

الاستهلاك الترفي بالأعراس في المجتمع السعودي (المظاهر والآثار)

Luxury Consumption at Weddings in Saudi Society (Appearances and effects)

إعداد: الباحثة/ أسرار مهدي الجدلي

ماجستير علم اجتماع، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

Email: asarar_mj@hotmail.com

الباحثة/ وجدان خالد الزهراني

ماجستير علم اجتماع، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

Email: wejdane002@hotmail.com

إشراف الدكتورة/ غادة أحمد سلطان بن محفوظ

دكتورة في الفلسفة في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

Email: gbinmahfouz@kau.edu.sa

الملخص:

هدفت هذه الدراسة للتعرف على مظاهر الاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي، والتعرف على الآثار السلبية الناجمة عنه، ومعرفة هل هناك علاقة بين الدخل الشهري والآثار السلبية الاقتصادية وبين المهنة والآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفي في الأعراس. وذلك باستخدام منهج المسح الاجتماعي والاستبانة الإلكترونية كأداة للدراسة عن طريق سحب عينة عشوائية بسيطة تبلغ (251) مفردة، وقد أسفرت النتائج عن الآتي: أن هناك مظاهر للاستهلاك الترفي بالنسبة للمظهر والطعام بالأعراس في المجتمع السعودي كما تبين من خلال النتائج أن ليس هناك مظاهر للاستهلاك الترفي بالنسبة للديكور في الأعراس بالمجتمع السعودي، حيث أبدوا أفراد العينة عدم اهتمامهم بتزيين القاعة إذا لما يتناسب مع الدخل كما اتضح من خلال النتائج أن ليس هناك آثار اجتماعية سلبية مرتبطة بالاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي، ولا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المهنة والآثار السلبية الاجتماعية، كما تبين أن معدل الآثار الاقتصادية السلبية المرتبطة بالاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي جاءت منخفضة حيث أوضحت النتائج عدم اتباع أفراد العينة لأنماط الاستهلاك السائدة ولا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الدخل الشهري والآثار السلبية الاقتصادية. وبناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة فتوصي الدراسة بالتالي: زيادة الوعي المجتمعي لأهمية ثقافة الاستهلاك وخاصة فيما يتعلق بالمظهر عند المرأة السعودية وكذلك استهلاك الطعام؛ وذلك من خلال تفعيل دور وسائل الإعلام المرئي والمسموع. وتوفير بيانات عن استهلاك السلع الكمالية من خلال الهيئة العامة للإحصاء، لمساعدة الدولة على التخطيط وكذلك مساعدة الباحثين من جانب آخر في التخطيط لبحوثهم. وأجراء العديد من الدراسات النوعية لفهم أعمق لاستهلاك المظهري لدى المرأة السعودية.

الكلمات المفتاحية: الاستهلاك، الأعراس، المرأة السعودية، الاستهلاك الترفي، المناسبات الاجتماعية

Luxury Consumption at Weddings in Saudi Society (Appearances and effects)

Abstract

Contemporary society has been described as a consumer society because consumption has become a part of society's makeup. The concept of consumption has evolved alongside the complexities of human societies, transitioning from satisfying basic needs to a means of achieving social prosperity. Due to the increase in spending and consumption within Saudi society, especially during social events and wedding celebrations, this study aimed to identify the manifestations of luxury consumption at weddings in Saudi society and to understand the negative effects of luxury consumption at weddings in Saudi society. Investigation of the Relationship between Monthly Income, Negative Economic Impacts, Profession, and Negative Social Impacts of Luxury Consumption at Weddings in Saudi Society. This was done using the social survey method and an electronic questionnaire as a study tool, with a simple random sample of 251 individuals. The results showed the following: there are manifestations of luxury consumption in terms of appearance and food at weddings in Saudi society. However, there are no manifestations of luxury consumption in terms of decorations at weddings in Saudi society, as the sample members did not seem concerned with decorating the venue if it did not match their income. Additionally, there are no negative social effects associated with luxury consumption at weddings in Saudi society. No Statistically Significant Correlation between Profession and Negative Social Impacts at the Significance Level ($\alpha \leq 0.05$). The results also showed that the rate of negative economic effects associated with luxury consumption at weddings in Saudi society is low, as the results indicated that the sample members do not follow prevailing consumption patterns. No Statistically Significant Correlation between Monthly Income and Negative Economic Impacts at the Significance Level ($\alpha \leq 0.05$). Based on the results, the study recommends the following: increasing societal awareness of the importance of consumption culture, especially regarding appearance among Saudi women, and food consumption, through the activation of visual and auditory media. Providing data on luxury goods consumption through the General Authority for Statistics to assist the state in planning, as well as helping researchers plan their research. Conducting numerous qualitative studies to gain a deeper understanding of appearance consumption among Saudi women.

Keywords: Consumption, Weddings, Saudi women, Luxury consumption, social events

1. المقدمة

تواجه المجتمعات في العصور المختلفة العديد من المشكلات، وتختلف وفقاً لبيئتها المعيشية وعوامل تكوينها، والقضايا الاقتصادية من أهم قضايا هذا العصر، ونجد أن طريقة الاستهلاك من أبرز الأسس التي ساهمت في تلك القضايا (التوحيدي، 2019، 793). ويعد الاستهلاك إحدى أهم القوى الدافعة للتنمية الاقتصادية العالمية ومؤشراً إيجابياً على الرفاهية الاجتماعية وجودة الحياة إذ يعتبر الاستهلاك هو الهدف المنشود في أي عملية إنتاجية، يسعى من خلاله المستهلكون إلى إشباع احتياجات ورغبات معينة من أجل تحقيق مستوى الرضا المطلوب (البسام والبسام، 2021، 52). كما أنها جانب مهم من جوانب الثقافة وذلك لأن أنماط واتجاهات الاستهلاك تكشف عن الوعي والقيم والممارسات السلوكية والبنى العقلية السائدة في المجتمع. وإن التغيير في ثقافة المستهلك في المجتمع من الممكن أن يكون سلوك تفاخري لأجل التميز الاجتماعي الذي يحدد الانتماء إلى فئة معينة في المجتمع (الثقفي، 2022، 89-90). لذلك حظي موضوع الاستهلاك باهتمام كبير من الباحثين في مجالات الاقتصاد والعلوم الاجتماعية والنفسية. وقد توصلت الأبحاث إلى أن الاستهلاك لا يقتصر على الجوانب الاقتصادية، بل يعتبر نمط حياة يومي للناس في وقتنا الحالي، وقد تأثرت النزعة الاستهلاكية بشكل كبير بالدوافع الاجتماعية والنفسية (إسحاق وعدنان، 2022، 53). وهذا ما أكدته دراسة الحاج بتأثر الاستهلاك بعوامل التفاخر الذي يرتبط بالمكانة والمركز الاجتماعي، حيث أصبحت الوجهة الاجتماعية تقاس بما يستهلكه الشخص في الحياة اليومية أو في المناسبات الاجتماعية (الحاج، 2019، 155). ويظهر ذلك في الاحتفالات التي تتميز باحتفالات استهلاكية من الدرجة الأولى. عندما يستهلك الأفراد السلع والخدمات؛ ليس فقط لتلبية الاحتياجات، ولكن أيضاً للتباهي بوضعهم الاجتماعي والتفاخر بذلك واكتساب مكانة متميزة بين أفراد المجتمع (رشوان وآخرون، 2014، 2-3).

1.1. مشكلة الدراسة

المجتمع المعاصر وصف بأنه مجتمع استهلاكي وذلك لأن الاستهلاك أصبح جزءاً من تكوين المجتمع. فمفهوم الاستهلاك تعقد مع تعقد المجتمعات الإنسانية وانتقل من مفهوم إشباع الاحتياجات المهمة إلى عنصر لتحقيق الرخاء الاجتماعي، فأصبح الاستهلاك حاجة ملحة للوجود الإنساني ففي حين إشباع الاحتياجات تتحقق المتعة والسعادة للفرد وفي حال عدم تلبية الاحتياجات يتسبب ذلك بالآلام للفرد (العمرى، 2022، 166). فالسعادة أصبحت محصورة في القيم الاستهلاكية وماديات الترفيه وذلك بسبب المفهوم الاستهلاكي وتفاعله مع التقاليد الاجتماعية والعادات فتم تشكيل وعي الفرد على أن احتياجاته متجددة، فالحاجة المستمرة للفرد المعاصر مفهوم تمت تغذيته من خلال الرأسمالية التي خلقت الدوافع لإشباع الاحتياجات التي لا تنتهي. والتي أصبحت تستثمر كل مناسبة لدى الفرد واستحداث مناسبات تدعو إلى استهلاك السلع مما يجعل الفرد يعمل ساعات إضافية على سبيل صحته النفسية والجسدية لتلبية احتياجات الثقافة الاستهلاكية (طوبال، 2022، 397-398). ويعد الاحتفال بالمناسبات ظاهرة إنسانية عالمية في مختلف المجتمعات. وتعتبر جزءاً مهماً من ثقافة أي مجتمع، وتستخدم للتعبير عن الفرح في المناسبات الدينية أو الاجتماعية، مثل الاحتفال بالخطبة أو الزواج أو ما تشترك به المجتمعات الإسلامية، مثل العيدين والاحتفالات الدينية المختلفة المتعلقة بالثقافة الإسلامية (السالم، 2019، 278). ونلاحظ أن المجتمع السعودي قد شهد تطورات سريعة في العقود الأخيرة شملت جميع المجالات، مما أدى إلى استحداث قيم وأعراف جديدة. وأهمها الاستهلاك الترفي، وشراء السلع الفاخرة للمناسبات غير الضرورية، وهو ما حاولت العولمة نشره داخل المجتمعات.

فأصبحت أنماط الاستهلاك في أي مجتمع تشير بوضوح إلى درجة تطور المجتمع وتقدمه، مما يدل على قدرة المجتمع على تكوين ثقافة استهلاكية معينة (ال رشود، 2018، 55). وبحسب الهيئة العامة للإحصاء (2023) من خلال تقرير المتوسط السنوي للاستهلاك فقد بلغ الاستهلاك في الأغذية والمشروبات (123.4) مرتفعاً عن عام 2022 بمقدار (1.4) وبالنسبة للمطاعم والفنادق فقد بلغ الارتفاع بالاستهلاك إلى (4.1) بالنسبة لعام 2022. وبسبب ارتفاع سقف الإنفاق والاستهلاك داخل المجتمع السعودي في المناسبات الاجتماعية وخاصة في احتفالات الزواج، كالظهور بمظهر مميز من خلال اقتناء المجوهرات والذهاب لمراكز التزيين النسائية، واختيار القاعة والتكليف بتقديم ضيافة مميزة ومتعددة الأصناف وتقديم عشاء يزيد عن الحاجة الإجمالية للحضور وصرف مبالغ طائلة لوضع ديكور خاص يليق بالمناسبة، لذا؛ وبناء على ما سبق تبلورت مشكلة الدراسة الحالية بالتعرف على مظاهر الاستهلاك الترفي بالمناسبات الاجتماعية وتحديد الآثار السلبية الناتجة عنها داخل المجتمع السعودي.

2.1. الأهداف والتساؤلات

الهدف الأول: التعرف على مظاهر الاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي.

وينطلق منه التساؤلات التالية:

1. ما مظاهر الاستهلاك الترفي للمظهر في الأعراس بالمجتمع السعودي؟
2. ما مظاهر الاستهلاك الترفي للطعام في الأعراس بالمجتمع السعودي؟
3. ما مظاهر الاستهلاك الترفي للديكور في الأعراس بالمجتمع السعودي؟

الهدف الثاني: التعرف على الآثار السلبية للاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي.

