دور الأسرة في نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك عند الأزمات

د. انتصار مسعود العقيبي
أستاذ مساعد بقسم علم الاجتماع –كلية الآداب –جامعة بنغازي

المقدمة:

يمر المجتمع الليبي اليوم بظروف اقتصادية وسياسية واجتماعية غير مستقرة، ممّا تسبب في خلل كبير في الاقتصاد الليبي في كافة مجالاته؛ منها: التضخم، وغلاء المعيشة، وارتفاع الأسعار، ونقص السيولة في المصارف؛ الأمر الذي جعل العديد من الأكاديميين الاجتماعيين ينادون بالعمل على نشر ثقافة الترشيد، فقد أوصت ندوة حماية المستهلك في ليبيا، المنعقدة في مارس عام 2018 إلى ضرورة العمل على نشر ثقافة الترشيد بين جميع أفراد المجتمع، وأهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به الأسرة في ذلك "حيث نصادف إدراكاً متزايد يومًا بعد يوم بأهمية خلق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك، أو بعملية ضبط الاستهلاك وترشيده" (زايد، 2002، 142).

وتُعد الأسرة أولى قنوات نشر ثقافة الترشيد في المجتمع باعتبارها أهم المؤسسات الاجتماعية المعبرة عن قوى المجتمع وطاقاته وهي القادرة على ترشيد استهلاكه، كما يقع عليها العبء الأكبر في توازن المجتمع واستقراره.

وعليه ستقسم الورقة إلى العناصر الأتية:

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: معنى الاستهلاك وثقافته.

ثالثاً: الدراسات السابقة.

رابعاً: التفسير النظري للاستهلاك.

خامساً: الفهم الاجتماعي لظاهرة الاستهلاك.

سادساً: دور الأسرة في انتشار ثقافة الاستهلاك.

سابعاً: الوعي الاستهلاكي للأسرة.

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

من المعلوم أن الأسرة –إلى جانب كونها كيان اجتماعي –هي –في الوقت نفسه –مؤسسة اقتصادية لها مدخلاتها كأي تنظيم داخل المجتمع؛ فعلى الأسرة يقع العبء الأكبر في تزويد المجتمع بالكفاءات والخبرات البشرية، ومطلوب منها الكثير في أوقات الأزمات من عدم التبذير والاقتصاد في النفقات...إلخ.

ويشير تاريخ الحروب التي خاضتها الشعوب عبر تاريخها إلى الدور المميز الذي تقوم به الأسرة في وقت الأزمات التي تسببها الحروب، لا ينكر أحد منا أن الأسرة من أهم المؤسسات الاجتماعية في المجتمع، والمسؤولة عن حفظ الاقتصاد الوطني واستمراريته في فترات الرخاء، فما بالك في فترات الأزمات.

فقد أفرزت الظروف الراهنة التي تمر بها ليبيا اليوم، أوضاعًا وآثارًا في أغلبها سلبية على الفرد والمجتمع، أصبحت خطرًا تهدد أمنه وسلامته، الأمر الذي يدفعنا إلى بحث إحدى الثقافات السلبية؛ وهي ثقافة الاستهلاك التي يعيشها المجتمع الليبي اليوم.

حيث يُعد الاستهلاك المظهري البذخي ظاهرة شبه عامة لدى معظم **الأسر** الليبية؛ لكبر حجمها؛ وكثرة عدد أفرادها من جهة؛ وكثرة المناسبات الاجتماعية سواء في الأفراح أو الأتراح من جهة أخرى؛ فقد يصل ما تستهلكه **أسرة** ليبية في مناسبة اجتماعية واحدة إلى أن يغطى نفقة العديد من الأسر المحتاجة، فما تعده الأسرة الليبية في المناسبات من طعام بكميات مضاعفة وبتكاليف مبهرجة وباهظة قد يصل بالفائض منه إلى مكبات القمامة، أما ما تستهلكه **المرأة** الليبية من مظاهر في مستلزمات الملبس والتجميل والأثاث والديكور والاتصالات والتظاهر والتباهي في عمل الحفلات في الصالات، وما تقدمه من طعام، وما تعرضه من أثاث؛ كله يحتاج إلى ترشيد وتوجيه.

في ضوء كل ذلك تسعى هذه الدراسة إلى بحث تساؤل علمي مفاده: هل تشكل فعلاً ثقافة الاستهلاك عنصرًا من عناصر ثقافة المجتمع عامة؟ وما هو الدور الذي يمكن أن تقوم به الأسرة في نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك؟

تتمثل **أهمية** هذه الدراسة في تسليط الضوء على موضوع في غاية الأهمية في المجتمع الليبي، ألا وهو الاستهلاك المظهري التفاخري الذي ينتشر في المجتمع، كما تكتسب هذه الدراسة أهميتها في طرحها لموضوع نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك في المجتمع الليبي. باعتبارها إحدى موضوعات علم الاجتماع الاقتصادي التي تحتاج إلى البحث والدراسة.

وعليه **تهدف** هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به الأسرة الليبية في نشر ثقافة الترشيد، وتعزيزها من خلال أبعاد مختلفة؛ مع تقديم مجموعة من الآليات التي تتوقع أن تتخذها الأسرة مسلكًا في ترشيد استهلاكها.

ثانياً: معنى الاستهلاك وثقافته: –

يُعد الاهتمام بموضوع الاستهلاك في الدراسات الاجتماعية اهتمامًا معاصرًا، ففي الماضي لم يحظ موضوع الاستهلاك في الدراسات الاجتماعية باهتمام واسع، فقد كان موضوعًا ثانويًا في علم الاجتماع، كأحد المؤشرات الدالة على الطبقة والمكانة الاجتماعية مثلاً (زايد، 2006، 111).

واجتماعيا لم يتحول الاستهلاك إلى موضوعٍ للبحث والدراسة إلا في ثمانينيات القرن العشرين، عندما عقد أول مؤتمر متخصص حول سيسيولوجيا الاستهلاك في (أوسلو) عام (1988)، الذي لفت الانتباه لأول مرة إلى الجوانب الاجتماعية المتضمنة في موضوع الاستهلاك (زايد، 2006، 112). ومنه أصبحت دراسات الاستهلاك وترشيده إحدى أهم الموضوعات المطروحة في مجال البحوث والدراسات الاجتماعية.

