بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴾

صدق الله العظيم

[سورة الإسراء الآية ٢٩]

الإهـــــــــداء

إلى من كان مرآة صادقة للفرح بنجاحى وكان دعاءه بالتوفيق سنداً لطالما اعتمدت على بركته

إلى روح والدى الحبيب . . . مع دعائى له بالرحمة والمغفرة

إلى من كانت دعواتها بالنسبة لي نبراس الطريق

إلى أمي الحبيبة . . .

إلى أملى فى الحياة

إلى إخواني وإخوتي . . .

إلى من تحملوا معي عناء هذا البحث

إلى زوجى وبناتى ريان وريتال . . .

أهدي ثمرات جهدى المتواضع

الباحثة

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين... سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين... ابدأ شكري خالصاً لله عز وجل على نعمه وعظيم فضله على هدايته وتوفيقه لي في إنجاز هذه الرسالة المتواضعة، راجية منه سبحانه وتعالى أن يجعله عملاً صالحاً وعلماً نافعاً... وبعد،،

وإنه من دواعي الفخر والاعتزاز والعرفان بالجميل أن أتوجه بالشكر والتقدير للأستاذين الفاضلين **الأستاذ الدكتور/مصطفى مرتضى على محمود، أستاذ علم الاجتماع، ووكيل شئون كلية الآداب للدراسات العليا والبحوث بجامعة عين شمس.** الذي تفضل بالإشراف على هذه الرسالة، وعلى ما قدمه من جهد ونصح وتوجيه وإرشاد، كان له الأثر الكبير فى استكمال وإنجاز نواحى الدراسة، رغم أعبائه وتعدد مسئولياته. فكان رمز العطاء، والرقي في المعاملة، فله منى جزيل الشكر والتقدير والاحترام ومزيد من العلم والتألق. **والأستاذ الدكتور/ المختار محمد إبراهيم، أستاذ بقسم علم الاجتماع، بكلية الآداب جامعة طرابلس– ليبيا.** الذى لم يتأخر فى موافقته على المساهمة فى الإشراف على إعداد هذه الأطروحة، فكان مثال العطاء المتواصل، أقدم له جزيل شكرى وتقديرى وجزاه الله خير الجزاء.

كما يسرني ويشرفنى أن أقدم شكري وامتناني لأعضاء لجنة المناقشة والحكم **الأستاذ الدكتور/ محمود عبد الحميد حسن، أستاذ ورئيس قسم علم الاجتماع بكلية الآداب، جامعة دمياط. والأستاذة الدكتورة/ منى السيد حافظ عبد الرحمن، أستاذ ورئيس قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة عين شمس.** على تفضلهما منحى شرف مناقشة الرسالة وعلى ما قدَّماه من ملاحظات وتوجيهات قيمة مما تزيد الرسالة ثراء ونضجاً علمياً، فلهما منى كل الشكر والتقدير والاحترام.

كما لا يسعني إلا أن أتقدم بوافر شكرى وتقديرى إلى **الأساتذة**: **الأستاذ الدكتور**: **مصطفى عمر التير** أستاذ علم الاجتماع بأكاديمية الدراسات العليا بجنزور. **والأستاذ الدكتور**: **الطاهر مصطفى القريض** أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة الزاوية. **والدكتورة**: **أمينة العريفى** أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة الزاوية. على كرم التعاون والتشجيع وعلى ماقدموه من ملاحظات قيمة وخاصة تحكيم الاستمارة، فلهم منى كل الشكر والتقدير والاحترام.

كما أتقدم بشكرى وامتنانى **لأسرتي الحبيبة، أمى وإخوانى وإخواتى** على تشجيعهم المتواصل خلال رحلتى العلمية، **وأسرتي الصغيرة** التي أسهمت وقاست معى عناء هذه الرسالة، وخاصة **زوجى الأستاذ فوزى نصر محمد المغيربى** الذى كان لى خير معين بجهده ودعمه من خلال تشجيعه الدائم لى. **وبناتى ريان وريتال** اللتين تحملتا عناء السفر والانشغال عنهما.

