

Scientific Events Gate

Innovations Journal of Humanities and Social Studies

مجلة ابتكارات للدراسات الإنسانية والاجتماعية

IJHSS

<https://eventsgate.org/ijhss>

e-ISSN: 2976-3312



ثقافة استهلاك المرأة وأثرها في عزوف الشباب عن الزواج

"دراسة تطبيقية على شباب منطقة القصيم"

فداء محمد النويصر - أثير ملوح النومسي

جامعة القصيم - السعودية

Fedanw8@gmail.com

المخلص: هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر ثقافة استهلاك المرأة على عزوف الشباب عن الزواج في المجتمع السعودي، ولتحقيق ذلك اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت أداة الاستبيان، وطبقت الدراسة على شباب منطقة القصيم، وبلغ عدد العينة (٦٥) شاب وشابة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: قد تتجه المرأة السعودية إلى شراء سلع غالية الثمن لتحقيق مكانة في المجتمع تشعر المرأة بالرضى والسعادة عند اقتنائها ماركة عالمية، تؤثر إعلانات برامج التواصل الاجتماعي في تكوين ثقافة استهلاك المرأة السعودية، قد تتأثر المرأة السعودية الترندي المنتشرة في المجتمع، غلاء المهور يسبب عائقاً في أقبال الشباب على الزواج، الطلبات المتزايدة عند بعض النساء تجعل الشباب يترددون في أقبالهم على الزواج، هوس بعض النساء في شراء السلع والماركات غالية الثمن قد تجعل الشباب يمتنعون عن الزواج، وتبين من موضوع الدراسة أن نظرية التبادل الاجتماعي ملائمة لتفسير مشكلة الدراسة، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أبرزها: قيام المؤسسات التربوية والدينية بدورها في تعديل ثقافة استهلاك المرأة نحو شراء السلع الغالية، وقيام الجهات المختصة بنشر الوعي الاقتصادي من مواقع إلكترونية وغيرها بنشر ثقافة الادخار وكيفية التصرف في المال خاصة بين النساء، نوصي بأن تحرص مؤسسات التنشئة الاجتماعية على تعزيز هوية المرأة العربية والإسلامية وخطورة التقليد الأعمى، توصية الشباب والشابات بضرورة التخطيط المالي والإنفاق السليم لضمان الاستقرار الاقتصادي، توصية الفتيات بالتركيز على الضروريات وتحديد مبلغ محدد لها من أول الشهر. الكلمات المفتاحية: ثقافة الاستهلاك، الإسراف، العزوف عن الزواج.

Women's consumption culture and its impact on young people's reluctance to marry "An applied study on young people in the "Qassim region

Feda ALnuwaysir- Atheer Alnomasy

Qassim University – Saudi Arabia

الايمل

Fedanw8@gmail.com

Received 12|10|2024 - Accepted 27|11|2024 Available online 15|01|2025

Abstract: This study aimed to determine the impact of the culture of women consumption on the reluctance of young people to marry in Saudi society, and to achieve



this, the study relied on the social survey method, used the questionnaire tool, and applied the study to the youth of the Qassim region, and the number of the sample was (65) a young man and a young woman, the study has reached several results, the most important of which are: Saudi women may tend to buy expensive goods to achieve a position in society, women feel satisfied and happy when acquiring an international brand, social media ads affect the formation of the culture of consumption of Saudi women, Saudi women may be affected. The widespread trend in society, the high cost of dowries causes a hindrance in the turnout of young people to marry, the increasing demands of some women make young people hesitate to get married, the obsession of some women in buying expensive goods and brands may make young people refrain from marriage, and the subject of the study showed that the theory of social exchange is suitable to explain the problem of the study, The study concluded with a set of recommendations, the most prominent of which are: the role of educational and religious institutions in modifying the culture of women's consumption towards the purchase of expensive goods, and the competent authorities spreading economic awareness from websites and others to spread the culture of saving and how to dispose of money, especially among women, we recommend that socialization institutions be keen to strengthen the identity of Arab and Islamic women and the danger of blind imitation, recommending young men and women the need for financial planning and proper spending to ensure economic stability, recommending girls to focus on necessities and set a specific amount for them from the first of the month.

Keywords: The Culture Of Consumption, Extravagance, Reluctance to Marry.

المقدمة:

من نعم الله على عباده أن جعلهم مستخلفين في الأرض ويستفيد الإنسان من موارد الآخر ويتبادل معه الطيبات، ولكن ما يشهده العالم اليوم من تغيرات اقتصادية تنموية أدى إلى تغير ثقافة الاستهلاك الأسري عموماً والمرأة خصوصاً حيث أصبحت المرأة لا تسعى إلى إشباع الضروريات بل تعدى الأمر إلى الكماليات والسلع الباهظة ولا يتسنى هذا كله لها إلا إذا وجدت من ينفق عليها ووفقاً للثقافة الإسلامية المنتشرة في المجتمع السعودي فإن الإنفاق من تكاليف الرجل ومن دوره المتوقع في المجتمع وبناءً عليه تعسر الزواج عليهم وهذا يختلف مع ما يدعوا إليه الدين الحنيف من الترغيب في الزواج حيث أن العزوف عن الزواج يتناقض مع بناء المجتمع وتوازنة والحفاظ على استمراريته، وفي المقابل أصبحت من أهم معايير اختيار الزوج عند النساء هو المال و طول ذات اليد و الذي قد يصرفهم عن المعايير الأخرى مثل الدين والخلق والنسب و لو نظرنا إلى حال الشباب اليوم لوجدنا أنهم يعانون من صعوبة في التوظيف الذي هو مصدر الدخل أو أنهم يعانون من قلة المعاش بجانب غلاء المعيشة كل هذه العوامل تتحد مع ثقافة استهلاك المرأة لتكون عائقاً لتكوين الأسر والأجيال اللاحقة.

وتمثل قضية الاستهلاك قضية متعددة الجوانب فهي لا تشكل خطراً على الفرد فقط بل يتعداه على مستوى الأسرة والمجتمع (Abd Al-ääl, 2022) .

ولا تزال مشكلة العزوف عن الزواج تعزو لأسباب كثيرة من أبرزها الأسباب الاقتصادية كغلاء المهور وأزمة السكن، بالإضافة إلى غلاء المعيشة والتوجه نحو الكماليات المترفة (Lbrsh, Rāzyh, 2006).

و نظراً لخطورة هذه المشكلة وما قد ينجم عنها من تحديات يصعب التعامل معها مستقبلاً تولدت فكرة هذه الدراسة والتي اتخذت من منهج المسح الاجتماعي طريقة لفهم العلاقة بين هذين المتغيرين و وصولاً لوضع حلول تساعد على الحد منها .

مشكلة الدراسة :

في ظل ما يشهده المجتمع السعودي من تحولات اقتصادية وتنموية تأثرت ثقافة الاستهلاك التي تتبناها المرأة السعودية حيث أصبح الاستهلاك الترفي والتفاخري من خلال شراء الكماليات واقتناء كل ما هو ذو قيمة وقد لا يكون من ضمن استعمالاتها اليومية، وأصبحت هذه المقتنيات هي التي تحدد مكانة المرأة وقيمتها في المجتمع لذا فهي تحرص على العلاقات الاجتماعية التي تساعدها في الحصول على هذه المنفعة المادية والظهور في مركز اجتماعي مرموق (Fybln , 2003).

وتعد الفتيات أكثر فئة متابعة للأزياء والحقائب والمجوهرات ومستحضرات التجميل فكما توصلت بعض الدراسات المعنية بدراسة الاستهلاك التفاخري أن الإناث أكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي، وأن الملابس هي أكثر سلعة تستهلكها الفتاة الجامعية السعودية بنسبة (٣٣.٢%) (Al-Mshāry, 2021)، وقد بلغ إجمالي الطلب على الملابس والأحذية (٧٦.٤%) من إجمالي الطلب على مستوى المملكة، وتأتي مستحضرات التجميل بالمرتبة التي تليها بمعدل (٣٤.٢٨%) من إجمالي السلع المطلوبة عام ٢٠١٩م (' iihsa'at altijarat all'iliiktiruniat fi almamlakat alearabiat alsueudiati, 2020).