وتعددت **تعريفات** الاستهلاك باختلاف التخصصات والتوجهات النظرية، **فيعرف** الاستهلاك بأنه إنفاق الأفراد دخولهم؛ من أجل الحصول على الإشباع المستمر من السلع التي يقومون بشرائها" (مريزق، 2015، ص4). **ويعرف** – أيضا–بأنه الطريقة التي تنفق فيها الأسرة نقودها لمواجهة حاجاتها المختلفة بيولوجيا وثقافياً (زايد، 2002، 145).

كما يعرف الاستهلاك أيضًا–بأنه إنفاق الأسرة دخلها على السلع والخدمات التي يمكن استعمالها في فترات مختلفة في حياتها (حسين، وآخرون، 2004، ص 127).

ويطلق الاقتصاديون مصطلح الاستهلاك على "الاستخدام المباشر للسلع والخدمات التي تشبع رغبات الإنسان وحاجاته. وعلى هذا الأساس نجد أن الاستهلاك يشير دائمًا إلى طلب مستمر ومتواصل سواء أعند الفرد أم الجماعة" (مريزق، 2015، ص 4).

وكلمة المستهلك لغةً مأخوذة من مادة هلك، الهلك، هلك، يهلك واستهلك المال أنفقه وأنفذه" (ابن منظور، د. ت، ص 820).

أما اصطلاحًا فيعرف المستهلك "بأنه من يقوم باستعمال السلع والخدمات؛ لإشباع حاجاته الشخصية وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني" (صادق، 2014).

أما الاستهلاك بالمفهوم الاجتماعي فهو ظاهرة عامة لدى كل المجتمعات، وهو مفهوم أكثر اتساعًا من مجرد إشباع الحاجات البيولوجية، بل يؤدي عدة وظائف في كل الثقافات، فإعداد الطعام واستهلاكه يرتبط بالنسبة لبعض الشعوب بقيم جمالية (كقيم الذوق والفن). وهو بالنسبة للبعض الآخر دليل على المكانة، خاصة في الثقافات التي بها فائض إنتاجي سواء أكانت الشعوب بدائية أم معاصرة (زايد، 2006، 111–112).

وعليه فإننا يمكن أن نفرق بين نوعين من الاستهلاك:

الاستهلاك العادي/ وهو الإنفاق بشكل معقول ومألوف، وفقاً لمعايير السلوك السائدة في المجتمع، وفقاً للقدرة المالية للشخص.

الاستهلاك البذخي والترفي/ هو الإنفاق غير المألوف والمبالغ فيه كمًّا ونوعًا والذي لا يتوافق مع الإمكانات المادية للشخص والمجتمع، ويصبح الاستهلاك سلوكا غير سليم متى أصبح يشكل عبئًا على الأسرة والمجتمع، بمعنى أن يتجاوز الاستهلاك الدخل، ويشكل عبئًا اقتصاديًا عليها.

ويعرف الاستهلاك الترفي –أيضًا –بأنه "الإنفاق على السلع الكمالية، وفي مناسبات غير الضرورية وبشكل مسرف، بقصد التباهي وحب الظهور وتعويض النقص" (التويجرى، وآخرون، 2015).

وهو أيضًا "الاستنزاف للموارد والدخول، وهو إنفاق دون عائد يدخل في إطار هدر الثروة" (التويجري وآخرون، 2015).

ويقصد بالاستهلاك الترفي –أيضًا– المبالغة في كل مظاهر الاستهلاك، كالمبالغة في اقتناء السلع، والمبالغة في الشراء أو اقتناء المشتريات ...إلخ ، حينها يسمى بالاستهلاك المظهري، وهو سلوك يرتبط بالطريقة التي يعيش بها الفرد في الملبس والمأكل والأثاث وغير ذلك من السلوك الذي له علاقة بالإشباع الضروري للحاجات، إلى المبالغة بشكل متزايد في اقتنائها، حتى يظهر الشخص بالمظهر الذي يرغب أن يراه الناس عليه؛ وذلك لعدة أسباب اجتماعية، مثل: (المسيرة الاجتماعية) بمعنى مسايرة الآخرين في استهلاكهم، بغض النظر عن الظروف المادية.

ويتطلب لفهم **ثقافة الترشيد** تعريف عدة مفاهيم أخرى، كمفهوم **سلوك المستهلك**، الذي يقصد به مجموعة التصرفات التي يبديها المستهلكون عند شراء سلعة أو اقتناء خدمة قبل الشراء في متاجر معينة دون غيرها، أو الشراء في مواسم أو أيام أو أوقات معينة في السنة دون غيرها، وتعد دراسة سلوك المستهلك من متطلبات نجاح أي سياسة تسويقية تهتم بالمستهلك (عبود، 2000).

ويعرف سلوك المستهلك –أيضًا–بأنه مجموعة الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الأفراد؛ من أجل الحصول على السلع والخدمات بطريقة اقتصادية، بما في ذلك عملية اتخاذ القرارات التي تسبق تلك الأفعال. (عبود، 2007).

وهناك عدة عوامل تؤثر في سلوك المستهلك، منها ما هو ذاتي أو شخصي نابع من الفرد ذاته، ومنها ما يتعلق بالتنشئة المحيطة به، ولذلك تجد من يقسمها إلى: (عبود، 2007)

1–عوامل داخلية مثل: (العمر–الوضع الاقتصادي–العوامل النفسية).

2–عوامل خارجية مثل:(العوامل الثقافية والاجتماعية).

أما مفهوم **ثقافة الاستهلاك:** فيقصد به تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، وهي عملية تشمل –إلى جانب الجوانب المادية للاستهلاك –مجموعة المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية (أبو طالب، 2004).

