعليه يمكن القول بأنَّ مالكي بطاقات الائتمان قد تغيرت قيمهم الاستهلاكية باتجاه التميز والتفاخر.

أنَّ هناك علاقة طردية متوسطة باتجاه دائمًا ما يتم شراء منتجات ذات ماركات عالمية مَهما كانت غالية الثمن لدى مالكي بطاقات الائتمان؛ وعليه يمكن القول بأنَّ مالكي بطاقات الائتمان يتجهون أكثر نحو شراء منتجات ذات ماركات عالمية مَهما كانت غالية الثمن.

وعليه، نستخلص أنَّ امتلاك بطاقة الائتمان على نمط الاستهلاك وعناصر ثقافة الاستهلاك فأصبحت هنالك احتياجاتٍ ضرورية مستحدثة بشكل مستمر، وأصبحنا نعمل المستحيل وما يفوق قدرتنا للحصول عليها، وأنا أصبحنا نشبه العالم الغربيِّ في أسلوب وطرق حياتنا من عادات الأكل وكيفية اللبس، واستخدام الأجهزة الحديثة والمتطورة، أنَّ الأسر المالكة لبطاقات الائتمان تحب اقتناء الماركات العالمية، وتواكب الأسر كلِّ ما هو جديد وحديث من السلع والآلات والأدوات المنزلية الحديثة لسرعتها وجودتها؛ لأنها تنظم من خلالها أسلوب حياتهم لأنها تضيفي على مستخدميها سمة التحضر والحداثة ولمسايرة الحياة العالمية في أسلوب وطرق الحياة. ونستنتج من ذلك أنَّ الاحتياجات الكمالية أصبحت احتياجاتٍ ضرورية مستحدثة وبشكل مستمر، وأصبحنا بالفعل نحتاجها بشكلٍ ضروريِّ، وأنَّ الأسر المالكة لبطاقات الائتمان بأنَّها لا تستطيع تخفيض استهلاكها، وإنما تستهلك بشكلٍ طبيعيِّ متماشٍ مع مستواهم المعيشيِّ ووضعهم الماديِّ ومكانتهم الاجتماعية والطبقية.

٣. أثر الاقتراض على نمط الاستهلاك وعناصر ثقافة الاستهلاك لدى الأسر في مدينة درنة:

هناك علاقة طردية قوية بين النوع والاقتراض من البنوك باتجاه الذكور، وعلاقة عكسية متوسطة بين المستوى التعليميِّ والاقتراض من البنوك باتجاه حملة المؤهلات العليا، وعلاقة عكسية قوية جدًا بين متوسط الدخل الشهريِّ للأسرة والقيام بعملية الاقتراض من البنوك باتجاه الأسر ذات الدخل المرتفعة.

وعليه، نستخلص أنَّ الموافقة على عملية الاقتراض من البنوك هي الأوضح وبفارق ٢٤,٧٤%، وأنَّ غالبية الأسر المقترضة بمدينة درنة هم من الذكور؛ ويمكن إرجاع سبب ذلك إلى أنَّ الذكور يلجئون إلى ذلك لبناء حياتهم، وما تفرضه عليهم مصاريف الزواج، والفئة العمرية الأكبر للمقترضين من ٣٠-٥٠ والمقترضين من المستوى التعليميِّ الجامعيِّ هم الفئة الأكثر وضوحًا للاقتراض، في حين أنَّ حملة المؤهلات العليا هي الأكثر وضوحًا من حيث عدم الاقتراض؛ ويمكن إرجاع ذلك إلى ارتفاع الدخل الشهريِّ بارتفاع المستوى التعليميِّ، وأنَّ الأسر المقترضة هي في الأغلب من الأسر كبيرة الحجم المكونة من ٥ أفراد فأكثر، وأنَّ أغلبية الأسر المقترضة تعتمد على الراتب الشهريِّ كمصدر للدخل، كما إنَّ أغلبية الحالات لجأت إلى الاقتراض أكثر من مرة.

وفيما يخص أثر الاقتراض على نمط الاستهلاك وعناصر ثقافة الاستهلاك لدى الأسر في مدينة درنة: نجد أنّ هناك علاقة طردية متوسطة القوة لتغير النمط الاستهلاكيّ عند القيام بعملية الاقتراض. وعليه، يمكن القول بأنّ فئة المقترضين قد تغير نمطهم الاستهلاكيّ من النمط الموفر والمعتدل باتجاه النمط الهدريّ؛ حيث أنّ مجموع النمطين التريّ والهدريّ كان أكثر وضوحًا للحاصلين على القروض البنكية، في حين أنه أقل وضوحًا لغير الحاصلين على قروض بنكية. تبين وجود علاقة عكسية ضعيفة لدى فئة المقترضين باتجاه مواكبة كلّ ما هو جديد وحديث ولو كان يفوق قدراتهم المالية. وعليه، يمكن القول بأنّ المقترضين هم أقل اتجاهًا نحو امتلاك الحاجات المطورة والحديثة وفي حال أتاحت لهم الفرصة لذلك فإنهم سيمتلكون السلع المطورة والحديثة.