ومن هذا المنطلق يتأثر إقبال الشباب على الزواج حيث أنه من أهم التكاليف المنصبة عليهم هي الإنفاق الأسري حيث قال تعالى ﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ﴾ [النساء: ٣٤]، ولكن ومع الأسف أن الشباب السعودي اليوم يعاني من ضغوط اقتصادية وأوضاع لا تتناسب مع ما يتطلبه الزواج اليوم من غلاء في المهور، وهوس نحو الكماليات والبضائع الباهظة الثمن، حيث أن هذا يؤدي إلى ثقل التكاليف على الزوج و بالتالي عزوفه عن الزواج وهذه النتيجة تتنافى مع ترغيب الإسلام وحثه على الزواج فيقول الرسول عليه الصلاة والسلام "يَا مَعْشَرَ الشَّبَابِ مَنِ اسْتَطَاعَ الْبَاءَةَ فَلْيَتَزَوَّجْ، فَإِنَّهُ أَغْضُ لِلْبَصْرِ وَأَحْصَنُ لِلْفَرْجِ".

وقد حاولت العديد من النظريات الاجتماعية تفسير العلاقة بين هذين المتغيرين على رأسهم نظرية التبادل الاجتماعي حيث تنظر إلى أن العلاقات الأسرية قائمة على تبادل المنافع المادية والمعنوية، وفي هذا السياق تعتبر نظرية التبادل الاجتماعي أن التبادلات والتفاعلات التي تحدث بين البشر هي نوع من السلوك الاجتماعي القائم على النتائج، وأن المفاهيم الأساسية للنظرية هي التكلفة والمكافأة (Slāmh, 2021)، وعلى ضوء افتراضاتها تم تحديد التصور النظري الموجه للدراسة الميداني:

التبادل هو الأساس الذي يقوم عليه العلاقات داخل الأسرة، وبحسب ووقوفنا على ثقافة المرأة السعودية للاستهلاك نرى أنها تعتمد بشكل كبير على إنفاق الزوج لها لذا فالإنفاق يعد من أهم تكاليف الرجل في المجتمع السعودي لذا لكي تقوم الزوجة بتقديم المنفعة لزوجها لا بد من أن تتلقى المكافأة المتوازنة من الزوج مع العمل الذي تقوم به حيث تتوتر العلاقة بينهما إذا اختل مبدأ التوازن بين الأخذ والعطاء بين الشخصين المتفاعلين ووفقاً لهذا المبدأ فإن الفرد المقبل على الزواج لا بد وأن يأخذ بعين الاعتبار هذا التبادل وهذه الموازنة وقد لا يكون على مقدرة على تحمل هذه التكاليف المادية بدءاً من المهر إلى تكاليف المنزل والأبناء و مطالب الزوجة نفسها فيتأخر في الزواج أو يعيش أعزباً طيلة حياته.

وتأسيساً على ما سبق جاءت هذه الدراسة تهدف إلى وصف وتحليل هذه العلاقة ووضع أهم التوصيات للحد منها وذلك باستخدام منهج المسح الاجتماعي. وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة على النحو التالي:
- ما أثر ثقافة استهلاك المرأة في عزوف الشباب عن الزواج؟

تساؤلات الدراسة :

- ١- ما أبرز معالم ثقافة الاستهلاك عند المرأة السعودية؟
- ٢- ما العوامل المؤثرة في تكوين ثقافة الاستهلاك عند المرأة السعودية ؟
- ٣- ما أثر ثقافة استهلاك المرأة في الشباب عن الزواج؟
- ٤- ما الحلول المناسبة لمواجهة مشكلة العزوف عن الزواج لدى شباب منطقة القصيم؟

أهداف الدراسة

- ١- تحديد أبرز معالم ثقافة الاستهلاك عند المرأة السعودية.
- ٢- تحديد العوامل المؤثرة في تكوين ثقافة الاستهلاك عند المرأة السعودية .
- ٣- تحديد أثر ثقافة استهلاك المرأة في عزوف الشباب عن الزواج.
- ٤- إيجاد الحلول المناسبة لمواجهة مشكلة العزوف عن الزواج لدى شباب منطقة القصيم.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوع الدراسة، فتقافة استهلاك المرأة تؤثر على البناء الاجتماعي للمجتمع السعودي، مما يؤكد على أهمية تحليل العلاقة بينهما وصولاً للحلول الملائمة مع ثقافة المجتمع السعودي.

١- الأهمية النظرية:

١- تفسير مشكلة الدراسة في ضوء نظريات علم الاجتماع، و السعي في مقاربتها لواقع المجتمع السعودي.

٢- التعرف على قيم وثقافة الاستهلاك عند المرأة السعودية.

٢- الأهمية التطبيقية:

- ١- تشرى نتائج هذه الدراسة المخططين الاجتماعيين و مؤسسات الإرشاد الأسري والزواجي بالحلول والتوصيات للتصدي لهذه المشكلة.
- ٢- ستمكن الدراسة من الوصول إلى إرشاد وقائي وعلاجي لمشكلة الدراسة.

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: ثقافة استهلاك المرأة السعودية وأثرها في عزوف الشباب عن الزواج.
- الحدود البشرية: يتمثل في عدد من الشباب والشابات من الذين لم يسبق لهم الزواج.
- الحدود المكانية: أجرت الباحثات هذه الدراسة في منطقة القصيم.
- الحدود الزمانية: يتمثل في فترة جمع البيانات للدراسة، والتي كانت من ١٤٤٤/٩/٦ هـ إلى ١٤٤٤/٩/١٠ هـ

مفاهيم الدراسة:

١- ثقافة الاستهلاك:

يعرف الاستهلاك في اللغة: بذل المال وانفقه أو اهلكه، ويقال استهلك ما لديه من مال أو طعام (Al-Zyāt, 2004)

وفي الاصطلاح: تعرف الثقافة في علم الاجتماع بأنها البيئة التي صورها الإنسان بما فيها المنتجات المادية وغير المادية التي تنتقل من جيل إلى آخر. فهي بذلك تتضمن الانماط الظاهرة والباطنة للسلوك المكتسب عن طريق الرموز والذي يتكون في مجتمع معين من علوم ومعتقدات وفنون وقيم وقوانين وعادات وغير ذلك (Bdwy, 1982) .

ويعرف الاستهلاك، بأنه النشاط الذي يشبع به الإنسان حاجاته (Bdwy, 1982) .
ومن الناحية الإجرائية تقصدُ الدراسة بثقافة استهلاك المرأة بأنها: قيم وعادات وأنماط السلوك الشرائي التي تتبناها المرأة السعودية أثناء وبعد فترة الزواج.

٢- الشباب:

لغة: الفتوة والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية، فالشباب هو الفتاء والحادثة، وشباب الشي أوله (Abn mazor, D.T)

وفي الاصطلاح: هي المرحلة العمرية التي تقع ما بين ١٦-٣٠ سنة (Brkat, 2008).

ومن الناحية الإجرائية: هي مرحلة اجتماعية تعقب مرحلة المراهقة وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي، بحيث يكون المرء مستعداً للزواج.

٣- العزوف عن الزواج:

العزوف لغة: انصرف عنه وزهد فيه، مبتعد وممتنع عنه. (Al-Brashy, 2020)

يعرف العزوف عن الزواج أنه حالة عدم الزواج، وتطبق بنوع خاص على الفرد الذي يقرر عدم الزواج (Bdwy, 1982).

ومن الناحية الإجرائية تقصدُ الدراسة بالعزوف عن الزواج: هو ترك الشاب لفكرة الارتباط والزواج بعد تجاوزه للسن المتعارف عليه نتيجة العوامل الثقافية لاستهلاك المرأة السعودية.
الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة (Al-sāyā, 2008) "الأسباب المؤدية الى حدوث العنوسة لدى الفتيات داخل المجتمع السعودي" والتي تهدف لتحديد مسببات العنوسة لدى الفتيات السعوديات في محافظة الرس، وذلك من خلال آراء مجموعة من المواطنين السعوديين من الجنسين المقيمين في محافظة الرس. وقد توصلت الدراسة إلى أن ثقافة المجتمع تسهم بشكل كبير في ظهور العنوسة وذلك من خلال العادات والأعراف المرتبطة بالبعد الاقتصادي المتمثل في ارتفاع تكاليف الزواج من مهر وحفلات زفاف وغير ذلك مما يفوق القدرة المالية للشباب.

الدراسة الثانية: دراسة (Swmān, 2014) بعنوان "تغير الأنماط الاستهلاكية وعلاقتها بالمكانة الاجتماعية: دراسة تطبيقية على الأسرة السعودية" والتي هدفت إلى التعرف على العلاقة بين المكانة الاجتماعية وتأثيرها على اتجاهات تغيير الأنماط الاستهلاكية في المجتمع السعودي. وقد اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وتم اختيار عينة عشوائية بلغ حجمها (٢٠٠) مفردة. واستخدمت الباحثة أداة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات عن موضوع الدراسة. وقد توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج على النحو التالي أولاً: أن الاهتمام بالمنتجات العصرية الجديدة التي توفر سبل الراحة والأمان جاء بالمركز الأول فيما يتعلق بالميول التفضيالات الاستهلاكية للأسرة السعودية. وفيما يتعلق بتأثير الطبقة والمكانة الاجتماعية على تغيير الأنماط الاستهلاكية فقد جاء تفضيل السكن في منزل في حي سكني راقى لكي يعكس المكانة الاجتماعية في الترتيب الأول. كما جاء في الترتيب الأول فيما يتعلق بعلاقة السلوك الاستهلاكي بالمكانة الاجتماعية تضايق المبحوث عندما لا يستطيع أن يدفع تكاليف شراء كل الأشياء التي يرغب في امتلاكها.