وينطلق منه التساؤلات التالية:

1. ما الآثار السلبية الاقتصادية للاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي؟
2. ما الآثار السلبية الاجتماعية للاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي؟

والفروض التالية:

1. هل هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدخل الشهري والآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفي في الأعراس؟
2. هل هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المهنة والآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفي في الأعراس؟

3.1. أهمية الدراسة:

1.3.1. الأهمية النظرية

إن دراسة الاستهلاك احتلت جزءاً كبيراً من الدراسات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمعات نظراً لتأثيرها على النواحي الاقتصادية والاجتماعية وهذا ما يؤكد ضرورة دراستها، بالإضافة إلى أن الزواج يعد اللبنة الأولى لبناء النسق القرابي في أي مجتمع وأي تغيرات تطرأ عليها من الممكن أن تؤثر فيه. وتتضح أهمية الدراسة في تناولها جانب لم يتم التطرق إليه سابقاً وذلك على حسب علم الباحثان وهو مظاهر الاستهلاك الترفي بالأعراس في المجتمع السعودي بالنسبة للمرأة، مما يساهم في إثراء الجانب المعرفي النظري المتعلق بالاستهلاك.

2.3.1. الأهمية التطبيقية

تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في التعرف على مظاهر الاستهلاك الترفي للمرأة وعلى وجه الخصوص الاحتفال بالزواج داخل المجتمع السعودي، كونها تعتبر إحدى الآفات المجتمعية التي لا تقتصر آثاره على الفرد فقط وإنما تصيب المجتمع بأكمله وذلك من خلال تطبيق رؤية 2030 لتحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي والحفاظ على القيم والموروثات وفق الاستخدام الرشيد للموارد الوطنية، وفي ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج يتم وضع الخطط اللازمة بتضافر جهود المؤسسات الحكومية للحد من انتشار هذه الظاهرة.

4.1. مجالات الدراسة

المجال البشري: أجريت الدراسة على عينة عشوائية لمفردات البحث من الإناث من سكان محافظة جدة.

المجال المكاني: طبقت الدراسة على عينة من الإناث من سكان محافظة جدة. وتعتبر محافظة جدة إحدى محافظات منطقة مكة المكرمة، وترتبط بإمارة منطقة مكة المكرمة، وتشتمل على 14 بلدية. وتعد العاصمة الاقتصادية والسياحية للمملكة العربية السعودية، وتلقب جدة بعروس البحر الأحمر، وهي أكبر المدن المطلة عليه، والمحافظ الحالي هو الأمير سعود بن عبد الله جلوي.

المجال الزمني: استغرقت الدراسة من شهر يناير إلى شهر مايو من عام 2024م.

5.1. مفاهيم الدراسة

الاستهلاك الترفي: "الإنفاق على سلع كمالية في مناسبات غير ضرورية بطريقة يقصد بها التباهي والظهور وتعويض نقص اجتماعي معين" (التويجري، 2019، 796).

التعريف الإجرائي: يقصد بالاستهلاك الترفي في هذا البحث ما تقوم به المرأة السعودية من إنفاق مبالغ هائلة على المظهر والطعام وتكاليف الديكور في الأعراس بقصد التفاخر أمام الناس.

العرس: "الحدث الذي يرافق الزواج، هو الإعلان الرسمي عن قيام هذه المناسبة في ظل موكب من طقوس وأجواء وأهازيج احتفالية، وما يتخللها من رموز وعادات متوارثة في المجتمع، هذه الممارسات تجمع بين الأفراد والجماعات وهي في جوهرها عبارة عن عادات جماعية مورست في مناسبات مختلفة" (بومخلوف، 2023، 6).

التعريف الإجرائي: الحدث الذي يتم فيه ممارسة طقوس الاحتفال بارتباط الزوجين وفق العادات والتقاليد بمشاركة الأهل والأقارب.

2. الإطار النظري والدراسات السابقة

1.1. الإطار النظري

المبحث الأول/ الاستهلاك

الثقافة الاستهلاكية

أن جذور الثقافة الاستهلاكية أرجعها الباحثون في علوم الاجتماع والاقتصاد إلى أوروبا في القرن السابع عشر عندما توسع إنتاج السلع، وبدأ البحث عن أسواق جديدة لفوائض الإنتاج، ومع بداية القرن العشرين أصبح الاستهلاك جزء مهم لتحقيق المكاسب والثروات للحكومات والشركات (طوبال، 2022، 397). والعلماء اهتموا بالاستهلاك منذ منتصف القرن الثامن عشر ودرسوا

سلوك المستهلك وقسموه إلى عقلانياً أو رشيداً فالمستهلك يبحث دوماً عن الطريق المثلى في توزيع دخله لتعظيم منفعته (بلخير، 11، 2019). والاستهلاك أصبح ضرورة يومية في حياة المستهلكين، وهم في بحث دائم عن حاجاتهم التي تشبع رغباتهم عن طريق بذل الجهد والوقت والتكلفة، والاستهلاك يختلف من مجتمع لآخر حسب العادات والثقافات ودرجة رفاهية المجتمعات والنمو الاقتصادي (غفافية وبن لقرشي، 2019، 567). ويعد عالم الاقتصاد (كينز Keynes) أول من أشار إلى أن الاستهلاك يعتمد على أساس مستوى الدخل. فقد ذكر أن هناك عدة عوامل ذاتية وموضوعية تحدد الاستهلاك في المجتمع. ومع ذلك، فإن المستوى الحالي للدخل هو الذي يحدد استهلاك الفرد من بين جميع العوامل، وكذلك المجتمع. وهو ما أطلق عليها نظرية الدخل المطلق، وتتطلب من فرضية أن الدخل هو المحدد الرئيسي للإنفاق الاستهلاكي، وأن التغييرات التي تطرأ في الإنفاق الاستهلاكي الخاص يفسر من خلال التغييرات في مستوى الدخل، وقد أطلق على العلاقة التي تربط الإنفاق الاستهلاكي والدخل بالميل للاستهلاك (الدوسري، 2019، 44).

بينما (فريدمان) يفترض أن الدخل يتكون من دخل دائم ودخل عابر، وحسب هذا التقسيم فالعلاقة بين الدخل والاستهلاك هي علاقة بين الدخل الدائم والاستهلاك الدائم، حيث إن الاستهلاك لا يتأثر بالتغيرات في الدخل سواء كانت مفاجئة أو طارئة، وعليه يأخذ الاستهلاك الدائم نسبة من الدخل الدائم، أي: إن العلاقة بينهما تناسبية (عبد الرزاق الزهراني، 2017، 68). والاعتداد بالعوامل الاجتماعية في تحليل ظاهرة الاستهلاك بدأ مع (أرنست إنجل Anjal Arenst) فقد كان أول من نبه الأذهان إلى إمكانية تأثير العوامل الاجتماعية على الاستهلاك (بو مريومه والزليتي، 2020، 16). ومن هنا بدأ الباحثون يأخذون أبعداً أخرى في معالجتهم لموضوع الاستهلاك، تختلف عن الجوانب الاقتصادية البحتة، فالاستهلاك ارتبط تاريخياً بالعادات والتقاليد الشعبية، والثقافية العامة، والدين، والتراث. وهناك مجموعة من المحددات الاجتماعية للاستهلاك، منها: العادات والتقاليد، والاستهلاك الاجتماعي، والثقافة الاجتماعية المادية والروحية والدين (ال رشود، 2018، 87).

واقع الاستهلاك بالمجتمع السعودي

أن المجتمع السعودي من المجتمعات التي عرفت تغيراً اجتماعياً مر بمراحل مختلفة وأثر بعمق في بنية المجتمع ونظمه بدءاً بالطفرة النفطية التي غيرت من شاكلة هذا المجتمع اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً في البنى الاجتماعية داخل المجتمع (الثقفي، 2020، 94). ونتيجة لهذه النهضة الحضارية التي بدأت تظهر خلال السنين الماضية تأثرت الأسر في المجتمع السعودي فارتفع مستوى دخلها وزادت متطلباتها زيادة كبيرة وامتدت إلى الكماليات للوصول إلى الرفاهية من العيش بعد أن بدأت تغزو المجتمع السعودي بثقلها، فزاد ترف بعض الأسر التي تعيش في المدن والتي يشتغل أفرادها في المؤسسات الحكومية والشركات الكبيرة ولقد أدى ارتفاع دخل الأسرة إلى اقتناء كل جديد من الثقافات المادية المتوفرة في الأسواق (الصقر، 2019، 141-145) وقد شهد الإنفاق الاستهلاكي داخل المجتمع السعودي ارتفاعاً بنسبة (4.9%) لعام 2021 حيث كانت نسبة إنفاق المواطن السعودي لصالح الأغذية والمشروبات (117،3%) والمطاعم والفنادق تأتي بنسبة (112،5%) والملابس والأحذية بنسبة (103،7%) (الهيئة العامة للإحصاء، 2021). وفي عام 2022 ازداد الإنفاق الاستهلاكي بمعدل (2.5%) حيث كانت نسبة الإنفاق الأعلى للمواطن السع ودي لصالح الأغذية والمشروبات بنسبة (121،6%) وتليها مباشرة المطاعم والفنادق بنسبة (118،2%) وانخفض استهلاك الملابس والأحذية بنسبة (102،4%) (الهيئة العامة للإحصاء، 2022). بينما في عام 2023 ارتفعت نسبة الإنفاق الاستهلاكي إلى (2.3%) حيث كانت كذلك نسبة الإنفاق الأعلى لصالح الأغذية والمشروبات بنسبة (123،4%) وتليها مباشرة المطاعم

والفنادق بنسبة (123،1%) واستمر الانخفاض لفئة الملابس والأحذية لنسبة (99،3%) (الهيئة العامة للإحصاء، 2023). وترى الباحثتان أن ارتفاع معدل الإنفاق على مدار الأعوام الثلاث الأخيرة يعود لارتفاع استهلاك الأفراد بالمجتمع السعودي للسلع والخدمات فوق المعدل الطبيعي، نظراً لتحسن مستوى المعيشة واتباع أنماط استهلاكية جديدة لم تكن سائدة من قبل.

آثار الاستهلاك

إن الاستهلاك كغيره من القضايا يترتب عليه آثار ومن أهم الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفي الآثار الاقتصادية فهي تحول عملية الشراء كسلوك يومي ومستمر وقد يؤدي إلى نتائج خطيرة كالعجز المالي والديون وهذا ما ينعكس على الاستقرار المادي للأسرة والنمو الاقتصادي ككل. كما توجد آثار نفسية وذلك لأن أكثر ما يعززه المجتمع الاستهلاكي هو تنمية الشعور بعدم الاكتفاء من خلال دفع المستهلك إلى الركض وراء حاجات ورغبات لا تنتهي وهذا ما يسبب له الكثير من المتاعب النفسية كالقلق والاكتئاب والإجهاد النفسي. وأمتدت آثاره إلى القيم الاجتماعية حيث يغير مجتمع الاستهلاك القيم والمعايير لصالحه حيث يعمل على تحويل القيم الاجتماعية إلى قيم ومعايير استهلاكية من خلال تغييرها وتجريدها من المعنى الأصلي كالتحول من إشباع الحاجة إلى إشباع الرغبة (سليمان ومسعودي 2022، 588-592). كما أن الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك تتمثل في: تبذير الأطفال وضعف إحساسهم بقيمة المال. كما أن الاستهلاك الترفي يعد استنزافاً لموارد ودخل الأسرة دون عائد. كما يتحول الاستهلاك الترفي إلى نوع من الإدمان. ويرى أنه يتحول إلى حالة مرضية تعاني منها المجتمعات والأسر وأيضاً يتحول إلى هدف في حد ذاته وليس وفقاً لحاجات الأسرة (الرشود، 2018، 147). وترى العيبان (2020، 50-51) أن من أهم هذه الآثار هي كثرة الديون وظهور المشكلات الأسرية، بينما توجد بعض الآثار الأخرى تأتي بدرجة أقل مثل الاقتراض من البنوك، وعدم حضور الاجتماعات العائلية المكلفة مادياً، وظهور مشكلات سلوكية ونفسية لعدم القدرة على مجاراة الآخرين وضغط الزوجة على رب الأسرة للبحث عن مصدر آخر للدخل.

