

القيم الاجتماعية وقياس نمط الاستهلاك

دراسة مقارنة *

مصطفى عمر التير **

مقدمة :

يوجه الباحثون المهتمون بدراسة الاتجاهات والميول فى مجال العلوم الاجتماعية عناية خاصة لتطوير مقاييس قادرة على القياس الموضوعى للظاهرة الاجتماعية . ويتكون المقياس عادة من عدد من الاسئلة أو العبارات ويستدعى الامر الاجابة على الاسئلة والموافقة أو المعارضه مع العبارات ويفترض أن تتعلق جميع الاسئلة والعبارات باتجاه اجتماعى واحد . وتتركب الاسئلة والعبارات من الفاظ مألوفة فى اللغة السائدة .

ويتطلب تطوير أى مقياس مجهودا مضمنا وعناية فائقة ليحوز المقياس على درجة عالية ومناسبة من الثبات Reliability والصدق Validity كما يحتاج الامر الى معرفة واسعة بالمجال العلمى الذى يطور المقياس من أجله وإلى المام جيد بالدلالات والقيم الاجتماعية المرتبطة بالالفاظ اللغوية . وقد تختلف هذه الدلالات والقيم المرتبطة باللفظ الواحد أو بالكلمة الواحدة باختلاف المجتمعات والثقافات . ولذلك كثيرا ما يكتشف الباحثون الذين يترجمون بعض المقاييس لاستخدامها فى مجتمعات غريبة عن تلك التى طور فيه المقياس أن درجة الثبات ودرجة الصدق قد تنخفض عن تلك التى سجلت أول مرة .

* بحث معدل لورقة بحث قرئت خلال المؤتمر السنوى لجمعية جنوب الولايات المتحدة الأمريكية لعلم التسويق ، مارس ١٩٧٧م .

** استاذ علم الاجتماع المشارك - جامعة الفاتح - طرابلس .

ولعل تطوير نظريات قادرة على تفسير الظاهرة الاجتماعية بغض النظر عن المجتمعات المختلفة هو من بين أهم الاهداف الرئيسية لنشاط المتخصصين فى العلوم الاجتماعية ولذلك يعتمد بعضهم الى القيام بدراسات مقارنة حتى يتمكنون من تحديد أثر العامل الثقافى الذى يختلف باختلاف المجتمعات .

ولكن الدراسات الامبيريقية المقارنة ليست بالامر السهل فهناك صعوبات متعددة تحد من مجال انتشارها وتنفيذها . ويرجع بعض هذه الصعوبات الى ارتفاع تكاليفها والى صعوبة وأحيانا استحالة توفر فريق من الباحثين تتوفر لديه الخبرات اللازمة لمثل هذا اللون من الدراسات والى المجهود المضى الذى يحتاجه تطوير وحدات قياس متكافئة .

ويهدف هذا البحث الى توضيح أثر عدد من الاختلافات الثقافية فى ست مجتمعات على المجهودات الرامية لتلوير مقياس لنمط الاستهلاك (١) . وبيان علاقة القيم المتعلقة بمواد استهلاكية معينة بالتطلع والرغبة لدى أفراد المجتمع لامتلاكها . والتعرض لنوع الصعوبات التى تعرقل سير التقدم فى سبيل تطوير مقاييس متحررة من الثقافة المحلية وقادرة على القياس الموضوعى للظاهرة الاجتماعية أينما وجدت .

مصدر البيانات :

أخذت البيانات المستعملة هنا من دراسة امبيريقية مقارنة لظاهرة التحديث Modernization وهى دراسة تجمع جهودات متخصصين فى علم الاجتماع ينتمون الى احدى عشرة دولة . ولقد تطور هذا المجهود التعاونى خلال المؤتمر السابع للجمعية الدولية للمتخصصين فى علم الاجتماع والذى عقد فى مدينة فيرنا فى تشيكوسلوفاكيا فى عام ١٩٧٠م . فلقد تدارس حينئذ عدد من الحاضرين ظاهرة التحديث . ولاحظوا أن هذه الظاهرة قد نالت وافرا من عناية المتخصصين فى علوم الاجتماع والاقتصاد والسياسة من خلال دراسة

الظاهرة العامة المعروفة بالتغير الاجتماعى (٢) . ولاحظوا أيضا أنه على الرغم من هذه العناية الكبيرة فان الدراسات المقارنة لظاهرة لم تنل الاهتمام اللازم من باحثين (٣) . ولذلك قرر حوالى ٣٠ باحثا القيام بدراسة واسعة النطاق لهذه الظاهرة فى مجتمعات ذات ثقافات وايدولوجيات مختلفة . وتمكن أعضاء هذه الجماعة من عقد أربع لقاءات أخرى فى سنوات ١٩٧١ و ١٩٧٢ و ١٩٧٣ و ١٩٧٤ . وسيعقد اجتماع اخر فى نهاية عام ١٩٧٨ م .