وتوصف ثقافة الاستهلاك بأنها ثقافة قهرية؛ لاعتمادها في انتشارها على عنصرين قهريين:

الأول/ التقليد الذي يدفع الناس إلي تكريس كل حياتهم لأن يحصلوا على ما حصل عليه الآخرون، ويتفاقم هذا الأمر عندما تتدخل وسائل الإعلام والإعلان؛ لتشعر الأفراد بالقصور والنقص تجاه نظائرهم الذين حصلوا على السلع من قبل.

الثاني/ يأتي من التقاليد التي تنجح الثقافة الاستهلاكية في استخدامها وتوظيفها، ويظهر ذلك جليا في الاحتفال بالمناسبات الاجتماعية، دينية كانت أو غير دينية، حتى يتحول الاحتفال بالمناسبة إلي احتفال استهلاكي بالدرجة الأولى ، فقد خلقت ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة الليبية العديد من الأنماط الاستهلاكية الجديدة، فمثلاً ما يعرف **(باللمة)** وهو نمط من الثقافة، جمع بين الثقافة الاستهلاكية كثقافة حديثة مع العناصر التقليدية من الاحتفالات ، لتعطي معنى جديداً من الثقافة الاستهلاكية، لا هو تقليدي ولا هو حديث، فشملت المظاهر الاستهلاكية كل شيء، وأصبحت تسيطر على تصرفات الأفراد و سلوكهم اتجاه طرق إشباع رغباتهم من السلع.

أما ترشيد الاستهلاك فيعنى به تعديل الأنماط والعادات الاستهلاكية، بحيث يكون استهلاك الفرد من الأغذية والطاقة والمياه بالكميات والنوعية التي تفي كافة احتياجاته دون زيادة أو نقصان (أحمد، 2017).

وعليه فترشيد الاستهلاك يهدف إلى: (أحمد، 2017).

1- توعية الأفراد بحقوقهم وواجباتهم في عمليتي الإنتاج والاستهلاك.

2- رفع الوعي والفهم والمسؤولية لدى الأفراد في استخدام الأسلوب الأمثل في التعامل مع الموارد المتاحة.

3- مشاركة الجميع في عملية التنمية.

ويضعنا كل هذا أمام تعريف مفهوم **ثقافة ترشيد** الاستهلاك، التي يقصد بها تلك المعرفة المكتسبة من مصادر مختلفة، بخصوص حصول كل فرد في المجتمع على احتياجاته المثلى من السلع والخدمات دون زيادة أو نقصان، وفق جنسه وعمره ونوع العمل الذي يؤديه، على أن يكون ذلك في حدود الموارد المتاحة (عبدالرحيم، 2012، 186).

وهي ثقافة تهدف إلى تعديل الأنماط والعادات الاستهلاكية، بحيث يتصف السلوك الاستهلاكي سواء للفرد أم الأسرة بالتعقل والاتزان، وهي عملية تهدف إلى توجيه الفرد لكيفية عدم الإسراف من خلال خطط واعية، يعرف بها الفرد الطريق السليم والصحيح، والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة (زايد، 2017). وتأتي أهمية نشر ثقافة الترشيد للحفاظ على مواردنا المادية والطبيعية المحدودة وفقاً لإمكانياتنا المتاحة.

ثالثاً: الدراسات السابقة: –

تنوعت الدراسات التي اهتمت بالاستهلاك وترشيده، فقد قدم (أحمد زايد، وآخرون، عام 1991) دراسة ميدانية عن الاستهلاك في المجتمع القطري، دراسة استخدم فيها الباحثون استمارة استبيان على عينة قدرها (330) فردًا، هدفت إلى معرفة الأنماط الاستهلاكية ونفقاتها المعتادة في المجتمعات الخليجية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها: أن التطورات الاقتصادية التي مرت بها المجتمعات الخليجية في العقود الماضية خلقت أنماطًا استهلاكيةً حديثة مختلفة عن أنماط الاستهلاك التي كانت عليها (زايد، 1991).

وفي إطار بحث أهم العوامل التي تؤثر في السلوك الاستهلاكي قدمت (زينب الدوسري، عام 1427هـ) دراسة على المجتمع السعودي، تهدف إلى دراسة أهم العوامل الاجتماعية المؤثرة في السلوك الاستهلاكي، على عينة من أولياء أمور طلبة المرحلة المتوسطة في مدينة الرياض، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها: أن الأسرة السعودية تستهلك ما يفوق دخلها، وقد أوصت الدراسة إلى ضرورة التوعية وتشجيع الادخار وهي عناصر مهمة من عناصر الترشيد والاستهلاك (الدوسري، 1427).

وحاولت دراسات كثيرة بحث الاتجاهات نحو الاستهلاك، وفي إطار ذلك قدمت (أمال عبدالرحيم) دراسة عن اتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو ثقافة ترشيد الاستهلاك، دراسة ميدانية باستخدام استمارة الاستبيان على عينة قدرها (550) طالبة من طالبات قسم الدراسات الاجتماعية في مركز الدراسات الجامعية للبنات بجامعة الملك سعود، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها: حصول الطالبة الجامعية السعودية على المعلومات المتعلقة بثقافة ترشيد الاستهلاك من مصادر محدودة؛ بالإضافة إلى ضآلة دورها في نشر هذه الثقافة، كما كان من بين أهم نتائج الدراسة قلة اهتمام مؤسسات المجتمع المدني بثقافة ترشيد الاستهلاك، وكان من بين أهم توصياتها أهمية دور الأسرة في نشر ثقافة الترشيد وتعزيزها من خلال عملية التنمية الاجتماعية عبر محاور وآليات متنوعة (عبدالرحيم، 2012).

كما اهتمت دراسات أخرى ببحث جوانب محددة من ترشيد الاستهلاك، فقد قدمت (عمرة بنت خميس، عام 1417هـ) دراسة ميدانية على مدينة الرياض، هدفت إلى معرفة التطور في استهلاك الطاقة الكهربائية المنزلية في المدينة خلال عشر سنوات، وأكدت نتائج الدراسة أهمية ثقافة الترشيد والتوعية بترشيد الطاقة الكهربائية (خميس، 1417).