وما توفيقي إلا بالله العلي العظيم

الباحثة

فهـــــــرس المحتويـــات

الموضوع	الصفحة
الآية	
الإهداء	
شكر وتقدير	
المقدمة	أ – ج
الباب الاول: المدخل النظرى للدراسة	
الفصل الأول : موضوع الدراسة	
أولاً : تحديد وصياغة مشكلة الدراسة	١–٥
ثانياً : أهمية الدراسة	٥–٦
ثالثاً : أهداف الدراسة	٦–٧
رابعاً : فروض الدراسة	٧–١٠
خامساً : مفاهيم الدراسة	١٠– ٢٥
سادساً : النموذج النظرى للدراسة كمقترح لتوضيح العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة	٢٦
الفصل الثانى: المتغيرات الاجتماعية والثقافية والقيم الاستهلاكية	
تمهيد	٢٧
أولاً : القيم والقيم الاستهلاكية	٢٧–٣٩
ثانياً : القيم الاستهلاكية والشرائح الاجتماعية	٣٩–٤١
ثالثاً : مؤشرات القيم الاستهلاكية	٤١–٤٤
رابعاً : مجالات الاستهلاك	٤٥–٥٠
خامساً : علاقة بعض المتغيرات الاجتماعية والثقافية بالقيم الاستهلاكية	٥٠–٦٣
خاتمة	٦٣
الفصل الثالث : الدراسات السابقة	
تمهيد	٦٤
المحور الأول: دراسات تتعلق بالأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وتغير سلوك وأنماط الاستهلاك	٦٥–٧٤

المحور الثاني: دراسات تتعلق بالأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ونمو الثقافة الاستهلاكية	٧٤-٨٢
المحور الثالث : دراسات تتعلق بالأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وأثرها على القيم الاستهلاكية	٨٣-٩٢
المحور الرابع : موقع الدراسة الحالية على خريطة الدراسات السابقة	٩٢-٩٦
الفصل الرابع : الإتجاهات النظرية والقيم الإستهلاكية نحو الوصول إلى بلورة توجه نظرى مناسب للدراسة	
تمهيد	٩٧
المحور الأول : مدخل النظرية الاقتصادية	٩٨-١٠٥
المحور الثاني: مدخل النظرية البنائية الوظيفية	١٠٦-١١٣
المحور الثالث : مدخل نظريات العولمة	١١٣-١٢١
المحور الرابع: مدخل نظريات الثقافة الاستهلاكية	١٢١ - ١٢٧
المحور الخامس: نحو الوصول إلى بلورة توجه نظري مناسب للدراسة	١٢٨ - ١٣٣
الفصل الخامس: التحولات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقيم الاستهلاكية في المجتمع الليبي "تحليل سوسيوتاريخي"	
تمهيد	١٣٤
أولاً : التحولات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والاستهلاك في المجتمع الليبى	١٣٤- ١٤٥
ثانياً : المتغيرات الاجتماعية والثقافية والقيم الاستهلاكية في المجتمع الليبي	١٤٥ - ١٥١
ثالثاً : الأسواق في مدينة طرابلس ومجالات الاستهلاك	١٥١ - ١٦٦
رابعاً : الشرائح الاجتماعية في المجتمع الليبي	١٦٧ - ١٧٢
خاتمة	١٧٢ - ١٧٣
الباب الثانى : المدخل التطبيقى للدراسة	
الفصل السادس : الاجراءات المنهجية للدراسة	
تمهيد	١٧٤
أولا : نوع الدراسة	١٧٤ - ١٧٥
ثانيا : منهج الدراسة	١٧٥ - ١٧٥
ثالثا : نوع وحجم العينة	١٧٥ - ١٧٧
رابعا : وسيلة جمع البيانات	١٧٧ - ١٨٠
خامسا : مجالات الدراسة	١٨١