المبحث الثاني/ الأعراس

الزواج

الزواج هو الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الأسرة في جميع المجتمعات ويختلف زواج الإنسان عن الكائنات الأخرى في أنه لدى الكائنات الحية بيولوجياً، يطلق عليه في العادة تزواج أو تالف، في حين أنه لدى الإنسان يعد نظاماً اجتماعياً يسمه الدين وأعراف المجتمع وعاداته وتقاليده أكثر مما يتأثر بالجانب البيولوجي، والزواج مؤسسة اجتماعية كبرى تبني المجتمع، ومن الصعب فهم طبيعة المجتمع إلا من خلال الزواج. فالمعايير التي تحكم الزواج فهو أحد العوامل التي توفر للفرد ما هو مقبول وغير مقبول لدى الآخرين. فقد تبرز معايير يكون لها الأولوية لدى طالب الزواج كالمعيار الديني أو الاجتماعي أو القبلي دون غيره من المعايير. وربما يعود ذلك إلى بعض المتغيرات والمؤثرات التي يواجهها المجتمع والتي لها أثر كبير في طريقة تفكير الأسرة وكيفية تغير المعايير وانتقالها من جيل إلى جيل (الحمادي، 2021، 69-70).

أهمية الزواج

لأن الإنسان كما يقول علماء الاجتماع هو إنسان ذو طبع مدني، ذو نفس طيبة، وله ميول وغرائز تجعله يسعى إلى المؤانسة والطمأنينة وهو ذو نفس راقية، وفيه من الميول والغرائز ما يجعله يهفو إلى الأنيس، ويهنا بالمشاركة العاطفية والوجدانية،

وللمعاني هذه قدر مشترك بين كل من الأنثى والذكر، وضرورة وجود كل منهما، ومقتضى الفطرة التي فطر كلا منهما عليها. لذلك كان لزماً تكامل كل منهما بالآخر لينعم بوجوده، ويبقى النوع الإنساني كما أراد الله لإقامة الخلافة في الأرض وتعميرها بالعمل والإصلاح. لذا؛ كان للزواج أهمية من نواح متعددة (يوسف، 2019، 109).

الأهمية الاجتماعية

الاجتماع وسيلة من وسائل الأخلاق الفاضلة، ونزعة إنسانية ثابتة، ويتواجد الإنسان مع الجماعة تنشط روح المنافسة، والاجتماع يبيت في الأفراد روح التفوق والرغبة في إظهار ما لديهم من قدرات، ولا يتحرك هذا الدافع إلا من خلال الجماعة. والأسرة أول جماعة يعيش فيها الطفل ويشعر بالانتماء إليها، وهو بهذا يكتسب العضوية الأولى في جماعة، ويؤثر نمط هذه الجماعة وعلاقاتها على علاقاته فيما بعد مع الجماعات الأخرى في الخارج، فالأسرة كجماعة وظيفية تزود أعضائها بالعديد من الإشباعات الأساسية. (العجزم، 2020، 26).

المبحث الثالث/ الاستهلاك الترفي بالأعراس

استهلاك المظهر

الاستهلاك المظهري يعد من أبرز الجوانب التي يهتم بها المجتمع السعودي على قدر كبير، فتقييم الشخص بالعادة يتم من خلال مظهره أو سلوكياته، وعلى ذلك انتشر في المجتمع السعودي مؤخراً نمط من الاستهلاك التفاخري لم يكن سائداً من قبل، ولعل ما أسهم في سرعة انتشاره فائقة هو شبكات التواصل الاجتماعي الحديثة (ناصر الزهراني، 2017، 129). والمرأة حريصة دائماً بطبيعتها الأنثوية على متابعة كل جديد في مجال الأزياء، كما أن الانفتاح الحديث على العالم أوجد لديها ذوق جمالي بالأزياء، التي تتفق مع روح العصر ومتواكبة. إذ أصبحت الموضة تجسد أحد أبرز اهتمامات المرأة السعودية سواء في اقتنائها لكل جديد منها، أو فيما يخص بحث طرق الاستثمار فيها، وبالأخص ملابس السهرة والمناسبات والأحذية والحقائب وقد توصلت بعض الدراسات أن حفلات الزفاف هي أكثر الأنشطة انتشاراً في المملكة العربية السعودية، فالمرأة السعودية تذهب إلى عشر حفلات زفاف كل سنة في المتوسط، بالإضافة إلى شراء هدايا للعروس أو تقديم مبلغ من المال. (المطيري وآخرون، 2022، 20).

استهلاك الطعام

الوليمة لغة: "طعام العرس"، وقد تطلق على الطعام الذي يصنع عند العقد بين الطرفين، وهي سنة مؤكدة عند مذاهب الفقهاء، فقال له رسول الله صلى الله عليه وسلم: (أولم وَلَوْ بِشَاةٍ)، فتحصل عدة متغيرات معتبرة شرعاً في العلاقة بين الرجل والمرأة بمجرد إتمام عقد زواجهما ويرتبط أفراد أسرة المرأة بأعضاء أسرة زوجها برابط المصاهرة، وبناءً على ذلك لم يفضل الشرع أن تكون مناسبة الزواج حدثاً عادياً في حياة الإنسان وعابرة لا ينتبه إليها المجتمع، فحرص أن يجعلها مناسبة قائمة على الفرح وإظهار المسرة ويتم إعلانها وإشهارها (بن محفوظ، 2016، 95-96). كما يعتبر الطعام مقياساً هاماً لتحديد مستوى المعيشة والقيم الجمالية لمجتمع معين، ذلك لأنه يعكس بأصنافه وأنواعه الثراء النفسي والاجتماعي لهذا المجتمع، إن نظام الأكل وعاداته تعود إلى جذور عميقة بالنفس البشرية. وفي المجتمع التقليدي العربي بصفة عامة وفي أطباقه وعاداته نرى أنه غني بمدلولاته الاجتماعية فإكرام الضيف يكون بتقديم مختلف أنواع الطعام الموجود، وطعام العائلة لا يتم بشكل فردي، بل يتم الانتظار لتجمع العائلة كاملة، كما يوجد تنوع غني وتخصيص لأنواع الطعام وفقاً للمناسبات، أي هناك طعام محدد للأعراس والمآتم والأعياد إلخ (صلاح، 2017، 83).

استهلاك الزينة والديكور

حفل الزفاف هو الاحتفال الذي يُقام لإعلان بداية الزواج والاستمتاع بهذا الحدث المختلف والمميز في حياة الفرد. حيث يشارك به الأقارب والأصدقاء والمعارف، ويعتبر رمزاً للحب وإشارة للشراكة التي ستربط الزوجين مدى الحياة، ويشعر العروسان خلال هذا الحفل بالدعم من الأهل والأصدقاء لبدء حياتهما الجديدة. حيث يعتمد نمط حفل الزفاف على الخلفيات التاريخية والثقافية للعروسين وما يفضلانه حول هذا الحفل وما يجب أن يكون عليه. وتتم إقامة مراسم احتفال الزواج في القاعات المخصصة لذلك، وتكون معدة بكافة التجهيزات اللازمة من ولائم للعشاء وضيافة وأماكن مخصصة للاستقبال وللحضور وكذلك للعروس، ويلاحظ بالسابق كانت تُقام الأعراس بالقاعات كما هي دون أدنى تغيير فيها، ولكن مع التغيرات المعاصرة أصبح التغيير بالقاعة أمراً وارداً بل لا بد منه، فيتم التعامل مع مصممين ذوي خبرة وتخصص بالمجال حتى يتم التغيير فيها بشكل كامل أو جزئي وفق ذائقة العروس وأهل الفرح وذلك من حيث تعديل مظهر الطاولات لتصبح ملونة ومزركشة، والعديد من الزهور في أنحاء المكان، بالإضافة للزينة الفاخرة، والاهتمام بشكل خاص بالكوشة كونها تعد محط أنظار المدعوين ومكان مهم لالتقاط صور العروسين، ويُدفع مقابلها مبالغ طائلة لأمر كمالي ليس ضرورياً، سعياً للوجاهة الاجتماعية والمفاخرة بين الناس، والحصول على حفل خاص فريد من نوعه. وذلك نظراً للعوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي أحدثت تغيير بثقافة الاستهلاك بالمناسبات الاجتماعية لدى المرأة في المجتمع السعودي.

2.2. النظريات العلمية المفسرة للدراسة

نظرية الطبقة المترفة:

يعد فيبيلين أحد الرواد الكلاسيكيين الذين اهتموا بالفهم الاجتماعي لعمليات الاستهلاك، وهو أول من وضع مصطلح الطبقة المترفة Leisure Class في كتابه "نظرية طبقة الأعيان" (1899) حيث ذكر أن هناك طبقة أسماها الأعيان تتسم بالاستهلاك المظهري، وظهرت هذه الطبقة في الولايات المتحدة يمثلها صفوة من رجال الأعمال. كانوا بحاجة إلى التعبير عن مكانتهم للعامة، وأطلق فيبيلين على تلك العملية الاستهلاك المظهري (الشايب، 2015، 35).

واستعمل فيبيلين مصطلح الاستهلاك المظهري وقصد به تبذير الأموال في شراء حاجات غالية لا يستعملها الإنسان في حياته اليومية، إلا أن لهذه الحاجات قيمة جوهرية تساعد صاحبها على التفاخر والكبرياء، وتمنحه مركزاً اجتماعياً مرموقاً بحيث يعتبر عضواً في الطبقة الأرستقراطية وهذا ما يجلب له السعادة (بو مريومه والزليتن، 2020، 8).

وأيضاً ساهم من خلال تحليله للسلوك الاستهلاكي في ربط علم الاجتماع بعلم الاقتصاد وذلك من خلال التقاء أفكارهم وتصوراتهم حيث ركز على تحليل العوامل والظروف التي ساهمت في تغير نمط الحياة اليومية وظهور الطبقة المترفة، حيث أشار إلى أن كلما تكدست الثروة زادت الطبقة المترفة في الاستهلاك التفاخري (بن محفوظ، 2016، 37).

فالبينة أو المحيط الذي يعيش فيه الفرد يعد المؤثر الأول للسلوك الاستهلاكي، كون أن الشخص يواجه في بيئته ضغوط من الثقافة العامة في مجتمعه، ولذلك هي محددة لرغباته وتشبع احتياجاته، بناءً لما هو سائد في مجتمعه فيشتري الفرد سلعته لتلبية احتياجاته ورغباته التي تتأثر بالجماعة التي ينتمي إليها، كما أوضح فيبيلين أن الفرد يسعى إلى اقتناء سلع تنتمي إلى طبقة اجتماعية أعلى من طبقته، وبالتالي فإن سلوك المستهلك يميل إلى البحث عن منصب ومكانة اجتماعية أعلى (العتيبي وسليمان، 2024، 71).

لذا؛ فالاستهلاك المظهري يمكن الفرد من اكتساب الحقوق والامتيازات الاجتماعية التي تتسم بها الطبقات المترفة، كما أن أفراد الطبقات الفقيرة يطمحون في الانتماء إلى الطبقات العليا وانتماؤهم إلى الطبقات المترفة لا يتم إلا عن طريق دخولهم في معترك الاستهلاك المظهري الذي يحفز أبناء المجتمع إلى اعتبارهم أعضاء في الطبقات المترفة (الحسن، 2010، 76-77).

نظرية عمومية الاستهلاك:

تنطلق هذه النظرية من التأكيد على أن الثقافة الاستهلاكية قاسم مشترك بين الطبقات جميعاً، بل بين المجتمعات جميعاً، ويرجع ذلك إلى طبيعة التغيرات الاقتصادية والبنائية. وإن هذه التغيرات خلقت أنماطاً استهلاكية متشابهة ساهمت في اختفاء الفروق بين الطبقات فأسلوب الحياة الاستهلاكي لم يعد يعبر عن الفروق بين الطبقات والفئات الاجتماعية، وتأتي عمومية ثقافة الاستهلاك كانعكاس لتغيرات اقتصادية وبنائية شملت العالم بأسره. ونموذج أساليب الاستهلاك يركز على أسلوب استهلاك السلعة والصورة المصنعة عليها، مع الأخذ بعين الاعتبار أذواق المستهلكين، فنتيجة تغير مفهوم الضروري والكمالي في بعض السلع الاستهلاكية (عيفة وآخرون، 2016، 264).

وأصبح الهدف هو امتلاك السلعة بغض النظر عن الحاجة إليها، وتدرجياً اعتاد المستهلك على متابعة حركة السوق والشراء والحصول على كل ما هو جديد من سلع أو معن عنها. والتشجيع على الاستهلاك الغريزي وتمجيد كل ما هو أجنبي واستهلاكه، باعتباره رمزاً من رموز المكانة الاجتماعية. كما خلقت نمطاً جديداً أكثر اهتماماً بالمظاهر الخارجية وعملت على تنميط السلوك الاستهلاكي للأفراد وتدعوا إلى ضرورة الاقتداء والتشبه بالآخرين (مزراق وبعين، 2019، 129-130).