وأنّ هناك علاقة عكسية ضعيفة لتغير القيم الاستهلاكية عند القيام بعملية الاقتراض؛ إذ تتجه نحو سدّ الاحتياجات، وعليه يمكن القول بأنّ فئة المقترضين قد غيرت قيمهم الاستهلاكية لسدّ الاحتياجات، في حين أنّ من لم يقوموا بعملية الاقتراض كانت استجاباتهم أوضح في "من أجل المظاهر والشكل والاستمتاع". كما إنّ هناك علاقة عكسية ضعيفة لشراء منتجات ذات ماركات عالمية مهمّا كانت غالبية الثمن لدى المقترضين. وعليه، يمكن القول بأنّ المقترضين لا يتجهون بشكل كبير نحو شراء منتجات ذات ماركات عالمية عندما تكون باهظة الثمن.

وعليه، نستخلص أنّ كلّ الأسر المقترضة في مدينة درنة اقتضت من أجل احتياجات لم تكن لديها القدرة على إشباعها وتلبيةها من أجل (الزواج، أو من أجل شراء سيارة، أو من أجل صيانة، أو تأثيث منزل، أو لتسديد دين، أو بناء منزل، أو لإقامة مشروع صيانة، وتغيير أثاث المنزل؛ لكي يتماشى مع الحياة العصرية، وللعلاج بالخارج وإجراء عمالية جراحية، ومن أجل تجهيز حفل زواج)، وترى الأسر المقترضة بمدينة درنة أنّ ظهور السوق العالميّ المتطور بشكل سريع ووجود الأشياء والسلع الحديثة والمتطورة والمتنوعة عالية الجودة هو من دفعهم إلى الاقتراض، كذلك عدم القدرة على إقامة الحفلات والولائم والمناسبات الاجتماعية كالزواج واستقبال الأطفال يجعلها تلجأ للاقتراض الذي أصبح سمة من سمات العصر؛ لكونه ينهي كلّ العقبات التي تواجه الأسر بسبب الغلاء وعدم كفاية الراتب الشهريّ، وأنّ الدافع وراء الاقتراض من أجل حلّ الأزمات والأسرية وتحسين الوضع المعيشيّ إظهارًا لنفسها في مكانة جيدة. وترى أغلبية الأسر المقترضة أنّ القروض لا تؤدي دائمًا إلى زيادة الاستهلاك وأنّ الحياة العصرية ومتطلباتها هي من دفعت الناس إلى الاقتراض؛ حيث يرى الأغلبية أنّ القروض خدمة مصرفية جيدة لو تم استثمارها بشكل جيد؛ فهي حلّ بعض الأزمات التي نمر بها في هذا الزمن السريع التطور والمتزايد في الاحتياجات الحديثة، وأنّ هناك ازدياد على الاقتراض من قبل الأسر خاصة من الطبقة الوسطى خلال هذه السنوات، وأنّ اختلاط العادات والتقاليد المحلية التي أساسها الكرم والجود بالثقافة المستوردة من الخارج أدت إلى التصنع والتفاخر في المناسبات الاجتماعية بشكل كبير وعاداتنا وتقاليدنا هي من ساعدت على زيادة ثقافة الاستهلاك، ودعمها للوصول إلى الاستهلاك التريّ والهدريّ، مما أدى إلى الاقتراض من أجل الظهور في مكانة اجتماعية أفضل، والأسر المقترضة أحيانًا ما تقتني الحاجات ذات الماركات العالمية، وأنّ امتلاكها لكلّ ما هو جديد وحديث من السلع لجودتها وحاجتهم لها ولمواكبة كلّ ما هو متماشٍ مع هذا العصر.

ثانياً: النتائج العامة ودلالاتها النظرية.

١. أكدت نتائج الدراسة الميدانية على ارتباط التحولات الاقتصادية في ليبيا بالتحولات التي حدثت للاقتصاد العالمي من الثورة المعلوماتية والعلمية والتكنولوجيا المتطورة، والانفتاح الاقتصادي، وانتقال السلع ورؤوس الأموال وتقنيات الإنتاج والمعلومات تفرض على كل المجتمعات ومن بينها (ليبيا) عن طريق المؤسسات الدولية وعن طريق الاتفاقيات العالمية.

وهذا يتفق مع أحد قضايا التصور النظري للدراسة لنظرية الموجة الثالثة للعملة؛ حيث يرى هيلد أنه في الوقت الحالي يجري إعادة تشكيل القوى الدولية في حين أنها لا تزال من الناحية القانونية ذات سيادة مع تقاسم الوظائف والسلطة مع المنظمات الإقليمية والمؤسسات العالمية، مثل: المؤسسات، والمنظمات الدولية، والشركات المتعددة الجنسيات. وبذلك أن الدولة أصبحت أكثر نشاطاً ولم تنقل قوتها وإنما أعيد تشكيلها، في عالم أكثر عولمة بطريقة تحافظ وتعزز بها سلطتها، وأن الحدود الإقليمية لا تزال مهمة، ولكن فكرة أن تكون هي العلامات الأولية للحياة الحديثة تعتبر مثيرة للخلاف.