سادساً : الدراسة الاستطلاعية	١٨١ – ١٨٥
سابعاً : تطبيق الاستمارة إجرائياً	١٨٥ – ١٨٦
ثامناً : إستراتيجية تحليل البيانات	١٨٦ – ١٨٧
خاتمة	١٨٨
الفصل السابع : تحليل البيانات المتعلقة بالخصائص الفردية – والمتغيرات الاجتماعية وعلاقتها بالقيم الاستهلاكية	
تمهيد	١٨٩
أولا : تحليل البيانات المتعلقة بالخصائص الفردية لأفراد العينة وعلاقتها بالقيم الاستهلاكية	١٨٩ – ٢٠٧
ثانيا : تحليل البيانات المتعلقة بالمتغيرات الاجتماعية وعلاقتها بالقيم الاستهلاكية	٢٠٨ – ٢٢١
خاتمة	
الفصل الثامن: تحليل البيانات المتعلقة بالمتغيرات الثقافية وعلاقتها بالقيم الاستهلاكية	
تمهيد	٢٢٢
أولا: متغيرات الثقافة الموروثة وعلاقتها بالقيم الاستهلاكية	٢٢٢ – ٢٣٤
ثانيا: متغيرات الثقافة الوافدة وعلاقتها بالقيم الاستهلاكية	٢٣٤ – ٢٥٠
خاتمة	٢٥١
الفصل التاسع: الأهمية النسبية لمقياس القيم الاستهلاكية– وعرض وتفسير النتائج	
تمهيد	٢٥٢
أولاً: الأهمية النسبية لمقياس القيم الاستهلاكية	٢٥٢ – ٢٦٣
ثانياً: عرض وتفسير النتائج	٢٦٣ – ٢٩٨
ثالثاً: ملخص لنتائج الدراسة	٢٩٨ – ٣٠٣
رابعاً: مناقشة ختامية	٣٠٣ – ٣١١
قائمة المصادر والمراجع	٣١٢ – ٣٢٩
الملاحق	٣٣٠ – ٣٤٠
ملخص الدراسة باللغة العربية	٣٤١ – ٣٤٦
ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	٣٤٧ – ٣٥٢

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
١	مؤشرات التنمية البشرية في ليبيا	١٤٤
٢	مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ليبيا لعام ٢٠١١	١٥١
٣	تقسيمات منطقة طرابلس حسب الفرع البلدي والمحلات لكل فرع	١٥٥
٤	معدلات النمو السنوية لأسعار المستهلك (١٩٧٠ – ٢٠٠٤) نسب مئوية	١٦٠
٥	معدل التغير حسب المجموعات السلعية للسنوات (٢٠٠٧-٢٠١١ ، ٢٠١٣-٢٠١٤)	١٦١
٦	توزيع الأسر (بمدينة طرابلس) ومتوسط إنفاقها السنوي حسب أبواب الإنفاق لدراسات مسوح الإنفاق العائلي للسنوات (١٩٦٩ – ١٩٩٢ – ٢٠٠٢ ، ٢٠٠٣)	١٦٣
٧	خطوات تقسيم حجم العينة حسب الشرائح الاجتماعية المختارة	١٧٧
٨	مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد مقياس القيم الاستهلاكية بالدراسة الاستطلاعية	١٨٣
٩	يمثل تشبع الأبعاد بالقيم الاستهلاكية	١٨٣
١٠	الثبات والصدق الذاتي لمقياس القيم الاستهلاكية	١٨٤
١١	الثبات والصدق الذاتي لأبعاد الدراسة (المستقلة)	١٨٤
١٢	توزيع أفراد العينة حسب نوع الشرائح الاجتماعية	١٨٩
١٣	توزيع أفراد العينة حسب النوع	١٩٠
١٤	توزيع أفراد العينة حسب فئات العمر	١٩٠
١٥	توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة داخل مدينة طرابلس	١٩٢
١٦	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	١٩٢
١٧	توزيع أفراد العينة حسب عدد السنوات الدراسية التى استكملها المبحوث	١٩٣
١٨	توزيع أفراد العينة حسب عدد أفراد أسرهم	١٩٥
١٩	توزيع أفراد العينة حسب الدخل من جميع المصادر	١٩٦
٢٠	التوصيف الإحصائي لمتغير الشرائح الاجتماعية على بعد القيم الاستهلاكية	١٩٨
٢١	تحليل التباين الأحادي" أنوفا" بين الشرائح الاجتماعية والقيم الاستهلاكية	١٩٨
٢٢	أقل فرق معنوي بين مختلف الشرائح الاجتماعية والقيم الاستهلاكية	١٩٩