كما ركزت بعض الدراسات عن موضوع الاستهلاك في بحث متغيرات معينة، فهدفت دراسة (مصطفى محمود، 2001) إلى اختبار أثر النوع والمستوى الدراسي لدى طلبة الجامعات في دوافعهم نحو الاستهلاك، وذلك عن طريق استخدام استمارة الاستبيان على عينة قدرها (895)

طالباً وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها: تأثير عدة متغيرات على نوع الاستهلاك وحجمه، لعل أهمها النوع والمستوى التعليمي، وأوصت الدراسة على أهمية التوعية بمصادر الاستهلاك والدوافع نحوه (محمود، 2001).

ويظهر لنا من مراجعة الدراسات السابقة الاهتمام الاجتماعي بموضوع الاستهلاك وأهمية الدور التوعوي في الترشيد الاستهلاكي.

رابعاً: التفسير النظري للاستهلاك:

انقسمت المناقشات النظرية في دراسة الاستهلاك إلى ثلاثة اتجاهات:

الأول / ينطلق من نظرية تؤكد على عمومية (عالمية ثقافة الاستهلاك وترى أن التطورات العالمية في الإنتاج والتطورات البنائية في النظام الطبقي والمهني، خلقت أساسًا جديدًا لثقافة عالمية، تنتشر من مراكز الإنتاج الصناعي في الدول المتقدمة، وتنتشر لكافة بقاع العالم (زايد، 2006؛ ص ص 112، 113).

والثاني / يربط ثقافة الاستهلاك بسياقات اجتماعية خاصة بين المجتمعات أو في داخل المجتمع الواحد، ويتزعم وجهة النظر هذه عالم الاجتماع الفرنسي (بيير بودو).

حيث يرى أنه ليس هناك ثقافة استهلاكية عامة، دائما فهناك أنماط متمايزة من هذه الثقافة، بل إن كل فئة اجتماعية تحافظ على ثقافتها، وتدافع عنها كدفاعها عن ممتلكاتها المادية (زايد، 2006؛ 114).

أما الثالث / فلا يسلم بعمومية ثقافة الاستهلاك على إطلاقها، ولا بخصوصيتها على إطلاقها، فهو اتجاه يرى أنه عندما تنشر هذه الثقافة من مراكزها العالمية و تستقبل في الحياة اليومية فإنها تظهر مع العادات والتقاليد المحلية، بحيث يعاد صياغة هذه العادات والممارسات في ضوء الثقافة العالمية، كما يعاد صياغة هذه الثقافة العالمية في ضوء العادات والممارسات المحلية، وتكون النتيجة كيانًا ثقافيًّا يتميز رغم خضوعه للأطر الثقافية العالمية بخصوصيته الثقافية، ويتبني وجهة النظر هذه عالم الاجتماع العربي (أحمد زايد) (زايد، 2006، 144). ويظهر **الاتجاه الثالث** الذي يربط بين عالمية ثقافة الاستهلاك وخصوصيتها؛ أن الأسرة الليبية في استهلاكها تخضع لمختلف مظاهر الإنتاج العالمي، وفي الوقت نفسه تحاول إعادته في ضوء ثقافتها الخاصة. وعليه تفسر المظاهر الاستهلاكية لدى الأسرة الليبية في الممارسات الاستهلاكية المظهرية البذخية كأحد المؤشرات الدالة على إطار ثقافي، يربط بين عالمية ثقافة الاستهلاك وخصوصيتها.

وانطلاقاً من اعتبار أن ثقافة الاستهلاك المظهري البذخي هي ثقافة سلبية؛ وذلك لطابعها الإسرافي المرتبط بطفرة استهلاكية مفرطة، تؤدي إلى مخاطر على كافة جوانب المجتمع اقتصاديًا وسياسيًا واجتماعيًا.

فعلى مستوى المخاطر الاقتصادية:

تؤدي سيادة ثقافة الاستهلاك الترفي إلى انهيار المقومات الأساسية للنمو الاقتصادي، المتمثلة في الادخار والاستثمار، فالدخل القومي هو محصلة للاستهلاك والادخار، فمن ناحية الاستهلاك سوف تكون بالطبع على حساب الادخار الذي يساعد على زيادة التكوين الرأسمالي، ومن ناحية أخرى يعمل انتشار ثقافة الاستهلاك على تضاعف الحاجات البشرية وتجاوزها قدرة الموارد المتاحة على تلبيتها، وهو ما يعني مزيدًا من ارتفاع الأسعار، فضلاً عن خلق بيئة غير صحية أمام المنتج الأصلي؛ مما يعرضه للانهيار (عبدالرحيم، 2012).

وفي الجانب الاجتماعي لا يقل الأمر خطورة، فمنبع ثقافة الاستهلاك المنزل وسلوك الوالدين مع أبنائهم؛ بسبب عدم وجود قدوة استهلاكية من الآباء للأبناء، بالإضافة إلى تبذير ميزانية الأسرة، من خلال استهلاكها العديد من السلع التي لا معنى لها، وهو ما يوقع الأسرة في العديد من المشكلات كالاقتراض. إلخ، مما يؤثر على كيان الأسرة، ويقودها إلى عدة مشكلات، كما أن مسايرة المجتمع والعادات والتقاليد في بعض الأحيان تجبر الأفراد على الإسراف في مختلف احتياجات الأسرة، ولا سيما جيل الشباب، فهجوم الثقافة الاستهلاكية على الأسرة يؤدي إلى مخاطر كبيرة، يأتي في مقدمتها نشر ثقافة الدول المصدرة (عبدالرحيم، 2012).

أما على مستوى المخاطر السياسية فتعمل زيادة الاستهلاك إلى التبعية؛ نتيجة للاعتماد على المجتمعات الأخرى في تلبية حاجات المستهلكين (عبدالرحيم، 2012). وما ينتج عن ذلك من تبعية ثقافية؛ وفقدان للهوية، فضلاً عن افتقار العديد من السلع لمعايير السلامة الصحية.

