

## صناعة الأفراح والليالي الملاح

دراسة اجتماعية لاقتصاديات الزواج في مدينة جدة

أبوبكر أحمد باقادر \*

أوضحت في دراسة سابقة عن «تكاليف الزواج في مدينة جدة في التسعينات»<sup>(١)</sup> أن جملة من التحولات الاجتماعية والثقافية أدت أولاً: إلى أن يصبح الشاب المقدم على الزواج هو المسؤول الأول عن مصاريف الزواج من مهر وحفلة زفاف وتأثيث بيت الزوجية بمساعدة من أهل العروس في بعض المصاريف، وذلك خلافاً لما كانت عليه الحال تقليدياً عندما كانت الأسرة الممتدة هي التي تتحمل العديد، إن لم يكن كل تلك الأعباء والمصاريف، إضافة إلى ذلك ما كان يحصل عليه العريس أو أسرته من مساعدات نقدية وعينية في شكل: «رغد» و«فزعة» و«تصاييح»<sup>(٢)</sup> وخلافه. علماً بأن التكاليف كانت أقل بكثير مما هي عليه الآن، رغم أن الاحتفال بالزواج كان يستمر لثلاث ليالٍ أو أكثر، ومن أهم ما كان يتميز به الزواج آنذاك، فيما يتعلق بالتكاليف المالية، قبول انتقال الزوجين الجدد للعيش في البداية في كنف أسرة العريس - الزوج - الممتدة، وأن يبدأ

\* استاذ علم الاجتماع بجامعة الملك عبدالعزيز بجدة - السعودية.

أثاث الأسرة الجديدة متواضعاً محدوداً، على عكس ما عليه الحال اليوم في ظل الأسرة الزوجية التي تجعل السكن المستقل شرطاً أساسياً لقيام الزواج<sup>(٣)</sup>. إضافة إلى ذلك الاهتمام في التوسع في عملية تآثيث منزل الزوجية الجديد بكماليات كثيرة تؤمن الراحة والرفاهية، وغالباً بمبالغ كبيرة<sup>(٤)</sup>.

ولقد أوضحت الدراسة السابقة أن عمليات الصرف على تأسيس أسرة زوجية جديدة لا تقتصر بالضرورة على المصاريف الضرورية التي لا يمكن الاستغناء عنها، حتى وإن كانت مؤكدة على مزيد من الراحة والرفاهية، وإنما تشمل مصاريف ثانوية جعلها العرف السائد مؤخراً من الضروريات، رغم أنها لم تكن من الضروريات في حفلات الزواج في الماضي القريب مثل: قصور الأفراح وعلب الحلوة ورقاع الدعوة و«الشبكة» وخلافها. ولمن أرادوا المبالغة أو الزيادة في اظهار شهيتهم للاستهلاك والتاكيد على «فرحتهم» فإنهم يصرفون مصاريف أخرى ثانوية طارئة مثل: وجود جوقة من المطربين والمطربات وتزيين سيارة العروسين والاحتفال بشهر عسل في إحدى الدول السياحية وبمصاريف خرافية<sup>(٥)</sup>.

وكما أوضحت دراستنا السابقة، لا يُعد من أجريت عليهم الدراسة أن ما يصرفونه في حفلات الزواج والأعراس من الأموال المهدورة أو الاستخدام غير الرشيد للثروة، إنما على العكس من ذلك أبدى (٤٣٪) من أفراد العينة ما يبرر هذا الانفاق الباذخ هو أن العريس والعروس يعتبران حفلة الزفاف المناسبة الرئيسية وربما الوحيدة في حياتهما التي ينبغي أن يفرحوا بها وبشكل مبالغ فيه، وأوضح (٣٠٪) من أفراد العينة أنهم كانوا يودون لو أنهم صرفوا أو أنفقوا أكثر مما صرفوا فعلاً، وأكد (٣٧٪) منهم أنه لو توفرت لهم الإمكانيات المالية لصرفوا مبالغ أكبر من التي صرفوها. وينبغي أن لا يتبادر إلى أذهاننا أن أفراد مجتمع الدراسة لا يتصرفون اقتصادياً بعقلانية، إذ أبدى (٨٥٪) منهم أنه كان من الأولى تقليص هذه النفقات للإفادة منها لبدء حياة زوجية على أساس قاعدة مالية أقوى تمكن الأسرة من مواجهة أعباء الحياة، بل ويدرك (٨٨٪) منهم أن متطلبات ومصاريف الزفاف ترتفع مع الوقت ويزداد الضغط الاجتماعي - الثقافي على العروسين للإنفاق وبسخاء عليها، لكن، ورغم كل هذا، يظهر أن المكانة الاجتماعية ورمزيتها المؤكدة على أهمية الوجهة الاجتماعية ونشوة التاكيد على أهمية الذات والأعراف الاجتماعية جميعها تدفع إلى مزيد من هذا السلوك الإسرافى، وكما سنوضح في هذه الورقة وجود صناعة لها مصالح مالية كبيرة مما يساعد على التوسع والاستمرار في هذا الاتجاه<sup>(٦)</sup>.

ونسعى في دراستنا هذه، اعتماداً على دراستنا السابقة، التعرف على اقتصاديات حفلات الزفاف وتأسيس بيت الزوجية، انطلاقاً من دراسة أولية للعرض والطلب على مصادر الانفاق ومن سيقومون بذلك للعقود القادمة، وأثار ذلك على المستويين الاجتماعي والاقتصادي والبدائل والخيارات المحتملة وما قد ينجم من مواجهة أو صراع بين المصالح المتضاربة حول هذه الاقتصاديات. وفيما يتعلق بالعرض سننطلق من فكرة مؤداها أن هناك جهوداً منظمة تسعى لتحقيق مزيد من الربح وتعمل على التوسع من خلال تنوع وتعدد السلع والخدمات التي تقدمها وحملات الدعاية والاعلان التي تستخدمها لتزيد من الاقبال على ماتسعى لبيعه، وهي وإن كانت جهوداً متنافسة في سوق يتنامى في الاتساع إلا أنها جهود متكاملة تنظر إلى «صناعة الزفاف» بوصفها نسقاً متعدد الجوانب.

وينبغي ربط هذه الصناعة بقوى السوق والموضة، فهي صناعة تسعى لخلق مزيد من الاقبال بل الحاجة، إلى السلع والخدمات التي تقدمها. وأصحاب هذه الصناعة يقومون باستثمارات كبيرة تجبرهم على مزيد من الاعلانات والتنوع من أجل زيادة اقبال المستهلكين على خدماتها والعمل على الغاء وتدمير الطرق التقليدية القديمة التي كان السكان يعتمدونها في حفلات الزفاف.

كذلك يعمل في هذه الصناعة آلاف العاملين، أي أن مورد رزق آلاف الأسر الأساسي من هذه الصناعة، مما يجعلهم يدافعون عنها.

أما الطلب على خدمات وسلع هذه الصناعة، فيعتمد على النمو السكاني، في تركيبة سكانية تتميز بشبابيتها من ناحية وبالمستوى المعيشي المتمثل في متوسط الدخل السنوي للمواطن السعودي. وهذا نظراً لصعوبة اقامة حفلات الزواج بالطريقة القديمة فإنه أصبح من المستحيل أن تشكل تلك الطرق منافساً حقيقياً. إضافة إلى أن الصناعة تسعى إلى الاستجابة لمتطلبات المستهلكين من خلال تنوع وتعدد ماتقدمه من طلبات بما يتلاءم مع قدراتهم المالية، وربما أحياناً بتقديم عروض استهلاكية مغرية أو قروض.