وكانت هذه اللقاءات عبارة عن حلقات بحث نوقش فيها عدد من جوانب مشروع الدراسة . وتقرر أن تجمع البيانات من جميع البلدان التى ينتمى اليها الباحثون على أن تجمع البيانات بواسطة استمارة مقابلة وضعت أسئلتها باللغة الانجليزية . واتفق على أن يقوم كل فريق بحث فرعى بترجمة استمارة المقابلة الى اللغة المحلية . واتفق أيضا على القيام بدراسات استطلاعية لقياس مدى ملائمة الاستمارة وللتعرف على جوانب النقص فيها . ولقد تم حتى الان القيام بسبع دراسات استطلاعية فى كل من المجتمعات التالية :

أمريكا ، وبولندا ، وبيرو ، وفنلندا ، ونيوزيلاندا ، وليبيا ، وسويسرا ، وسنستخدم هنا البيانات التى جمعت من جميع البلدان التى ذكرت باستثناء سويسرا ويوضح جدول رقم (١) أحجام العينات الأصلية وتاريخ جمع البيانات (٥) .

جدول رقم (١)

حجم العينة وتاريخ جمع البيانات فى البلدان الست

اسم البلد	حجم العينة	تاريخ جمع البيانات
الولايات المتحدة الامريكية	٢٠١	١٩٧٥-١٩٧٤
بولندا	٥٠	١٩٧٣
بيرو	١٣٩	١٩٧٤
فنلندا	٢٠١٦	١٩٧٣-١٩٧٢
نيوزيلاندا	١٢٠٠	١٩٧٤
ليبيا	٢٤١	١٩٧٦

مقياس نمط الاستهلاك :

اتفق أعضاء الفريق المشاركون فى هذه الدراسة على تعريف لظاهرة التحديث ينص على (أنها حالة تغيير اجتماعى ويتميز التغيير بأنه من قبل السياسية والاقتصادية والثقافية بقصد الوصول الى النخبة Elites أهداف واضحة تتمثل فى انتشار التعليم وانتشار الوعي السياسى والاقبال على وسائل الاعلام الحديثة والتصنيع وما شابه ذلك) (٦) . وطور عن هذا الاطار النظرى عدد من التعريفات الاجرائية . وترجمت هذه فى شكل أسئلة لقياس عدد من مجالات الحياة المختلفة ومن بين هذه الجوانب ما يعرف هنا بمقياس نمط الاستهلاك . ويتركب هذا المقياس من (١٣) فقرة وقد زيدت فى بعض البلدان لتصل الى (١٦) فقرة تشير الى مواد استهلاكية معروفة أو أنشطة لها علاقة مباشرة بأسلوب الاستهلاك . وتشمل المنزل ، والسيارة المسموعة ، والثلاجة ، وجهاز التسجيل ، وجهاز الحاكى ، ومنزل قضاء الاجازة ، وجهاز الهاتف ، والرحلات الى خارج البلاد ، والاثاث الحديث .

ورتببت هذه فى شكل جدول ، وطلب من الافراد اختيار اجابه من خمس اجابات بالنسبة لكل فقرة وهذه الاجابات الخمسة هي :

- ١ - عدى الآن .
- ٢ - قررت أن تكون عدى خلال عام .
- ٣ - أتمنى أن تكون عدى خلال ٥ - ١٠ سنوات .
- ٤ - أتمنى أن تكون عدى ولكنى لا أعتقد أنه سيكون بإمكانى الحصول عليها .
- ٥ - لا يهمنى الحصول عليها .

ويوضح الجدول رقم (٢) استجابات أفراد العينات الخاصة بما يمتلكونه عند اجرا الدراسة .

ويوضح الجدول رقم (٣) النسب المئوية الذين قالوا أنهم لا يملكون تلك المواد ولكنهم عاقدون العزم على امتلاكها خلال سنة . وتضمن الجدول رقم (٤) النسب المئوية الذين قالوا أنهم لا يملكون تلك المواد ولا يهتمهم أمر الحصول عليها فى المستقبل (٧) .