3.2. الدراسات السابقة

هدفت دراسة الثقفي (2022) إلى تحديد العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية بين مقتضيات الحاجة والاستهلاك التفاخري وتقصى الاستهلاك الترفي لدى المرأة السعودية كمحدد لهويتها الاجتماعية وانتمائها الطبقي، وقد اعتمد البحث على منهج المسح الاجتماعي والاستبانة والمقابلة المفتوحة كأداة لجمع البيانات، على عينة تبلغ (80) امرأة من مدينة الرياض، وتوصلت النتائج إلى أن هناك تغيرات مؤثرة في الثقافة الاستهلاكية لدى المرأة السعودية، تعززت بالحراك الاجتماعي والاقتصادي والثقافي، لتتجه المرأة السعودية إلى ثقافة استهلاكية مبنية على التمايز الاجتماعي، بحثاً عن وجهة اجتماعية تجاوزت المفهوم الطبقي للترف.

هدفت دراسة العيبان (2020) إلى تحديد العوامل المؤدية إلى السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية (الاجتماعية والتسويقية) وأيضاً تحديد الآثار السلبية المترتبة على السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية، فاعتمدت الباحثتان على استخدام الأسلوب الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة للدراسة وأخذ عينة غير عشوائية من النساء في المجتمع السعودي عددهن 193 امرأة، فتوصلت الدراسة إلى أن للعمر أثراً على السلوك الاستهلاكي وهو ما بين (20) إلى أقل من (40) سنة كما وجدت هناك عوامل اجتماعية وثقافية مؤثرة على السلوك الاستهلاكي من أهمها خروج المرأة للعمل، واهتمامها بالتجميل، كما أن من أهم الآثار السلبية كثرة الديون، وظهور المشكلات الأسرية.

هدفت دراسة حسن (2023) على رصد وتحليل مظاهر التغير في عادات الزواج وقد اعتمدت الدراسة على عدة مناهج منها : المنهج الأنثروبولوجي وأدواته المختلفة المتمثلة في الملاحظة، والملاحظة بالمشاركة، والمقابلات المتعمقة، ودليل العمل الميداني، والتصوير الفوتوغرافي ومنهج دراسة المجتمع المحلي، والمنهج الفولكلوري، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها:

تعددت معايير اختيار شريك أو شريكة الحياة، واختلفت عن تلك التي كانت في الماضي، وبدأ يظهر معايير غير المعايير الخاصة بالجدات والأمهات، فتقدمت المعايير الخاصة بتعليم الفتاة ووظيفتها وشكلها ومظهرها الخارجي، ومكانتها الاجتماعية والاقتصادية، كما استحدثت بعض العادات في مراحل الزواج لم تكن موجودة في الماضي مثل الخطوبة واحتفالاتها ومراسيمها، وطالت مدتها، وظهر أنواع جديدة من الطعام والشراب لم تكن موجودة من قبل في وليمة الفرح في الماضي داخل مجتمع الدراسة.

هدفت دراسة آل رشود (2018) إلى التعرف على العوامل المرتبطة باتخاذ القرار فيما يتعلق باقتصاديات الأسرة وإدارة ميزانيتها. ودراسة العوامل المؤثرة في الاستهلاك الترفيهي لدى الأسرة السعودية، والتعرف على دور الإعلام والإعلانات التجارية في زيادة الاستهلاك الترفيهي لدى الأسر السعودية، وتحديد الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي لدى الأسرة السعودية. واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبانة، وبلغ إجمالي ما تم تحليله إحصائياً من استبانات (1155) مفردة. وتوصلت الدراسة أن أهم العوامل المؤثرة في الاستهلاك الترفيهي لدى الأسرة السعودية هي مساهمة الإعلانات في شيوع ثقافة المحاكاة والتفاخر، وارتفاع المستوى التعليمي أدى لزيادة الرغبة في الاستهلاك وأن المكانة الاجتماعية للأسرة تفرض أنماط استهلاك محددة. وأفادت بأن أهم الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي للأسرة السعودية تمثلت في تبذير الأطفال وضعف إحساسهم بقيمة المال، واستنزاف موارد ودخل الأسرة دون عائد.

هدفت دراسة عوض (2016) إلى الكشف عن ملامح اقتصاديات الزواج في قرية مصرية بمحافظة دمياط، وتحددت المشكلة الأساسية للدراسة في التعرف على طبيعة التغيرات التي طرأت على الزواج في قرية مصرية؛ نتيجة التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي شهدتها المجتمع المصري في السنوات الأخيرة. وتجلّى السؤال الرئيس الذي حاولت الدراسة الإجابة عنه في: هل أثرت تكاليف الزواج المرتفعة في تأخر سن الزواج بمجتمع الدراسة؟ وتلخصت أبرز نتائج الدراسة حول أن ثمة متغيرات عدة لاقتصاديات الزواج بمجتمع الدراسة وأن مضمون هذه المتغيرات جميعاً بمجتمع الدراسة قد أصابها تغيرات عدة وتحولت من الضروري إلى الكمالي، مما ضاعف من الأعباء المادية على الزوجين، الأمر الذي تسبب في تأخر سن الزواج بين الشباب في مجتمع الدراسة.

هدفت دراسة عقوب (2021) إلى الكشف عن دوافع الاستهلاك التفاخري في الأسرة الليبية والآثار المترتبة عليه، وينبثق من التساؤل العام مجموعة من التساؤلات الفرعية تمثلت في: ما مظاهر الاستهلاك التفاخري في الأسرة الليبية، وما دوافع مظاهر الاستهلاك التفاخري في الأسرة الليبية، ما الآثار المترتبة على مظاهر الاستهلاك التفاخري في الأسرة الليبية؟ وتعد هذه من الدراسات الوصفية، وطبقت الدراسة استبانة على عينة عشوائية بسيطة من الأسر الليبية بمدينة طبرق لرصد استجاباتهم المتعلقة بدوافع الاستهلاك التفاخري والآثار المترتبة عليه، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: حرص الأسر الليبية على إقامة الولائم للأصدقاء والأقارب، واختيار الفاعات الفاخرة لإقامة الحفلات، وأظهرت كذلك دور شبكات التواصل في تحفيز الاستهلاك التفاخري، وتبين أن المظهرية والمباهاة والتفاخر وتقليد الغير من أهم دوافع زيادة الاستهلاك التفاخري بالأسرة الليبية، كما أكدت النتائج أن استنزاف الموارد ودخل الأسرة وزيادة الإسراف البذخي وسيادة روح المظهرية من أكثر الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك التفاخري.

هدفت دراسة Teame et al. (2019) إلى التعرف على محددات الاستهلاك الأسري الواضح في الاحتفال بالزفاف في مدينة أدي كيه في إريتريا وقياس مدى الاستهلاك. والتعرف على العوامل التي تحدد مستوى الإنفاق الاستهلاكي الأسري التفاخري

على حفلات الزفاف في مدينة أدي كيه، إريتريا، وتم استخدام المنهج الوصفي الإحصائي بحيث تم تطوير استبانة موحدة وتم جمع المعلومات من خلال المقابلات مع الأسر الذين تم اختيارهم من أربع مناطق إدارية في منطقة الدراسة، وذلك باستخدام عينات كرة الثلج. وبلغ عدد العينة 102 أسرة أقامت حفلات زفاف في الفترة ما بين مايو 2017 ومايو 2018. وتوصلت النتائج إلى أن الفرد ينفق على احتفالات الزفاف ضعف دخله السنوي كما أن لمتغير العمر والدين والمستوى التعليمي لرب الأسرة ومعدل الدخل السنوي له أثراً على الاستهلاك التفاخري في الزفاف.

هدفت دراسة Kalender و Christos (2014) لمقارنة مستويات المكانة المختلفة للمستهلكين من حيث مكانتهم الاقتصادية، والاستهلاك التفاخري "الزواج نموذجاً" اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتم استخدام المسح كأداة جمع البيانات وللوصول إلى مجتمع الدراسة، تم مسح عينة من الأزواج المسجلين لطلبات الزواج في مكتب الزواج في مرسين خلال شهر يناير 2014. وتم إجراء مقابلات في مركز الزواج مع عينة مكونة من 120 مشاركاً. وتوصلت النتائج إلى وجود فرق في الاستهلاك بين الطبقات الاجتماعية في الاحتفال بالزواج ولذلك لأن الاستهلاك يعكس الثروة والطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد ويعتبر الزفاف واحداً من الاحتفالات التي يستطيع أن يظهر فيها ثروته من خلال المجوهرات والعطور والساعات وغيرها كما وجدت عوامل أخرى مؤثرة في الاستهلاك غير المستوى الاقتصادي كالرغبة في المحاكاة والتقليد.

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة يتضح أن معظم الدراسات تناولت الاستهلاك من منظور ثقافي أو اجتماعي أو اقتصادي بشكل عام ولم تتناول جانب الاستهلاك الترفي للمرأة في المناسبات الاجتماعية وعلى وجه الخصوص الاحتفال بالزواج في المجتمع السعودي، وهذا ما تفردت به الدراسة الحالية.

لذا؛ سعت الدراسة لمعرفة مظاهر الاستهلاك الترفي في الأعراس وتحديد الآثار السلبية الناجمة عنها، فمن حيث الأهداف اختلفت دراسة الثقفي (2022) مع الدراسة الحالية في تحديد العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي للمرأة وأيضاً هل الاستهلاك الترفي محدد للهوية الاجتماعية والانتماء الطبقي، وكذلك دراسة العيبان (2020) اختلفت مع الدراسة الحالية في تناول العوامل الاجتماعية المؤدية إلى الاستهلاك الترفي وكذلك بتناولها العوامل التسويقية كما اتفقت في تحديدها للآثار السلبية المترتبة على السلوك الاستهلاكي، واختلفت دراسة حسن (2023) من حيث تحديدها لمظاهر التغير في عادات الزواج، وهذا ما اتفقت معه دراسة عوض (2016) بالتعرف على التغيرات التي طرأت على الزواج واختلفت دراسة ال رشود (2018) مع الدراسة الحالية من حيث معرفة العوامل المؤثرة على الاستهلاك الترفي واتفقت من حيث تحديد الآثار المترتبة عليه، واختلفت دراسة عقوب (2021) مع الدراسة الحالية من حيث الأهداف بالتعرف على دوافع الاستهلاك التفاخري، واتفقت في التعرف على الآثار المترتبة على مظاهر الاستهلاك التفاخري. وبالنسبة لدراسة Kalender و Christos (2021) هدفت الدراسة لمقارنة مستويات المكانة المختلفة للمستهلكين من حيث مكانتهم الاقتصادية، والاستهلاك التفاخري وهذا ما اختلفت فيه مع الدراسة الحالية كما اختلفت دراسة Teame et al. (2019) حيث هدفت إلى التعرف على محددات الاستهلاك الأسري الواضح في الاحتفال بالزفاف واتفقت في قياس مدى الاستهلاك.

ومن حيث المنهج استخدمت الدراسة الحالية منهج المسح الاجتماعي وهذا ما اتفقت معه الدراسات السابقة، باستثناء دراسة حسن (2023) استخدمت المنهج الأنثروبولوجي، ودراسة العيبان (2020) استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، ودراسة Teame et al. (2019) استخدمت المنهج الوصفي الإحصائي.

وكذلك تم اتفاق الدراسات السابقة من حيث اختيار الاستبانة كأداة للدراسة، في حين اعتمدت دراسة كل من حسن (2023) والثقي (2022) وعوض (2016) و Christos و Kalender (2021) على أدوات متعددة لجمع البيانات.