وكذلك فيما يتعلق بالطلب فإنه وبسبب تركيز هذه الصناعة على شريحة معينة من المستهلكين والمشتريين لهم خصائص ديموجرافية واجتماعية وثقافية واقتصادية معينة فإننا سندرس حجم هذه الشريحة ونستشرف ماستكون عليه في العقدين القادمين، لنتمكن أولاً؛ من تقدير حجم الطلب على سلع وخدمات هذه الصناعة، ثانياً؛ ما إذا كان طلباً عابراً أم انه مستمر وإلى أي فترة مقبلة، بما يمكن أن يبرر اقتصادياً حجم

الاستثمارات، ثالثاً: الاستشراف في ظل الظروف الديموجرافية والاقتصادية في المستقبل عن مدى استمرار الطلب أم تحوله عما تقدمه هذه الصناعة. كذلك سنشير، وبشيء من الإيجاز إلى البدائل والاختيارات المحتملة أمام المستهلكين إزاء هذه المصاريف والنفقات الباهظة، والجهات أو المؤسسات ذات المصلحة في تقديم تلك البدائل وأثار ذلك اجتماعياً وسياسياً.

## الأهمية النظرية والعملية الدراسية

هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوعات عزوف الشباب عن الزواج وسعت لدراسة أسباب ذلك العزوف المختلفة، إضافة إلى تأخر سن الزواج في العديد من الدول العربية عموماً، مع تأكيد الحالة في دول الخليج العربية. والدراسة الحالية تسعى إلى توضيح أن تحولات بنوية تتعلق بمتطلبات الزواج وتأسيس حياة أسرية جديدة، أدت إلى تغيرات عميقة، وستركز الدراسة على الجوانب الاقتصادية الثقافية لهذه التغيرات.

وهي بذلك تدرس بعداً، عادةً أما أن يقلص إلى إيجاد بيت الزوجية أو ما عرف بـ«أزمة الشقة» في المجتمع المصري أو إلى ربطه بحالة وأوضاع الشباب المالية والقدرة على الاقبال على الزواج، ماسنوضحه هنا، أن هناك عوامل ثقافية ومؤسسات تجارية تعمل على تعميق حاجة الشباب لمزيد من الوقت ليتمكنوا من تسديد الأعباء المالية المطلوبة للزواج، ومن ثم سنسعى إلى دراسة العوامل الثقافية (الخاصة بالعالم العربي) وأثرها على الحياة الأسرية. أما عملياً فإن الأمر يتعلق بالبدائل التي من شأنها تمكين الشباب من حياة زوجية سعيدة ومريحة، إن عدم وجود هذه البدائل مؤشر خطير لاحتمالات انفجارات شبابية قد يصعب السيطرة عليها مستقبلاً، إضافة إلى إمكانية حدوث تغيرات أخلاقية ثقافية بسببها.

## صناعة الزواج وتاريخ تطورها في المملكة العربية السعودية

استخدمنا مصطلح «صناعة الزواج» للتأكيد على أن «المؤسسات التجارية» العاملة في تقديم العديد من الخدمات والسلع المرتبطة بالزواج إنما تنتظر إلى نشاطاتها على أساس زيادة مكاسبها المالية وبشكل مطرد. الهدف من نشاطاتهم زيادة الحاجة لخدماتهم وبيعهم من خلال الاعلانات والعروض المثيرة والتنافس التجاري المهني القوي، وغالباً ما يكون ذلك على أساس التطلع إلى مزيد من الاستهلاك

بغض النظر عن الآثار الاجتماعية السلبية المحتملة بسبب زيادة الأعباء المالية على شريحة كبيرة وتتسع بشكل مطرد بين الشباب.

وكما ستوضح، يعمل أطراف هذه الصناعة بشكل تنافسي ولكن في الوقت نفسه بشكل تكاملي يؤكد على ازدهار الصناعة وتوسعها من حيث مسيرتها لأحدث أشكال الاستهلاك والتطور المستمر في نوعية الخدمات التي تقدمها هذه الصناعة.

وهذه الصناعة حديثة، يمكننا تتبع تاريخها إلى بداية السبعينات، أي تزامنها مع الطفرة النفطية في بلدان الخليج العربي، وما أحدثته من تحولات ثقافية واجتماعية في مفهوم الحياة الاستهلاكية والعلاقات الاجتماعية ومفهوم الترابط الاجتماعي الثقافي. وبدأت الخدمات بشكل متواضع في شكل ماعرف بصالات الأفراح، التي كانت - في البداية - تقدم خدمات محدودة ومتواضعة وبمبالغ معقولة (في حدود ألفي ريال). ولم يقبل على هذه الصالات سوى من كانوا من أبناء الدخول فوق المتوسطة (أعلى من خمسة آلاف ريال شهرياً) ومن انتلقوا من الأحياء التي كانوا يسكنون فيها إلى أحياء جديدة في مكة وجدة.

لكن شهدت نهاية السبعينات ازدهاراً سريعاً في خدمات صالات (الآن قصور) الأفراح وبدأت بشكل تدريجي تدخل الفنادق هذا المجال. ومع الوقت والتغيرات الحضرية التي طالت المدن السعودية وخاصة فيما يتعلق باستخدام الساحات المفتوحة والشوارع (وإن كانت لاتزال تستخدم في العزاء)، كل ذلك أدى إلى زيادة التوجه إلى قصور الأفراح والفنادق ومن ثم التوسع في أعداد تلك القصور وتنوع خدماتها، وتزامن مع ذلك وخاصة منذ منتصف الثمانينات زيادات تفاصيل في الاكسسوارات المرتبطة بالزواج كما هو موضح في بحثنا هنا.

## عناصر الصناعة

سعيًا في دراستنا للفصل بين أوجه الصرف التي تتعلق:

١ - الأعداد للخطبة وكتابة عقد النكاح (الشبكة) والمهر والمصاريف الإضافية لذلك.

٢ - مصاريف تأسيس بيت الزوجية.

٣ - مصاريف ليلة الزفاف والاكسسوارات المرتبطة بذلك وقد قسمنا هذه المصاريف إلى مصاريف ضرورية وأخرى كمالية. ونقصد بالضرورية المصاريف التي لا بد منها، أما المصاريف الكمالية فهي التي لايتوجب على أصحاب الزفاف صرفها،

رغم احتمال أن تفرض بعض التقاليد أو رغبات أطراف داخل الأسرة لتأكيد مكانتها الاجتماعية.

## صناعة الزفاف وأوجه الصرف

كما ذكرنا ماسبقه هنا ينطلق من دراسة ميدانية في مدينة جدة قمنا بها<sup>(٧)</sup> للتعرف على مجالات وأوجه الصرف التي ترعاها مؤسسات تجارية أو مجموعات تسعى للربح في شكل تقديم خدمات أو سلع ذات صلة مباشرة بالزواج وتأسيس حياة زوجية. وفي دراستنا هنا سنركز على نوعية السلعة (الخدمة) وحجم تداولها وما يدفع مقابل الحصول عليها وتقدير حجم الدخل السنوي منها، ولن نسعى هنا لتقديم تفاصيل هذه الصناعة الكبيرة وإنما سنعمل على تقديم صورة مختصرة للمهم من نشاطها بقصد إبراز دورها وتأثيرها العام على مؤسسة الزواج في مجتمعنا الحديث.

## العينة والمنهج المستخدم

اعتمدنا في دراستنا هذه على مسح عينة غرضية من المتاجر والشركات والفنادق وقصور الأفراح والمطابخ وغيرها القائمة فعلاً في السوق حالياً في مدينة جدة. ولقد حرصنا في اختيارنا لهذه المتاجرة والشركات.. إلخ إلى أن تكون متنوعة ممثلة للمستويات المختلفة من حيث الأسعار أو الخدمة التي تقدمها ونوعية الزبائن الذين يقبلون عليها. إضافة إلى ذلك سعينا إلى أن تكون هذه المتاجر والشركات.. إلخ. موجودة في كافة أحياء مدينة جدة مما يؤكد أنها فعلاً تقدم خدماتها لمختلف طبقات وفئات سكان جدة.

ولقد تمت عملية الوصول إلى أسماء هذه المتاجر والشركات عن طريق طرق، أهمها دليل الهاتف وقوائم الغرفة التجارية والزيارات الميدانية والاعلانات المثبوتة في الصحف والمجلات المحلية وكذلك اعلانات الشوارع وخلافها.