جدول رقم (٢)

المواد الاستهلاكية التي يمتلكها الأفراد الآن

اليابان	البلدان				المواد الاستهلاكية
	نيوزيلاندا	فنلندا	جيرو	بولندا	امريكا
%	%	%	%	%	%
٦٩	٦٦	٥٧	٤٨	٥٢	٨١
٩٦	٦٥	٨٩	٣٤	٨٦	٩٤
٩٥	٨٨	٨٩	٥٦	٨٤	٩٨
٥٦	٧٤	٥٦	١٥	١٠	٨٥
٤٩	٩	٦	٥	١٢	٢٣
**	١١	١٤	٥	١٢	١١
٩٤	٧٦	٨٩	٤٣	٦٤	٩١
٨٣	٨١	٤٢	٣٥	٥٤	٨٧
**	٢	٤	٢٢	١٠	١
**	٦	٢٦	٦	٢	٥
**	٢	٣	١	صفر	٧٢
١٥	٧٢	٨٩	١٨	١٤	٩٥

* وضعت في استمارة الاستبيان الشقة كنفرة منفصلة عن الدارة .
 ** يعني هذا أن الفقرة لم يسأل عنها في هذا المجتمع .

جدول رقم (٣)
الموارد الاستهلاكية التي يمتلكها الأفراد خلال عام

البلد					
ليبيريا %	نيوزيلاندا %	فنلندا %	بيرو %	بولندا %	أمريكا %
٤	١٠	٨	٣٦	صفر	٧
١	٤	٢	١٥	٤	٤
٢	صفر	*	٩	٤	١
١٠	٦	٢	٥	٢	٢
٨	٤	٢	٧	٤	١٢
*	٢٥	١٥	٢٧	٢٠	٦
*	٢	٣	١٢	١٤	٤
٩	٤٥	٥	١٤	١٨	٢
*	صفر	١	١	٢	صفر
*	٤	٤	٤	٤	١
*	٦	١٩	١٢	٤	٦
١٩	٦	*	١٤	٨	٣

* يعني هذا ان الفترة لم يسأل عنها في هذا المجتمع .

جدول رقم (٤)
المواد الاستهلاكية التي لا يرغب الأفراد في تملكها

البلد					
ليبيريا %	نيوزيلاندا %	فنلندا %	بيرو %	بولندا %	أمريكا %
٢	٤٨	٤	٢٩	٤٠	٧٤
١	٢٣	٦	١٥	صفر	صفر
١	٦	*	١٣	٨	صفر
٩	٢	٢٨	٣٧	٤٠	١٠
١٠	٤٦	٦٧	٢٣	١٠	١
*	١٣	٣١	٣٧	١٦	٤٥
*	٦	٣	٣٩	١٠	١
صفر	٢	٤٢	١٦	١٨	١٠
صفر	٩٣	٨٧	٥٠	٦٨	٨٦
*	٤٨	٣٢	٣٦	٣٨	٥٤
*	٥٣	٥٨	٣٧	٣٢	١٣
٢٢	١٣	*	٣٠	٤٠	١

* تعكس هذه النسب عدم الرغبة في تملك شقة ولكن الغالبية المظلمة في المدينة الأمريكية

وفي نيوزيلاندا يفضلون السكن في دأره .

* يعني هذا أن الفقرة لم يسأل عنها في هذا المجتمع .

وكما يبدو واضحاً من الجدول رقم (٢) فإن الأشياء التى حازت على أعلى النسب من حيث الرغبة فى تملكها من قبل أفراد العينات الست هى جهاز الاذاعة المسموعة وجهاز الاذاعة المرئية والثلاجة والمسكن والمسجل أو الحاكى ثم السيارة . ويبدو جلياً فى نفس الجدول أن أفراد العينات الست يختلفون اختلافاً كبيرة بالنسبة لتملكها . فمثلاً تجاوزت نسب الذين يمتلكون جهاز الاذاعة المسموعة الثمانين فى المائة فى جميع العينات باستثناء عينة بيرو حيث لم تتعد هذه النسبة السادسة والخمسين . وسجلت أعلى النسب المئوية فى العينة الأمريكية حيث أفاد ٩٨٪ بأنهم يملكون هذه السلعة وحصلت العينة الليبية على المرتبة الثانية حيث أجاب ٩٥٪ من أفرادها بأنهم يملكون أجهزة ٨٨٪ وعينة بولندا على ٨٤٪ .

ولا تبدو هذه النتائج غريبة بعد أن طورت أجهزة الاستقبال الصغيرة والرخيصة والتى أصبحت فى متناول الشخص العادى فى أغلب مجتمعات العالم . كما أن الكثير من هذه الأجهزة الصغيرة الرخيصة لا تحتاج الى توفر الطاقة الكهربائيه العادية ويمكن أن تشتغل بالبطاريات الجافة . ولقد جاءت النسبة المنخفضة فى عينة بيرو محيرة بعض الشيء .