ومن حيث النتائج نجد أن دراسة (الثقي، 2022) توصلت إلى أن المرأة السعودية تتجه إلى ثقافة استهلاكية مبنية على التمايز الاجتماعي، بحثاً عن وجهة اجتماعية، وهو ما اختلفت معه دراسة (العيان، 2020)، حيث توصلت الدراسة إلى أن للعمر أثراً على السلوك الاستهلاكي واتفقت معه دراسة Teame et al. (2019)، كذلك من أهم العوامل المؤثرة على الاستهلاك سهولة الشراء إلكترونياً، وهذا ما اختلفت معه دراسة ال رشود (2018). حيث توصلت الدراسة إلى أهم العوامل المؤثرة في الاستهلاك الترفيهي لدى الأسرة السعودية هي مساهمة الإعلانات في شيوع ثقافة المحاكاة والتفاخر بين جمهور المستهلكين، وسهولة التسوق من المواقع الإلكترونية.

بينما دراسة عقوب (2021) تبين أن المظهرية والمباهاة والتفاخر وتقليد الغير من أهم دوافع زيادة الاستهلاك الترفيهي، وهذا ما اختلفت معه دراسة Christos و Kalender (2014) أن هناك عوامل أخرى مؤثرة في الاستهلاك غير المستوى الاقتصادي كالرغبة في المحاكاة والتقليد.

3. الإجراءات المنهجية للدراسة

1.3. نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، وذلك لأن الأبحاث الوصفية تحاول الإجابة على سؤال يبدأ بماذا؟ وكيف؟ فهي تصف ما يحدث وكيف تحدث بطريقة أكثر دقة وإحكام فهي تعرض خصائص ظاهرة ما كمياً (نوري، 2017، 73). كما أنها تهتم بتحديد ووصف الواقع الحالي المتمثل بالعوامل الدافعة لظاهرة الاستهلاك الترفيهي بالمناسبات الاجتماعية كاحتفال بالزواج. وهي دراسة تحليلية انطلاقاً من التعرف على حجم الظاهرة المدروسة وتحليلها من خلال ربطها بالمتغيرات المؤثرة فيها أو المؤدية إليها والتعرف على آثارها.

2.3. المنهج المستخدم في الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، والتي عرفها المحمودي (2019، 46) بأنها طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية صحيحة وتصوير النتائج التي تم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها، كما يستخدم المنهج الوصفي في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها والعوامل المؤثرة بها. كما يعرف بأنها دراسة الإطار العام للظاهرة في الحالة الراهنة وقت حدوثها وتعتبر طريقة لاكتشاف العلاقات الناتجة عن تداخل عدد من المتغيرات سواء كانت تؤثر سلباً أو إيجابياً على الظاهرة (عشور وآخرون، 2017، 189).

3.3. أداة الدراسة:

تم اختيار أداة الاستبانة الإلكترونية وهي مجموعة من الأسئلة التي تتضمن أحد أنواع المقاييس ويتم توزيعها على أفراد العينة (ميرزا وآخرون، 2017، 134). ولتحقيق أهداف البحث، حيث تتكون الاستبانة من الجزء الأول الذي يحتوي على البيانات الأولية المتعلقة بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، وتشمل متغير الفئة العمرية والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والمهنة والدخل الشهري للأسرة، يليها الجزء الثاني ويشمل عدة محاور فرعية للإجابة وفقاً لأهداف وتساؤلات الدراسة، وصنفت كالتالي: المحور الأول: يقيس مظاهر الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي ويشتمل على (15) عبارة.

المحور الثاني: يقيس الآثار المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي ويشتمل على (10) عبارات. وذلك من خلال تصميم فقرات الاستبانة وفق تدريج ليكرت الثلاثي، المكون من ثلاث استجابات تعكس درجة الموافقة، وأعطيت فقراتها الأوزان التالية: موافق، أحياناً، غير موافق

4.3. مجتمع الدراسة

يعرّف مجتمع الدراسة باعتباره جميع الأفراد أو العناصر أو الأشياء التي تتعلق بالظاهرة التي يدرسها الباحث، وفي الدراسات الإنسانية يعبر مجتمع البحث عن مجموعة الأفراد موضع الدراسة، كما يعرف مجتمع البحث بأنه المجال الذي يقع فيه وحدات التحليل (ميرزا وآخرون، 2017، 79). فهو المجموعة الكلية من الأفراد التي يسعى الباحث أن يعمم عليها نتائج بحثه فيما له صلة بمشكلة الدراسة (بني يونس، 2018، 167). وبناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها يتكون مجتمع الدراسة من النساء في المجتمع السعودي داخل محافظة جدة، البالغ عددهم (251).

5.3. نوع العينة:

استخدمت الباحثتان العينة العشوائية البسيطة، التي تعتمد على اختيار المفردات بطريقة فردية ومباشرة من خلال عملية عشوائية وفيها تكون لكل الوحدات غير المختارة نفس الفرصة للاختيار مثل الوحدات المختارة. وهي تستخدم عندما تكون مفردات مجتمع البحث متجانسين فيما يتعلق بالمتغيرات ذات الصلة بالدراسة. (نوري، 2017، 357). كما عرفها المحمودي (2019، 169) بأنها تستخدم إذا وجد تجانس وصفات مشتركة بين جميع أفراد المجتمع الأصلي المعني بالدراسة من حيث الخصائص المطلوب دراستها بالبحث.

6.3. الصدق والثبات

الصدق الظاهري:

تم عرض المسودة الأولى من الاستبانة على عدد من المحكمين ذوي الخبرة والكفاءة، من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الملك عبد العزيز، وتم الأخذ بجميع المقترحات والملاحظات حول الاستبانة للوصول إلى الصيغة النهائية للاستبانة.

صدق وثبات المحتوى:

صدق الاتساق الداخلي

قامت الباحثتان بالتحقق من صدق الاتساق الداخلي، بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (1) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي بالأعراس في المجتمع السعودي				مظاهر الاستهلاك الترفيهي بالأعراس في المجتمع السعودي					
الآثار السلبية الاقتصادية		الآثار السلبية الاجتماعية		مظاهر الاستهلاك الترفيهي للديكور		مظاهر الاستهلاك الترفيهي للمظهر		مظاهر الاستهلاك الترفيهي للطعام	
معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م
.608**	1	.687**	1	.626**	12	-.117	7	.540**	1

.669**	2	.595**	2	.253**	13	.717**	8	.533**	2
.737**	3	.635**	3	.411**	14	.712**	9	.546**	3
.735**	4	.707**	4	.281**	15	.696**	10	.596**	4
.729**	5	.681**	5	.428**	16	.632**	11	.698**	5
								.609**	6

*معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$).

يتضح من الجدول السابق رقم (1) أن معاملات الارتباط لكل عبارة من عبارات أداة الدراسة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه جاءت دالة إحصائياً، باستثناء العبارة رقم (7) في "مظاهر الاستهلاك الترفيهي للمظهر"، ويجب حذفها كي تتمتع الأداة بصدق الاتساق الداخلي.

الصدق البنائي لمحاور الأداة:

قامت الباحثتان بالتحقق من الصدق البنائي لمحاور الأداة، باستخراج معاملات الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (2) معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة

المحور	معامل الارتباط
مظاهر الاستهلاك الترفيهي بالأعراس في المجتمع السعودي	.844**
الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي بالأعراس في المجتمع السعودي	.851**

*معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$).

يتضح من الجدول السابق رقم (2) أن معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً، مما يعني تحقق الصدق البنائي للاستبانة.

ثبات أداة الدراسة:

ثبات الاستبانة يعني "التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات مختلفة" (الدوسري، 2019، 47). وللتحقق من ثبات الاستبانة استخدمت الباحثتان معادلة ألفا كرونباخ، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (3) معاملات ثبات أداة الدراسة من خلال معادلة ألفا كرونباخ

المحور	معامل الفاكرونباخ	عدد العبارات
مظاهر الاستهلاك الترفيهي بالأعراس في المجتمع السعودي	.607	15
الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي بالأعراس في المجتمع السعودي	.805	10
الأداة ككل	.789	25

يتضح من الجدول السابق رقم (3) أن قيم معاملات الثبات لمحاور الأداة بلغت (0.607, 0.805) وبلغ معامل الثبات الكلي للاستبانة (0.789) وهي قيمة تدل على ثبات الاستبانة.

4. النتائج:

1.4. نتائج الدراسة المتعلقة بالبيانات الأولية لأفراد العينة:

الجدول (4) التكرارات والنسب المئوية وفقاً للفئة العمرية

الفئة العمرية	النسبة	العدد
أنثى	100.0	251
أقل من عشرين سنة	5.6	14
من 20 إلى 30	44.6	112
من 31 إلى 40	31.9	80
41 فأكثر	17.9	45

من الجدول السابق رقم (4) يتضح أن عينة الدراسة تشمل فئات عمرية مختلفة حيث جاءت أعلى نسبة هي فئة العمر من 20 إلى 30 سنة بنسبة 44.6% من عينة الدراسة، وأقل فئة هي فئة العمر أقل من 20 بنسبة 5.6% من عينة الدراسة.

جدول (5) التكرارات والنسب المئوية وفقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	النسبة	العدد
أرملة	.8	2
عزباء	35.9	90
متزوجة	57.0	143
مطلقة	6.4	16
المجموع	100.0	251

من الجدول السابق رقم (5) يتضح أن الحالة الاجتماعية جاءت متنوعة وجاءت النسبة الأكبر للمرأة المتزوجة بنسبة 57.0% من عينة الدراسة، والأقل الأرملة بنسبة 0.8%.

جدول (6) التكرارات والنسب المئوية وفقاً للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	النسبة	العدد
متوسط فأقل	4.4	11
ثانوي	16.7	42
بكالوريوس	71.7	180
دراسات عليا	7.2	18
المجموع	100.0	251

كما يتضح من الجدول السابق رقم (6) أن هناك تنوع بالمستويات التعليمية بعينة الدراسة، وجاءت أعلى نسبة من المستويات التعليمية لمرحلة البكالوريوس بنسبة 71.7%، والأقل لمرحلة المتوسط فأقل.

جدول (7) التكرارات والنسب المئوية وفقاً للدخل الشهري للأسرة

العدد	النسبة	الدخل الشهري للأسرة
35	13.9	أقل من 5000
124	49.4	من 5000 إلى 10000
55	21.9	من 10001 إلى 16000
37	14.7	16001 ريال فأكثر
251	100.0	المجموع

يتضح من الجدول السابق رقم (7) مقدار الدخل الشهري للأسرة حيث جاء بنسبة كبيرة من ذوي الدخل من 5000 الى 10000 بنسبة 49.4%، ومن 10001 الى 16000 بنسبة 21.9% وتليها 16001 ريال فأكثر بنسبة 14.7%.

جدول (8) التكرارات والنسب المئوية وفقاً للمهنة

العدد	النسبة	المهنة
12	4.8	صاحبة أعمال حرة
155	61.8	غير موظفة
4	1.6	متقاعدة
55	21.9	موظفة قطاع خاص
25	10.0	موظفة قطاع عام
251	100.0	المجموع

كما أظهرت النتائج بحسب الجدول السابق رقم (8) أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة لا تعمل بنسبة 61.8%، بينما نسبة 10.0% يعملن بقطاع حكومي، و 21.9% يعملن في قطاع خاص.