ولقد قام فريق جمع المعلومات، وهم ثلة قدرية من طلاب وطالبات الدراسات العليا، خُصص كل فريق منهم لدراسة واحدة من هذه الفئات، فبعضهم خُصص لجمع البيانات عن متاجر بيع علب حلوة عقد القران وآخرون لقصور الأفراح وهكذا.

وتم جمع البيانات على أساس دليل للمعلومات المطلوبة يؤكد على المعلومات التالية: نوعية السلعة أو الخدمة، مدى أسعارها، كمية المبيعات، نوعية

الزبائن المستهدقين، مواسم الاقبال... إلخ. وتم جمع المعلومات عن طريق مقابلات ميدانية للعاملين في هذه المتاجر والشركات... إلخ.

## المهر

وهو واحد من أوجه الصرف الضرورية، فهو من أركان الزواج شرعاً لا يتم إلا به، لكن ورغم الحديث الطويل والمتشعب عن المغالاة في المهور، فإن هذا الأمر مبالغ فيه وهو إن كان عالياً بشكل استثنائي عند بعض سكان الأرياف والقبائل، لكنه في طريقه إلى الانخفاض بسبب تعاون شيوخ القبائل ورغبتهم تعاوناً مع الحكومات في الحد من هذه المبالغة<sup>(٨)</sup>. أما في المدن، وخاصة جدة، وبين السكان الذين تعودوا الحياة الحضرية، فإن المهر غالباً لا يتجاوز الثلاثين ألف ريال وغالباً ماتستعين أسرة العروس به لتجهيزها وشراء بعض الملابس والحلي منها، إضافة إلى المساهمة في الصرف على حفلة الزفاف<sup>(٩)</sup>. ومن ثم فإن المهر، في ظل الظروف الحضرية المشار إليها، لا يشكل عبئاً مقارنةً بغيره من مجالات الصرف.

## المأذون الشرعي

ونقصد بذلك مسجل وكاتب عقد القران (الزواج) وهو عادة إنسان يعمل لحسابه ويأجر رمزي في المتوسط في حدود خمسمائة ريال في الحد الأدنى، وقد يصل إلى ألفي ريال كحد أعلى، وهو يقوم بإصدار شهادة الزواج الرسمية من وزارة العدل التي ينبغي تسجيلها في المحكمة ثم في الأحوال المدنية، وكما نرى فإن مصروف المأذون الشرعي لا يشكل مصدراً مبالغاً فيه في الانفاق. ويشكل من يعملون كمأذون شرعي - وهم يحملون تصريحاً رسمياً بمزاولة المهنة من وزارة العدل - فئة تقوم بهذا العمل كعمل إضافي إلى أعمالها الأخرى، ويسعى كل مأذون، ما أمكنه، من تسجيل أكبر عدد من عقود الزواج، وإذا كان من أصحاب الأصوات الجميلة والمشهورين فإن الاقبال يزداد عليه، وعدد المصرح لهم بمزاولة المهنة في جدة حوالي (٣٠) مأذوناً. وهم يعلنون على أنفسهم بوسائل شتى منها: البطاقات الشخصية والإعلانات البارزة أمام مكاتبهم أو أماكن إقامتهم أو بالقرب من المساجد أو الأماكن العامة، ويظهر أنه عمل يدر دخلاً جيداً وإن كانت المنافسة فيه حادة، وقد يتخصص أحياناً بعضهم في خدمة فئة أو جماعة اجتماعية معينة<sup>(١٠)</sup>.

## «علب الحلاوة» و«المنشد» ورقاع الدعوة وتصوير المناسبات .

ولاعلان عقد الزواج غالباً مايصاحب حفلة كتابة عقد القران بعض النشاطات، لعل من أهمها حضور العريس وأسرته في موكب، يُحمل في بعضه الأنوار «أتاريك» وبواخر ومعاشر<sup>(١١)</sup> وخلافه ويتم غالباً تصوير الموكب في تقدمه نحو بين العروس، ومن يقومون بعملية التصوير أحياناً يكونون من المصورين المحترفين الذين يتقاضون أجراً على ذلك، في المتوسط ألفي ريال. ويتم كراء الأتاريك المزينة والبواخر من محلات متخصصة في ذلك ومتوسط كراء تلك أقل من ٥٠٠ ريال في المتوسط. وغالباً مايصاحب موكب العريس «منشداً» يبدأ في الانشاد عند وصول الموكب مسافة تقل عن مائة متر من بين أهل العروس، ويور إنشاده بأصوات جميلة موسيقية إيقاعية لكن دون آلات موسيقية موضحاً أهمية الزواج وفضائله وأهميته في الإسلام ومعدداً مناقب العريس والعروس والإشادة بأسرتيهما والدعاء لهما بالتوفيق. وغالباً مايعطى المنشد في المتوسط ما بين ١٥٠٠ و٢٠٠٠ ريال. والمنشدون جماعة تعمل في أعمال أخرى ويزاولون عمل الإنشاد كعمل اضافي، وعادة مايتكفلون باحضار مكبر الصوت معهم للقيام بعملهم، وعدد المنشدين في جدة محدود، لايزيد عن (١٠) وهم يتنافسون فيما بينهم لاحياء أكبر عدد من حفلات الزفاف ويعلمون عن أنفسهم بتقديم بطاقات شخصية يعملون على توزيعها أثناء حضورهم حفلات الزفاف أو بالتعاون مع المأذونين الشرعيين الذين يعمل بعضهم منشداً أيضاً. ويمكننا إجمالاً القول بأن اجمالي الدخل السنوي للمأذونين الشرعيين والمنشدين ومصوري حفلات الزفاف حوالي ثلاثة ملايين ريال في المتوسط<sup>(١٢)</sup>.

ويتم توزيع شربات وعصائر و«علب حلاوة»<sup>(١٣)</sup> ابتهاجاً وتخليداً واعلاناً واشهاراً لها، و«علب الحلاوة» هذه تعد من مصادر الانفاق الذي يمكن المبالغة فيه، ولقد قمنا بدراسة ميدانية لهذه «الصناعة الصغيرة» في جدة. واتضح لنا ميدانياً أن عدد المحلات المتخصصة بشكل حصري في بيع «علب الحلاوة» واعداد «تبسي» أو «عربية الشبكة»<sup>(١٤)</sup> (١٦) محلاً. اضافة إلى وجود هذه السلع في متاجر أخرى غير متخصصة. وتتراوح أسعار «علبة الحلاوة» الواحدة ما بين ٥ - ٨٠ ريالاً وقد تزيد، ويتراوح سعر «عربية الشبكة» بين ٨٠٠ - ٧٠٠٠ ريال. ولقد أوضح أصحاب المحلات إلى تنوع واختلاف موديلات السلع المعروضة للبيع وأساليب تزيينها وأماكن صناعتها والمواد المصنوعة منها وتباين نوعيات المشترين من الفئات الاجتماعية المختلفة لهذه السلع، أما بالنسبة لحجم المبيعات، فلقد أوضح أصحاب المحلات أنهم يبيعون في

المتوسط في كل متجر ٢٦٥٦ علبة شهرياً ويبيع من التباسي ٥٠٥ تبسي شهرياً والعريبات ٢٨ شهرياً وتزداد المبيعات بطبيعة الحال، في مواسم الزواج وهي العطل الدراسية والصيفية. أما بالنسبة لمتوسط دخل هذه المتاجر السنوي، وهو وإن اختلف من متجر لآخر لكنه في المتوسط لكل متجر ١٦٠.٠٠٠ ريال، وإن كنا نعتقد أن حجم المبيعات أكبر مما أطلعنا عليه أصحاب المتاجر، ومن ثم فإن الدخل السنوي الاجمالي لهذه الصناعة يقدر بأكثر من ثلاثة ملايين ريال.