الدراسة الثالثة: دراسة (Al-Bshyr, 2019) بعنوان العرف وأثره على المهور وعزوف الشباب عن الزواج" حيث هدفت إلى تناول مشكلة العزوف عن الزواج بسبب المهور وأثر الأعراف في ذلك. حيث اتبعت المنهج الوصفي التحليلي وتم تطبيق الدراسة على المجتمع العراقي فقد توصلت إلى أن المهر يتحدد بتحديد العرف والذي أصبح يتأثر في هذه الأيام بعمل المرأة وتعلمها فكلما ارتفع غلى المهر، وبسبب هذا الارتفاع يعزف الشباب عن الزواج بسبب عدم مقدرته على الوفاء به .

الدراسة الرابعة: دراسة (Al-Ghzāwy, 2020) في "العزوبية من منظور جندي: دراسة ميدانية تحليلية في مدينة عمان" بهدف الكشف عن أسباب العزوبية، مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي، على

عينة مكونة من 15 عازبة من الإناث و15 عازب من الذكور من مدينة عَمَان، توصلت الدراسة إلى أن أهم الأسباب الاقتصادية لتأخر سن الزواج هو أن مضمون الأسباب الاقتصادية تختلف من الذكور بالنسبة للإناث حيث أن الأسباب الاقتصادية المرتبطة بعزوبة الذكور بشكل أساسي مرتبطة بالنواحي المادية والمتطلبات العالية اللازمة للزواج من الحفلة والمهر بالإضافة إلى وجود مشكلة لجوء الشباب إلى القروض من أجل التمكن من تغطية تكاليف ومتطلبات الزواج، أما بالنسبة للإناث فالأسباب الاقتصادية مرتبطة بعدم تقدم الرجل المرتاح مادياً والرغبة في العيش باستقرار وضمن مستوى اقتصادي مناسب.

الدراسة الخامسة: دراسة (Amyr, et al, 2022) بعنوان "الدوافع الاجتماعية والسيكولوجية المؤثرة على النزعة الاستهلاكية للموضة السريعة لدى المرأة السعودية" والتي هدفت إلى معرفة أثر كلاً من الدوافع السيكولوجية والاجتماعية على النزعة الاستهلاكية للموضة السريعة للمرأة السعودية. وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد بلغ حجم العينة (٦٠٠) امرأة سعودية من خلفيات اجتماعية وثقافية مختلفة. وقد استخدمت أداة الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات. وتوصلت إلى أن هناك اختلاف في درجة تأثير دوافع النزعة الاستهلاكية للموضة السريعة لدى المرأة السعودية، وأن الدوافع السيكولوجية هي الأكثر تأثيراً.

تعقيب على الدراسات السابقة:

- ١- من ناحية الهدف الدراسة: الهدف الرئيس لهذه الدراسة هو معرفة أثر ثقافة استهلاك المرأة السعودية في العزوف عن الزواج، أما الدراسات الاجتماعية السابقة فهذه بشكل عام إلى دراسة أسباب العزوف عن الزواج.
- ٢- من ناحية منهج الدراسة: اتفقت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في اعتمادها على المنهج الوصفي كأسلوب للدراسة.
- ٣- من ناحية عينة الدراسة: اختلفت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في اختيار عينة البحث، إذ حددت الشباب الذين لم يسبق لهم الزواج.
- ٤- من ناحية آداة جمع بيانات الدراسة: اتفقت هذه الدراسة مع غالبية الدراسات السابقة في آداة جمع البيانات من مجتمع البحث باستخدام (الاستبيان).
- ٥- من ناحية متغيرات الدراسة: انفردت هذه الدراسة عن جميع الدراسات السابقة في متغيرين، المتغير المستقل: ثقافة استهلاك المرأة. المتغير التابع: عزوف الشباب عن الزواج.

-أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تصميم أداة الدراسة، وكذلك ربط نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة.

ثانياً: النظرية المفسرة

تحتل النظرية أهمية كبيرة في فهم ما يحدث حولنا من تفاعلات اجتماعية، أو لشراء مخزوننا المعرفي بالخبرات وتعليم ذواتنا كيف نفكر نظرياً، ويمكننا خلالها فك كل مفردات الواقع المعيش، فالنظرية مفيدة إن استطعنا التعلم منها، ولا نستطيع أن نتعلم منها إذا لم نعرف كيف نستخدمها، وفهم النظرية مسألة تتعلق بتعلم التفكير النظري، ومن خلالها تعلم لغة جديدة؛ لتفسير خبراتنا وتفاعلاتنا اليومية مع الآخرين (Şyām, 2009)

وتعد النظرية بمثابة إطار مرجعي للباحث، ليحدد من خلالها فروضه ومجالاته التي يتناولها، وتساعده في وصف وتفسير موضوع دراسته (Al-Syf, 2010) وتتركز الدراسة على افتراضات نظرية التبادل الاجتماعي ومفاهيمها، بوصفها أقرب وأهم النظريات المفسرة للأفعال الاجتماعية وتلائم تفسير التبادل الاجتماعي الذي يحدث بين الزوجين باعتباره موجه لعملية الزواج أو عدمه، والتي نفترض أن تصوراتها ستسهم في تفسير مشكلة هذه الدراسة، لتصل الباحثة إلى تفسير علمي لظاهرة العزوف عن الزواج من منظور اجتماعي واقتصادي .

أولاً: تقوم النظرية على سبعة مفاهيم أساسية:

- ١- المكافآت الاجتماعية: أي ثمن قيام الفرد بعمل يطلب المجتمع منه القيام به فهي محفز بقدر ما هي هدف للحصول عليه.
- ٢- المنفعة: أي قدرة النشاط الإنساني على تقديم منفعة للآخرين وإمكانية تبادله بنشاط إنساني آخر.
- ٣- الكلفة الاجتماعية: أي كمية النشاط الذي يستوجب من الفرد القيام به لقاء حصوله على منفعة مرتقبة أو متوقعة.
- ٤- المصالح: أي الطموحات الذاتية - مادية أو معنوية - التي يستوحي الفرد تحقيقها.
- ٥- التبادل: أي تقديم نشاط اجتماعي من قبل الطرف الأول المشترك في عملية المبادلة إلى الطرف الثاني لقاء حصول الأول على نشاط سابق في الثاني.
- ٦- المنافسة: أي التسابق في الحصول على أكبر عدد ممكن من النشاطات الاجتماعية بأقل كلفة وأعلى قيمة في عملية المبادلة.
- ٧- الاستثمار الاجتماعي: أي تنمية النشاط الاجتماعي لصالح ممارستها. (Al-tyār , 2020)

ثانياً: مبادئ نظرية التبادل الاجتماعي :

تكمن المبادئ الأساسية التي تستند عليها نظرية التبادل الاجتماعي في الإضافات التي قدمها جميع علمائها بدءاً بثوت كيللي ومروراً بجورج هومانز وانتهاءً ببيتر بلانو، علماً بأن المبادئ الأساسية التي تستند عليها نظرية التبادل الاجتماعي والتي تتوافق مع تفسير مشكلة الدراسة هي سبعة مبادئ وكما يلي:

- 1- أن الحياة الاجتماعية التي نعيشها هي عملية أخذ وعطاء أي تبادل بين شخصين أو فئتين أو جماعتين أو مجتمعين.
- 2- العطاء الذي يقدمه الفرد أو الجماعة للفرد الآخر أو الجماعة الأخرى هو الواجبات الملقاة على عاتقهما، بينما الأخذ الذي يحصل عليه الفرد من الفرد الآخر هو الحقوق التي يتمتع بها بعد أدائه للواجبات.
- 3- تتعمق العلاقات وتستمر وتزدهر إذا كان هناك ثمة موازنة بين الأخذ والعطاء أي بين الحقوق والواجبات المناطة بالفرد أو الجماعة.
- 4- تتوتر العلاقات أو تنقطع أو تتحول إلى علاقات هامشية في أحسن الأحوال إذا اختل مبدأ التوازن بين الأخذ والعطاء بين الشخصين المتفاعلين.
- 5- يمكن تسجيل واجبات الفرد وحقوقه على قائمة ويمكن تحويل الواجبات والحقوق الى بيانات كمية بطريقة لا لبي فيها الموازنة أو عدم الموازنة بين الواجبات والحقوق .
- 6- الموازنة بين الواجبات والحقوق لا تتحدد بالمجالات المادية بل تتحدد أيضا بالمجالات القيمية والمعنوية والروحية والاعتبارية، لذا لا يمكن اعتبار نظرية التبادل الاجتماعي نظرية مادية نفعية بحتة كما يتصور البعض، بل يمكن اعتبارها نظرية قيمية وأخلاقية ومعنوية وروحية .
- 7- إن نظرية التبادل الاجتماعي ليست هي قوانين شمولية كونية تعتمد على المصلحة المتبادلة بين الأفراد وإنما هي تعاليم مبدئية وإنسانية تستطيع أن تفسر الظواهر المعقدة للعلاقات الاجتماعية والسلوك الاجتماعي الذي يقوم به الأفراد والجماعات في المجتمع. (Al-tyār , 2020)

ثالثاً: أهم رواد نظرية التبادل الاجتماعي:

جورج هومان (1910-1989) :

بدأ جورج هومان في علم الاجتماع عام 1933م في جامعة هارفارد في قسم إدارة الأعمال. واهتم بدراسة المبادلات الاقتصادية وأثارها وعلاقتها بالتبادل الاجتماعي في المجتمع البدائي. كما أن له اهتمامات بعلم الاجتماع الثقافي. من مؤلفاته: «الجماعة الإنسانية» و«النظرية المعاصرة في السوسيولوجيا» و«السلوك الاجتماعي».

بيتر بلاو:

- يعتبر أن التبادل المادي أو المعنوي هو الدافع الرئيس لسلوك الفرد، وحدد له أربع مراحل:

- 1- التعامل اليومي بين الأفراد وذلك يؤدي إلى .
 - 2- بروز اختلاف في مكانات الأفراد ونفوذها.
 - 3- يكتشف من تسلسلها المنظم.
 - 4- تقوم على بذر بذور الاختلاف والتغيير الاجتماعي
- أي أنه من خلال التعامل اليومي تتضح المكانات الاجتماعية، وتظهر الفروق، ومن خلال ذلك تتبين أوضاع الأفراد في العملية التبادلية.

- بالتالي يبني السلوك التبادلي من خلال:

يدخل الفرد في نشاط اجتماعي معين متوقفاً الحصول على مكافأة منه، وكلما زادت قيمة المكافأة كلما زاد نشاطه، وكلما قلت المكافأة كلما قل نشاطه، وكلما حصل الفرد على منفعة في تفاعله مع الآخرين أوجبه ذلك رد هذه المنفعة كدين لهم، لأنه التزام أخلاقي أدبي، وهذا كله يوجد رابطاً موحداً. إذا وجد انحراف تبادلي مثل عدم إرجاع الالتزام المكافئ فإن ذلك يولد موقفاً سلبياً ويعد اختراقاً لمعايير التبادل.

الأصول العلمية لمفاهيم بيتر بلاو:

-معظم المفاهيم مشتقة من الاقتصاد: مثل التكلفة والفائدة والاستثمار.

-سعى إلى اكتشاف قوانين يمكن تطبيقها على المجال الاجتماعي. (Al-ghryb, 2012)

تصور نظرية التبادل الاجتماعي لمشكلة الدراسة:

يرى علماء هذه النظرية أن التبادل هو الأساس الذي يقوم عليه العلاقات داخل الأسرة، وبحسب وقوفنا على ثقافة المرأة السعودية للاستهلاك نرى أنها تعتمد بشكل كبير على إنفاق الزوج لها لذا فالإنفاق يعد من أهم تكاليف الرجل في المجتمع السعودي لذا لكي تقوم الزوجة بتقديم المنفعة لزوجها لا بد من أن تتلقى المكافأة المتوازنة من الزوج مع العمل الذي تقوم به حيث تتوتر العلاقة بينهما إذا اختلف مبدأ التوازن بين الأخذ والعطاء بين الشخصين المتفاعلين ووفقاً لهذا المبدأ فإن الفرد المقبل على الزواج لا بد وأن يأخذ بعين الاعتبار هذا التبادل وهذه الموازنة وقد لا يكون على مقدرة على تحمل هذه التكاليف المادية بدءاً من المهر إلى تكاليف المنزل والأبناء و مطالب الزوجة نفسها فيتأخر في الزواج أو يعيش أعزباً طيلة حياته.

الرؤية الإسلامية لموضوع الدراسة:

يقول تعالى: ﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ﴾^١ لنساء: ٣٤، فحق الرجل القوام مستمد من واجبه في الإنفاق في الملبس والمسكن على المرأة، وواجب المرأة هو القيام بطاعة ربها وطاعة زوجها لهذا قال تعالى: (فَالصَّالِحَاتُ قَانِتَاتٌ) أي مطيعات لله تعالى (حَافِظَاتٌ لِّلْغَيْبِ) أي مطيعات لأزواجهن حتى بالغيب، فمن هذه الآية يتضح التبادل القائم بين الحقوق والواجبات بين الرجل والمرأة. والزواج، آية من آيات الله في خلقه، قال تعالى: (وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً) (سورة الروم: الآية 21).

والزواج ضرورة حياتية؛ فهو الأسلوب الذي اختاره الله للتوالد والتكاثر؛ واستمرار الحياة: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً) (سورة

النساء: الآية 1) ، (وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَزْوَاجِكُمْ بَيْنِينَ وَحَفَدَةً وَرَزَقَكُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ) (سورة النحل: الآية 72) .

وقد حث القرآن الكريم والسنة النبوية على الزواج كما في قوله تعالى: (فَانكِحُوا مَا طَابَ لَكُمْ مِنَ النِّسَاءِ مَتْنِي وَثَلَاثَ وَرَبَاعَ) (سورة النساء: الآية 3) . وحث القرآن الأولياء على تزويج من لا زوج لها في قوله: (وَأَنْكِحُوا الْأَيَامَى مِنْكُمْ وَالصَّالِحِينَ مِنْ عِبَادِكُمْ وَإِمَائِكُمْ) (سورة النور: الآية 32) .

وحدث الرسول صلى الله عليه وسلم الشباب على النكاح في قوله: (يَا مَعْشَرَ الشَّبَابِ مَنْ اسْتَطَاعَ مِنْكُمْ الْبَاءَةَ فَلْيَتَزَوَّجْ فَإِنَّهُ أَغْضُ لِلْبَصْرِ وَأَحْصَنُ لِلْفَرْجِ وَمَنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَعَلَيْهِ بِالصَّوْمِ فَإِنَّهُ لَهُ وِجَاءٌ) ، فحث الإسلام على الزواج والترغيب به في مواضع كثيرة دليل على أهمية هذه العلاقة في استقرار وبناء المجتمع، لذا نجد تيسير الإسلام للزواج واضح وبيّن فينفي أكبر العوائق المؤدية إلى التبتل وعدم الزواج خاصة العوائق الاقتصادية فكما هو شائع عند المسلمين: (أَعْظَمُ النِّسَاءِ بَرَكَهً، أَيْسَرُهُنَّ مُؤْنَةٌ) .

وفي المقابل فقد نهى الدين الحنيف عن الإسراف والتبذير في قوله تعالى: ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأعراف: 31] وقوله تعالى (وَلَا تُبْذِرُوا مَالَكُمْ إِذَا أَنْفَقْتُمْ) (وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا) .

المبحث الأول: ثقافة استهلاك المرأة:

ويؤكد علماء الاجتماع أن ثقافة الاستهلاك أصبحت ظاهرة عامة، وقاسماً مشتركاً بين كل المجتمعات ومكوناً من مكونات كل ثقافة، وذلك نتيجة لما تمارسه المصادر المختلفة من تأثير على سلوك الأفراد نحو الاستهلاك، بل وجعل الاستهلاك هدفاً في ذاته، كما يؤكد علماء الاجتماع باستخدامهم مصطلح ثقافة الاستهلاك أن عولمة السلع والمبادئ التي تقوم عليها بنية العولمة تعد مدخلاً أساسياً لفهم المجتمعات المعاصرة (Ayfah, et al, 2016) .