2.4. نتائج محاور الدراسة:

التساؤل الأول: ما مظاهر الاستهلاك الترفي للمظهر في الأعراس بالمجتمع السعودي؟

للإجابة على هذا السؤال؛ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات مظاهر الاستهلاك الترفي للمظهر في الأعراس بالمجتمع السعودي، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات عينة الدراسة حول مظاهر الاستهلاك

الترفي للمظهر في الأعراس بالمجتمع السعودي

المستوى	المعيار	المتوسط الحسابي	أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		م.م	م.م	م.م
			%	ك	%	ك	%	ك			
متوسط	.72	2.13	33.5	84	46.2	116	20.3	51	احرص على إطلالة مميزة وجذابة وغير مكررة	1	1

منخفض	.73	1.62	14.7	37	32.3	81	53	133	احرص على ارتداء لباس جديد بكل مناسبة زواج	3	2
متوسط	.67	1.71	12	30	47	118	41	103	لا بد من الذهاب لصالون التزيين النسائية عند حضوري للأعراس	2	3
منخفض	.64	1.39	8.8	22	21.5	54	69.7	175	يهمني اقتناء مجوهرات باهظة الثمن عند حضوري لأحد الأعراس	4	4
متوسط	.50	1.71	المتوسط العام للمحور								

يتبين من الجدول السابق رقم (9) أن مظاهر الاستهلاك الترفيهي للمظهر في الأعراس بالمجتمع السعودي جاءت بمستوى متوسط، حيث بلغ متوسط استجابة العينة لعبارة المحور (1.71) بانحراف معياري قدره (0.37)، وتكون هذا المحور من أربع عبارات، واتضح من خلاله أن هناك مظاهر للاستهلاك الترفيهي بالنسبة للمظهر في الأعراس بالمجتمع السعودي، فقد جاءت العبارة "احرص على إطلالة مميزة وجذابة وغير مكررة" في المرتبة الأولى بمستوى متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (2.13) بانحراف معياري قدره (0.72)، وتفسر الباحثتان أنه يعود إلى طبيعة المرأة الأنثوية بحبها لمجال الأزياء والتميز في المظهر بين محيطها من ناحية اللبس والمجوهرات وغيره وهذا ما اتفقت معه دراسة النفقي (2022) أن المرأة السعودية تتجه إلى ثقافة استهلاكية مبنية على التمايز الاجتماعي، تليها عبارة "لا بد من الذهاب لصالون التزيين النسائي عند حضوري للأعراس" جرت العادة أن طقوس الاستعداد للعرس تشمل ذهاب المرأة لصالون التزيين النسائي حيث تقوم بتصفيف شعرها ووضع المكياج لتظهر بأجمل حلة، تليها عبارة "احرص على ارتداء لباس جديد بكل مناسبة زواج" انخفاض النسبة يدل على وعي المرأة واتباعها للنهج الإسلامي في عدم الإسراف والتبذير بشراء لباس جديد بكل مناسبة زواج تحضره.

وفي المرتبة الأخيرة العبارة "يهمني اقتناء مجوهرات باهظة الثمن عند حضوري لأحد الأعراس" بمستوى منخفض، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (1.39) بانحراف معياري قدره (0.64). وتفسر الباحثتان عدم اهتمام العينة بارتداء مجوهرات غالية قد يعود لأن غالبية العينة دخلهم الشهري بالنسبة للأسرة يتراوح ما بين 5000 إلى 10000.

التساؤل الثاني: ما مظاهر الاستهلاك الترفيهي للطعام في الأعراس بالمجتمع السعودي؟

للإجابة على هذا السؤال؛ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارة مظاهر الاستهلاك الترفيهي للطعام في الأعراس بالمجتمع السعودي، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات عينة الدراسة حول مظاهر الاستهلاك الترفيهي للطعام في الأعراس بالمجتمع السعودي

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		البيان	الترتيب	رقم الترتيب
			%	ك	%	ك	%	ك			
2.56	.59	مرتفع	61	153	34.3	86	4.8	12	يهمني تقديم أصناف متنوعة على العشاء.	2	5
2.69	.54	متوسط	72.5	182	23.9	60	3.6	9	أقدم وليمة عشاء تزيد عن العدد الإجمالي للحضور.	3	6
2.00	.78	مرتفع	29.9	75	39.8	100	30.3	76	أحرص على تقديم ضيافة ذات منظر جمالي.	1	7
1.96	.79	متوسط	28.7	72	38.2	96	33.1	83	استعين بمقدمي للضيافة من شركات متخصصة.	4	8
1.79	.80	متوسط	23.5	59	31.9	80	44.6	112	لا بد أن تكون الضيافة من شركات تجارية معروفة بالمنطقة.	6	9
1.92	.85	متوسط	32.3	81	27.1	68	40.6	102	لا أهتم بتكلفة الضيافة المهم أن تكون على مستوى راق.	5	10
2.15	.43	متوسط	المتوسط العام للمحور								

يتبين من الجدول السابق رقم (10) أن مظاهر الاستهلاك الترفيهي للطعام في الأعراس بالمجتمع السعودي جاءت بمستوى متوسط، حيث بلغ متوسط استجابة العينة لعبارات المحور (2.15) بانحراف معياري قدره (0.43)، وتكون هذا المحور من ست عبارات واتضح من خلاله أن هناك استهلاكاً ترفيهياً بالنسبة للطعام في الأعراس بالمجتمع السعودي حيث جاءت العبارة " أحرص على تقديم ضيافة ذات منظر جمالي " في المرتبة الأولى بمستوى مرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (2.69) بانحراف معياري قدره (0.54). وهذا ما أوضحته نظرية الطبقة المترفة أن الأشخاص يسعون للاستهلاك الترفيهي وذلك من خلال تقديم ضيافة ذات منظر جمالي أمام الحضور وبالرغم أنها ليست ضرورية إلا أن لهذه الحاجات قيمة جوهرية تساعد صاحبها على التفاخر والكبرياء، وتمنحه مركزاً اجتماعياً مرموقاً وتجلب له شعور بالسعادة.

يليه عبارة "يهمني تقديم أصناف متنوعة على العشاء" وتتفق هذه النتيجة مع ما ذكرته دراسة حسن (2023) في ظهور أنواع جديدة في الطعام والشراب لم تكن موجودة من قبل في وليمة الفرح. يليها عبارة "أقدم وليمة عشاء تزيد عن العدد الإجمالي للحضور" وتعتقد الباحثتان أنه يعود للعادات والتقاليد السائدة بالمجتمع السعودي الذي قد يخلط البعض بينها وبين الكرم، فيتحول من كرم الضيافة إلى استهلاك تفاخري، مما يؤدي لتقديم وليمة عشاء أكثر من عدد الحضور.

تليها عبارة "استعين بمقدمي للضيافة من شركات متخصصة" وهذا ما تم تفسيره بحسب نظرية عمومية الاستهلاك أن الفرد يسعى لامتلاك السلعة والخدمات بغض النظر عن الحاجة لها، وأياً كانت الطبقة التي ينتمي إليها، فأصبحت أساليب الاستهلاك تركز على الصورة الرمزية المرتبطة بالخدمة، فتغير مفهوم الضروري والكمالي وتطورت الأفكار الخاصة بالترويج للاستهلاك، فأصبحت المرأة تتعاون مع شركات متخصصة من أجل تقديم الضيافة للحضور.

تليها عبارة "لا أهتم بتكلفة الضيافة المهم أن تكون على مستوى راق" جاءت متفقة مع دراسة عوض (2016) التي أكدت على تغير عادات الزواج من الضروري إلى الكمالي، وفي المرتبة الأخيرة العبارة "لا بد أن تكون الضيافة من شركات تجارية معروفة بالمنطقة" بمستوى متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (1.79) بانحراف معياري قدره (0.80). وتفسر الباحثتان هذه النتيجة أن المرأة تحرص على تقديم الضيافة من مكان متعارف عليه أمام الحضور حتى تتفاخر به وبسعره ومنظره الجمالي.

التساؤل الثالث: "ما مظاهر الاستهلاك الترفي للديكور في الأعراس بالمجتمع السعودي؟"

للإجابة على هذا السؤال؛ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات مظاهر الاستهلاك الترفي للديكور في الأعراس بالمجتمع السعودي، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات عينة الدراسة حول مظاهر الاستهلاك

الترفي للديكور في الأعراس بالمجتمع السعودي

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		الترتيب	الترتيب
			%	ك	%	ك	%	ك		
متوسط	.85	2.32	57	143	18.3	46	24.7	62	11	2
متوسط	.77	1.92	26.3	66	39.8	100	33.9	85	12	4
متوسط	.73	2.20	37.8	95	43.8	110	18.3	46	13	3

منخفض	.58	1.31	6	15	19.1	48	74.9	188	احرص على اختيار قاعة فاخرة لإقامة الزواج بغض النظر عن التكلفة المادية	5	14
مرتفع	.76	2.35	53	133	29.5	74	17.5	44	لا يهتمي تزيين القاعة بالديكورات إذا لم تتناسب مع دخلي.	1	15
متوسط	.30	2.02	المتوسط العام للمحور								

يتبين من الجدول السابق رقم (11) أن مظاهر الاستهلاك الترفيهي للديكور بالأعراس في المجتمع السعودي جاءت بمستوى متوسط، حيث بلغ متوسط استجابة العينة لعبارات المحور (2.02) بانحراف معياري قدره (0.30)، وتكون هذا المحور من خمس عبارات، وجاءت العبارة " لا يهتمي تزيين القاعة بالديكورات إذا لم تتناسب مع دخلي." في المرتبة الأولى بمستوى مرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (2.35) بانحراف معياري قدره (0.76). تفسر الباحثتان هذه النتيجة أنه قد يعود إلى وعي المجتمع واتزانه في الإنفاق بما يتناسب مع الدخل العام للأسرة كونه يعد أمر غير ضروري لإكمال مراسم الاحتفال بالزواج، وقد جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة " احرص على اختيار قاعة فاخرة لإقامة الزواج بغض النظر عن التكلفة المادية " بمستوى منخفض، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (1.31) بانحراف معياري قدره (0.58). وهذا عكس ما جاء في دراسة عقوب (2021) أن الأفراد يحرصون على اختيار القاعات الفاخرة لإقامة الحفلات.

التساؤل الرابع: ما الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي؟

للإجابة على هذا السؤال؛ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات محور الآثار السلبية

المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات عينة الدراسة حول الآثار السلبية المترتبة

على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي

م	القسم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	الآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي بالأعراس في المجتمع السعودي	1.53	.47	منخفض
2	الآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي بالأعراس في المجتمع السعودي	1.60	.49	منخفض
	المتوسط العام للمحور	1.56	.43	منخفض

يتبين من الجدول السابق رقم (12) أن الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي جاءت بمستوى منخفض، حيث بلغ متوسط استجابة العينة لعبارات المحور (1.56) بانحراف معياري قدره (0.43)، وجاءت الآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي بمستوى منخفض، حيث بلغ المتوسط الحسابي

لها (1.53) بانحراف معياري قدره (0.47). وجاءت الآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي بمستوى منخفض، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (1.60) بانحراف معياري قدره (0.49). ولمزيد من التفاصيل؛ قامت الباحثتان بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات قسمي محور الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي، كما يلي:

أولاً: الآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات الآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على

الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات عينة الدراسة حول الآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		الترتيب	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
1.67	.75	متوسط	17.1	43	32.7	82	50.2	126	2	1 اسعى لمجاعة من حولي في إقامة احتفال زواج لائق
1.43	.69	منخفض	11.2	28	20.7	52	68.1	171	3	2 أحرص على تحقيق الكماليات في احتفال الزواج ولو تطلب الأمر تأخير الزواج.
1.39	.64	منخفض	8.8	22	21.5	54	69.7	175	4	3 أجنب حضور احتفالات زواج الأقارب وذلك لزيادة التكلفة المادية لمظهري الشخصي.
1.78	.78	متوسط	21.5	54	35.5	89	43	108	1	4 تحدث نزاعات أسرية في حال لم يتمكن رب الأسرة من الإنفاق على مستلزمات الزواج.
1.37	.66	منخفض	10	25	16.7	42	73.3	184	5	5 الضغط على رب الأسرة للحصول على مصدر دخل آخر في حال عدم تلبية احتياجات الزواج.
1.53	.47	منخفض	المتوسط العام للمحور							

يتبين من الجدول السابق رقم (13) أن الآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي جاءت بمستوى منخفض، حيث بلغ متوسط استجابة العينة لعبارات المحور (1.53) بانحراف معياري قدره (0.47)، وتكون هذا المحور من خمس عبارات حيث جاءت العبارة " تحدث نزاعات أسرية في حال لم يتمكن رب الأسرة من الإنفاق على مستلزمات الزواج " في المرتبة الأولى بمستوى متوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (1.78) بانحراف معياري قدره (0.78). وهذا ما اتفقت معه دراسة العبيان (2020) بأن هناك آثاراً سلبية اجتماعية مترتبة على الاستهلاك تتمثل بظهور مشكلات أسرية، وفي المرتبة الأخيرة العبارة " الضغط على رب الأسرة للحصول على مصدر دخل آخر في حال عدم تلبية احتياجات الزواج " بمستوى منخفض، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (1.37) بانحراف معياري قدره (0.66). وبما أن العبارتين السابقتين مرتبطة في سياق الجانب الأسري وحصلت إحداهم على معدل متوسط والأخرى منخفض؛ يعني ذلك أن ارتفاع معدل الاستهلاك قد يؤدي إلى المشكلات الأسرية، ولكن بطريقة غير مباشرة حيث إن أفراد العينة يتفقون أنه من الممكن أن تحدث مشكلات أسرية، ولكن لا يتفقون من حيث الضغط على رب الأسرة بالإنفاق.