ويستخدم أصحاب هذه المتاجر ومن يبيعون سلعهم، وسائل اعلامية مختلفة لترويج بضائعهم ويسعون بشكل دائم إلى التجديد فيما يعرضون من بضائع ويقدمون سلعهم في أشكال جذابة تدفع الزبائن إلى مزيد من الاقبال على الشراء، ولتحقيق ذلك يعتمد أصحاب المحلات على الاعلانات التجارية في الصحف والشوارع واستخدام لعبة التخفيضات وسمعة المحل خاصة من حيث تأكيد الفخامة وارتفاع الأسعار وخلافه<sup>(١٥)</sup>.

بطبيعة الحال لم نتناول الأسر التي تصر على التميز والتفرد في نوعية ماتقدمه من لعب تذكارية، ومن ثم تُصنَع لهم بشكل خاص، وذلك الحال بالنسبة لتبسي أو عربية الشبكة، إذ «يحرص» البعض أن تكون ذات تكاليف فلكية تعجز عن تقليده الأسر التي ليست في مستواها الاقتصادي! كذلك يمكننا اجمالاً تقدير ما يُصرف من عطور وجنيهاً ذهبية أو ريات فضة وبعض المكسرات والمجوهرات وخلافه في تبسي أو عربية الشبكة، في المتوسط في حدود ٥٠٠٠ ريال للعربية أو التبسي الواحد، وقد يرتفع ذلك لأرقام عالية جداً. وإذا كان ما يبيع في المتوسط شهرياً حوالي (٨٨) تبسي وحوالي (٤٥) عربية، فإن اجمالي ما يُصرف سنوياً على هذه الهدايا يقدر بحوالي ٨٠٠.٠٠٠ ريال.

والدعوة لحضور حفلة الزفاف تشكل صناعة صغيرة تروج أنواعاً وأشكالاً مختلفة من رقايع الدعوة، تهتم باعدادها وطباعتها معظم دور الطباعة التجارية العامة، بل إن بعضها لا يعمل في سواها في أثناء فترات مواسم الزفاف، ويتراوح عدد المطابع التي تعمل في هذا المجال بحوالي (٢٠) مطبعة مابين صغيرة ومتوسطة، وغالباً ما تتم طباعة ما بين ٢٠٠ - ١٠٠٠ كرت دعوة، غالباً تصل تكلفة ذلك في حدود ٨٠٠ ريال، بمعنى أن اجمالي الدخل السنوي من هذه الصناعة حوالي ٦٤٠.٠٠٠ ريال. وتتنافس المطابع في ابداع رقايع دعوة متميزة أو تقليدية من حيث نوعية الورق المستخدم وأشكال الطباعة،

والخط وكذلك من حيث مقاسات الأوراق، مما يؤكد على أنها تتعامل مع هذه السلعة بدعم زيادة الإنفاق، وليس لمجرد قيامها بوظيفة دعوة الضيوف للحفل.

### موائد وولائم الأعراس

وتقتضي «حفلة كتابة عقد الزفاف» و«حفلة حنة العروس والغمرة»<sup>(١٦)</sup> و«حفلة الزفاف» تقديم وجبات سواء لأسر العروسين أم للضيوف، ولقد أصبحت عملية تقديم هذه الولائم صناعة صغيرة في حد ذاتها تخصص في القيام بها مطابخ تعمل على اعداد الطعام لهذه المناسبات. فعلى سبيل المثال حفلة عقد القران غالباً ماتقتصر على أهل العروسين وأقربهم ويقدر عدد المدعوين ذكوراً وإناثاً في حدود أقل من مائة. وهم يحتاجون في المتوسط ما بين ٣ - ٤ رؤوس من الغنم تكلفتها في المتوسط مع مايقدم معها من فواكه ومرطبات في حدود ٠٠٠ره ريال للوليمة الواحدة. ويوجد في جدة حوالي (٢٥) نولاب<sup>(١٧)</sup> أو مطابخ مرخص لها بمزاولة هذه المهنة اضافة إلى عشرات المطابخ التي قد تقوم بذلك. ويغلب على وجبات الأعراس أن تكون بشكل رئيسي من أنواع الأرز المختلفة، بحسب ماتفضله أسر العروسين والفصل - المناخ ووقت تقديم تلك الوجبات ومن أشهر مايقدم: الكوزي والأرز المندي والكابلي والبرياني والسليف والعربي وخلافه، وقد يعمل للسيدات اضافة إلى ذلك أو بديلاً عنه بوفيه مفتوح ومايُعرف بـ«التعتيمة» وهي عبارة عن أنواع من الخبز يُعرف بـ«الشريك» والجبنة والزيتون وحلوات مكة التقليدية<sup>(١٨)</sup>.

ويظهر لنا من دراستنا الميدانية أن أصحاب هذه المصانع يعلنون عن خدماتهم من خلال توزيع كروت أثناء توصيل الطعام أو بالتعاون مع قصور الأفراح أو بعض الفنادق اضافة إلى الاعلانات في الصحف والصفحات الصفراء في دليل الهاتف وغيره. ونظراً لأن السوق، وبالذات أثناء فترات مواسم الأفراح يعتمد على التنافس فيما بين المطابخ فإنهم سعياً للحصول على أكبر قدر من حصص السوق يسعون للحصول على رضى الزبائن من خلال جودة الطعام وحسن اعداده وحسن التقديم والتقييد بمواعيد تقديمه وأن يكون السعر مناسباً، ويتراوح اجمالي دخل هذه الصناعة في المتوسط ما بين أربعة إلى ستة ملايين ريال سنوياً، وهي لايقصر عملها على حفلات الزفاف والولائم التي تدور في فكلها وإنما سوقها رائج طوال العام، وإن كان لموسم الأعراس خصوصية<sup>(١٩)</sup>!

## فستان العروس

وتوجد صناعة صغيرة أخرى تعمل على تصميم واعداد ملابس العروسين، وخاصة فستان العروس ووصيفتها وضيوف الحفلة. إذ توضح دراستنا الميدانية على أن عدد «المشاغل»<sup>(٢٠)</sup> كبير، على أن عدد من يشتغلون في الخياطة الراقية لفساتين العرائس أو لحفلات الأعراس محدود ويقدر في مدينة جدة بحوالي (١٠) محلات ذات مستوى راقٍ وسمعة عالية وهم يعدون فساتين عقد القران وفستان الغمرة وفستان ليلة الفرح، إضافة إلى ما يُعرف بجهاز كامل. والأسعار تتفاوت من مشغل لآخر، وهي تعتمد على نوعية وكمية أعمال التطريز والتصميم والخياطة المطلوبة، ويظهر أن الأسعار أخذت في الهبوط بسبب المنافسة القوية في هذا الميدان.

ويكلف فستان عقد القران في المتوسط من ٤٠٠٠ - ٣٠٠٠٠ ريال للفستان الواحد وهو أقل مما كان عليه في عقد الثمانينات، أما فستان الغمرة فهو فيما بين ٥٠٠٠ - ١٠٠٠٠ ريال وفستان ليلة الزفاف (الفرح)، وهو الفستان المحور والتغالي فيه وفي ثمنه أمر ملفت للنظر، إذ يتراوح ثمنه فيما بين ١٠٠٠٠ - ٨٠٠٠٠ ريال وربما في بعض الحالات أعلى من ذلك!

وتعمل بعض هذه المشاغل إلى اعداد جهاز كامل للعروس بأسعار تتراوح فيما بين ٣٠٠٠٠ - ١٠٠٠٠ ريال وكما يؤكد أصحاب المشاغل، وبعضهم من مصممي الأزياء، على أن الأسعار في تدنٍ عما كانت عليه في السابق، وقد يكون ذلك لشراء البعض تلك الفساتين من خارج البلاد أو لوجود فساتين جاهزة أو معدة خصوصاً للعروس بأثمان أقل وبسبب المنافسة فيما بينهم. وتوجد قلة محدودة جداً إلى الآن تستأجر فساتين الفرح، وهناك محلان في جدة يقومان بعملية تأجير فساتين الأفراح ومتوسط الكراء لفستان «الغمرة» وهو فستان من لون زهري يتكون من ٧ قطع بـ ٥٠٠ ريال، ويُغرم أصحاب الفرح عند ضياع الفستان أو إلحاق ضرر به ثمنه.