٢٣	التوصيف الإحصائي واختبار T.test لعينة الدراسة على مقياس القيم الاستهلاكية حسب النوع	٢٠٠
٢٤	التوصيف الإحصائي واختبار T.test لعينة الدراسة على مقياس القيم الاستهلاكية حسب الحالة الاجتماعية	٢٠١
٢٥	معامل الارتباط بيرسون بين متغير العمر والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢٠٢
٢٦	معامل الارتباط بيرسون بين متغير عدد السنوات الدراسية والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢٠٤
٢٧	معامل الارتباط بيرسون بين متغير حجم الاسرة والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢٠٥
٢٨	معامل الارتباط بيرسون بين متغير الدخل والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢٠٦
٢٩	توزيع أفراد العينة حسب سلع ومنتجات الاسر الاكثر دخلاً	٢٠٨
٣٠	توزيع أفراد العينة حسب شراء الأسرة من مثل سلع ومنتجات الأسر الأكثر دخلاً	٢٠٨
٣١	توزيع أفراد العينة حسب شراء السلع والمنتجات التى يسمح بها الوضع الاقتصادى	٢٠٩
٣٢	توزيع أفراد العينة حسب كيفية التصرف حيال شراء تلك السلع والمنتجات	٢١٠
٣٣- أ	الوسط المرجح والوزن المئوى لمقياس التقليد والمحاكاة	٢١٠
٣٣- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس التقليد والمحاكاة	٢١٢
٣٤	توزيع أفراد العينة حسب الذهاب إلي السوق مع احد أفراد الأسرة	٢١٣
٣٥	توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الوالدين أو احد الإخوة في الاختيار أثناء عملية الشراء	٢١٤
٣٦	توزيع أفراد العينة حسب الافراد المشاركين فى الراى اثناء عملية الاختيار لشراء سلعة معينة	٢١٦
٣٧- أ	الوسط المرجح والوزن المئوى لمقياس الجماعات المرجعية	٢١٥
٣٧- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس الجماعات المرجعية	٢١٧

٣٨	معامل الارتباط بيرسون بين متغير التقليد والمحاكاة والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢١٨
٣٩	معامل الارتباط بيرسون بين متغير الجماعات المرجعية والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢١٩
٤٠	ترتيب عدد من المناسبات الاجتماعية والدينية حسب زيادة الاستهلاك فيها	٢٢٢
٤١- أ	الوسط المرجح والوزن المئوى لمقياس العادات والتقاليد	٢٢٣
٤١- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس العادات والتقاليد	٢٢٥
٤٢	توزيع أفراد العينة حسب الاعتقاد بان التعاليم الدينية المتعلقة بالاستهلاك لها علاقة بالحد من التبدير	٢٢٦
٤٣	توزيع أفراد العينة حسب الطريقة التي تتبعها حيال شرائك السلع والمنتجات	٢٢٧
٤٤- أ	الوسط المرجح والوزن المئوى لمقياس التعاليم الدينية	٢٢٨
٤٤- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس التعاليم الدينية	٢٣٠
٤٥	معامل الارتباط بيرسون بين متغير العادات والتقاليد والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢٣١
٤٦	معامل الارتباط بيرسون بين متغير التعاليم الدينية والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢٣٢
٤٧	توزيع أفراد العينة حسب مشاهدة الفضائيات	٢٤٧
٤٨	الوسط المرجح والوزن المئوى للفضائيات التى تحرص علي مشاهدتها	٢٣٥
٤٩	توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات اليومية التي يقضونها في مشاهدة الفضائيات	٢٣٦
٥٠	توزيع أفراد العينة حسب متابعة الفضائيات هل زاد من الثقافة الاستهلاكية فى المعرفة بالسلع والمنتجات	٢٣٧
٥١	توزيع أفراد العينة حسب متابعة الفضائيات له دور فى زيادة الإقبال على شراء السلع والمنتجات	٢٣٧
٥٢	توزيع أفراد العينة حسب الشراء من خلال الفضائيات	٢٣٨
٥٣- أ	الوسط المرجح والوزن المئوى لمقياس مشاهدة الفضائيات	٢٣٩
٥٣- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس مشاهدة الفضائيات	٢٤٠