خامساً: الفهم الاجتماعي لظاهرة الاستهلاك:

تفسر ظاهرة الاستهلاك اجتماعيا على أساس النظرة الشمولية للاستهلاك في جوانبه المادية والمعنوية، وجوانبه المنظورة وغير المنظورة، فالأفراد يستهلكون بجانب استهلاكهم للسلع المادية الصور والمعاني المرتبطة بها، كما أنهم يتخذونها رموزًا يتخاطبون بها خطابًا صامتًا في حياتهم اليومية (زايد، 2006، 114).

وترى مختلف الدراسات الاجتماعية أن الاستهلاك يؤثر على الأفراد حيث إن الضغوط التي تفرضها ثقافة الاستهلاك على الأفراد الذين لا يقدرون على مجاراتها مما يخلق لديهم إحساساً بعدم الوجود في العالم، الأمر الذي يدفعهم إلى الاستهلاك بشكل مخل إذا ما توفرت لديهم الإمكانية لذلك، ويلجؤون بذلك إلى مزيدٍ من الاستهلاك (الترفي في هذه الحالة) اعتقاداً بأنه يخلق لديهم ألفة بالعالم ويزيح عنهم الشعور بالنقص ويشعرهم بأن لهم وجودًا مثل الآخرين (زايد، 2006، 114).

فيحرص الفرد عند اقتناء سيارة جديدة على أن تكون من موديل ومواصفات وسعر معين لا لشيء إلا لمخاطبته للآخرين بقيمة سيارته وبمقدار ما يمتلكه من مال وهو ما يشير به إلى مكانته

دون أن يحدثنا عن ذلك. والشيء نفسه تقوم به المرأة عند اقتنائها لأثاث منزلها أو عند اقتناء ساعة أو حلية جديدة فتحرص على محلات وماركات معينه، مخاطبةً إيانا خطابًا صامتا بما تملك من ثروة، مشيرة الى مكانتها الاجتماعية.

سادساً: دور الأسرة في نشر ثقافة الاستهلاك:

تحمل الأسرة دورًا كبيرًا في نشر العديد من مظاهر الاستهلاك السلبي، من خلال عملية التنشئة الأسرية، ويظهر ذلك جليًا فيما تقوم به المرأة الليبية –على اختلاف مستوياتها العلمية والفكرية والعمرية والمهنية –من الانضمام إلى مجموعات الطبخ والأكل والأثاث على صفحات الإنترنت، وهي صفحات تشترك في نشر ثقافة الاستهلاك من منتجات اقتصادية وثقافية واجتماعية ... إلخ من المنتجات التي تؤدي إلى مزيدٍ من الاستهلاك.

تقوم عملية التنشئة الاجتماعية بغرس قيم الاستهلاك المظهري عند النشء، فالأسرة هي من تعلم الأطفال وتغرس فيهم المظاهر السلبية من الاستهلاك دون شعور منها، فنحن من نقوم بتسجيلهم في المدارس، التي قد لا تسمح إمكاناتنا بالتسجيل بها؛ لا لشيء إلا لأن رسومها مرتفعة، أو لأن ابن فلان وفلان من الطبقة الفلانية يدرسون فيها، لعدة أسباب اجتماعية يصعب فهمها، ولذلك فأنا الذي اخترت نوع الوسط المعيشي الذي يدرس فيه، وبذلك حدد له مسبقاً ممارسته السلوكية التي يتوقع أن يعمل بها.

وتتحمل المرأة الدور الأكبر في غرس ثقافة الاستهلاك، فهي من تمثل القدوة لأفراد أسرتها، بما تقوم به في إدارتها لأسراتها وميزانيتها، وما تراعيه من توازن بين المدخلات والمخرجات في اقتصاد الأسرة.

ولك أن تتصور معي بيتاً تكون فيه المرأة عاشقة للأسواق والموضة، تلاحق كل ما تعرضه صفحات الإنترنت من موديلات في شتى المجالات من مأكل وملبس وأثاث ومفروشات وديكور...إلخ، ماذا سيكون عليه سلوك أفراد أسرتها (ثقافة الاستهلاك، 2007).

سابعاً: الوعي الاستهلاكي للأسرة:

يقع العبء الأكبر على الأسرة في تزويد المجتمع بالكفاءات والخبرات البشرية، ومطلوب منها الكثير في فترات الأزمات؛ كعدم التبذير والاقتصاد في النفقات...إلخ من السلوكيات الاستهلاكية الإيجابية. فكلما كانت الأسرة واعية لثقافة الترشيد ارتقى هذا الوعي وتحول إلى ممارسات فعلية، تجعل الأسرة أكثر قدرة على خلق التوازن المالي بين استهلاكها واستثمارها لأموالها، مهما بلغ حجم مدخلاتها قليلة أو كثيرة، ذلك أن الأسرة الواعية اقتصادياً تستطيع أن تحقق اتجاهات استهلاكية إيجابية بين أفرادها، بدءاً من الزوجين، فهما ركنا الأسرة الأساسيان وهما من يكونان النموذج الصالح عبر السلوك العملي والممارسة الفعلية أمام أبنائهم، فكلما كانت الاتجاهات الاستهلاكية

عند الوالدين متوازنة ومقبولة بما يتناسب مع دخل الأسرة، فإن الأولاد يقتدون بهما، وتنمو في نفوسهم اتجاهات استهلاكية معتدلة؛ مما يجنب الأسرة مخاطر اجتماعية واقتصادية كثيرة، منها: الديون المالية، والضغوط الاقتصادية، التي تؤدي إلى توتر العلاقات النفسية والعاطفية بين الزوجين، وتؤثر سلبا على رعايتهما لأولادهما.