٢. أن اندماج ليبيا في الاقتصاد الكوني، وتقديم الخدمات المصرفية والتسهيلات المالية من قروض ونظام التسيط وطاقات الائتمان، ساعد على اتساع نطاق وتعمق النمط الاستهلاكي الغربي لدى الأسر الليبية، مثل: نوعية الملابس، والأثاث، والأطعمة والمشروبات. و زاد معدل الإنفاق الاستهلاكي بشكل كبير للسلع المعمرة وغير المعمرة، كما إن هناك تطلع للأسر الليبية لاقتناء السلع المرتفعة الثمن، والخاصة والسلع المتكبرة الحديثة.

وذلك يتفق مع نظرية هيلد أن العملة هي القوة الدافعة التي تغير تجارب حياة الشعوب، حيث أن الثقافة الوطنية للشعوب على سبيل المثال (الإعلام والأفلام والدين والطعام والموسيقى والموضة) اختلطت بمدخلات ومصادر دولية، وبذلك فإن الثقافة المحلية لم تُعد منفصلة عن الثقافة الدولية.

٣. أن أكثر الأنماط الاستهلاكية انتشاراً لدى مختلف مستويات الأسرة بمدينة درنة هو النمط الهدري، أما الاستهلاك التري فيقتصر على الأسر ذات الدخل العالي وذات المؤهلات العلمية العليا، ونلاحظ أن المناسبات الاجتماعية تجعل ذوي النمط المعتدل يغيرون من نمطهم إلى نمط استهلاك هجري وتري كما إنهم يلجئون للاستهلاك المظهري من أجل الانتماء الاجتماعي.

وهذا يتفق مع ما جاء به بودريار؛ حيث يرى أنه في المجتمع الاستهلاكي الفرد يصبح مشاركاً في مجتمعه، لا بالعمل الاجتماعي والسياسي، بل لاستهلاكه للسلع وبضائع ينتجها هذا المجتمع؛ فالمشاركة أصبحت في نوع من الاستهلاك، والانتماء أصبح انتماء لشريحة استهلاكية معينة تكون علامة على المكانة أو المستوى الاجتماعي.

٤. أن الأسر في مدينة درنة تحب اقتناء وامتلاك الحاجات الحديثة والمطورة، وأن السبب وراء شراء تلك الحاجات المطورة هو احتياجها بشكل ضروري، والتي حصلت على أعلى نسبة من العينة. في حين أن مجموع نسب كل من التقليد والتفاخر والتميز لاقتناء الحاجات كانت أعلى من اقتناء الحاجات الحديثة والمطورة لاستخدامها، وهنا يظهر بوضوح انتشار استخدام الحاجات كوسيلة للوصول لغاية وليس لاحتياج الأسر لها.

وهذا يتفق مع نظرية بودريارد: "السلع تُستهلك لما تضيفه على المرء من مكانة أو وضع اجتماعي أو صورة معينة عند الآخرين، لا بما تشبعه من احتياجات أوليه لديه؛ فالاحتياجات هنا ليست احتياجات أفراد، بل هي احتياجات نظام". كما يؤكد رأي مايك فيزرستون أن الطرق التي يستخدم بها الناس استهلاك السلع هي من أجل وضعهم في أماكن اجتماعية معينة، وخلق روابط وصلات اجتماعية، أو من أجل الوصول إلى امتيازات.

٥. كما أكدت نتائج الدراسة أنه لا توجد اختلاف كبير في امتلاك الحاجات الحديثة ومواكبتها؛ ففي المستويات العليا نجد أن دائماً ما تمتلك الأسر التي تنتمي لها كل ما هو جديد ومطور خاصة الأسر التي لديها مؤهلات علمية كالماجستير والدكتوراه، بمختلف أحجامها، وأن امتلاكها يكون بنسبة كبيرة لدى الفئة العمرية من ٣٠ - ٤٠ سنة، وفي الجمل نجد أن الأسر التي تقع في الطبقة المتوسطة لا تختلف كثيراً عن الطبقات الغنية فهي تمتلك بشكل قريب جداً للحاجات المطورة والحديثة التي تمتلكها الأسر في الطبقات الأعلى، كما نجد أنه في الطبقة الأقل من المتوسطة الأسر على مختلف أحجامها تحاول امتلاك كل ما هو جديد إن أتيحت لها الفرصة لامتلاكها، وخاصة الأسر المتحصلة على مؤهلات علمية فوق الجامعي، يليها الأسر لديها المؤهل الجامعي؛ وهذا يدل على عامل التقليد والمحاكاة، والرغبة في الوصول إلى الطبقات الأعلى من خلال اقتناء الحاجات التي تتميز بها الطبقات العليا في المجتمع.

وهذا يؤكد صحة ما ذهب إليه فيزرستون إلى أن المعرفة مهمة، معرفة السلع الجديدة وقيمتها الثقافية والاجتماعية، وكيفية استخدامها بشكل مناسب؛ فهذه هي القضية خاصة عند الجماعات الطموحة التي تتبنى أسلوب التعلم نحو الاستهلاك وتحذيب نمط الحياة، ويكون من أجل هذه الجماعات مثل الطبقة الوسطى الجديدة، الطبقة العاملة الجديدة، والطبقة الثرية الجديدة أو الطبقة العليا. وكذلك تتفق مع قضية بودريارد الخاصة بالمبدأ الديمقراطي الذي تحول من مساواة حقيقية، واقعية مساواة القدرات والمسؤوليات والفرص الاجتماعية والسعادة (بالمعنى الكامل للكلمة)، إلى مساواة أمام الغرض والعلامات البينية الأخرى للنجاح الاجتماعي والسعادة.