٥٤	توزيع أفراد العينة حسب وجود بريد الكترونى	٢٤١
٥٥	توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات اليومية التي يقضونها علي الانترنت	٢٤٢
٥٦	توزيع أفراد العينة حسب هل استخدامك للانترنت زاد من ثقافتك الاستهلاكية فى معرفتك بالسلع والمنتجات	٢٤٣
٥٧	توزيع أفراد العينة حسب استخدامك للانترنت له دور فى زيادة الإقبال على شراء السلع والمنتجات	٢٤٤
٥٨	توزيع أفراد العينة حسب الشراء من خلال الانترنت	٢٤٤
٥٩- أ	توزيع أفراد العينة حسب الشراء من خلال الانترنت	٢٤٥
٥٩- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس استخدام الإنترنت	٢٤٧
٦٠	معامل الارتباط بيرسون بين متغير مشاهدة الفضائيات والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢٤٨
٦١	معامل الارتباط بيرسون بين متغير استخدام الإنترنت والقيم الاستهلاكية مع التحكم فى نوع الشرائح الاجتماعية	٢٤٩
٦٢- أ	الوسط المرجح والوزن المئوى لمقياس السكن	٢٥٢
٦٢- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس السكن	٢٥٤
٦٣- أ	الوسط المرجح والوزن المئوى لمقياس السيارات	٢٥٥
٦٣- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس السيارات	٢٥٦
٦٤- أ	الوسط المرجح والوزن المئوى لمقياس المأكل	٢٥٧
٦٤- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس المأكل	٢٥٨
٦٥- أ	الوسط المرجح والوزن المئوى لمقياس الملبس	٢٥٩
٦٥- ب	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس الملبس	٢٦١
٦٦- أ	الخصائص الإحصائية لمؤشرات مقياس القيم الاستهلاكية ككل	٢٦٢

فهرس الاشكال والخرائط

الموضوع	الصفحة
شكل (١) يوضح العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة	٢٦
شكل (٢) توضح بعض المعالم القديمة والحديثة لمدينة طرابلس	١٥٨
شكل (٣) يوضح بعض الاسواق القديمة والحديثة فى مدينة طرابلس	١٥٩
خريطة (١) توضح موقع مدينة طرابلس وحدودها الإدارية	١٥٤

مقدمة:

إن موضوع الاستهلاك من الموضوعات الشائكة الذى تنازعه بالدراسة والبحث العديد من التخصصات، لاسيما فى التراث السوسيولوجى المعاصر تحديداً، خاصة فى العقود الأخيرة التي شهدت تغيراً ملحوظاً، وتفاقماً للاستهلاك فى شتى مجالات الحياة، حتى أصبح الاستهلاك كقيمة وسلوك يدعم ثقافة الثراء والترف والبدخ، وبالتالى قيم المظهرية والتفاخر.

فالاستهلاك له أهداف وغايات اجتماعية وثقافية تفصح عنها الممارسات الاستهلاكية التي تتباين في ضوء تباين الانتماءات الأسرية والطبقية لأفراد المجتمع. وتتنوع القيم الموجهة لأعضاء وجماعات المجتمع في عملية الاستهلاك، وترتبط بالتنوع في المنتجات وفي قيم استخدامها. فيميل البعض للإفراط في تنوع قيم الاستخدام لأقصى حد ممكن [١].