توضح بيانات الجدول رقم (٢) أن جهاز الاذاعة المرئية واسع الانتشار . وقد حصلت العينة الليبية على أغلب النسب من حيث انتشار هذه السلعة حيث أفاد ٩٦٪ من أفراد العينة الليبية بأنهم يملكون أجهزة اذاعة مرئية . ووصلت نسبة الانتشار فى العينة الأمريكية الى ٩٣٪ وجاءت عينة فنلندا فى المرتبة الثالثة ٨٩٪ وأفاد ٨٦٪ من أفراد عينة بولندا بتملك هذه السلعة . ويبدو أن الاذاعة المرئية غير واسعة الانتشار فى نيوزيلاندا حيث لم يتجاوز عدد الذين يملكون أجهزة اذاعة مرئية ٦٥٪ وكانت هذه السلعة أقل انتشاراً بين عينة بيرو فقد أقر ٣٤٪ من أفراد العينة بأنهم يملكون أجهزة الاذاعة المرئية .

وتعكس النتائج المتمثلة فى انتشار تملك أجهزة الاذاعتين المسموعة والمرئية ظاهرة عامة تنتشر فى جميع أنحاء المعمورة . اذ تهتم الحكومات والسلطات المحلية فى كل مجتمع بتطوير وانشاء محطات الارسال المسموع والارسال المرئى . بل لعله بالامكان القول أن أول شيء تهتم به دولة حديثة الاستقلال هو انشاء محطات الارسال المسموع والمرئى . وتعتبر برامج الاذاعتين فى الكثير من المجتمعات مصدرا رئيسيا للمعلومات والارشاد والتوعية . بل أنهما فى عدد من المجتمعات المصدر الوحيد للمعلومات والايخبار والتوعية . كما تعد برامج الاذاعة المرئية مصدرا رئيسيا للترفيه فى مجتمعات كثيرة . ولعل السبب وراء شذوذ عينة البيرو عن الاتجاه الذى ساد بين أفراد بنية العينات بالنسبة لتملك جهاز اذاعة مرئية أن هذه العينة حوت قرى لا تتوفر فيها الطاقة الكهربائية ، ولا يصلها الارسال المرئى .

ويبدو أن الثلاجة هى من أهم الادوات الكهربائية التى يفتننها المرء عندما يبدأ مرحلة تحوله من حياة ريفية بسيطة أو حياة البادية الى حياة المدنية . وقد ظهر أن الغالبية العظمى لأفراد جميع العينات باستثناء عينة البيرو يملكون الثلاجات وحصلت العينة الليبية على المرتبة الاولى من حيث ارتفاع نسبة الذين يملكون هذه السلعة فقد تبين أن ٩٤٪ من أفراد العينة يملكون ثلاجات ، وجاءت العينة الامريكية فى الترتيب الثانى بنسبة ٩١٪ ، ثم فنلندا التى وصلت فيها نسبة انتشار امتلاك الثلاجات الى ٨٩٪ ، ثم نيوزيلاندا بنسبة انتشار تعادل ٧٦٪ ، وبولندا بنسبة انتشار تعادل ٦٤٪ ومرة أخرى كانت أقل نسبة انتشار امتلاك هذه السلعة بين أفراد عينة البيرو حيث لم تتجاوز ٤٣٪ .

وقد أفاد ٨١٪ من أفراد العينة الامريكية بأنهم يملكون بيوتا خاصة بينما كانت النسبة فى العينات الليبية والنيوزيلاندية والفنلندية والبولندية وفى البيرو ٦٩٪ ، ٦٦٪ ، ٥٧٪ ، ٥٢٪ ، ٤٨٪ على التوالى . وتجدر الإشارة هنا

الى أن سهولة وتوفر الاقتراض في المجتمع الأمريكي ساهمت في ارتفاع نسبة عدد الذين يملكون منازل خاصة .

وكبقية الادوات الكهربائية الحديثة فان أجهزة التسجيل والحاكي أخذت في الانتشار السريع خلال السنوات الأخيرة . وواضح أن ٨٧٪ من أفراد العينة الأمريكية يملكون هذه السلعة وجاءت العينة الليبية في الترتيب الثاني بنسبه انتشار وصلت الى ٨٣٪ وتلتها نيوزيلاندا بنسبة انتشار وصلت الى ٨١٪ ثم بولندا وفنلندا والبرو بنسب ٥٤٪ و ٤٢٪ و ٣٥٪ على التوالي .