٦. يتضح من خلال نتائج الدراسة انتشار قيم التفاخر والمظاهر والتمتع بين الأسر بشكل أوضح من الاستخدام، وأن الاستهلاك الهدري والترقي في المناسبات الاجتماعية كان بسبب تأثير العادات والتقاليد المحلية بالمجتمع الغربي، وهنا يتضح لنا الأثر الكبير للثقافة العالمية على الثقافة المحلية وظهور الثقافة المهجنة، أو ما يسمى بالثقافة الثالثة. وهذا يتفق مع إحدى قضايا التصور النظري للدراسة، والتي تتعلق بأن التحولات الاقتصادية أدت إلى دخول ثقافة جديدة على الثقافة المحلية؛ مما أدى إلى ظهور أنماط جديدة للاستهلاك، وأصبحت ثقافتنا خليطاً من ثقافة كونية محلية.

٧. كما اتضح لنا أيضاً أن الأسر تلجأ إلى النمط الترقّي للاستهلاك كوسيلة لتحقيق غايات معينة، حيث إن أغلب الأسر تلجأ إلى الاستهلاك الترقّي، من أجل المسايرة الاجتماعية ولحصول على مكانة اجتماعية وتقوية العلاقات الاجتماعية ومن أجل المظاهر والتميز، كما إنهم يلجئون للاستهلاك المظهري من أجل الانتماء الاجتماعي.

وهذا يتفق مع ما جاء به بودريلار؛ حيث يرى أن المجتمع الاستهلاكيّ تتغير فيه القيم والمعايير لصالحه، ولم يبقَ إلاّ القيم الفردية التي يحرص المجتمع الاستهلاكيّ على إنتاج المزيد منها. وعليه، فلم يُعدّ الفرد يسعى لأنّ يحقق ذاته، بل أصبح يسعى لنيل موافقة الآخرين، وكسب رضاهم والتماهي معهم.

٨. أن قيم التميز والتفاخر، تليها قيم الاستمتاع والمظاهر واضحة للأسر ذات المستوى العلميّ الجامعيّ، وما فوق الجامعيّ؛ وعلى أساس ماسبق نجد أنه كلما ارتفع متوسط الدخل والمستوى العلميّ للأسرة كان هناك توجه نحو استبدال القيم الثقافية المحلية بقيم ثقافية عالمية مستوردة.

وهذا يؤكد صحة ما ذهب إليه فيزرستون من أنّ الوسطاء الثقافيين الجدد كإحدى فئات الطبقة الوسطى الجديدة هم مفتونون بالهوية والمظهر ونمط الحياة، ويفضلون التميز والاختلاف.

٩. وفيما يخصّ درجة الثقافة الاستهلاكية واستجلاء رموز وصور ووظائف الاستهلاك، وكيف تختلف باختلاف الانتماء الطبقيّ، نجد أنّ كلّ الأسر من مختلف الطبقات والمستويات العلمية والفئات العمرية تفضّل المصادر الأوروبية، والسلع والمنتجات ذات الماركات العالمية بصفة عامة، وهنا نلاحظ أنّ أغلبية الأسر بمدينة درنة تجد أنّ اقتناء الملابس والمنتجات والسلع ذات الماركات تعزز من الثقة وتضمن مظهرًا أنيقًا، وهذا يدل على ميل عينة الدراسة وبشكل كبير لاستهلاك المنتجات العالمية من أجل التفاخر والمظاهر بشكل أكبر من الاستعمال والاستخدام، وخاصة لدى الإناث اللواتي كنّ مهتمات باقتناء تلك المنتجات ذات الماركات العالمية بنسبة كبيرة جدًا.

وهذا يتفق مع إحدى قضايا التصور النظريّ للدراسة، والتي ترى أنّ الواقع نعيشه من خلال تلك الصور والرموز والعلامات التي حلّت بالفعل محلّ الواقع؛ كذلك يتفق مع ما جاء به بودريلار، حيث يرى أنّ العلامات والرموز قد حلّت محلّ الواقع نفسه، وبذلك أصبح الدالّ مستقلاً عن المدلول، وتمّ تعميم الأيدولوجيا؛ فالسلع تُستهلك، لا لما تسدّه من احتياجات، بل لما لها من قيمة رمزية؛ أي: تُستهلك باعتبارها علامات.