ثانياً: الآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات الآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على

الاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات عينة الدراسة حول الآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		الترتيب	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
منخفض	.74	1.55	17.5	44	45.4	114	37.1	93	4	1 أضطر إلى القروض البنكية حتى أستطيع إقامة حفل زفاف ملائم.
متوسط	.71	1.80	15.1	38	24.7	62	60.2	151	3	2 لا أتمكن من الادخار بسبب كثرة الإنفاق على مظهري الشخصي.
منخفض	.69	1.56	11.6	29	32.7	82	55.8	140	2	3 افتقد للتخطيط المالي بسبب إسراف المال بكثرة.

متوسط	.74	1.67	11.6	15.1	32.7	24.7	49.8	125	اتباع أنماط الاستهلاك السائدة بالمجتمع أدت إلى عدم تمكني من الاعتدال في الاستهلاك.	1	4
منخفض	.65	1.42	16.3	41	33.9	85	66.5	167	أمر في ضائقة مالية لإنفاق مبالغ طائلة على وليمة العرس.	5	5
منخفض	.49	1.60	المتوسط العام للمحور								

يتبين من الجدول السابق رقم (14) أن الآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي جاءت بمستوى منخفض، حيث بلغ متوسط استجابة العينة للعبارات (1.60) بانحراف معياري قدره (0.49)، وتكون هذا المحور من خمس عبارات و اتضح من خلاله أن معدل الآثار الاقتصادية السلبية المرتبطة بالاستهلاك الترفيهي في الأعراس بالمجتمع السعودي منخفضه، حيث جاءت العبارة " اتباع أنماط الاستهلاك السائدة بالمجتمع أدت إلى عدم تمكني من الاعتدال في الاستهلاك " في المرتبة الأولى بمستوى متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (1.80) بانحراف معياري قدره (0.71). تتفق هذه النتيجة مع ما ورد في نظرية الطبقة المترفة في أن الفرد يتأثر بالقيم والسلوكيات الاستهلاكية السائدة بالمجتمع كونها تعد المؤثر الأول، مما يدفعه إلى الاستهلاك بدون وعي واعتدال، وفي المرتبة الأخيرة العبارة " أمر في ضائقة مالية لإنفاق مبالغ طائلة على وليمة العرس " بمستوى منخفض، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (1.42) بانحراف معياري قدره (0.65). حيث ترى الباحثان أن عدم إنفاق أفراد العينة أموال مبالغ بها في إقامة الولائم جاء عكس ما توصلت له دراسة Teame et al. (2019) أن الأفراد ينفقون ضعف دخلهم على احتفالات الزفاف، كما اختلفت النتائج الحالية عن النتائج في دراسة ال رشود (2018) حيث أوضحت النتائج أن هناك آثاراً اقتصادية سلبية مرتبطة بالاستهلاك كاستنزاف موارد ودخل الأسرة دون عائد.

الفرض الأول: هل هناك علاقة بين الدخل الشهري والآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس؟
ولمعرفة العلاقة الارتباطية بين الدخل الشهري والآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس. قامت الباحثان بحساب معامل الارتباط بيرسون بين الدخل الشهري والآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس، جاءت النتائج كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (15) معامل ارتباط بيرسون بين الدخل الشهري والآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس

المتغير 1	المتغير 2	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
الدخل الشهري	الآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس	-.087	0.171

يتضح من الجدول السابق رقم (15) أن قيمة الدلالة لاختبار "بيرسون" بلغت (0.171)، وذلك يعني عدم وجود دلالة إحصائية، أي أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الدخل الشهري والآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس والذي يعكس الاستهلاك الرشيد من قبل أفراد العينة، حيث يعتبر الدخل من أهم العوامل التي تؤثر على الاستهلاك، فنجد إذا كان مستوى الدخل منخفض قد يلجأ الفرد لإنفاق مدخراته أو الاستعانة بالآخرين.

الفرض الثاني: هل هناك علاقة بين المهنة والآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس؟

ولمعرفة العلاقة الارتباطية بين المهنة والآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس قامت الباحثتان بحساب معامل الارتباط بيرسون بين المهنة والآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس وجاءت النتائج كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (16) معامل ارتباط بيرسون بين المهنة والآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس

المتغير 1	المتغير 2	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
المهنة	الآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس	.042	0.511

يتضح من الجدول السابق رقم (16) أن قيمة الدلالة لاختبار "بيرسون" بلغت (0.511)، وذلك يعني عدم وجود دلالة إحصائية، أي أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المهنة والآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس، والذي يعكس مدى وعي أفراد العينة على الرغم من أن هناك مهن تتجه بالفرد إلى الاستهلاك لتحديد مكانته الاجتماعية في المجتمع، حيث بعض المهن تحتاج من الفرد أن يستهلك وينفق بطريقة معينة.

3.4. النتائج العامة للدراسة

الهدف الرئيس لهذه الدراسة هو معرفة مظاهر الاستهلاك الترفيهي والآثار المترتبة عليه في الأعراس بالمجتمع السعودي لما في ذلك تأثير على عديد من جوانب المجتمع، وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي:

النتائج المتعلقة بالبيانات الأولية:

- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة كانت الفئة العمرية من 20 إلى 30 حيث بلغت نسبتهن 44.6% ويليهما فئة العمر من 31 إلى أقل من 40 سنة بنسبة 31.9% والأقل فئة هي أقل من 20 حيث بلغت نسبتهن 5.6%.
- بينت الدراسة أن نسبة المتزوجات هم الأعلى نسبة حيث بلغت 57% من مجمل عينة الدراسة يلي ذلك بفارق كبير عزباء بنسبة 35.9%، ثم المطلقات بنسبة 6.4%.
- أوضحت أن المستوى التعليمي الجامعي شكلوا النسبة الأكبر حيث بلغت 71% من مجمل أفراد عينة الدراسة، وأقل نسبة للمستوى التعليمي المتوسط فأقل وذلك بنسبة 4.4%.
- بينت النتائج أن معدل الدخل الشهري للأسرة من 5000 إلى 10000 شكلوا النسبة الأكبر من مجموع عينة الدراسة بنسبة 49.4%، يلي ذلك فئة الدخل من 10001 إلى 16000 بنسبة 21.9%، والأدنى نسبة لفئة الدخل أقل من 5000 بنسبة 13.9%.

- أظهرت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة لا تعمل بنسبة 61.8%، بينما نسبة 10.0% يعملن بقطاع عام، و21.9% يعملن في قطاع خاص، والأقل للنساء المتقاعدات بنسبة 1.6%.

النتائج المتعلقة بتساؤلات وفروض الدراسة:

(1) أظهرت النتائج أن هناك مظاهر للاستهلاك الترفي بالنسبة للمظهر بالأعراس في المجتمع السعودي فقد جاءت بمستوى متوسط حيث جاءت حرص المرأة على اطلالة غير متكررة الأعلى ترتيباً بنسبة 46.2% وجاء بالترتيب الثاني الذهاب إلى صوالين التزيين النسائية بنسبة 47% وترجع الباحثتان ذلك إلى طبيعة المرأة الأنثوية ورغبتها للتميز في المظهر بين محيطها وهذا ما اتفقت معه دراسة الثقفي (2022) أن المرأة السعودية تتجه إلى ثقافة استهلاكية مبنية على التمايز الاجتماعي. والأقل نسبة جاءت لعدم اهتمام المرأة السعودية باقتناء المجوهرات الثمينة بنسبة 69.7%.

(2) توصلت النتائج أن هناك مظاهر للاستهلاك الترفي بالنسبة للطعام بالأعراس في المجتمع السعودي فقد جاءت متوسط استجابة العينة (2.15) متمثلة في الحرص على تقديم ضيافة ذات منظر جمالي بنسبة 39.8% وأن تكون على مستوى راق، والاهتمام بتقديم ضيافة متنوعة بنسبة 61% والتي اتفقت مع دراسة حسن (2023) في ظهور أنواع جديدة في الطعام والشراب لم تكن موجودة من قبل في وليمة الفرح. والاستعانة بمقدمي ضيافة متخصصين ولا بد أن تكون الضيافة من شركات تجارية معروفة بالمنطقة بنسبة 38.2%. وذلك يرجع إلى أن الأشخاص يسعون للاستهلاك التفاخري من خلال تقديم ضيافة ذات منظر جمالي أمام الحضور سعياً للتباهي والمكانة الاجتماعية. فأصبحت أساليب الاستهلاك تركز على الصورة الرمزية المرتبطة بالخدمة، فتغير مفهوم الضروري والكمالي.

(3) يتبين من خلال النتائج أن ليس هناك مظاهر للاستهلاك الترفي بالنسبة للديكور في الأعراس بالمجتمع السعودي، حيث عبر أفراد العينة عدم اهتمامهم بتزيين القاعة إذا لما يتناسب مع دخلهم بنسبة 53% وكذلك على عدم حرصهم على اختيار قاعات فاخرة من غير وضع التكلفة المادية بالحسبان بنسبة 74% مما يدل على وعي المجتمع واتزانه في الإنفاق فيما يخص الزينة والديكور كونها أمر كمالي، وهذا عكس ما جاء في دراسة عقوب (2021) أن الأفراد يحرصون على اختيار القاعات الفاخرة لإقامة الحفلات.

(4) اتضح من خلال النتائج أن ليس هناك آثار اجتماعية سلبية مرتبطة بالاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي، ويرى أفراد العينة أن الاستهلاك لا يؤدي إلى ظهور النزاعات الأسرية بنسبة 43%، كما أن أفراد العينة يتفقون من حيث عدم الضغط على رب الأسرة بالإنفاق لتلبية الاحتياجات الخاصة بالزواج بنسبة 73%، وهذا عكس ما تطرقت إليه دراسة العبيان (2020) بأن هناك آثار سلبية اجتماعية مترتبة على الاستهلاك منها ظهور المشكلات الأسرية.

(5) أوضحت النتائج أن معدل الآثار الاقتصادية السلبية المرتبطة بالاستهلاك الترفي في الأعراس بالمجتمع السعودي جاءت منخفضة وهو ما اختلفت دراسة ال رشود (2018) والعبان (2020) من حيث أن هناك آثار اقتصادية سلبية مرتبطة بالاستهلاك كاستنزاف موارد الأسرة والديون. كما أوضحت النتائج عدم اتباع أفراد العينة لأنماط الاستهلاك السائدة في المجتمع بنسبة 49.8% وتبين حرص أفراد العينة على عدم إنفاق أموال مبالغ بها في إقامة الولائم بنسبة 66.5%. وهذا عكس ما جاءت به دراسة Teame et al. (2019) أن الأفراد ينفقون ضعف دخلهم على احتفالات الزفاف.

(6) لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الدخل الشهري والآثار السلبية الاقتصادية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس والذي يعكس الاستهلاك الرشيد من قبل أفراد العينة. على الرغم من أن مستوى الدخل يعتبر من أهم العوامل التي تؤثر على الاستهلاك.

(7) لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المهنة والآثار السلبية الاجتماعية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي في الأعراس والذي يعكس مدى وعي أفراد العينة على الرغم من أن هناك مهن تتجه بالفرد إلى الاستهلاك لتحديد مكانته الاجتماعية في المجتمع.