ويزداد انتشار السيارة الخاصة في المجتمعات المعاصرة من يوم الى آخر . الا أن الهوة بالنسبة لتملك هذه السلعة كبيرة بين العينات الست ففي الوقت الذي يملك فيه ٨٥٪ من أفراد العينة الأمريكية و ٧٤٪ من أفراد عينة نيوزيلاندا سيارات خاصة لم تتجاوز النسب المماثلة في عيني بولندا والبيرو ١٠٪ و ١٥٪ على التوالي . وأفاد ٥٦٪ في عيني كل من ليبيا وفنلندا بامتلاك سيارة خاصة .

ويوضح الجدول رقم (٣) السلع التي للأفراد رغبة أكيدة في تملكها . اذا افترض أن القول يملك السلعة خلال سنة يعكس رغبة صادقة وتخطيطا واضحا عند الفرد بتملك السلعة . وقد جاءت نسب عينة البيرو أعلى من مثيلاتها معبرة عن درجة تطلعات الذين لا يملكون هذه السلع في الوقت الحاضر .

ويوضح الجدول رقم (٤) استجابات أعضاء العينات الست للخاصة بعدم الرغبة في تملك السلع التي احتواها الجدول . وقد حازت الفقرة الخاصة بالاستعانة بخدم المنازل أعلى النسب من حيث رفض هذا النوع من الخدمات وقد أعرب ٩٣٪ في عينة نيوزيلاندا و ٨٧٪ في عينة فنلندا و ٨٦٪ في عينة أمريكا و ٦٨٪ في عينة بولندا عن عدم رغبتهم في الاستعانة بخدم المنازل . ولكن نصف أفراد عينة البيرو فقط هم الذين أبدوا نفس الرأي . وقد أبدت

نسبة كبيرة من أفراد العينات المختلفة عدم الرغبة فى تملك منزل يخصص لقضاء الاجازات فقد أبدى هذه الرغبة ٥٤٪ من أفراد العينة الامريكية و ٤٨٪ من أفراد عينة نيوزيلاندا و ٣٨٪ من أفراد عينة بولندا و ٣٦٪ من أفراد عينة بيرو و ٣٢٪ من أفراد عينة فنلندا . وقد أعربت نسبة كبيرة من أفراد العينات عن عدم اهتمامها باقتناء جهاز اذاعة مرئية ملون حيث بلغت نسبة هؤلاء ٥٨٪ فى عينة فنلندا و ٥٣٪ فى عينة نيوزيلاندا .

وعلى الرغم من انخفاض نسبة من يملكون سيارات خاصة فى كل من بولندا وبيرو فقد أعرب ٤٠٪ من أفراد عينة بولندا و ٣٧٪ من أفراد عينة بيرو عن عدم رغبتهم فى شراء سيارة خاصة .

ملاحظات حول مقارنة نتائج عينات البلدان الست :

لقد مرت الدراسة التى نستخدم بياناتها بمراحل تخطيط متعددة وبذلت مجهودات كبيرة من قبل عدد من الباحثين ينتمون الى مجتمعات مختلفة . ومع ذلك فان مقياس نمط الاستهلاك الذى نحن بصدد ناقشته لا يصلح لقياس الفروق الفعلية بين أنماط الاستهلاك فى المجتمعات الست . لقد أوضحت الارقام الواردة فى الجداول الاحصائية أنفة الذكر اختلافات بين أنماط الاستهلاك فى المجتمعات المعنية . الا أن هذه الاختلافات لا ترجع كلها الى اختلافات فى نمط لاستهلاك . وانما يرجع بعضها الى اختلاف الظروف الاجتماعية السائدة فى هذه المجتمعات .

تختلف هذه المجتمعات الست بالنسبة للنظامين الاقتصادى والسياسى اختلافات جذرية وتختلف هذه المجتمعات بالنسبة لعدد من الصفات الديموغرافية كمتوسط دخل الفرد (٨) وحجم السكان وتوزيع الاقليات . لا شك أنه لاقتناء بعض الادوات والمعدات الاستهلاكية لا بد وأن يصل دخل الفرد الى مستوى يتناسب مع أثمان هذه الادوات . خصوصا وأن بعض ما احتواه الجدول