١٠. نجد أنّ هناك علاقة طردية متوسطة القوة بين عملية التعامل بالتقسيت، وتغير أنماط تلك الأسر الاستهلاكية باتجاه النمط الهدريّ، وهي محاولة منهم لرفع مستوى معيشتهم باقتناء العديد من السلع المعمرة بسرعة والاستمتاع بها مباشرة، دون الانتظار لتجميع مبلغ شرائها، وخاصة عند ظهور منتجات و سلع مطورة وحديثة أو عند الزواج، وأجمعت كلّ الأسر المدروسة باستفادتها من هذا النظام في الابتاع؛ فلا يدخلون في ضائقة مالية، ويحصلون على كل ما يريدون من خلال تعاملهم بهذا النظام في اقتناء السلع والحاجات الحديثة والمطورة، وأنّ التقسيت يشجع على الاستهلاك التريّ ويجعلهم يستهلكون بشكل يفوق قدرتهم المادية ويجعلهم يشترون سلعاً متطورة ولها رموز وتفوق دخلهم بكثير.

وذلك بما يتفق مع وجهة نظر فيزرستون من أنّ الرأسمالية تنتج أماكن الاستهلاك التي توافق على بهجة أو لذة الإفراط. وتلك الأماكن أو المحلات تفضل أيضًا الحدّ غير الواضح بين الفنّ والحياة اليومية من خلال الإصرار أو المثابرة على نقل العناصر الكرنفالية القائمة إلى محلات معينة للاستهلاك؛ مثل: الأسواق التجارية الكبيرة، ودكاكين البيع بالتجزئة، ونقلها

ودمجها في الاستهلاك واضحًا بواسطة الدولة والشركات. كما يتفق مع إحدى قضايا التصور النظريّ للدراسة والتي تتعلق بإعادة ثقافة الاستهلاك لصياغة شخصيات الأفراد في المجتمعات النامية، لكي تدفعها للدخول في مجال الاستهلاك المتواصل، وذلك من خلال إنتاج الاحتياجات للسلع التي جاءت نتيجة تطوير المنتجات وتحديثها وزيادتها وتنوعها، وبالفعل أصبحت تلك الاحتياجات تُشعر الناس بالانتماء لطبقة معينة من خلال اقتنائها لتلك الاحتياجات حتى من دون الاستفادة منها.

١١. أن هناك علاقة طردية قوية لتغير النمط الاستهلاكيّ باتجاه النمط الهدريّ لمالكي بطاقات الائتمان. وعليه، يمكن القول بأن مالكي بطاقات الائتمان قد تغير نمطهم الاستهلاكيّ من النمط الموفر والمعتدل باتجاه النمط الهدريّ، في حين النمط المعتدل أيضًا وبشكل واضح لغير المالكين للبطاقات الائتمانية.

وذلك بما يتفق مع تبصر بودريلار بقضية الائتمان في مرحلة مبكرة من تطور الائتمان الحديثة، وخاصة بطاقة الائتمان؛ حيث رأى أن نظام الائتمان هو الجانب الرئيس من المجتمع الاستهلاكيّ المزدهر، وكان ذلك عندما كان يكتب كتابه في أواخر ١٩٦٠.

ثالثًا: النتائج العامة ودلالاتها العملية والتطبيقية (توصيات ومقترحات).

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج من الصعب إعطاء وصفة واحدة لحلّ هذه المشكلة؛ فالحلّ يحتاج إلى تكاتف عدة أطراف، والتي هي سبب المشكلة؛ فإنّ الباحثة توصي بما يلي:

١. الحكومات وصناع القرار:

- أ- دعم الإنتاج، وهو المدخل إلى الاستهلاك الرشيد.
- ب- العمل على وضع إستراتيجية متكاملة قادرة على مواجهة تحديات العولمة، والحدّ من خطورة الاختراق الثقافيّ الداعم للاستهلاك الترفيّي.
- ج- لا بدّ من الحكومة أن تقوم بحملة وطنية للتوعية بمخاطر هذه الظاهرة، وإظهار آثارها السلبية على الفرد والأسرة والمجتمع من خلال المؤسسات التربوية ومؤسسات الخدمة الاجتماعية لزيادة وعي الأسر الليبية نحو استهلاك.
- د- عقد ندوات ومؤتمرات موجهة للأسر، تناقش فيها الآثار السلبية للاستهلاك الترفيّي في المجالات المختلفة، وكيفية اتخاذ القرار الشرائيّ في حدود الإمكانيات المادية للأسرة، والنتيجة المترتبة على ذلك في استقرار الحياة في كلّ نواحيها.
- هـ- الاستفادة من وسائل الإعلام المرئية والمقروءة، وكذلك استخدام التقنيات الحديثة في إرسال الرسائل القصيرة عبر الإنترنت والجوال وتطويرها لتكثيف التوعية لتعديل سلوك الاستهلاك الهدريّ؛ وذلك ببيان الآثار الضارة التي تقع على الفرد والمجتمع والتبعية للنظام الرأسماليّ، وتقديم الإرشادات الضرورية حول الاستهلاك السليم.
- و- أن تتعاون المؤسسات المالية والشركات الخاصة بالتسهيلات المالية في تصميم برامج توعية متخصصة تعمل على زيادة وعي المجتمع بكيفية التعامل مع تلك الخدمات.

ز- توعية الأسر بضرورة استخدام خدمات الاقتراض والتقسيم لأسباب ودوافع رشيدة وليست عاطفية، والحدّ من استنزاف الدخل في الجوانب الكمالية والترفيهية والتفاخرية، واتخاذ الوقت الكافي للتفكير قبل شراء السلعة.