ويهتم علم الاجتماع الاستهلاك بالقيم الموجهة للاستهلاك التى اشار اليها" الن وارد" ومن بينها قيم الهوية، والتى تتفق مع مفهوم الاستهلاك المظهرى لدى الطبقة المترفة الذى جاء فى كتابات "فيبلن"، فلم يعد الأفراد ينظرون للاستهلاك من حيث قيم الاستخدام والنفع المادى، وإنما أصبحوا ينظرون إليه من حيث الإهتمام والتركيز على قيم التبادل للعلامات والرموز فى المقام الأول للسلع والمنتجات [٢]. فالهوس الاستهلاكي أصبح هدفاً فى حد ذاته، فيصبح الفرد عبداً للأشياء وبريقها، ومغترباً عن رموزها التي تقوم على المظهرية البحتة، فيولد لدى الجميع رغبات جامحة يصعب إشباعها، طالما أن غاية الاستهلاك هي تكاثر الأشياء وتجددها إلى مالا نهاية [٣]. فتنوعت الأذواق من حيث الأكل والشرب والملبس وطرق تقضية أوقات الفراغ..، كما اختلفت التفضيلات للسلع والمنتجات المختلفة.

---

(١) السيد محمد الرامخ، علم الاجتماع الاقتصادي دراسات نظرية وتطبيقية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص١١٧.

(٢) المرجع نفسه، ص١١٧.

(٣) محمد علي الكردي، من الحداثة إلي العولمة، الملتقي المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، ٢٠١١، ص١٠٩.

ويعد الاستهلاك من أكثر الجوانب التى يظهر فيها الفروق والتمايز بين الشرائح الطبقية. فالقوة الشرائية متغيراً هاماً فى توجه الفرد نحو الاستهلاك [٤]. فمن خلال الاستهلاك تتجه الشريحة العليا إلى الاستهلاك ببدخ وترف، وذلك لتأكيد المكانة الاجتماعية والظهور، وتتضح مظاهر الاستهلاك لديها فى شراء الملابس الثمينة، واقتناء الفلل والشقق الفاخرة، والسيارات الفارهة، كذلك يظهر فى مناسبات الزواج وأعياد الميلاد وغيرها. وهذه المظاهر من الاستهلاك تميزهم عن غيرهم من الشرائح. وبالتالى فهذه الشريحة تبتعد عن استهلاك كل ماهو عادى ومألوف وذلك لسهولة تقليده من قبل الشرائح الأدنى، وتتجه إلى كل ماهو غريب وفريد وجديد.

فالاستهلاك كسياق عام يؤثر في سلوك الأفراد وقيمهم وتوجهاتهم كل وفق موقعه الطبقي، ومكانته الثقافية وكذا حالته المدنية ولربما النفسية، فأشكال الاستهلاك وأنماط الحياة للأفراد تنطوي على اختلاف في الذوق والحكم [٥]. فالتطور البشري والقفزات التكنولوجية المتلاحقة من ناحية، أدى لوقوع الإنسان أسيراً لعاداته الاستهلاكية للمنتجات الصناعية من ناحية أخرى. ومن هنا فأنماط الاستهلاك البشري– في جزء منها– تخضع للتحولات الاجتماعية والثقافية والحضرية والاقتصادية [٦]. والمجتمع الليبي من بين المجتمعات التي مرت بتغيرات هامة اجتماعية واقتصادية وثقافية، ترافقت مع تغيرات في عملية الاستهلاك وقيم استخدامه للأفراد، وبالتالى انتشار أو بروز أنماط الاستهلاك الترفي المظهري.

لذلك فقضية الاستهلاك تعتمد على شبكة كبيرة ومعقدة ومتداخلة لاحدود لها من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والنفسية...الخ، التى تعمل على التأثير على القيم الاستهلاكية سواء على مستوى الفرد أو الأسرة أو المجتمع، فدراسة القيم الاستهلاكية تعد من الدراسات الجديرة بالدراسة والبحث وذلك لارتباطها بشبكة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد

---

(٤) آمال عبد الحميد، العولمة والثقافة الاستهلاكية الاشكال والآليات، فى محمد الجوهرى وآخرون، علم الاجتماع الاقتصادى، دار المسيرة– عمان، ٢٠٠٩، ص٤٢١.