الخاص بالمعدات والسلع الاستهلاكية يعتبر مكلفا بالنسبة للفرد العادى حتى فى المجتمعات الغنية كالسيارة مثلا الا أن مستوى الدخل ليس بالعامل الوحيد الذى يتحكم فى تملك الفرد أو تطلعه لاقتناء سيارة خاصة . اذ أن هنالك عوامل أخرى مهمة لها أثرها فى اتخاذ هذا القرار لعل أهمها توفر السلعة فى المجتمع ونوعية حاجة الفرد . فلا يتساوى الافراد فى المجتمعات الستة بالنسبة لحاجتهم لسيارة خاصة . ولعل درجة الاحتياج تبلغ أشدها فى أمريكا ونيوزيلاندا وليبيا حيث تنتشر المدينه على رقعة كبيرة من الارض وتتباعد المؤسسات وأماكن الخدمات عن بعضها ولا يتوفر نظام للمواصلات العامة على درجة عالية من الجودة . ولذلك كانت الحاجة كبيرة فى هذه المجتمعات لتملك سيارة خاصة حتى يتمكن الفرد من تاديه انشطته اليومية العادية . وتقل حاجة الفرد الى السيارة الخاصة فى المجتمع الذى يتوفر فيه نظام جيد للمواصلات العامة أو حيث يسكن الفرد فى مجتمعات سكنية صغيرة ومقاربة . ولذلك لا يتوقع أن تتساوى مستويات طموحات الافراد فى مثل هذين النوعين من المجتمعات . وكان أمرا طبيعيا الا يبدى عدد كبير من أفراد بعض العينات اهتماما بشراء سيارة خاصة حتى عندما طلب اليه أن يقترح أسماء الادوات والسلع الاستهلاكية التى يرغب فى شرائها اذا توفر لديه المال الكافى . فقد تضمنت الاستمارة سؤالاً يقول : « اذا ربحت مبلغا من المال لم تكن تتوقعه وطلب اليك أن تصرفه فى ثلاثة مجالات فقط فاختر الثلاثة مجالات من الجدول المرفق » ويوضح الجدول رقم (٥) أجوبة أفراد العينات الست الست عن هذا السؤال . فعلى الرغم من انخفاض نسبة الذين يملكون سيارات خاصة فى عيقتى بولندا وبيرو لم تحز الفقرة الخاصة بشراء سيارة الاغلبية فى الاختيارين الاولين فى كلا البلدين . وقد فازت الفقرة برأى الغالبية النسبية وهى ٢٤٪ كاختيار ثالث فى بيرو .

وتعكس البيانات فى الجدول رقم (٥) بعض الاختلافات الموجودة فى

الصفات الديموغرافية بين المجتمعات الستة فقد اختارت أكبر نسبة في عينتي بولندا ، وفنلندا شراء منزل كأول اختيار لصرف المبلغ الذى ربح . بينما يرى ما يقرب من نصف العينة الليبية صرفه على تعليم الاطفال وتتمنى أكبر مجموعة فى عينة نيوزيلاندا أن تصرف المبلغ للسفر الى خارج البلاد وقررت أكبر نسبة فى عينة بيرو الا تجاريه ورأت المجموعة الكبرى فى العينة الامريكية وضعه فى مصرف .

ويوضح الجدول رقم (٢) أن أعلى النسب المثوية للاستعانة بخدم المنازل كان من حظ عينة البيرو حيث وصلت هذه النسبة الى ٢٢٪ وتمثل هذه النسبة رقما فعاليا يفوق الارقام الفعلية فى المجتمعات الاربعة الاخرى مجتمعة . ويوضح الجدول رقم (٤) أن نصف عينة بيرو فقط هم الذين قالوا بعدم حاجتهم الاستعانة بخدم منازل . واذا جمعنا نسبتي الذين عندهم خدم منازل مع أولئك الذين يتطلعون للاستعانة بخدم المنازل لوجدنا أن نسبة من لا تهمة الاستعانة بخدم المنازل اطلاقا فى عينة بيرو لا يتعدى ٢٨٪ فى مقابل ٩١٪ فى عينة نيوزيلاندا و ٨٥٪ فى عينة أمريكا و ٨٤٪ فى عينة فنلندا و ٥٨٪ فى عينة بولندا . ويرتبط توفر خدم المنازل فى الكثير من المجتمعات بمستوى الدخل أى تسود هذه الظاهرة بين الموسرين اقتصاديا من أسر المجتمع . ولكن لا يبدو أن مثل هذا الغرض يصدق فى حالة مجتمع البيرو . إذ أن متوسط دخل الفرد فى عينة البيرو يقل كثيرا عن متوسطات الدخول فى العينات الخمسة الاخرى . ولعل ارتفاع نسبة البطالة وتوفر اليد العاملة وكبر حجم الاسرة وعدم توفر المعدات والادوات المنزلية الحديثة ساعد على ارتفاع نسبة الاسر التى تستعين بخدم المنازل والى ارتفاع مستوى تطلعات الاسر الاخرى فى هذا الخصوص .