يبدو الحديث عن الثقافة الاستهلاكية كمجال بوصفه نظاماً فرعياً ضمن العلاقات الاجتماعية العامة، باعتباره محط نزاع فاعلين اجتماعيين ضمن استراتيجيات ثلاث: استراتيجية السياسة الثقافية، واستراتيجية الأسواق الثقافية، واستراتيجية الفاعلين الاجتماعيين الثقافيين، ومن ضمنها الثقافة الاستهلاكية التي تتبناها فئات عديدة من أصول ومستويات اجتماعية مختلفة، في ظل ثقافات هي ليست بمعزل عن العلاقات الاجتماعية التي تكون دوماً علاقات غير متساوية، ثقافة الاستهلاك يساهم الإعلام المعاصر بدور رئيسي في شيوعها بالمجتمعات العربية وفي فتح الباب دون قيود لاستيراد الثقافة الاستهلاكية وحدها، وهناك العديد من التعريفات لمفهوم ثقافة الاستهلاك

تهتم كلها بالمعاني والرموز التي تصاحب عملية الاستهلاك وبالتأثيرات التي تمارسها الثورة الرقمية في الترويج للاستهلاك فيعرفها زكي بدوي " بأنه ذلك النشاط الذي يشبع به الانسان حاجاته، وهو يتوقف على عدد من العناصر تتمثل في الدخل والحاجات والنزعات النفسية وعادات الافراد، والانتماء الطبقي

حيث يؤدي نمط الإنتاج في المجتمع الحديث إلى خلق حاجات جديدة عن طريق الإعلان وتسهيلات الائتمان التي تعمل على زيادة الاستهلاك حتى اطلق عليه المجتمع الاستهلاكي وكان لهذه الظاهرة آثار بعيدة على الاقتصاد وعلى السلوك الاجتماعي ” (Bdwy, 1983)

وأى حديث عن الثقافة الاستهلاكية لا يمكن أن يكون هو الحديث نفسه عنها منذ عقود قليلة، أي قبل ثورة الاتصال، وانتصار اقتصاد السوق، واتجاه العالم نحو العولمة بخصائصها التي منها تتمييز الاستهلاك، إذ تعمل ثقافة الاستهلاك على تحقيق مجموعة من الأهداف منها خلق جوانب المتعة في الشراء وحب التملك والتعطش إلى التسوق والبحث عن مكانة اجتماعية مفقودة باستخدام المعاني والصور والرموز لنشر ثقافة الاستهلاك واسباغ أسلوب مميز عليها يرسخ النزعة نحو الاستهلاك والرغبة المستمرة في الشراء، ولصناعة قوى تملك الوسائل الدعائية للتأثير والترويج والترغيب.

الثقافة الاستهلاكية عرفت تلوناً مع تطور المجتمعات ولاسيما المجتمع السعودي وبصفة خاصة المرأة السعودية التي انخرطت في مسار التحديث وأصبحت قوة اجتماعية لا يستهان بدورها الحيوي والذي يرجع الى نمو واتساع ثقافتها ومستواها التعليمي في شتى العلوم المختلفة، وتموقعها في مسار العمل والإنتاج وتنوع مداخيلها، إذ أصبح لها من الرغبات والاحتياجات والمتطلبات ما تسعى لإشباعها، فهي تواكب كل الموضات والماركات العالمية في شراؤها، وتطمح الى العيش المترف الذي ارتبط بمستوى مادي محدد وباستعمال التكنولوجيا الحديثة، بما فيها التسوق الإلكتروني لتلبية هذه الاحتياجات التي تراوحت بين مقتضيات الحاجة والسلوك التفاخري . (Al-Thqfy , 2022)

حيث أن سلوك الاستهلاك يلاحظ تزايدها هذه الفترة عما سبق حيث أصبح اهتمام النساء عموماً، والفتيات في المرحلة الجامعية بشكل خاص منصباً على شكل جديد من أشكال الإسراف، يمكن أن نطلق عليه الاستهلاك الترفي و التفاخري من خلال شراء الكماليات واقتناء كل ما هو ذو قيمة وشهرة بغض النظر عن أهميته ومدى الحاجة إليه، وذلك تقليداً للمشاهير والأثرياء لتحقيق مزيد من الثقة في النفس والحصول على مكانة اجتماعية وهيبه زائفة في المجتمع، حتى لو كان ذلك على حساب المصلحة الاقتصادية الشخصية أو الأسرية أو اقتصاد المجتمع ككل وقد لعبت وسائل التواصل الاجتماعي الدور الأكبر في تنامي ظاهرة الإسراف والبذخ، مما جعل ذلك ظاهرة تنذر بأخطار اقتصادية واجتماعية ونفسية جسيمة على المجتمع. حيث تشير الإحصاءات التي قامت بها الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة عام ٢٠١٨ م أن منطقة القصيم تحتل المرتبة الرابعة في متوسط الإنفاق الشهري الاستهلاكي للأسرة حيث بلغ (١٤,٣٧١) ريالاً شهرياً، ينفق منها شهرياً (٢,٦٢١) ريالاً على الاغذية والمشروبات و (٣,٦٠٥) ريالاً شهرياً على السلع والخدمات الشخصية المتنوعة (الهيئة العامة للإحصاء) (Al-swhybāny , 1441) .

المبحث الثاني: عزوف الشباب عن الزواج:

تعد ظاهرة تأخر الشباب في الزواج من الظواهر المهمة في المجتمع السعودي خاصة والخليجي عامة في ظل المشكلات التي يواجهها الشباب من أزمة سكنية واقتصادية وغيرها من المشكلات الاجتماعية

كارتراف نسبة الطلاق وغلاء المهور مما قد يسهم في عزوف الشباب عن الزواج، وهذه دراسة وصفية تبحث عن مشكلة تأخر الزواج بين الشباب السعودي وأهم العوامل المؤثرة، حيث بينت نتائج العديد من الدراسات أن العوامل الاقتصادية والمشكلات المادية تشكل العائق الرئيس أمام الشباب للزواج. (Al-Mwdh, 2017)

فظاهرة تأخر الشباب في الزواج من الظواهر الجديدة في المجتمع السعودي ومرتبطة بعدة عوامل اجتماعية ومادية.

يعد موضوع عزوف الشباب عن الزواج من أهم المواضيع التي تواجه المجتمعات والأسر في الوقت الحالي، فقد اتجه الكثير من الشباب إلى فكرة عدم الإقدام على الزواج نتيجة عدد من الأسباب الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، كما ساعدت العولمة على توسيع انتشار رغبات الشباب بعدم الزواج. كما تأتي أهمية الزواج لتعمير البشرية فقد حث الإسلام على أهمية الزواج ورسم الحدود المعينة لتلك العلاقة كما فرض على الأفراد ضرورة الالتزام بها فالزواج يعد الدعامة والركيزة الأولى لتأسيس الأسرة في تحقيق الأمومة والأبوة، وصناعة الأجيال، فالزواج نظام يحقق أهدافاً اجتماعية وثقافية واقتصادية وتربوية بالإضافة إلى الأهداف الخاصة لذلك تهتم المجتمعات بزواج الشباب اهتماماً خاصة في ظل عزوف الكثير من الشباب عن الزواج. فقد اتجه الكثير من الشباب والفتيات إلى تأخير سن الزواج والبعد عن العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع الخاصة بفكرة الزواج فالكثير من الشباب يواجهون مشاكل اقتصادية مثل ارتفاع المهور والمبالغة في حافلات الزواج ورغبة الفتيات في استكمال التعليم العالي كل ذلك وقف عائقاً أمام زواجهم وعزوفهم عن الزواج (Abd Al, 2022).

المبحث الثالث: أثر ثقافة استهلاك المرأة في عزوف الشباب عن الزواج:

تعد الظاهرة الاقتصادية نتاج تفاعل مستمر واحتكاك قائم بين عناصر البيئة فالسلوك الاقتصادي سلوك إنساني، والزواج حالة اقتصادية تحتاج إلى رأس مال وعناصر إنتاج متعددة فقد شكلت زيادة تكاليف الزواج عقبة من العقبات التي تواجه غالبية المقبلين على الزواج في مقابل انخفاض القدرة الشرائية لدى الشباب (Awd, 2016).