وغالبا ما يتم اعداد فساتين راقية لقريبات العروس والعريس من موديلات مختلفة لكن بأسعار مرتفعة، كفساتين سهرة، وهي ملابس رغم ارتفاع أثمانها إلا أنها بكسرات محدودة ثم تترك للأبد، وهناك نفور عام من عملية الكراء، سوى في حدود ضيقة جداً، وسعي لاهت للتفرد والتميز في هذه الفساتين، مما يزيد من أثمانها!

وبالنسبة للموديلات التي يُقبل عليها النساء، وقت قيامنا بدراستنا الميدانية<sup>(٢١)</sup>

فكانت الموديلات البسيطة مجارة للموضة السائدة، مثل فساتين (إيف سان لوران)، أو (شانيل وكريستيان ديور)، وتفضل السيدات الموديلات المفتوحة أو بشال أو بكتف واحد، أما في الثمانينات فكان التفضيل للموديلات المطرزة والدرابية والملابس الضيقة والمنقوشة وازهار ورود موزعة على الفستان، على أن هذه الموضة قد تراجعت الآن. ويقدر اجمالي متوسط الدخل السنوي في المتوسط ما بين خمسة عشر إلى عشرين مليون ريال. ولقد أوضح أصحاب المشاغل أنهم في سوق تنافسية جداً وحجم العمل موسمي وإن الطلبات عادة ماتكون في أوقات الذروة مما يزيد من أعباء أعداد العاملين والمكائن المستخدمة، لكنهم يعتمدون على سمعتهم وماوصول إليه من شهرة في جذب الزبائن، بل ولقد تمكنوا بسبب وجودهم في السوق من الحصول على ولاء بعض الزبائن لهم.

وماجاءنا على ذكره من تكاليف إنما ينحصر في التصميم والتركيز والخطاطة وخلافه من خدمات واكسسوارات، أما بالنسبة للأقمشة المستخدمة فهي على أصحاب الفساتين، والأقمشة مختلفة من حيث نوعيتها وألوانها وموديلاتها، ويقبل النساء على: «الحرائر والشيفونات والدانتيل بأنواعها المختلفة»، وجميعها أقمشة مرتفعة الأسعار، يتراوح ثمن المتر منها في المتوسط ما بين ٥٠٠ - ١٠٠٠ ريال وغالباً ما يحتاج فستان العروس في المتوسط إلى ٥ أمتار، وتحتكر محلات تجارية معينة الأقمشة المستخدمة في فساتين العرائس وفساتين السهرات والليالي الملاح إذ اكتسبت سمعة وشهرة جعلتها، رغم ارتفاع أسعارها، محل ثقة المشترين، ويشكل أصحاب محلات الأقمشة مع المشاغل نوعاً من التعاون في توجيه تيار الموضة الخاصة بفساتين الأعراس، وهم يعتمدون في ذلك في كثير من الأحيان على ماينشر في مجلات الموضة الخاصة بذلك. وإجمالي الدخل السنوي لبيع أقمشة فساتين الأعراس ومن يحضرون من مدعوات يبلغ أكثر من ٥ ملايين ريال.

## حلي ومجوهرات العرس

يتأثر سوق الذهب والمجوهرات والحلي كثيراً بمواسم الأفراح، سواء من حيث حجم المبيعات أو نوعية القطع التي يتم الاقبال عليها، وهي تختلف من فئة اجتماعية إلى غيرها . وعادة مايشترى العريس خواتم الشبكة وهي في المتوسط لاتقل عن ٥٠٠ ريال، كذلك يشتري طقماً من المجوهرات: عقداً وأقراطاً وسجعة من نوع فاخر نوعاً ما لايزيد في المتوسط عن عشرين ألف ريال وإن كانت هناك محلات تصل أثمان الأطقم

فيها إلى أكثر من مائتي ألف ريال، كما ذكرنا أثناء الدراسة الميدانية. ويقدم إضافة إلى العريس، أقاربه وأقارب العروس قطعاً ذهبية وبعض الجواهرات كهدايا، غالباً ما يكون ثمن تلك القطع أو الأطقم في المتوسط فيما بين ٣٥٠٠ - ١٠.٠٠٠ ريال للقطعة، وتحصد العروس في المتوسط عشر قطع ذهبية من أقاربها.

وتتفاوت قيمة الهدايا بحسب وزنها وتصميمها وسمعة وشهرة المتجر الذي قام ببيعها، ولقد أوضح بعض أصحاب المتاجر أن جمهور المشتريين يفضلون الاقبال على شراء الجواهرات المصنوعة من الذهب الخالص، دون أحجار كريمة، كالبناجر والسجعات والأقراط والسلاسل والحزم الذهبية لأن أثمانها لا تنقص كثيراً عند البيع، وتعتمد أسعارها على أسعار الذهب في الأسواق، بحيث يمكن أن ترتفع أثمانها بعض الأوقات، على عكس الجواهرات التي تدخل فيها الأحجار الكريمة من أمثال: الزفير أو الماس أو الياقوت أو الزمرد وغيرها إذ تنخفض أثمانها بمعدل ٢٠ - ٣٠٪ عند البيع.

ويختلف اقبال الفئات الاجتماعية والثقافية في عملية الشراء على الحلي والجواهرات إذ وجدنا أن بعض الفئات تهتم بكميات الذهب وهي عادة من فئات ثقافية معينة وتعود في الغالب إلى طبقات اجتماعية متوسطة ودون متوسطة، بينما تميل الطبقات المتعلمة والراقية إلى الجواهرات التي تهتم بالتصاميم الرائعة والأحجار الكريمة الجميلة ونوعية الأعمال التي بُدلت فيها ومن ثم التركيز على النوعية والجمال مما يجعل الأثمان عالية جداً عند الشراء<sup>(٢٢)</sup>.

وينتشر أصحاب متاجر الذهب والجواهرات في معظم الأسواق المركزية الرئيسية، ويشكلون فيها ما يسمى بـ«أسواق الذهب»<sup>(٢٣)</sup> وعدد هذه الأسواق في مدينة جدة ستة أسواق إضافة إلى وجود بعض المتاجر المتناثرة هنا وهناك في مجتمعات تجارية، إضافة إلى وجود محلات مستقلة مشهورة ذات سمعة عالمية عالية. ويستخدم أصحاب محلات الذهب والجواهرات كافة وسائل الاعلان لترويج بضائعهم وجذب اهتمام السيدات، وإن كانت تسيطر على السوق بعض الشركات التي تعمل في تصميم الحلي الذهبية، وتتنوع التصاميم إلى: إيطالي وكوري وهندي وأندونيسي ومحلي وغيرها. ويظهر أن متاجر الذهب والجواهرات تعمل على أساس وجود موضات وهي تختلف من موسم لآخر<sup>(٢٤)</sup>. ويقدر اجمالي الدخل السنوي من هذه الصناعة فيما يتعلق بالأفراح بين عشرين إلى خمسة وعشرين مليون ريال.