ح- توعية الأسر بأنه من الضروريّ ألا تستقطع التسهيلات المالية من قروض وتقسيم نسبة كبيرة من الدخل الشهريّ، بما يجاوز قدرات الأسرة؛ وذلك لكي لا تقع في مشاكل قانونية ومادية، وتشجيعها على الادخار والاستثمار.

٢. منظمات المجتمع المدني:

أ- ضرورة تذكير علمائنا الأفاضل وخطباء المساجد بحكم الهدر والترف في ديننا الإسلاميّ، وبيان مظاهره، وبعض الأحكام التي تختصُّ به، والتي قد تكون بعض الأسر قد غفلت عنه، وذلك في خطبة الجمعة أو في وسائل الإعلام المختلفة.

ب- على جمعيات حماية المستهلك بالدور الأكبر لخلق هذه الثقافة الهادفة إلى رفع وعي المستهلك وتعبوده على العادات الاستهلاكية الإيجابية التي ترسخ لديه العادات الاستهلاكية المتوازنة.

ج- عقد الدورات التدريبية لتوعية الأسر وتغيير ثقافة المجتمع ونظرتهم إلى السلع من وسائل لتحديد المكانة الاجتماعية للإنسان كما هو الحال حاليًا، إلى وسائل لخدمة الإنسان وتحسين ظروف معيشتهم.

د- كما يمكن تشجيع إنشاء مؤسسات التخطيط الماليّ للأسر (Financial Planners) كما هو موجود في الدول المتقدمة، والتي تساعد الأسر في التغلب على مشاكلها المالية وتشجعها على التوزيع السليم لدخل الأسرة بين الإنفاق والادخار والاستثمار.

هـ- توجيه الأسر لتحقيق أهدافها بأحسن الوسائل وأقل التكاليف في حدود مواردها المالية، والتسهيلات المتاحة عن طريق تطبيق العملية الإدارية بمراحلها المختلفة بطريقة صحيحة، وإشراك أفرادها في ذلك لتنمية الوعي الإداريّ للأبناء لإمداد المجتمع بأفراد ذوي كفاءات إدارية قادرة على تحمل المسؤولية المجتمعية في المستقبل.

٣. الأسرة:

أ- يجب أن يكون الفرد واقعيًا في استهلاكه، ولا يحاول أن يُدخل نفسه في دوامة القروض، لأنه إذا دخلها فمن الصعب عليه أن يخرج منها.

ب- يجب على الأسر أن يكون لها دور في التوعية المجتمعية بترشيد الاستهلاك من خلال التثنية الاستهلاكية السليمة بغرس مبادئ وقيم ترشيد الاستهلاك لدى أبنائها وبناتها من خلال القدوة الحسن بسرد قصص المترفين في العصور السابقة، وكيف كان الترف سببًا لزوال النعم عنهم.

تقترح الباحثة مايلي:

- أ- توجيه طلبة الدراسات العليا في أقسام علم الاجتماع في الجامعات الليبية؛ لإجراء مزيد من البحوث والدراسات حول التعرف على أثر العولمة على ثقافتنا المحلية وأساليب حياتنا اليومية.
- ب- إجراء دراسة عن الاستهلاك التريبي لدى المرأة الليبية لمعرفة مدى وعيها بثقافة الاستهلاك التريبي.
- ج- تطبيق أداة الدراسة الحالية على مناطق أخرى ومدن أخرى من ليبيا.
- د- دراسة عن آليات مواجهة الاستهلاك التريبي في زمن أزمات الدول العربية.
- هـ- تحليل ظاهرة تنامي الاستهلاك في ظلّ عالمنا المعاصر.

قائمة المراجع

الكتب.

١. أحمد السيد النجار وآخرون: التحولات الاقتصادية العربية والألفية الثالثة. الطبعة الأولى، ٢٠٠٤، دار الفارس للنشر والتوزيع.
٢. السيد محمد الرامخ: علم الاجتماع الاقتصادي دراسات نظرية وتطبيقية، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٨.
٣. أمال عبد الحميد. العولمة والثقافة الاستهلاكية، الأشكال والآليات. (بحث في ندوة المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر).
٤. صلاح أبو القاسم: الإنفاق الاستهلاكي والقيم الاجتماعية. جامعة طرابلس، كلية الآداب، قسم الخدمة الاجتماعية.
٥. عامر إبراهيم قنديلجي: الدراسة العلمي واستخدام مصادر المعلومات. الجامعة المستنصرية، دار الشؤون الثقافية ، بغداد، ١٩٩٣.
٦. عبدالسلام أبو قحف: التسويق - وجهة نظر معاصرة. المكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، ٢٠٠١.
٧. علي عبدالرازق جلي: تصميم البحث الاجتماعي - الأسس والإستراتيجيات. الطبعة الثالثة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، ٢٠١٢.
٨. ليلى محمد إبراهيم الخضري، وآخرون: الاتجاهات الحديثة في علوم الأسرة (الاقتصاد المنزلي). الطبعة الأولى، دار القلم للنشر والتوزيع - دبي، ١٤٢٠هـ/ ١٩٩٩م.
٩. ليبيا في ٣٠ عاماً، التحولات السياسية والاقتصادية. منشورات الدار الجماهيرية - مصراتة، الطبعة الثانية، ٢٠١٠.
١٠. مايك فيزرسون: ثقافة الاستهلاك وما بعد الحداثة. ترجمة: فريال حسن خليفة، (القاهرة: مكتبة مدبولي، ٢٠١٠).
١١. نواف كنعان: اتخاذ القرارات الإدارية بين النظرية والتطبيق. دار الثقافة الجامعة الأردنية: عمان، ١٩٩٨.