وإن من أحد الجوانب الهامة في الزواج، الجوانب الاقتصادية، تلك التي تتعلق بالنضج الاقتصادي الذي يتعلق باكتساب الأفراد مهارات كسب العيش عن طريق خبرات مهنية توظف في فرص عمل - حر - حكومي عام / خاص داخل الوطن أو خارجه تدر دخلاً وتحقق مكانته الاجتماعية مرتبطة بتلك المهنة، تسمح للشباب ببدء مشروعه الاجتماعي الزواجي ليستكمل دورات حياة نموه الطبيعي، وذلك بتوفير متطلبات قيام المؤسسة الزوجية من مقدم ومؤخر صداق، وما أدراك ما مؤخر الصداق الذي بدأ ينظر إليه على أنه صك ضمان لاستمرار الحياة الزوجية بشكل يجعل من التفكير في الطلاق مشكلة أصعبها المؤخر، ثم مغالاة في المهور وخيالية في السكن والأثاث، وحفلات واحتفالات مراسم الزواج، وشهر العسل ومتطلباته، والشبكة ومتطلباتها والتباهي والتفاخر بها، ثم أعباء الحياة الزوجية من حيث إشباع الاحتياجات الاقتصادية للزوجة والأبناء، والنفقات الحياتية: صحة - تعليم

- غذاء - كساء - رفاهية .. أمور في ظل أزمة اقتصادية عالمية باتت عوائق وعقبات وألغام تفجر مؤسسة الزواج وتتسبب مشروعه قبل أن يولد، بل يتوقف التفكير في المشروع ولو خيالاً، فبطالة الشباب، وارتفاع تكلفة المعيشة تصيب الشباب بالإحباط واليأس الزوجي .
وقد زاد من حدة الأزمة ثقافة المغالاة في المهور ومبالغة الزوجات في المطالب وطموحات أبناء اليوم واعتمادهم الاقتصادي على الوالدين .. بشكل يشعر الشباب بالعجز والقصور الذاتي، فينصرف البعض منهم للبحث عن تحقيق وضعه الاقتصادي المناسب للزواج فتتسرب سنوات العمر من بين أنامله، ويكون قطار الزواج قد تجاوز محطات كثيرة يصعب عليه اللحاق به .

المنهجية:

أولاً- نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التحليلية؛ بهدف وصف المشكلة محل الدراسة كما توجد عليه في الواقع، وجمع الحقائق والمعلومات عنها، وتسويرها وإعطائها وصفاً كمياً خلال أرقام وجداول توضح مقدار هذه المشكلة وحجمها؛ وذلك بهدف اختبار صحة العلاقة بين المتغيرات؛ للتوصل إلى نتائج أكثر تعميماً.

ثانياً- منهج الدراسة: تستخدم الدراسة منهج المسح الاجتماعي عن طريق أسلوب العينة العشوائية؛ للحصول على معلومات واقعية معاصرة تجيب عن تساؤلات الدراسة.

ثالثاً- مجتمع الدراسة: يتمثل في عدد من الشباب والشابات من الذين لم يسبق لهم الزواج.

رابعاً- عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة على عينة قوامها (30) فتاة و (35) شاب .

خامساً- أداة الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات الميدانية، من خلال تصميم يحقق أهداف الدراسة، وطبقت الاستبانة الالكترونية من خلال التعامل الشخصي مع المبحوثين، وتم نشره في برامج التواصل الاجتماعي وذلك لصعوبة جمع أفراد العينة في مكان واحد.

-خطوات تصميم الاستبانة:

حوت الاستبانة مجموعة من البيانات الأولية لفئة الشباب والشابات، وتم تقسيها على أربعة محاور:

المحور الأول: معايير ثقافة الاستهلاك لدى المرأة السعودية.

المحور الثاني: العوامل المؤثرة في تكوين ثقافة الاستهلاك لدى المرأة السعودية.

المحور الثالث: العلاقة بين ثقافة استهلاك المرأة السعودية وعزوف الشباب عن الزواج.

المحور الرابع: اقتراحات لمواجهة مشكلة عزوف الشباب عن الزواج.

-صدق الأداة:

من خلال عرضها على محكمين متخصصين لإبداء آرائهم حول مدى وضوح العبارات وصحة صياغتها وتم تعديلها بناء على ملاحظاتهم ووضعها في صورتها النهائية قبل توزيعها.

-ثبات الأداة:

| | |
|--------------------------------|------|
| معامل ألفا كرونباخ للاستبانة ١ | ,٦٥٠ |
| معامل ألفا كرونباخ للاستبانة ٢ | ,٥٧٩ |

تم التحقق من ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ للتأكد من فهم المبحوثين لعبارات الاستبانة.

النتائج والمناقشة:

المحور الأول: ثقافة استهلاك المرأة السعودية:

أولاً: عرض البيانات الخاصة بالبيانات الأولية للشابات.

جدول (1) متوسط أعمار عينة الشابات.

ن=30

| المدى | المتوسط الحسابي | |
|-------|-----------------|----|
| العمر | 23,40 | 30 |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن متوسط أعمار العينة (23,40) بمدى 30 سنة تقريباً مما يشير إلى التباعد بين أعمار العينة

جدول (2) المؤهل التعليمي لعينة الشابات.

ن=30

| المؤهل | العدد | النسبة |
|-----------|-------|--------|
| ثانوي | 11 | %36,7 |
| بكالوريوس | 19 | %63,3 |
| ماجستير | - | - |

| | | |
|---------|----|------|
| المجموع | 30 | %100 |
|---------|----|------|

يتضح من بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر للمؤهل التعليمي ينتمون الى البكالوريوس بنسبة 63,3%، بينما العينة الأدنى تنتمي الى الثانوي بنسبة 36,7%.

جدول (3) الحالة الاجتماعية لعينة الشابات.

ن=30

| الحالة الاجتماعية | العدد | النسبة |
|-------------------|-------|--------|
| عزباء | 16 | %53,3 |
| متزوجة | 14 | %46,7 |
| المجموع | 30 | %100 |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العينة عزباء لهن النسبة الأعلى بنسبة 53,3%، بينما عينة متزوجة لهن النسبة الأدنى بنسبة 46,7%.

جدول (4) الحالة الوظيفية لعينة الشابات.

ن=30

| الحالة الوظيفية | العدد | النسبة |
|-----------------|-------|--------|
| موظفة | 4 | %13,3 |
| عاطلة | 26 | %86,7 |
| المجموع | 30 | %100 |

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 86,7% من العينة عاطلة، ونسبة 13,3% من العينة موظفة.

ثانياً: ثقافة الاستهلاك لدى المرأة السعودية.

جدول (5) معايير ثقافة الاستهلاك لدى المرأة السعودية.

ن=30

| العبارة | نعم | | إلى حد ما | | لا | |
|---|-----|-------|-----------|-------|----|-------|
| | ك | ن | ك | ن | ك | ن |
| 1- اتجه لشراء سلع غالية الثمن لأشعر بمكانة في المجتمع. | - | - | 7 | 23,3% | 23 | 76,7% |
| 2- أشعر بالرضى عند شرائي لماركة عالمية. | 5 | 16,7% | 10 | 33,3% | 15 | 50% |
| 3- عند خروجي من مركز التسوق أرى أنني اشترت سلع ليست من قائمة احتياجاتي. | 5 | 16,7% | 4 | 13,3% | 21 | 70% |

يتضح من بيانات الجدول السابق، أن (23,3%) من العينة يتجهون إلى حد ما إلى سلع غالية الثمن ليشعرون بمكانة في المجتمع؛ وقد يرجع ذلك إلى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وما صاحبه من استعراض بعض المشاهير بما يمتلكونه من سلع غالية الثمن، كما أن (16,7%) يشعرون بالرضى عند شرائهم لماركات عالمية؛ قد يرجع شعورهم بالرضى إلى رغبتهم في الشعور بمكانة في المجتمع، ونسبة (33,3%) يشعرون بالرضى ولكن إلى حد ما، وتشير النتائج كذلك إلى أن (16,7%) من العينة يرون أن عند خروجهم من مركز التسوق قد اشترتوا سلع ليست من احتياجاتهم؛ وقد يعود ذلك إلى تأثرهم بمن حولهم من الآخرين، ونسبة (13,3%) ترى ذلك إلى حد ما.

ثالثاً: العوامل المؤثرة في تكوين ثقافة الاستهلاك لدى المرأة السعودية.

جدول (6) العوامل المؤثرة في تكوين ثقافة الاستهلاك لدى المرأة السعودية.

ن=30

| العبارة | نعم | | إلى حد ما | | لا | |
|---|-----|-------|-----------|-------|----|-------|
| | ك | ن | ك | ن | ك | ن |
| 1-اشتري بعض السلع بناء على الإعلانات التي يتم عرضها في برامج التواصل الاجتماعي. | 3 | 10% | 5 | 16,7% | 22 | 73,3% |
| 2-انجذب لشراء السلع التي تمثل (الهبة) في المجتمع. | 2 | 6,7% | 8 | 26,7% | 20 | 66,7% |
| 3-أحب التنويع في شراء السلع حتى وإن كانت ذا طابع أجنبي. | 8 | 26,7% | 8 | 26,7% | 14 | 46,7% |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن، العينة بنسبة (10%) يرون أنهم يشترون بعض السلع بناء على إعلانات برامج التواصل الاجتماعي؛ وقد يرجع ذلك الى تأثرهم في مشاهير برامج التواصل الاجتماعي وحب امتلاك ما يمتلكه المشهور الذي يفضلونه، ونسبة (16,7%) يرون ذلك إلى حد ما، كما أن (6,7%) يرون أنهم ينجذون لشراء السلع التي تمثل (الهبة)؛ نتيجة الإعلانات التي يقومون بها والمبالغة في مدحها مما يثير حماس الفتاة في اقتنائها، ونسبة (26,7%) ترى ذلك إلى حد ما، كما تشير النتائج إلى أن نسبة (26,7%) من العينة يحبون التنويع في شراء السلع حتى وإن كانت ذا طابع أجنبي؛ وقد يعود ذلك الى تأثر الفتاة بما تشاهده من أفلام ومسلسلات أجنبية وتأثرها بالمشاهير الأجانب، ونسبة (26,7%) تحب ذلك إلى حد ما

المحور الثاني: أثر ثقافة استهلاك المرأة في عزوف الشباب عن الزواج.