وهو أمر يتطلب من الأسرة تنظيم ميزانيتها ومصروفاتها اليومية، بما يمكنها من التصدي للحاجة في ظل الأوضاع الجديدة التي تفرضها الأزمات، وتوجيه أفراد الأسرة إلى ما نهى عنه الله سبحانه وتعالى في الاستهلاك بقوله " **وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا**" (سورة الإسراء، الآيتان 26 و27)، وتوجيههم بأن الإنسان مسؤول عن ماله، وفيما أنفقه ومن أين حصل عليه، وأن الإنسان مسؤول أمام الله تعالى ، وعليه فإن المرأة الواعية الاتزان الاستهلاكي السليم تدرك جيداً أن ديننا الإسلامي حثنا على الاعتدال في كل شيء في حياتنا بما فيها الاستهلاك؛ لقوله تعالى: " **وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَ لَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا** " (سورة الإسراء، الآيتان 28– 29)

وفي هذا المجال اتخذت العديد من الدول محاولات متعددة في مجال ترشيد الاستهلاك، كان منها مثلا:

1- قامت العديد من الدول بخفض معدلات الإنفاق الحكومي؛ كخفض الإنفاق على الوزرات والهيئات والجهاز الإداري، وخفض التمثيل الخارجي في البعثات الدبلوماسية، فقد حفظت مصر مثلاً نسبة تمثيل سفاراتها في الخارج إلى 50%.

2- عملت العديد من الدول حملات توعوية؛ لتوعية المرأة وحثها على ترشيد الاستهلاك ومساندة المجتمع، قد طبق المجلس القومي للمرأة في مصر والعديد من المراكز في الإمارات والأردن مثل هذه الحملات التوعوية؛ لتوعية المرأة بمخاطر الاستهلاك الترفي وسبل الاستهلاك الرشيد.

3- تأهيل الشباب للقيادة والعمل الاستهلاكي الرشيد.

كل ذلك يتطلب من الأسرة القيام بمجموعة من المهام الاقتصادية في أوقات الأزمات يوضحها الشكل رقم (1) منها:

1- نشر الوعي بين أفراد الأسرة بوجه عام والمرأة على وجه الخصوص، وذلك من خلال خلق التوازن بين دخلها ومصروفاتها إذا كان دخلها محدودًا، أما إذا كان دخلها فائضًا عن الحاجة فيمكن توفير الفائض منه؛ حتى لا يحقق العجز في الميزانية، وأول ما يجب أن تقوم به الأسرة في فترات الأزمات هو تقليص حجم المصروفات اليومية على السلع الكمالية من المواد الغذائية وأنشطة الترويج، والتقليل من استعمالات الكهرباء والماء

والغاز، والتقليل من استهلاك البنزين، فعلى الأسرة في هذه المرحلة الالتزام بقواعد ترشيد الإنفاق العام **وذلك قد يكون عبر:**

أ- ترشيد استهلاك المياه: ويكون ذلك بتعويد أفراد الأسرة على طرق المحافظة عليه بالاستخدام الأمثل الذي يحقق الهدف من استخدامه دون إضاعته وتعويد أفراد الأسرة أن هدر المياه يعني تبذيراً اقتصادياً مما يؤثر سلباً على الاقتصاد الوطني، وأن الماء ملك للجميع، وأننا يجب أن نأخذ حاجتنا من الماء دون هدر؛ لأنه ملك لنا وللأجيال القادمة.

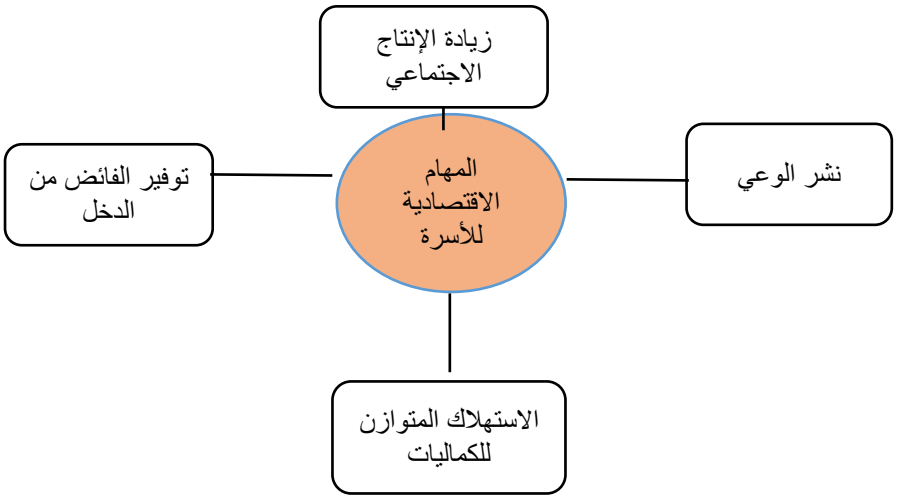
ومن الأفعال الاستهلاكية الواعية عند استخدام المياه هو تصليح الأعطال في الأماكن التي بها تسريب، وعدم جعل الصنبور مفتوحًا فترات طويلة عند القيام بغسل الأواني أو السيارات أو عند تنظيف البيت، كما يجب استخدام أنابيب الري الاقتصادية عند ري المزروعات في حديقة البيت أو في المزرعة... إلخ من الأفعال الاستهلاكية الواعية في ترشيد المياه.

ب- ترشيد استهلاك الكهرباء: وذلك بتعويد أفراد الأسرة على إطفاء الأجهزة والمصابيح التي لا حاجة إليها، واستخدام الاقتصادي منها الذي يخفض من الاستهلاك، وتعويدهم -أيضا -على إطفاء الأجهزة التي نستعملها عند الخروج من البيت، وإطفاء الأجهزة في الغرف والمرافق التي لا نستعملها، ومن الاتجاهات الواعية أيضا في استهلاك الكهرباء في مؤسسات العمل القيام بإطفاء أجهزة التكييف والإضاءة عند الخروج من المكاتب، وعدم تركها تعمل إلى اليوم الآخر فتخفيف حجم استهلاك الكهرباء يخفف العبء على ميزانية المجتمع.

ج-ترشيد استخدام وسائل الاتصال: من الهواتف المحمولة والإنترنت، فلوسائل التواصل الاجتماعي فائدة علمية وثقافية، وأن الأسرة الواعية للسلوك الاستهلاكي السليم تعلم أن الهواتف تستخدم كوسيلة تواصل للسؤال ولقضاء حاجات اجتماعية منطقية، فيجب أن تكون المكالمة في حدود زمنية معقولة، وتجنب قضاء المكالمة في الأسئلة الكثيرة عن الأحوال والصحة وتقصي أحوال الآخرين، وقضاء الوقت في أحاديث هامشية لا جدوى منها.