4.4. التوصيات

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات:

- (1) زيادة الوعي المجتمعي لأهمية ثقافة الاستهلاك وخاصة فيما يتعلق بالمظهر عند المرأة السعودية؛ وذلك من خلال تفعيل دور وسائل الإعلام المرئي والمسموع.
- (2) تشجيع المبادرات التعليمية والتثقيفية الخاصة بنشر ثقافة الاستهلاك السليم ونبذ ثقافة الاستهلاك الترفيهي بالأعراس، وإيضاح ما ينجم عنها من آثار سلبية على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي.
- (3) توفير بيانات عن استهلاك السلع الكمالية من خلال الهيئة العامة للإحصاء، لمساعدة الدولة على التخطيط وكذلك مساعدة الباحثين من جانب آخر في التخطيط لبحوثهم.
- (4) إجراء العديد من الدراسات النوعية لفهم أعمق لاستهلاك المرأة التافخي، ومدى تأثير التغيرات الحديثة بالمملكة العربية السعودية بمظاهر احتفالات الأعراس.
- (5) العمل على نشر القيم والفضائل الخلقية والامتنال لأوامر الشرع بالاعتدال في الإنفاق وعدم الإسراف، وذلك عن طريق خطبة الجمعة والمحاضرات الدينية.
- (6) اهتمام الإعلام بشكل مكثف برؤية 2030 للمملكة العربية السعودية وذلك من منظور ثقافة الاستهلاك والادخار لدى الأسر السعودية عامة والمرأة السعودية بشكل خاص.

5. المراجع

1.1. المراجع العربية:

- إسحاق، خلود أمين عيسى؛ توفيق، وجدان عدنان. (2022). الدوافع الاجتماعية والسيكولوجية المؤثرة على النزعة الاستهلاكية للمواطنة السريعة لدى المرأة السعودية. *المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، (30)، 73-51.
- البسام، خالد عبد الرحمن حمد؛ البسام، تميم بن عبد الله. (2021). تحديد العوامل المؤثرة على سلوك الاستهلاك العائلي في المملكة العربية السعودية. *مجلة جامعة الملك عبد العزيز - الاقتصاد والإدارة*، (1)، 73-51.
- التويجري، صالح بن عبد العزيز بن عبد الله. (2019). العوامل ذات العلاقة بتكوين الاستهلاك الترفيهي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية من وجهة نظر المرشدين وسبل ترشيده دراسة ميدانية بمدينة الرياض. *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، (2)، 792 - 825.

- الثقافي، خلود بنت عطية. (2022). التغير الاجتماعي والثقافة الاستهلاكية لدى المرأة السعودية بين مقتضيات الحاجة والاستهلاك التفخيري بمدينة الرياض نموذجاً. *مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين*، 71 (1)، 87-124.
- الحاج، عبد الرزاق محمود إبراهيم. (2019). العوامل الاجتماعية للاستهلاك المظهري في المجتمع اليمني: بحث سوسيولوجي ميداني في مدينة تعز. *مجلة التربية بالجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم*، 48 (169)، 155-178.
- الحسن، احسان محمد. (2010). *علم الاجتماع الاقتصادي*. الأردن: دار وائل للنشر.
- الحمادي، حماد بن علي صالح. (2021). التوفيق بين راغبي الزواج الخصائص الشخصية والاجتماعية والاقتصادية وسبل توظيفها في ضوء الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 5 (11)، 65-87.
- الدوسري، ذيب بن محمد بن ناصر. (2019). واقع الاستهلاك الكمالي للأسرة السعودية بعد رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية: دراسة على عينة من أرباب الأسر في مدينة الرياض. *مجلة الدراسات الاجتماعية السعودية*، 2 (2)، 39-55.
- الزهراني، عبد الرزاق بن حمود. (2017). التغيرات الاجتماعية والاستهلاك في المجتمع السعودي: دراسة تاريخية اجتماعية. *مجلة الاجتماعية*، 13 (1)، 61 - 105.
- الزهراني، ناصر عوض صالح. (2017). واقع تحقيق الأسرة السعودية لمفهوم الاستهلاك المستدام: دراسة ميدانية مطبقة على عينة من الأسرة السعودية. *مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية*، 10 (1)، 117 - 199.
- السالم، مرام بنت سعد بن عبد العزيز. (2019). علاقة بعض العوامل الاجتماعية باتجاه الفتاة السعودية نحو إقامة الحفلات الخاصة في المجتمع السعودي: دراسة وصفية على عينة من الفتيات السعوديات الملتحقات بالمعاهد التدريبية في مدينة الرياض. *مجلة الخدمة الاجتماعية*، 61 (5)، 276 - 314.
- الشايب، نجوى عبد المنعم. (2015). ثقافة الاستهلاك الترفي في الريف المصري دراسة أنثروبولوجية بإحدى قرى محافظة الشرقية. *المجلة الاجتماعية القومية*، 52 (2)، 31 - 72.
- العتيبي، سارة بنت ماجد مريزيق؛ سليمان، سامية الباقر محمد. (2024). المؤشرات الديمغرافية والاجتماعية وعلاقتها بثقافة الاستهلاك الترفي دراسة ميدانية بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل - بمدينة الدمام. *المجلة العربية للأدب والدراسات الإنسانية*، 29 (2)، 61 - 110.
- العجزم، عبد السميع بلعيد محمد بلعيد. (2020). حقوق الزوجة: دراسة فقهية. *مجلة العلوم الشرعية والقانونية*، 2 (2)، 17 - 58.
- العمرى، علياء عبد الله. (2022). كيف يدفعوننا إلى الاستهلاك؟ ما بين السعادة والمتعة الفائضة. *المجلة العربية لعلم الاجتماع - إضافات*، 55 (5)، 161-182.
- العيان، نوال بنت عبد المحسن. (2020). واقع السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية: دراسة ميدانية مطبقة على النساء في السعودية. *مجلة الدراسات الاجتماعية السعودية*، 6 (6)، 33 - 59.
- المحمودي، محمد. (2019). *مناهج البحث العلمي*. (ط3). دار الكتب.
- المطيري، نوف ضيف الله؛ الزهراني، ربيعة أبو خير؛ فلمبان، امال برهان. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاستهلاك لدى المرأة السعودية دراسة وصفية على عينة من النساء في مدينة جدة، [رسالة ماجستير]، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.

- الهيئة العامة للإحصاء. (2022). المتوسط السنوي لمؤشر أسعار المستهلك لعام 2021م
<https://www.stats.gov.sa/ar/394>
- الهيئة العامة للإحصاء. (2023). المتوسط السنوي لمؤشر أسعار المستهلك لعام 2022م
<https://www.stats.gov.sa/6946>
- الهيئة العامة للإحصاء. (2023). المتوسط السنوي لمؤشر أسعار المستهلك لعام 2023م
<https://www.stats.gov.sa/ar/7081>
- آل رشود، سعد بن محمد بن سعد؛ أبو فراج، أشرف عبد الوهاب؛ نافع، سعيد عبده. (2018). ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة السعودية: دراسة ميدانية. *المجلة العربية للدراسات التربوية والاجتماعية*، (12)، 53-164.
- بلخير، ملوكة. (2019). الإدراك والوعي لدى المستهلك الجزائري في ظل مؤثرات الاستهلاك. *مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية*، (16)، 9-19.
- بن محفوظ، غادة. (2016). التغيرات الاجتماعية والاقتصادية على تكاليف الزواج دراسة ميدانية في محافظة جدة. *مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز*.
- بني يونس، أسماء عبد المطلب. (2018). دليل المبتدئ إلى المناهج العامة في البحث العلمي. دار النفائس للنشر والتوزيع.
- بومريوم، سالم محمد؛ الزليتن، محمد فتحي (2020). بعض العوامل الاجتماعية الكامنة وراء الاستهلاك المظهري دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة بنغازي. *المجلة الليبية العالمية*، (47)، 1-32.
- بومخلف نصيرة؛ رمينة، أحمد. (2023). العرس كطقس عبور بالمجتمع الجزائري الراهن مقارنة سوسيو أنثروبولوجية. *مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية*، (1)، 1 - 20.
- حسن، أماني حامد إبراهيم. (2023). ملامح التغير في عادات الزواج بالمجتمع السعودي: دراسة أنثروبولوجية بمدينة الهفوف في محافظة الأحساء - المنطقة الشرقية. *حوليات آداب عين شمس*، (51)، 38-103.
- رشوان، مروة عبد العزيز محمد؛ محمد، أمال عبد الحميد؛ الشايب، نجوى عبد المنعم. (2014). الثقافة الاستهلاكية الترفيه: أطعمة الشرائح العليا نموذجاً. *مجلة البحث العلمي في الآداب*، 15 (1)، 1 - 22.
- سليمان، حليلة؛ رضا، مسعودي محمد. (2022). الاستهلاك من سلوك اقتصادي الى سلوك اجتماعي (الاستهلاك الرمزي). *مجلة السائرة للدراسات الإنسانية والاجتماعية*، 8 (1)، 574-597.
- صالح، أماني. (2020). من النكاح إلى الزواج: نحو تعريف اجتماعي للزواج في الفقه الإسلامي. *جمعية المسلم المعاصر*، 42 (165)، 313 - 333.
- صقر، هالة نهد رشيد. (2019). العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤدية إلى فائض الاستهلاك للأسرة السعودية: دراسة ميدانية لمدينة جدة نموذجاً. *المجلة العربية للعلوم الاجتماعية*، (15)، 122-177.
- طوبال، إبراهيم. (2022). ثقافة الاستهلاك بين البعد الاقتصادي والقيم الاجتماعية: طقوس وعادات الاحتفال بالزواج نموذجاً. *مجلة دراسات اقتصادية*، 16 (1)، 396 - 409.
- عقوب، محمد شعيب محمد. (2021). دوافع وآثار الإستهلاك التفاخري رؤية سوسولوجية دراسة تطبيقية على عينة من الأسر بمدينة طبرق. *مجلة أبحاث*، (18)، 416 - 443.

- عوض، شريف محمد. (2016). أثر ارتفاع تكاليف الزواج في تأخر سن الزواج: دراسة اجتماعية لاقتصادية الزواج في قرية مصرية. *حوليات آداب عين شمس*، (44)، 185 – 246.
- عشور، نادية؛ وآخرون. (2017). *منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية*. مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع.
- عيفة، رويدة أحمد محمد؛ بيلي، أحمد علي؛ الحناوي، فاتن أحمد علي. (2016). ثقافة الاستهلاك المفهوم والقضايا النظرية. *مجلة البحث العلمي في الآداب*، 17(1)، 259-274.
- غفافي، عبد الله ياسين؛ بن لقرشي، ربيعة. (2019). أثر ضوابط الاستهلاك في الإسلام على أنماط الاستهلاك- مثال الموضة. *مجلة البحوث القانونية والاقتصادية*، 2(1)، 585-565.
- قاسمي، محمد يحيى. (2023). الزواج بين اليوم والأمس. *الداعي- الجامعة الإسلامية*، 47(10)، 71-67.
- قندوز، عبد الكريم أحمد موسى. (2019). نظريات الاستهلاك في الفكر الاقتصادي: أيها تفسر نمط الاستهلاك في اقتصاد إسلامي. *مجلة بيت المشورة*، (10)، 131-101.
- مزراق، نوال؛ بعبين، نادية. (2019). دراسة تحليلية لأثر الثقافة الاستهلاكية في تنامي ظاهرة الصراع القيمي لدى الشباب الجزائري في ضوء العولمة. *مجلة البشائر الاقتصادية*، 5(3)، 141-127.
- نوري، محمد. (2017). *تصميم البحوث في العلوم الاجتماعية والسلوكية*. خوارزم العلمية.
- يوسف، محمد عبد النبي. (2019). الزواج العرفي: أسبابه - مشروعيته - علاجه. *مجلة كلية الآداب، جامعة بورسعيد*، 14(14)، 126-105.

2.5. المراجع الأجنبية:

- Sarmaniotis, C., & Atilgan, K. O. (2014). Status and Conspicuous Consumption: Wedding as a Sign of Status. *2nd international conference on contemporary marketing issues*.
- Teame, G. T., Andom, B. M., Tekleab, F. H., Araya, Y. D., Ghebreab, Y. N., Teame, G. T., ... & Ghebreab, Y. N. (2019). Determinants of Household Conspicuous Consumption on Wedding Ceremony in Adi-Keih, Eritrea. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences*, 15(2), 16-26.

Doi: doi.org/10.52133/ijrsp.v5.56.7