## قصور الأفراح وصلات الفنادق

ومن أهم محلات الصرف، الصرف على مكان قيام واستقبال المدعوين لحضور حفلة الزفاف، ولقد ظهرت خدمة «قصور الأفراح أو صالات الزواج في الفنادق». ويوجد في جدة أكثر من (٤٥) قصر أفراح مرخص لها بالعمل، وهي تبنى بمواصفات وتجهيزات معينة لغرض إقامة حفلات الزفاف وغالباً ما يكون لها مواقف سيارات كافية للمدعوين وفراغات كافية لاستقبال الضيوف ذكوراً وإناثاً وبشكل مستقل وأماكن لتناولهم الطعام وتقدم معظم قصور الأفراح المشروبات الساخنة والباردة (شاي، قهوة، مشروبات غازية، عصيرات، ماء صحي...)، وهناك عمال يقومون بعمليات التقديم طوال السهرة التي تبدأ في المتوسط في حدود العاشرة مساءً وتنتهي في حدود الثالثة صباحاً. وفكرة قصور الأفراح فكرة فندقية تقوم على أساس تقديم المساحات المريحة القادرة على استقبال أعداد كبيرة من الضيوف والمدعوين والإسهام في قضاء وقت ممتع ذلك المساء سواء في الأحاديث الجانبية أو لعب الورق أو الاستماع للمطربين في القسم المخصص للرجال. إضافة إلى مدخل واسع يستقبل فيه العريس وذووه والدة العروس وبعض خلعائه التهانى. أما في القسم النسائي، توزع المدعوات إلى مجموعات على طاولات عليها «النقل» والحلويات من شوكولا ومكسرات<sup>(٢٥)</sup>، وتوزع الطاولات بما يسمح للمدعوات مشاهدة «المسرح» أو «الكوشة»<sup>(٢٦)</sup> الذي تجلس عليه العروس والمطربة والجوقة الموسيقية المصاحبة، وتقدم قصور الأفراح كافة التجهيزات الداخلية من كراسٍ إضافية أو مؤثرات صوتية أو ضوئية في الغالب، وتؤمن حراساً لديهم مكبرات صوت لتنظيم دخول وخروج المدعوات وتنظيم وقوف السيارات.

وجرى العرف على عدم تدخل أي مسؤول في قصور الأفراح (مالكاً أو مديراً) في أي شيء سوى الإشراف على العمالة ومتابعة الخدمة أو القيام بصيانة ما، ولصاحب الزواج كامل التصرف في تحديد مواعيد الحضور والانصراف وتحديد أعداد المدعوين والطعام المقدم لهم من حيث الكمية والنوعية ووجود مطربين وخلافه من مظاهر الأفراح وذلك نظير إيجار معين للقصر متفق عليه مسبقاً.

ولقد دخلت معظم الفنادق الكبرى مجال صناعة الزفاف، إذ تقام حفلات الزواج في

صالات خُصصت لهذا الأمر، على أن الأمر في صالات الفنادق يختلف تماماً عما هي عليه الحال في قصور الأفراح، فهي التي تتحكم في كل شيء وتشرف عليه من مواعيد الحضور والانصراف وعدد المدعويين ونوعية وكمية الطعام المقدم (غالباً ما يعرض الفندق بدائل للاختيار منها) وتتم محاسبة الفندق على أساس تكلفة الفرد الواحد، على ألا يقل عدد المدعويين عن عدد معين، وفي حالة الزيادة يدفع أصحاب الفرح (الزفاف) الفرق. ويمكن لأصحاب الفرح احضار المطربين عن طريقهم أو تسند المهمة للفندق، لكن لا يتم شيء من هذا سوى عن طريق الاتفاق والتنسيق المسبق. لذا فإن صالات الفنادق لا يقبل عليها سوى الأثرياء جداً أو أبناء الطبقة الحضرية الراقية التي تعمل على انتقاء ضيوفها، إذ لا يُسمح لدخول صالة الزفاف سوى عن طريق كرت الدعوة الشخصي، ويصدق الشيء نفسه على بعض قصور الأفراح الفخمة جداً التي ربما كانت أعلى ثمناً من صالات الفنادق! ويمكننا اجمالاً تصنيف قصور الأفراح وصالات الأفراح في الفنادق، بحسب الفئات الاجتماعية صاحبة الفرح (الزوج)، إلى ثلاث فئات:

#### أ - من هم من أصول بدوية أو ريفية ولا يزالون يعيشون حياتهم التقليدية:

ويُفضّل هؤلاء قصور الأفراح ذات المساحات الواسعة، ولا تهم التجهيزات وهم يحجزون القصر للغذاء والعشاء، حيث يفد معظم الضيوف من خارج مدينة جدة، وهم يحضرون مبكرين وينصرفون مبكرين أيضاً، أعدادهم في الغالب كبيرة ويحضرون أطفالهم معهم، وكانوا يشترطون وجود «زريبة»<sup>(٢٧)</sup> بالقصر لجمع الهدايا المقدمة للعروسين من الأغنام والماشية التي يحضرها بعض الضيوف والمدعويين معهم. وغالباً ما يتم تقييد أسماء أصحاب هذه الهدايا (القوقد - الرقد)<sup>(٢٨)</sup> من طرف أحد أقرباء العريس في كشف خاص. ولقد ألغت مؤخراً البلدية أمثال هذه الزرائب، إلا أن بعض القصور احتفظت بها إما بشكلها السابق أو بتوسيع مساحة المطبخ الملحق بالقصر واستخدامها كزريبة، استجابة لإلحاح المستأجرين من أصحاب الأفراح.

وهذه الفئة غالباً ما تنصف بالتحفظ والالتزام في سلوكها وتفضل أن يكون الطعام من أطباق معينة (أرز عربي) عليها كميات كبيرة من لحوم الجمال والأغنام، ويتباهون بكثرة أعداد رؤوس الأغنام والجمال المذبوحة، إلا أنهم في السنوات الأخيرة أصبحوا يميلون إلى دفع الهدايا نقداً ويرشدون في ذبح المواشي بحسب أعداد الضيوف بدلاً من المبالغة في الكرم (بالأصح التبذير).

## ب - الفئات الاجتماعية الحضرية المتواضعة والوسطى:

وهي تحضر متأخرة وتنصرف متأخرة، تصحب أطفالها معها ومن أعمار مختلفة مما يسبب صخباً وضوضاء، أعدادهم كبيرة وغالباً ماتكون حفلة الزفاف لأكثر من عريس، وهم يفضلون قصور الأفراح ذات المساحات الواسعة لتستوعب الأعداد الكبيرة من ضيوفهم. والوجبات المقدمة عادة ماتكون من (الأرز باللحم)، ما يُعرف بالأرز الحضرمي أو البرياني أو الكابلي، وغالباً مايتأخر النساء في حفلتهن، وتحيي هذه الأفراح فرق مطربين ومطربات في الغالب.

## ج- الفئات الحضرية الراقية:

وهي تحضر متأخرة وتنصرف متأخرة جداً، لايصحبون في الغالب أطفالهم، وهي تفضل صالاح الفنادق أو قصور الأفراح الراقية جداً، وأعداد المدعوين قليلة ومختارة بعناية، ويبالغ في التنظيم لحفلة الزفاف ويقوم في كثير من الأحيان على اظهار البذخ والصرف المبالغ فيه من تنظيم أو استعراض ملابس أو تنوع في أنواع الطعام المقدمة. ويعتني أصحاب الفرح عناية فائقة بالضيوف والترحيب بهم وادخال البهجة عليهم من خلال فرق موسيقية وخلافه.

وهناك بعض القصور (وهي قليلة جداً) تقدم مساعدة للشباب غير القادر على تكاليف الزواج، بالتنسيق مع جمعية مساعدة الشباب على الزواج وغيرها من جمعيات تعمل على تيسير الزواج، خارج مواسم الزواج، خدماتها إما بالمجان أو بأسعار رمزية، على أن يُدفع تأمين لضمان الالتزام بالمواعيد وعدم العبث أو سوء استخدام خدمات القصر.

ويزيد عدد قصور الأفراح في جدة عن (٤٥) قصراً وهي تتفاوت في أسعارها بحسب الموسم والأيام من الأسبوع، إذ ترتفع قيمة الإيجار أيام عطلة الأسبوع (الأربعاء والخميس والجمعة)، وبحسب مستوى وفئة القصر - كما أوضحنا، ويصدق الشيء نفسه على صالات الأفراح في الفنادق. ورغم أعداد قصور الأفراح وصالات الفنادق إلا أنها تُعاني أوقات المواسم من زيادة الطلب عليها، وكثيراً ماتحتاج الأسرة أن تحجز في وقت مبكر لضمان الحصول على القاعة في الوقت المطلوب. ويبلغ إيجار أدنى قصور الأفراح نوعية في حدود ١٠.٠٠٠ ريال وترتفع الأسعار في الأحياء الراقية إلى أكثر من مائة ألف ريال.