د- ترشيد استهلاك الملابس: حيث تستنزف الكماليات وخاصة النسائية منها الكثير من ميزانية الأسرة، نتيجة للمحاكاة والتقليد الأعمى لما تنشره صفحات الإنترنت، الذي قد لا تكون له حاجة ضرورية، فعلى الرغم مما تحمله الخزائن من ملابس فإنها تقوم كل شتاء وكل عيد وكل مناسبة اجتماعية ؛ بالذهاب إلى السوق لشراء الملابس الجديدة، رغم أن الموجود في الخزائن قد يكون أفضل وأجود منه، ومن الاتجاهات السلوكية الواعية في هذا الجانب القيام بإضافة لمسات فنية جمالية على الملابس القديمة بإعادة إضافة تغيرات على شكلها أو لونها أو إضافة الإكسسوارات عليها.

شكل رقم (1) يوضح المهام الاقتصادية للأسرة.



2- الاستهلاك المتوازن للكميات: التي من شأنها إخفاق الاقتصاد في وقت الأزمة، مما يجعله يخل بميزانية المجتمع ؛ وذلك بالقضاء على الاستهلاك المظهري وخصوصاً في المناسبات الاجتماعية من خلال التقليل من الولائم والعزائم وخصوصاً عند الاحتفال بطقوس الميلاد والزواج، ونخص بالذكر (اللمات) التي تتفنن النساء في البذخ والتظاهر في القيام بها، حتى وإن قامت بها فيجب أن تكون في حدود المعقول، وعند اقتناء المواد الأولية فيجب اقتناء الأساسي فقط، وتجنب المواد الكمالية التي لا حاجة لها، وعند اقتنائها يجب استهلاكها بشكل عقلاني. إن الترشيد في استهلاك المواد الأولية والابتعاد عن الكمالية يساعد في تقليل حجم الاستيراد؛ مما يترك آثارا إيجابية على الميزان الاقتصادي للمجتمع.

3- توفير الفائض من الدخل، حتى لا يحدث العجز في ميزانية المجتمع، وحتى يساهم في دعم المجهود التنموي، ومن الاتجاهات الاستهلاكية الرشيدة في هذا الجانب اتباع سياسية الأولويات، كما يجب على الأسرة تشجيع أبنائها على المساعدة والمساندة في دعمها، وكما يتطلب هذا الجانب ضرورة قيام الأسرة بخلق التوازن بين حاجتها الفعلية من المواد الغذائية وبين ما تتطلبه من هذه المواد، دون اللجوء إلى تخزينها؛ لأن ذلك يعرضها للتلف، وينتهي بها إلى مكبات القمامة.

4- المساهمة في زيادة الإنتاج الاجتماعي كما ونوعاً، الذي يتعلق بالخدمات التي يقدمها الأفراد في الأسرة حسب اختصاصهم ومؤهلاتهم؛ ومن الاتجاهات الاستهلاكية الإيجابية الواعية في زيادة الإنتاج الاجتماعي؛ قيام كل فرد في الأسرة بأداء مهام عمله بصورة دقيقة ومتقنه والاستعداد للتضحية، وذلك من خلال نشر ثقافة الترشيد بين أفراد الأسرة، من

خلال توجيه النصائح و الإرشادات بين الأبناء، عن طريق الحوار الدائم مع الأبناء في أهمية مفاهيم الترشيد، وجعلها حديثاً أسرياً يمارس بشكل يومي، وتربيتهم على الاستهلاك المتوازن، وتعليمهم على استهلاك ماله حاجة ضرورية، و الابتعاد عن الاستهلاك المظهري.

ويوصي خبراء الاقتصاد الأسري بتخطيط ميزانية الأسرة على ثلاثة أقسام متناسقة، وهي:

1- قسم الدخل والمدخرات.

2- قسم المصروفات.

3- قسم الاستمارات.

وخلاصة القول فإن الأسرة الواعية بأهمية دورها في فترات الأزمات هي التي تحترم العديد من القيم التنموية؛ كقيمة الترشيد في الاستهلاك، والاقتصاد في النفقات، والابتعاد عن الاستهلاك المظهري، وهو ما يدعم دورها ومجهوداتها في دعم عملية التنمية المستدامة ويعززها .

فبالإمكان أن يكون **الأب والأم** في الأسرة القدوة الحسنة في ترشيد الاستهلاك، وأن يكونا مديرين جيدين في مؤسستهما الصغيرة؛ من أجل الحفاظ على موارد الأسرة وتنميتها.

ولا ننسى دور **الندوات والمحاضرات** في تبصير المواطنين بأهمية ترشيد الاستهلاك، والمحافظة على الموارد من التبذير والضياع.

كما تؤدي **وسائل الإعلام** دوراً في توعية الأسرة وتثقيفها استهلاكياً؛ لمنع ممارسات الاستهلاك المفرط والمخل بدخل الفرد، وذلك بالتوعية المضادة التي تحصن الأسرة من السقوط في هاوية الاستهلاك المرضي .

ولا يفوتني أن أحمل جزءاً من هذا العبء **على أقسام علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية** ومراكز البحوث، من خلال تبنيها برامج ودورات تدريبية حول الاستهلاك ومصادره، وكيفية إدارة ميزانية الأسرة.

ويمكن أن يكون **لمنظمات المجتمع المدني** دورُ في التوجيه والنقد ومحاولات الإصلاح من خلال مؤسساتها المتعددة، وخاصة فيما يتعلق بعقد الندوات والمحاضرات التوعوية في ثقافة الترشيد (ثقافة الاستهلاك، 2007).