أولاً: عرض البيانات الخاصة بالبيانات الأولية للشباب.

جدول (7) متوسط أعمار عينة الشباب.

ن=35

| المدى | المتوسط الحسابي | |
|-------|-----------------|-------|
| 17 | 20,53 | العمر |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن متوسط أعمار العينة (20,53) بمدى 17 سنة تقريباً مما يشير إلى التباعد بين أعمار العينة.

جدول (8) المؤهل التعليمي لعينة الشباب.

ن=35

| النسبة | العدد | المؤهل |
|--------|-------|-----------|
| %60 | 21 | ثانوي |
| %40 | 14 | بكالوريوس |
| – | – | ماجستير |
| %100 | 35 | المجموع |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر للمؤهل التعليمي ينتمون الى الثانوي بنسبة %60، بينما العينة الأدنى تنتمي الى البكالوريوس بنسبة %40.

جدول (9) الحالة الاجتماعية لعينة الشباب.

ن=35

| النسبة | العدد | الحالة الاجتماعية |
|--------|-------|-------------------|
| %100 | 35 | أعزب |
| – | – | متزوج |
| %100 | 35 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه أن العينة أعزب هي العينة الوحيدة لفئة الشباب بنسبة 100%

جدول (10) الحالة الوظيفية لعينة الشباب.

ن=35

| الحالة الوظيفية | العدد | النسبة |
|-----------------|-------|--------|
| موظف | 5 | 14,3% |
| عاطل | 30 | 85,7% |
| المجموع | 35 | 100% |

يوضح الجدول السابق أن 85,7% من العينة عاطل، و14,3% من العينة موظف.

ثانياً: العلاقة بين ثقافة استهلاك المرأة السعودية وعزوف الشباب عن الزواج.

جدول (11) العلاقة بين ثقافة استهلاك المرأة السعودية وعزوف الشباب عن الزواج.

ن=35

| العبارة | نعم | | إلى حد ما | | لا | |
|---|-----|-------|-----------|-------|----|-------|
| | ك | ن | ك | ن | ك | ن |
| 1-أرى أن غلاء المهر يسبب عائقاً أمام فكري في الزواج. | 13 | 37,1% | 13 | 37,1% | 9 | 25,7% |
| 2-الطلبات المتزايدة عند بعض النساء تجعلني أعيد التفكير في موضوع الزواج. | 10 | 28,6% | 16 | 45,7% | 9 | 25,7% |
| 3-هوس بعض النساء في شراء السلع والماركات غالية الثمن قد تجعلني امتنع عن الزواج. | 14 | 40% | 12 | 34,3% | 9 | 25,7% |

يتضح من بيانات الجدول السابق، أن العينة بنسبة (37,1%) يرون أن غلاء المهور عائقاً أمام فكرتهم في الزواج؛ قد يعود ذلك الى ارتفاع أسعار مهور الفتيات نسبياً للدخل الشخصي للشباب، كما أن نسبة (28,6%) يرون أن الطلبات المتزايدة عند بعض النساء تجعلهم يعيدون التفكير في موضوع الزواج؛ وقد يرجع ذلك الى الصورة التي تم تشكيلها عن الفتاة حيث يظن الشاب ان كل فتاة تطلب طلبات متزايدة وخوفه من عدم القدرة على الإيفاء بهذه الطلبات، ونسبة (45,7%) يرون ذلك إلى حد ما، كم تشير النتائج إلى أن (40%) من العينة يوافقون على أن هوس بعض النساء قي شراء بعض السلع والماركات غالية الثمن قد يجعلهم يمتنعون عن الزواج؛ وذلك نتيجة عدم امتلاكهم مصدر دخل مناسب يمكنهم من تلبية هذه الرغبات.

ثالثاً: اقتراحات من وجهة نظر المبحوثين لمواجهة مشكلة العزوف عن الزواج.

جدول (12) اقتراحات من وجهة نظر المبحوثين لمواجهة مشكلة العزوف عن الزواج.

ن=35

| م | المقترحات | ك | ن |
|---|--|----|-------|
| أ | التقليل من المهور | 10 | 28,6% |
| ب | التركيز على الضروريات وتحديد مبلغ لها من أول الشهر. | 11 | 31,4% |
| ج | وضع مبلغ محدد للمرأة في بداية كل شهر تتصرف فيه شرط ألا تزيد عليه. | 11 | 31,4% |
| د | التفاهم بين الزوجين بضرورة التخطيط المالي والانفاق السليم لضمان الاستقرار الاقتصادي. | 31 | 88,6% |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مقترحات عينة الشباب لمواجهة مشكلة العزوف عن الزواج، هي بالترتيب:

-التفاهم بين الزوجين بضرورة التخطيط المالي والانفاق السليم لضمان الاستقرار الاقتصادي بنسبة 88,6%؛ حيث أن التفاهم بين الزوجين يساعد على التقليل من طلبات الزوجة غير الضرورية والتي لا تتطلب امتلاكها بالضرورة حيث يمكن تأجيلها لوقت آخر أو الغائها، التفاهم بين الزوجين على هذا الأساس يساعد على حل المشكلة بشكل ودي بين الزوجين.

-التركيز على الضروريات وتحديد مبلغ لها من أول الشهر، وضع مبلغ محدد للمرأة في بداية كل شهر تتصرف فيه شرط ألا تزيد عليه بنسبة 31,4%؛ حيث أن تحديد الضروريات وتقدمها على

الكماليات يساعد في الحفاظ على الميزانية الاسرية ولكن ذلك لا يمنع من اشباع بعض الرغبات الكمالية والتي لا تضر بالميزانية الاسرية.

-التقليل من المهور بنسبة 28,6%؛ وذلك لما يعانيه الشباب في الوقت الحالي من ارتفاع مبالغ به في المهور.

الاستنتاجات:

أولاً: نتائج الدراسة في ضوء الأهداف والتساؤلات:

ساعدت الاختبارات الإحصائية الاستدلالية والوصفية في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها الرئيسية، وساهمت الافتراضات النظرية في تفسير القيم الإحصائية وبيان دلالتها الاجتماعية، والاتجاهات التي تصور قيم وثقافة استهلاك المرأة السعودية التي تؤثر في إقبال الشباب على الزواج، وتوصلت الدراسة إلى أربع نتائج رئيسية، هي :

النتيجة الأولى:

تحقق الهدف من التساؤل الأول في الدراسة، الذي نسعى من خلاله إلى تحديد أبرز معالم ثقافة الاستهلاك عند المرأة السعودية، فقد توصلت الدراسة إلى الآتي:

١- قد تتجه المرأة السعودية إلى شراء سلع غالية الثمن لتحقيق مكانة في المجتمع، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة شومان 2014

٢- تشعر المرأة بالرضى والسعادة عند اقتنائها ماركة عالمية.

٣- قد تشتري المرأة الكثير من السلع التي تخرج عن قائمة احتياجاتها.

النتيجة الثانية:

تحقق الهدف من التساؤل الثاني، الذي نسعى من خلاله إلى تحديد العوامل المؤثرة في تكوين ثقافة الاستهلاك عند المرأة السعودية، وتوصلت الدراسة إلى الآتي:

١- تؤثر إعلانات برامج التواصل الاجتماعي في تكوين ثقافة استهلاك المرأة السعودية.

٢- قد تتأثر المرأة السعودية ب (الترنند والهبات) المنتشرة في المجتمع.

٣- تتأثر بعض النساء السعوديات بالسلع الغربية وأفكارهم باللباس، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة أمين وآخرون 2022 .

النتيجة الثالثة:

والتي تحقق الهدف من التساؤل الثالث، والذي سعت الدراسة فيه لتحديد العلاقة بين ثقافة استهلاك المرأة السعودية وعزوف الشباب عن الزواج، فتوصلت الدراسة للآتي:

١- غلاء المهور يسبب عائقاً في اقبال الشباب على الزواج.