البحوث والدوريات.

١٢. أحمد أميسي عبد الحميد: موقع الاستهلاك في التحليل الاقتصادي وفي السياسة الاقتصادية الليبية. بحث مقدم لندوة الاستهلاك في الاقتصاد الليبي، مركز بحوث العلوم الاقتصادية، الطبعة الأولى، بنغازي، ٢٠٠٨.
١٣. أحمد زايد وآخرون: الاستهلاك في المجتمع القطري - أنماطه وثقافته. مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، جامعة قطر، الدوحة، ١٩٩١.
١٤. أحمد سعيد الشريف: مداخل إستراتيجية لإنشاء وتطوير سوق المال في ليبيا. مجلة البحوث الاقتصادية، منشورات مركز بحوث العلوم الاقتصادية، المجلد الثامن، العددان الأول والثاني، ٢٠١٠.

١٥. إيمان سليمان حافظ خليل: ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري، (دراسة أنثروبولوجية لنوعية الحياة في إحدى المجتمعات المحلية). رسالة ماجستير في الآداب، (علم الاجتماع)، جامعة حلوان، ٢٠٠٦.
١٦. الاقتصاد الليبي - ٢٠٠٢. منشورات مركز بحوث العلوم الاقتصادية.
١٧. زينب إسماعيل المصري - التطور التاريخي للاستهلاك في الاقتصاد الليبي - بحث مقدم إلى ندوة الاستهلاك الليبي. منشورات مركز البحوث العلوم الاقتصادية - بنغازي ٢٠١٠.
١٨. سعيدة عبید سلمان: تأثير ثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة - دراسة ميدانية لعينة من الأسر في دولة الإمارات المتحدة. رسالة ماجستير، قسم علم اجتماع، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ١٩٩٧.
١٩. طلعت أسعد عبد الحميد، عبد المجيد عبده سيف المخلافي: تحليل سلوك الشراء لدى السيدات السعوديات والمقيمات بمدينة جدة. بحث منشور، مركز بحوث الغرفة التجارية الصناعية، جدة، (١٩٩٢).
٢٠. عبير محمد عبد الخالق: العولمة وأثرها على الطلب الاستهلاكي في الدول النامية (مع الإشارة إلى وجهة النظر الإسلامية). رسالة بكالوريوس في الاقتصاد، منشورات دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٧.
٢١. غالية سعد بالقاسم رجباني: العولمة وثقافة الاستهلاك (دراسة حالة ليبيا). رسالة بكالوريوس في الاقتصاد، جامعة قارون، ٢٠١٠.
٢٢. محمد العصيمي: البطاقات اللدائنية. بحث غير منشور، دبي، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٠١.
٢٣. محمد ياسر شبل الخواجة: العولمة وثقافة الاستهلاك، دراسة ميدانية في قرية مصرية. مجلة كلية الآداب جامعة طنطا، العدد الثالث عشر، المجلد الأول، ٢٠٠٠.
٢٤. محمد عبيدات: القروض البنكية وحماية المستهلك. ورقة عمل مقدّمة إلى ندوة الجمعية الوطنية لحماية المستهلك، الأردن، ٢٠٠٦.
٢٥. مصطفى التير: التنمية غير المتوازنة والمجتمع الاستهلاكي. بحث مقدم إلى ندوة الاستهلاك في الاقتصاد الليبي، منشورات مركز بحوث العلوم الاقتصادية، الطبعة الأولى، بنغازي.
٢٦. محمود أبو بكر محمود يونس: التكنولوجيا وتغير أنماط السلوك الاستهلاكي - دراسة ميدانية في قرية مصرية. رسالة ماجستير، جامعة المنيا، ١٩٩٣.
٢٧. محمد مفتاح الترهوني: محددات التوظيف في قطاع الصناعات التحويلية، دراسة تطبيقية. مجلة البحوث الاقتصادية، منشورات مركز بحوث العلوم الاقتصادية، المجلد ١٤، العدد الأول، ٢٠٠٩.
٢٨. منظمة العمل الدولية: إحصاءات دخل وإنفاق الأسرة المعيشية، المؤتمر الدولي السابع عشر لخبراء إحصاءات العمل. جنيف، ٢٤ نوفمبر ٢٠٠٣.
٢٩. ناهد يوسف بيومي: سياسة البيع بالتقسيط للسلع المعمرة مع دراسة ميدانية في بعض الوحدات الاقتصادية في

جمهورية مصر العربية. رسالة ماجستير في قسم إدارة الأعمال - كلية التجارة - جامعة الإسكندرية،
الإسكندرية: ١٩٩٧.