(٥) باقر سلمان النجار، المرأة وثقافة الاستهلاك في دحض المقولة الشائعة، ندوة التحولات المجتمعية وجدلية الثقافة والقيم، المجلس الوطني للثقافة والفنون والتراث، ٢٢–٢٥ يناير، ٢٠٠٧، ص١٥٦.

(٦) علي عفيفي، تغير أنماط استهلاك الأغنية فى مصر واستهلاك الوعي، المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية فى مصر، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة القاهرة، ٢٠٠١، ص١٠٥.

وماينتج عن هذه التفاعلات من تأثير على السلوك الاستهلاكى وقيمه، هذا بالاضافة لارتباطها بثقافة المجتمع الداخلية المتمثلة فى الموروث الثقافى للمجتمع، والثقافة الوافدة الخارجية، ناهيك عن ارتباطها بقضية التنمية الاجتماعية.

وفى ضوء ماتقدم فقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى بابين، تضمن **الباب الأول المدخل النظرى للدراسة** والذى اشتمل على خمسة فصول، حيث تناول الفصل الأول موضوع الدراسة. والذى يحتوى على تحديد وصياغة مشكلة الدراسة، وأهمية موضوع الدراسة، وأهداف الدراسة، وفروض الدراسة، ومفاهيم الدراسة.وتناول الفصل الثانى المتغيرات الاجتماعية والثقافية والقيم الاستهلاكية. والذى يحتوى على ماهية القيم والنسق القيمي، والقيم الاستهلاكية والشرائح الاجتماعية، ومؤشرات القيم الاستهلاكية، **و**مجالات الاستهلاك، والمتغيرات الاجتماعية والثقافية والقيم الاستهلاكية. أما الفصل الثالث فقد تناول الدراسات السابقة، وموقع الدراسة الحالية على خريطة الدراسات السابقة. أما الفصل الرابع فقد تناول الإتجاهات النظرية والقيم الإستهلاكية، واحتوى الفصل على مدخل النظرية الاقتصادية، والنظرية البنائية الوظيفية، ونظريات العولمة، ونظريات الثقافة الاستهلاكية، وأخيراً توجه نظري مناسب للدراسة. أما الفصل الخامس فقد تناول التحولات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقيم الاستهلاكية في المجتمع الليبي تحليل سوسيوتاريخي، واحتوى الفصل على المجتمع الليبي(حقبة ما قبل ظهور النفط)، المجتمع الليبي(حقبة ما بعد ظهور النفط حتى نهاية التسعينات)، المجتمع الليبي(حقبة الإنفتاح على العالم منذ نهاية التسعينات)، والأسواق في مدينة طرابلس، ومجالات الاستهلاك، والشرائح الاجتماعية في المجتمع الليبي.

أما الباب الثانى للدراسة فقد تضمن المدخل التطبيقى للدراسة والذى اشتمل على أربعة فصول، حيث تناول الفصل السادس الإجراءات المنهجية للدراسة. والذى يحتوى على نوع الدراسة، ومنهج الدراسة، ونوع وحجم العينة، ووسيلة جمع البيانات، ومجالات الدراسة، والدراسة الاستطلاعية، وتطبيق المقياس إجرائياً، وإستراتيجية تحليل البيانات. وتناول الفصل السابع تحليل البيانات المتعلقة بالخصائص الفردية، والمتغيرات الاجتماعية وعلاقتها بالقيم الاستهلاكية. أما الفصل الثامن فقد تناول تحليل البيانات المتعلقة بالمتغيرات الثقافية وعلاقتها بالقيم الاستهلاكية. والفصل التاسع والأخير فقد تضمن الأهمية النسبية لمقياس القيم الاستهلاكية– وعرض وتفسير النتائج، وملخص لنتائج الدراسة، ومناقشة ختامية.