٢- الطلبات المتزايدة عند بعض النساء تجعل الشباب يترددون في اقبالهم على الزواج.

٣- هوس بعض النساء في شراء السلع والماركات غالية الثمن قد تجعل الشباب يمتنعون عن الزواج.

وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت له دراسة الشايح 2008 ودراسة البشير 2019 ودراسة الغزاري 2020

النتيجة الرابعة:

والتي تحقق الهدف من التساؤل الرابع، والذي سعينا فيه إلى التوصل إلى حلول واقعية لمواجهة مشكلة عزوف الشباب عن

الزواج بسبب تأثير ثقافة استهلاك المرأة السعودية، وتوصلت الدراسة إلى المقترحات التالية :

- التفاهم بين الزوجين بضرورة التخطيط المالي والإنفاق السليم لضمان الاستقرار الاقتصادي.

- التركيز على الضروريات وتحديد مبلغ محدد لها من أول الشهر.

- وضع مبلغ محدد للمرأة في بداية كل الشهر تتصرف فيه شرط ألا تزيد عليه.

- التقليل من المهور.

ثانياً: توصيات الدراسة:

1- قيام المؤسسات التربوية والدينية بدورها في تعديل ثقافة استهلاك المرأة نحو شراء السلع الغالية.

٢- قيام الجهات المختصة بنشر الوعي الاقتصادي من مواقع إلكترونية وغيرها بنشر ثقافة الإدخار وكيفية التصرف في المال خاصة بين النساء.

٣- نوصي مؤسسات التنشئة الاجتماعية تعزيز هوية المرأة العربية والاسلامية وخطورة التقليد الأعمى .

٤- على المرأة أن تحرص على عدم متابعة الحسابات التي تدفعها إلى الشراء وتجذبها من خلال الإعلانات.

٦- نوصي الفتيات بالتركيز على الضروريات وتحديد مبلغ محدد لها من أول الشهر.

٧- نوصي آباء الفتيات بعدم رفع المهور فذلك قد يكون سبب عنوستهن.

٨- نوصي الفتيات في عدم مقارنة أنفسهن بالأخريات ومحاولة امتلاك ما يمتلكه الآخرين.

٩- نوصي الشباب والشابات بضرورة التخطيط المالي والإنفاق السليم لضمان الاستقرار الاقتصادي.

١٠-نوصي الشباب بعدم تعميم الأمور السلبية التي يتم تناقلها بين المتزوجين على جميع النساء فيما يتعلق بتقافة الاستهلاك.

References:

- Abd Al-āal, Aymn (2022) , Alāwāml al-mwthrhy fy al-isthlāk al-mzhry llmrah al-sāwdydh, jāmah hlwān, Msr.
- Abn mnzor, (d.t.) , lsān al-ārb, drāsāt al-ārby, byrot.
- Al-Brashy, Hala w akhrwn, (2020) aslowb Al-hyāt wālaqth bal-atjāh nhw al-āzwf ān al-zwaj ldā ṭlab aljāmah, Al-mjlh al-ārbyh lladb wal-drasat al-ansānyh, mṣr.
- Al-Bshyr, Amnh (2019) , Al-ārf wathrh ālā al-mhwr w āzwf al-shbāb ān al-zwāj, bhth mnshwr, jāmah al-mlk khāld, Abhā.
- Al-ghryb, Abd al-āztz, (2012) , Nzryāt ālm al-ijtmāā, Dar al-zhrā ,Al-Ryād.
- Al-Ghzāwy, Mnāl, (2020) Al-āzwyh mn mnzwr jndry: Drāsh mydānyh thlylyh fy mdynat āmān, Drāsh ālmyh mnshwrh, Jāmah al-njāh al-wṭnyh, Al-ardn.
- Al-Mshāry, Wfā, (2021) Dor bramj al-twāṣl al-ijtmāāy “snāb sāt” fy antshār al-slwk al-isthlaky al-tfākhyr ldā al-shābāt: Drāsh ālā āynh mn ṭālbāt jāmah al-mlk sāwd fy mdynat al-ryād. Mjlat drāsāt fy al-ālwml al-insānyh w al-ijtmāāy,4 (2) , 113-154.
- Al-Mwdh, (2017) , Twjhāt al-sbab al-sāwdy llzwāj fy zl al-mtghyrāt al-iqtṣādyh, (7) , Al-mmlkh al-ārbyh al-sāwdydh: Jmāyat mwdh.
- Al-sāyā, Mhmd (2008) , Al-asbād al-mwdydh alā hdwth al-ānwsh ldā al-ftyāt dākhl al-mjtmā al-sāwdy, bhth mnshor, jāmmāat jnwb al-wādy, msr.
- Al-swhybāny, Fāṭmh, (1441) , Al-āwaml al- ajtmāāy wal-thqāfyh al-mwthrhy fy zāhrh al-srāf ldā al-ftāh al-sāwdydh, Drāsh ālmyh mnshwrh, Jāmah al-qsym, Al-qasym.
- Al-Syf, Mhmd, (2010) , Al-mdkhl alā drāsāt al-mjtmā al-sāwdy, dār al-khryjy llnsr w altwzyā, Al-ryād.
- Al-Thqfy, Khlwd (2022) , Al-tghyr al- ajtmāāy w althqāfh al-asthlākyh ldā al-mrāh al-sāodyh byn mqtdyāt al-hājh w al-asthlak al-tfākry, drāsh ālmyh mnshwrh, Jāmah al-mlk ābd al-āzyz, Jdh. .
- Al-ṭyār, Fhd, (2020) Nzryāt ālm al-ijtmāā, Dār al-mqhm llnsr w al-twzyā, Al-Ryād.
- Al-Zyāt, ahmd w akhrwn, (2004) , Al-mājm al-wsyṭ (ṭ.4) mktbh al-shrq al-dwlyh.
- Amyn, Khlwd w akhrwn., (2022) Al-dwāfā al-ajtmāāy w al-syklojydh al-muthrh ālā al-nzāh alasthlakyh llmwdh al-sryāh ldā al-mrāh al-sāodyh, drāsh ālmyh mnshwrh, jāmah al-mlk ābd al-āzyz, jdh.
- Awd, Shryf, (2016) Athr artfāā tkālyf al-zwāj fy takhr sn al-zwāj: drāsh ijtmāāy liqtṣādyāt al-zwāj fy qryh msryh, hwlyāt ādāb āyn shms, Msr.

Āyfh, Rwydh w akhrwn, (2016) Thqāfat al-isthlāk: Al-mfhwm w al-qdāyā al-nṭryh, Mjlat al-bhth al-ālmī fy al-adāb, Jāmāh āyn shms, Msr.

Bdwy ahmd zky,. (1983.) . Mājm mstlāhāt al-ālwī al-ajtmāāyh , Mktbh lbnān.

Brkat, wjdy (2008) , āfāq al-tnmyh ldā al-shbāb w tathyr al-mjtmā “ruyh amnyh ajtmāāyh māāsrh” akādymy al-mlkyh llshrṭh, Al-bhryn.

Fybln, Thwrshtāyn, (2003) Nzryat al-ṭbqh al-mtrfh (Mhmwd mhmd mwsā, Mtrjm) . Al-Dar al-msryh lltalyf w al-trjmh, (Al-āml al-ašly nshr fy 1899m) .

Lbrsh, Rāzyh, (2006) Asbāb āzwf al-shbāb ān al-zwāj, Mjlat ālwī al-insān w al-mjtmā, Aljzāir.

Slāmh, hsām, (2021) Al-āwāml al-mwthrh fy mtābāh al-jmhwr al-ārby lhsābāt al-mwthryn āla alinstqrām “drāsh fy dw’ nzryh al-tbādī al-ijtmāāyh”, Al-mjlh al-mšryh lbhoth al-iālām.

Swmān, Imān (2014) Tghyr al-anmāt al-asthlākyh w ālāqthā bal-mkānh al-ijtmāāyh: Drāsh ṭṭbqyh ālā al-asrh al-sāwdyh, bhth ghyr mnshwr.

Şyām, Shhāth, (2009) , Al-nzryh al-ijtmāāyh mn al-mrhlh al-klasykyh alā mrhat ma bād al-hdāthh, msr al-ārbyh llshr w al-twzyā, Al-qāhrh.

Websites:

Al-ihşāt al-āāmh. (2018) . Mwgā al-hyah al-āāmh lliḥṣa.

<https://www.stats.gov.sa/>

Ihşāiāt al-tjārh al-ilktronyh, (2020) . Ihşāiāt al-tjārh al-ilktronyh. Mrkz albhoth w al-drāsāt.. <https://www.jcci.org.sa/>