ويبدو جليا فى هذا الجدول رقم (٥) أن السفر الى الخارج هو أهم الأنشطة التى سيوظف فيها مبلغ المال الذى افترض ربحه بالنسبة لافراد

جدول رقم (٥)
الاختيارات الثلاثة للمسلع الاستهلاكية في حالة ربح مبلغ من المال لم يكن متوقفا

السلعة المختارة	البلد					
	أمريكا	بولندا	بيرو	فنلندا	لبنان	نيوزيلندا
	%	%	%	%	%	%
١- شراء سيارة	٤	٨	٤	٣	٥	صفر
	١٠	٨	١٢	٥	٨	١٢
	١١	١٢	٢٤	*	١٣	٤
٢- السفر الى الخارج	٩	١٠	٤	٧	٤	٢٧
	١٢	٨	٩	١٠	٥	٢٢
	٩	١٢	١٥	*	٨	١٢
٣- مواصلة التعليم	٤	٨	١٨	٦	١٤	٦
	٥	١٦	١٦	١١	١٢	٩
	٩	١٨	٥	*	١٤	١٢
٤- الاتجار بالمبلغ	٩	صفر	٢٤	١٠	٤	١٨
	١٠	٦	٢٤	١٢	١٠	٩
	١٠	٤	٩	*	١٥	٦

القيم الاجتماعية وقياس نمط الاستهلاك

١٥

١٢	٢١	٤٢	٩	٢٤	١١	١	٥- شراء منزل
١١	١٨	١٢	١٠	١٢	٩	١	
٥	٩	*	١٥	١٦	٩	١	
١	١	١	٣	*	٢	١	٦- صرفه على المتع
٣	٧	٢	٨	*	٦	١	الخاصة
١١	٩	*	٩	*	١٠	١	
١١	٣٤	١٧	٢٥	١٤	٢٢	١	٧- تعليم الاطفال
٦	٢٧	٢٢	١٤	٢٤	٢٢	١	
١١	١٠	*	٣	٨	١١	١	
١٢	١	٩	٢	٢٠	٢٩	١	٨- وضعه في مصرف
١٢	٧	٢٢	٦	١٦	١٩	١	
٣	١٠	*	١٠	١٦	٢٥	١	
٩	٦	٥	صفر	٦	٧	١	٩- التوقف عن
صفر	صفر	٢	١	٢	٤	١	العمل والمعيش
٣	١	*	٩	٤	٢٦	١	من المبلغ

* يعني هذا أن الفترة لم يسأل عنها في هذا المجمع .

١ - الاختيار الأول .

ب - الاختيار الثاني .

ج - الاختيار الثالث .

عينة نيوزيلاندا . فقد فاز هذا المجال باختيار الاغلبية بالنسبة للاختيارات الثلاثة .

ولعل هذا يرجع الى أن غالبية سكان نيوزيلاندا ينحدر من أصل بريطاني(٩) . وكذلك لا يزال يرتبط هؤلاء السكان بالمجتمع البريطاني بروابط اقتصادية وثقافية قوية . ويبدو أن غالبية سكان نيوزيلاندا يتمنى السفر من حين الى آخر ليتصل بالمجتمعات التى يبتعد عنها جغرافيا ويتقارب معها ثقافيا . ولذلك تميزت عينة نيوزيلاندا بظهور رغبة قوية بين أفرادها لمصرف ما قد يربح من مبالغ مالية للسفر الى الخارج . ومثل هذه الظروف ليست موجودة فى بقية المجتمعات المشاركة فى الدراسة . بل أنه يسود بعضها أنظمة لا تشجع سفر المواطن الى الخارج وتجعله أمرا يكاد يكون مستحيلا . ولذلك لا يفيد النظر الى هذا النشاط الاستهلاكى من زاوية واحدة كما لا يجدى استخدام مقياس موحد بالنسبة لهذا النشاط الاستهلاكى فى مجتمعين يختلفان اختلافات جذرية بالنسبة للقيمة الاجتماعية التى يعطيها المجتمع لسفر مواطنيه الى الخارج .