وصناعة قصور الأفراح وصلات الفنادق صناعة تنافسية، يسعى أصحابها إلى زيادة كفاءتها التشغيلية والحصول على أكبر عدد ممكن من الزبائن طوال العام، مما يجعلها تتنافس على تجديد وتطوير وصيانة مرافقها من طلاء وغسيل وتنظيف للسجاد والمجالس وصيانة للمقاعد والكراسي وتجديد لدورات المياه وأحواض الغسيل والعناية بها وإبقائها نظيفة مع زيادة أعداد الخدم القائمين على خدمة الضيوف وتدريبهم على حُسن أداء مهمتهم وبأدب وظُرف جم، وغالباً ما يكلف بناء هذه القصور مبالغ كبيرة جداً نظراً للعناية الفائقة المبذولة في تزيينها وتجميلها، ويعتنى عناية خاصة بالقسم النسائي الذي يُدخل عليه خدمات متطورة من اضاء ة وموسيقى وكنب وتنوع وتطوير في الخدمات بما يضمن القدرة على البقاء في حلبة المنافسة الضارية في هذه الصناعة. ولا يدهشنا ذلك إذا علمنا أن متوسط الدخل السنوي من هذه الصناعة يفوق ٨٠٠ مليون ريال<sup>(٢٩)</sup>.

يستعين أصحاب هذه الصناعة للحصول على الزبائن بوسائل عديدة من أهمها الاعلانات في الصحف والصفحات الصفراء في أدلة الهواتف والاعلانات الكبيرة بالأضواء على أبواب القصور نفسها وفي المواسم بالاتصالات الشخصية لمن لديهم أفراح. إن هذه الصناعة من أكثر الصناعات تطوراً ومنافسة ولايكاد يخلو عام من ظهور قصر أفراح جديد يقدم خدمات أرقى ويسعى للحصول على قسط من سوق الطلب فيها كبير وواسع.

## المطربون والمطربات وإحياء ليلة الزفاف .

اتضح لنا من الدراسة الميدانية أن صناعة إحياء حفلات الزفاف في الأقسام الرجالية أقل حدوثاً وتكلفة من ما عليه الحال في القسم النسائي، وأحياناً كثيرة تحيي الحفل فرقة من الهواة أو فرق شعبية، وهي إما دون مقابل أو إزاء مبالغ متواضعة نوعاً ما لاتزيد في المتوسط عن ٥٠٠٠ ريال. أما في القسم النسائي فالأمر ليس كذلك، ويظهر أن هذا امتداداً لتقليد قديم في الحجاز، إذ وجد هذا النوع من النشاط وكانت المطربات والزفيفات<sup>(٣٠)</sup> يتقاضين «عربوناً» و«أجرة» عالية نسبياً حتى في القديم، فكان العربون يتراوح ما بين ٥ - ١٠ ريالاً أو جنيه ذهب وقد يزيد، أما الأجرة للمطربة وفرقتها ففي حدود ٥٠٠ إلى ١٠٠٠ ريال فضة في المتوسط، أما الزفيفة ففي حدود ٥٠٠ ريال في المتوسط.

وتوجد اليوم بين ٧٠ - ٨٠ مطربة مع فرقته في جدة وإن كان حوالي ٣٥ مطربة هن من يظهرن بشكل متكرر، ولهن جمهورهن ويكثر الطلب على أدائهن الفني، ويكاد لا يخلو فرح في جدة من مطربة، على أن هناك موجة من الأفراح اليوم لاتظهر فيها مطربة تعرف بالزواجات الإسلامية وكذلك هناك من يستخدمون تسجيلات صوتية بأجر تعرف بـ CD أو بألات تسجيل عادية.

ومن دراستنا اتضح لنا أن متوسط دخل المطربات السنوي، وهن يعملن فقط في حفلات الزفاف وهي ذات مواسم، يتراوح للمطربة فيما بين ١٠٠.٠٠٠ - ٢٥٠ ريال على إحياء الليلة وأحياناً أكثر من ذلك. ولاتواجه المطربات مشاكل في تحصيل أجورهن وقبل مغادرتهن صالة أو قاعة الفرح!

ولقد أوضحت دراستنا الميدانية أن أجورهن أخذة في التذني مقارنة بما كانت عليه الحال في الثمانينات بسبب زيادة أعدادهن والمنافسة الشديدة بينهن وقدرات الأسر بسبب الظروف الاقتصادية العامة على الدفع وتغير ذوق الجمهور وميله في الغالب للأغاني الجديدة الشبابية!

والمطربات يقمن باحياء أفراح كافة الفئات والطبقات الاجتماعية، وإن كانت بعضهن تتشدد في اختيار من تحيي لهم حفلاتهم. وتسعى عادة المطربة وفرقتها إلى ادخال البهجة على جمهور المدعوات، ليس فقط من خلال ماتقدمه من أغان وإنما أحياناً ببعض الحركات الراقصة أو بالتجول داخل القاعة وهي تحمل الميكروفون وتشجيع تفاعل الجمهور معها والرقص على إيقاعاتها. وكذلك بادخال بعض الآلات الموسيقية الجديدة كالأورج والدرمز وغيرها. وقد تستعين ببعض الشابات بالرقص من أجل زيادة حركة وحيوية وتفاعل جمهور السيدات الحاضرات.

وتستخدم المطربات وسائل عديدة للترويج لأنفسهن عن طريق الشهرة والدعاية الفردية المباشرة أو التعرف عليهن من خلال بعض الفنادق وقصور الأفراح أو عن طريق بعض متعهدي الأفراح أو الاستديوهات واستخدام البطاقات التعريفية الشخصية. ومن الملاحظ أن أهل الفرح يقدمون بعض المكسرات من «قوفل»<sup>(٣٥)</sup> وسجائر وشاي وخلافه في طاولة أمام المطربة وفرقتها، وغالباً مايباع جاهزاً في بعض المتاجر، يتراوح ثمنه ما بين ٣٠٠ - ٥٠٠ ريال وهو خارج أجرة المطربة وقد يحتاج أصحاب الفرح إلى القيام ببعض التجهيزات الاضافية في الصوتيات وهم يتحملون تكاليفها.

اضافة إلى كل ذلك هناك ما يُعرف بالزفيفة.. وهي وفرقتها يقمن بـ«زفة»<sup>(٣٣)</sup> العروسين وربما فعلمن ذلك أكثر من مرة وغالباً مايتقاضين لعملهن هذا فيما بين ١٥٠٠ - ٤٠٠٠ ريال. ويمكننا تقدير اجمالي الدخل السنوي لصناعة إحياء ليلة الزفاف في حدود خمسة وعشرين مليون ريال سنوياً وربما تزيد!!

### تزيين العروس واكسسوارات اضافية:

ومن مصاريف حفلات الزفاف ذهاب العروس ووصيفتها من أقاربها وزميلاتها إلى «الكوافير»، وهناك العديد من دور التزيين أو ما يُعرف بـ«الشرعة»<sup>(٣٤)</sup> التي تقوم بمهمة تجميل وتصفيف شعر العروس وأعمال «المكياج» واعدادها لليلة الفرح، وهي دور تتنافس فيما بينها من حيث مجارة الموضة وادخال كافة أنواع المساحيق الجديدة والتسريحات التي من شأنها أن تجعل للعروس «طلعة»<sup>(٣٥)</sup> ليلة الزفاف.

وتتراوح أجرة إعداد وتصفيف شعر العروس وعمل «المكياج» في حدود ١٠٠٠ - ٢٥٠٠ ريال للعروس، وتقبل العرائس أثناء مواسم الأعراس بأعداد كبيرة ولأكثر من مرة، لحضور حفلة عقد القران والشبكة وحفلات الزفاف لدى الآخرين في الأيام التي تلي زفافها، وتقبل النساء على هذه الصالونات أو الدور في مواسم الأعراس بأعداد كبيرة لحضور هذه المناسبات، ويتراوح الدخل الاجمالي لهذه الصالات التي يقدر عددها في جدة بحوالي (٤٠) صالة بين مشهورة وخاصة حوالي ثمانية إلى عشرة ملايين ريال سنوياً.