٣٠. Brain Longhurst and mike savage, "Social class, consumption and the influence of Bourdieu", op. cit.,
ورقة بحثية، ١٩٩١،

٣١. هالة منصور عبدالرحمن: أثر التحولات الاقتصادية والاجتماعية على قيم التطرف والاستهلاك والانحراف في
المجتمع المصري. رسالة دكتوراه، كلية الآداب - جامعة الزقازيق، ١٩٩٥.

٣٢. هنادي قمر: القيم الأسرية وعلاقتها بأنماط السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية. رسالة ماجستير غير منشورة
- كلية البنات بمكة المكرمة، التربية الاقتصادية المنزلية، قسم السكن وإدارة المنازل، ٢٠٠٣.

٣٣. هاله نهاد رشيد صقر: العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤدية إلى فائض الاستهلاك للأسرة السعودية - دراسة
ميدانية في مدينة جدة. رسالة ماجستير، قسم علم اجتماع - جامعة الملك عبدالعزيز، (٢٠٠٤).

ثانيًا: المراجع باللغة الأجنبية:

الكتب.

1. Jean Baudrillard: The Consumer Society Myths and Structures: London, Sage Publications 1998
2. Luke Martell: The Third Wave in Globalization Theory: Department of Sociology, University of Sussex: International Studies Review (2007)

البحوث والدوريات.

3. Brain Longhurst and mike savage, "Social class, consumption and the influence of Bourdieu", op. cit. 1991, PP., 286 – 287.
4. Engel, Following the increase in family income European-style consumption / www.dffactory.com.
5. Cha- sanghea, sohn, consumption patterns of poor house holds (family economics), university at urbana champaign, 1991.
6. Dawar Nirag. (Border Crossing: Is the Culture Irrelevant to Marketing). Published by: Business Journal. Vol 3, No 3, Spring 1997.
7. E, Jelin: Social Relations of Consumption, The Urban popular Household, ED it, Family, American, Kegan and Paul, Unesco. 1991
8. Goozer. Rashi. Consumer behavior in high technology Markets, in Advances, in Consumer Research, Volum 22, 1995, PP 244.
9. Mangleburg, T. Grewal, D & Bristol: Socialization, Gender, and Adolescents Self reports of their Generalized use of product Labels, Journal of Consumer Affairs, Vol. 31, No 2. 1997

10. Mullins , patreck and others ,(cities and consumption spaces)urban affairs review,vol(35) is sue 1,sept 1999.
- 11.P – Valette – Florence, Ajolibert ,social values, a.i. , and consumption patterns' journal of business research,vol 20,mar 1990.
- 12.Ronald Inglehart :Technological change, cultural change and democracy and human development - University Press of the University of Michigan: 2001
- 13.Timo Toivonen. Classes, Countries and Consumption Between the World Wars A comparison at the Structure of Expenditure in Estonia, Finland and Sweden in the 1920 and 1930 – 1992 Acta, sociologica Scand in vian and Sociological association Vol. 35 No. 3, 1992, PP 219 – 233.

ثالثًا: المواقع الإلكترونية:

١. أريب محمد عبد الغني: بطاقة الائتمان ودورها في التنمية الاقتصادية وتطوير العمل المصرفي، ٢٠١١ على الموقع الإلكتروني: <http://www.manaralyemen.com/news-6050.html>
٢. الداديسي : مقالة بعنوان: التحولات الاقتصادية والمالية والاجتماعية والفكرية في العالم، على الموقع: <http://www.manabermaroc.com/t4-topic>
٣. بطاقات الائتمان بين حمى البنوك للتسويق وجهل المستخدمين بالالتزامات العالم اليوم نشر في العالم اليوم بتاريخ ٠٥ - ٠٧ - ٢٠١٠ على الموقع الإلكتروني: <http://www.masress.com>
٤. بطاقة الائتمان والعبودية المقنّعة، Tony Saghbiny على الموقع الإلكتروني: ٥ نوفمبر ٢٠١٢، <http://saghbini.wordpress.com>
٥. زيد بن محمد الرماني: تقسيم السلع في الدراسات الاقتصادية، بتاريخ ٥ - ٦ - ٢٠١٠، على الرابط الإلكتروني: <http://www.alukah.net/>
٦. سليم سعيد مهنا: القروض الشخصية والعمل المصرفي، على الموقع الإلكتروني: <http://www.kelyom.com/ShowArticle.asp?id=6508>
٧. عبد الحفيظ محمد الهاشمي: أولوية المنهج الوصفي في الدراسة المصطلحية، على الموقع الإلكتروني: <http://www.altasamoh.net/Article.asp?Id=68>
٨. عبدالله الفيافي: على الموقع الإلكتروني لجريدة الرياض اليومية www.alriyadh.com
٩. علي العنزي: على الموقع الإلكتروني: http://www.aleqt.com/2010/07/05/article_415494.html
١٠. عمر عبيد حسنة: مدخل تمهيدي التنمية بين الجهد الفردي والجهد العام، / ٢٠ يوليو ٢٠١٣ م على الموقع الإلكتروني: <http://library.islamweb.net>