وعليه يمكننا أن نقدم مشروعًا مبسطًا، يهدف إلى نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك، يتكون من عدة مكونات، والشكل رقم (2) يوضح ذلك وهي:

المكون الأول: تمكين المرأة من خلال التدريبات لرفع الكفاءة، تستهدف تقديم معلومات حول أسس اختيار الغذاء الصحي والمتوازن، والاحتياجات المختلفة لأفراد الأسرة.

المكون الثاني: العمل على التوعية بمخاطر إهدار الطعام، وبأثر تكلفة هذا الإهدار على ميزانية الأسرة والدولة من ناحية، وعلى البيئة من ناحية أخرى.

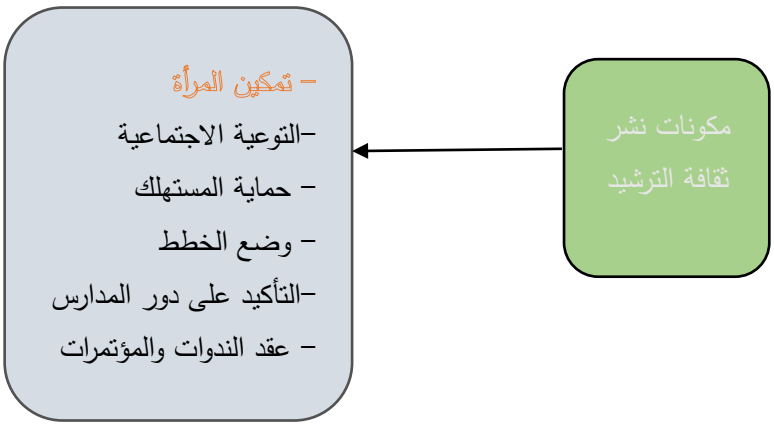
المكون الثالث: رفع الوعي بحقوق المستهلكين، ودور أجهزة حماية المستهلك لضبط الإسراف.

المكون الرابع: وضع الخطط التي يقوم بها متخصصون من مختلف مجالات المجتمع، يتبنون فيها مناهج تسعى إلى غرس ثقافة تهدف إلى ترشيد الاستهلاك.

المكون الخامس: التأكيد على دور المدارس في موضوعات الثقافة الاستهلاكية، وتربيتهم على السلوك الاستهلاكي الرشيد، من خلال تعويدهم على الممارسات الاستهلاكية الإيجابية، والحد من السلوكيات الاستهلاكية المظهرية السلبية.

المكون السادس: عقد الندوات والمؤتمرات التي يدعى إليها الباحثون والأكاديميون والمتخصصون في شأن الاستهلاك والتنمية، وتطرح فيها أوراق علمية عن أهمية نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك.

شكل (2) يبين مكونات آليات الترشيد.



وتقليل الشكوى من قلة الدخل والسيولة، وتوفير النفقات، والحفاظ على الأصول، في سبيل تحقيق تنمية مستدامة، تحافظ على حقوق الأجيال الحالية والمستقبلية معاً.

قائمة المصادر:

- أحمد عبد الله زايد، (1991)، **الاستهلاك في المجتمع القطري أنماطه وثقافته**، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، جامعة قطر.
- _____ ، (2006)، **علم الاجتماع، دراسة المجتمع المداخل النظرية** مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة .
- _____ ، (2002)، **تصميم البحث الاجتماعي**، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
- أمال عبدالرحيم، (2012)اتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو ثقافة ترشيد الاستهلاك، دراسة مطبقة في قسم الدراسات الاجتماعية بنات–جامعة الملك سعود، **مجلة جامعة دمشق**، المجلد 28، العدد الأول.
- زينب الدوسري، (1427)، **العوامل الاجتماعية المؤثرة في السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية**، الرياض.

- سالم محمد عبود،(**2014**) **دور منظمات المجتمع المدني في رفع الوعي الاستهلاكي**. مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد..http://mracpc.uobaghdad.edu
- صياد صادق، (2014)، **حماية المستهلك في ظل القانون الجيد رقم 09/ 103/ المتعلم بحماية المستهلك وقمع الغش**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجمهورية الجزائرية، جامعة قسطنطينة، كلية الحقوق، الجزائر.
- عدنان مريزق، (2015)، **الأزمة العالمية كنتاج لازمة الاستهلاك**، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر.
- محمد بن مكرم بن منظور ، لسان العرب، بيروت، دار صادر، مادة هلك، مج3
- مها سليمان أبو طالب، (1999)، **ترشيد الاستهلاك وتحديات المستقبل**، دبي، دار القلم للنشر والتوزيع.
- عمرة بنت خميس، (1417)، **الاستهلاك المنزلي للطاقة الكهربائية**، رسالة ماجستير جامعة الرياض، الرياض.
- مصطفى محمود، (2001)، أثر النوع والمستوى الدراسي في دوافع الاستهلاك لدى طلبة الجامعات الأردنية ، **المجلة العربية للعلوم الإدارية** ، جامعة الكويت ،المجلد 8، العدد 1.
- مجيد على حسين وآخرون (2004)، **مقدمة في التحليل الاقتصادي**، دار وائل للنشر، عمان.
- ثقافة الاستهلاك "التوعية والتربية تتصدران الأولويات، تحقيق هيام المفلح ، (2007) **مجلة الرياض**، العدد 14162، إبريل. www.alriyadh.com
- الندوة التخصصية، "**حماية المستهلك العراقي في ظل المشكلات المعاصرة**"(5،28،2008)، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد.
- أميمة سيد أحمد،(2017) **ترشيد الاستهلاك الطريق الأمن للتنمية المستدامة** ، الهيئة العامة للاستعلامات/ File:111D.
- سالم محمد عبود،(2007) حقوق المستهلك ومنهجية حمايته مدخل حضاري مع الإشارة للعراق مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، **مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية**، العدد 15.
- الداوي الشيخ،2013 ، **تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، حالة الجزائر**. http://www.pcp.ps/article
- ندوة حماية المستهلك في ليبيا، الواقع والآفاق،(2018) بنغازي 15/ مارس.
- أحمد صالح التويجري، وآخرون، **أخطار الاستهلاك الترفي في المجتمع السعودي**. http://alukan-not/wob/rommany/