خاتمة :

ان سلوك الاستهلاك نمط هام من أنماط السلوك البشرى • ويستحق هذا النمط عناية الباحثين ولكي يمكن تطوير مقياس مقارنة فان الامر يستدعى القيام بدراسات تمهيدية لمعرفة القيم الاجتماعية المرتبطة بكل سلعة استهلاكية في كل مجتمع مشارك في الدراسة • ومن ثم يمكن تطوير نظام أوزان تحدد من خلاله القيم النسبية للسلع وللأنشطة الاستهلاكية في المجتمعات المختلفة (١٠) •

وتؤخذ هذه الأوزان في الحسبان عند مقارنة تملك الافراد للسلع الاستهلاكية أو مستوى تطلعاتهم لتملك هذه السلع في المجتمعات المختلفة • ان الاتجاه نحو الدراسات المقارنة في مجال العلوم الاجتماعية اتجه في الطريق الصحيح • ويأمل المرء أن تؤدي الدراسات المقارنة المتعددة الى تحسين المقاييس الاجتماعية والى تطوير وسائل ومناهج بحث موضوعية لا تتأثر بقيم ثقافة واحدة معينة وانما تصلح لقياس الظاهرة الاجتماعية بغض النظر عن البيئة الجغرافية التي فيها الظاهرة •

الهوامش

١ - نقول : « مقياس نمط الاستهلاك » تجاوزا لأن المقياس الذى يناقش هنا لا يصلح أن يقيس نمط الاستهلاك بصفة عامة وإنما يختص بقياس جانب من جوانب نمط الاستهلاك متمثلا فى التملك والرغبة والتطلع لتملك عدد معين من المواد الاستهلاكية وعدد من الانشطة ذات العلاقة المباشرة بنمط الاستهلاك .

٢ - للتدليل على عناية الباحثين بظاهرة التحديث نشير الى أن عناوين البحوث فى هذا المجال اذا جمعت فانها تخرج فى شكل كتاب يحتوى على مئات الصفحات . وكمثال لما نقول يمكن الرجوع الى المصدر التالى :
John Broad, The Process of Moderinzation-An Annota-
ted Bibliograhly on the sociocultural Aspects of Develop-
ment, Cambridge, Mass : Harvard University Press, 1970

٣ - لم تجر حتى الان الا دارستين عامتين مقارنتين وهما :

Daniel Lerner, The passing of traditional Sociaty, New
York : Free Press, 1958,. Alex Inkles and David H. Smith,
Becoming Modern; Individual Change in six Developing
Countries. Cambnidge Mass: Harvard University press,
1974.

٤ - نظرا لكبر حجم عينتى فنلندا، ونيوزيلندا فقد استحدثت عينة عشوائية
من كل منهما مائتى فرد .

٥ - أشرف الباحث بالتعاون مع الدكتور ياسين الكبير والدكتور شعيب
المنصورى على الدراسة فى المجتمع الليبى . ومول معهد الانماء العربى
بطرابلس الدراسة ، وقدمت جامعة قاريونس ببغازى مساعدات فنية

متنوعة . ويشكر الباحث المسئولين في معهد الانماء العربى وفى جامعة
قاريونس على التمويل وعلى المساعدات الفنية .

(6) Zdenek Suda Et. Nal. Socio - Economic Systems and
Modern Orientations : An International Cooperative
Inquiry, Pittsburgh: University of Pittsburgh Center
for Urban Research, 1975; P. 25.

٧ - للحصول على تفاصيل أكثر راجع :

Mustafa O. Attir; Attitudes Toward Modernization in
Libya: Data from a Pilot Study, Pittsburgh: University
of Pittsburgh Center for Urban Research, 1977.

٨ - لقد كان متوسط دخل الفرد فى عام ١٩٧٥م محسوبا بالحوالار الامريكى
بالنسبة لامريكا (٧١٢٠) وليبيا (٥٥٣٠) وفنلندا (٥٤٢٠) وبولندا
(٢٦٠٠) وبيرو (٧٢٠) ونيوزيلاندا (٤٢٨٠) أخذت هذه الارقام من :
World Bank, World Bank Atlas, Washington, 1977, P.6.

٩ - ينحدر حوالى ٩٠٪ من سكان نيوزيلاندا من أصل بريطانى . راجع :
The World Almanac and Book of Facts, New York:
Newspaper Enterprise Association, Inc., 1978, P. 561.

١٠ - يشابه ما يشير اليه الباحثان بوزرسكى وتون فى نقاشهما لضرورة
تحديد معامل الصدق بالنسبة لكل تعبير يدخل فى مقياس فى كل ثقافة
على حدة من ثقافات المجتمعات التى تدرس فيها الظاهرة . راجع :

Adam Poseworski and Henry Tune, The Logic of Com-
parative Social Inquiry, New York: Jhon Wiley and Sons,
1970, PP. 106 — 110.

وايضا :

Mustafa O. Attir, OP. CIT, PP. 79 — 81.