وتعلن هذه الدور عن طريق الزبائن اللواتي يذكرنها لصديقاتهن أو عن طريق الاعلانات الكبيرة فوق مداخل دورهن أو في الصحف. وتلعب المهارة والسمعة دوراً كبيراً في رواج واستقطاب الزبائن ومن ثم ارتفاع بل والتغالي في الأسعار!

ومن التقلبات التي كتب لها «النجاح»، عملية تزيين سيارة العروسين بالورود والألوان «الفرايحية»، وعبارات «ألف مبروك» و«زفاف سعيد» وخلافه، كمظهر من مظاهر الاحتفال بانتقال العروسين إلى «عش الزوجية». ومن دراستنا الميدانية اتضح لنا وجود عدد من المتاجر، غالباً ماترتبط بمحلات بيع اكسسوارات زينة السيارات، تقوم بهذه الأعمال. وتتراوح أثمان هذه الزينة فيما بين ٢٠٠ - ٥٠٠ ريال للسيارة الواحدة.

وهناك من يستأجرون سيارات فارهة مثلاً مرسيدس «شبح» أو لكزس أو رولزرويس لعملية انتقال العروسين من مكان حفلة الزفاف إلى بيت الزوجية مصحوبين برتل من سيارات الأهل والأصدقاء، وهذا يتكرر أحياناً في حفلة عقد القران، ومتوسط الكراء لتلك الليلة يتراوح ما بين ٢٠٠ - ٨٠٠ ريال في المتوسط، واجمالي دخل هذه الصناعة الحديثة يقدر سنوياً بأقل من مليون ريال ويظهر أنها في تزايد! ومن التقليلات الآخذة في الازدياد تزيين أحد الصالونات في البيوت استعداداً لمقابلة من يتقدمون لطلب يد الفتاة للزواج أو لحفلة عقد القران أو لإقامة حفلة على شرف أهل الخطيب، ويقوم بهذه الأعمال مجموعة من المحترفين في صناعة الديكور الداخلي ويقومون بذلك إلى الآن بشكل فردي وإن ظهرت بعض المكاتب تعلن عن نفسها بتنظيم أجواء الحفلات والمناسبات السعيدة. ويتراوح مايتقاضاه هؤلاء في حدود ١٥٠٠ - ٢٠٠٠ ريال للمناسبة وكما ذكرنا يظهر أن الفكرة أخذت في الرواج والتوسع!

## تأثيث بيت الزوجية

كل المصاريف التي جننا على ذكرها إلى الآن تُصرف حتى ليلة الزفاف، لكنها لا تدخل في تشكيل وتأثيث بيت الزوجية، الذي سينتقل إليه العروسان، لكن لما كان من الضروري وجود سقف يعيش تحت كنفه أفراد الأسرة الجديدة، فإننا سنتناول وبشكل مختصر أنواع السلع والخدمات التي يرى العروسان وجوب توفرها في بيت الزوجية الجديد، الذي أصبح من الشروط الأكثر انتشاراً في عقود الزواج في الوقت الراهن<sup>(٣٦)</sup>. ولقد قمنا بدراسة ميدانية لما تقدمه الأسواق المحلية من سجاد و«موكيت» وأثاث منزل من غرف نوم وكنب وخلافه وأثاث مطبخ وأجهزة كهربائية منزلية، وسنسعى إلى تقديم خلاصة ماتوصلنا إليه.

انتشرت عادة فرش منزل الزوجية بالموكيت (نوع من البساط صناعي من الصوف والنايلون والبوليستر) وتوجد محلات عديدة في الأسواق المحلية تروج لهذا النوع من السجاد وتوجد أنواع مختلفة منه، أشهرها: الأمريكي وهو سميكة ثابت الألوان مصنوع من الصوف والبوليستر مع نسبة ضئيلة من النايلون، وهو الأعلى ثمناً، يباع المتر في حدود ٤٠٠ ريال وهناك الموكيت الوطني وهو أيضاً مصنوع من الصوف وأسعاره تضاهي الأمريكي تقريباً. ويوجد الموكيت البلجيكي والفرنسي وهو أقل جودة وأثمانه تتراوح بين ١٥٠ - ٢٥٠ ريال، وهناك أنواع أخرى

تصل أسعارها ما بين ٤٥ - ١٥٠ ريالاً للمتر المربع، وغالباً ماتشتري الأسرة الجديدة موكيتاً لشقة كاملة مع بعض قطع السجاد وللتجميل في غرف الضيوف.

ويبقى السجاد المصنوع يدوياً أو ألياً من المقتنيات المهمة، وهي على أنواع.. منها: **السجاد الصيني** وهو من أجود أنواع السجاد ومصنوع من الصوف الخالص وتتراوح أثمانه الراقية ما بين ٧٠٠ - ١٥٠٠ ريال للمتر الواحد. **والسجاد الفارسي** وهو أيضاً مصنوع من الصوف الخالص أو الحرير وأسعاره تتراوح ما بين ٦٠٠ - ١٢٠٠ ريال للصوف وأسعار المصنوع من الحرير غالية جداً، وهناك **السجاد الباكستاني** وأسعاره أقل من الصيني والفارسي، وتوجد أنواع من السجاد أثمانها فلكية لايقدر على اقتنائها سوى نخبة من الأرستقراطية تجعلها عادة هدية للعروسين. ويوجد الآن في الأسواق سجاد مصنوع ألياً وهو من أنواع منها: **الوطني** وتتراوح أسعاره ما بين ٢٠٠ - ٣٥٠ ريالاً للمتر الواحد وهو مصنوع من الصوف وبه نسبة من البوليستر والنايلون، ويزاحم السجاد البلجيكي والتركي والألماني والمصري الأسواق بأسعارها المعتدلة التي تتراوح ما بين ٦٠ - ١٠٠ ريال للمتر الواحد.

وتتنافس المحلات فيما بينها على تنوع أنواع الموكيت والسجاد من حيث النوعية والجودة والألوان وخدمات التوصيل و«الفرش»<sup>(٣٧)</sup> ومحلات السجاد والموكيت يكثر وجودها في أسواق مخصصة لها في المجتمعات التجارية، إضافة إلى وجود محلات كبيرة مشهورة، ترتبط عادة بمحلات الأثاث المنزلي الكبيرة ذات الشهرة. ويروج هؤلاء التجار لبيع سلعهم بالإعلانات في الصحف والصفحات الصفراء في دليل الهاتف واغراءات التخفيض الموسمية وخلافه، ورغم أن صناعة الموكيت والسجاد لاتقتصر على تآثيث بيت الزوجية، إلا أنها تنشط جداً في مواسم الأعراس، كما أوضحت لنا فئة من أصحاب المحلات والعاملين فيها. ويقدر حجم تعامل أصحاب محلات الموكيت والسجاد، الموجه لتآثيث بيوت الزوجية الجديدة، بحوالي عشرة ملايين ريال سنوياً في حده الأدنى.

أما الأثاث المنزلي فإن عدد المحلات وتنوعها يدلان على رواج هذه الصناعة، ففي جدة مايزيد عن عشرين محلاً كبيراً متخصصة في الأثاث المنزلي وعشرات المحلات الصغيرة وهي تتفاوت في نوعية ماتعرضه من بضائع وإن كانت جميعها تسعى إلى بيع كافة أنواع الأثاث من غرف نوم ومعيشة وضيوف وخلافه، ويرتادها مشتررون من فئات اجتماعية مختلفة بحسب أثمانها المتباينة على

أساس نوعية الخامة المستخدمة في التصميم والألوان ومتانة الصناعة وجودتها وغير ذلك من معايير .

وتتنوع غرف النوم المعروضة في الأسواق، وهي عادة مكونة من سرير ودولاب كبير بستة أرفف و٢ «كمودينة» وتسريحة وبعض الاكسسوارات، من حيث المواد التي تدخل في صناعتها، وطريقة الصناعة ومن ثم الأسعار. فغرف النوم المصنوعة من الخشب السنديان التي تتحمل الحرارة والبرودة والرطوبة، أسعارها تتراوح ما بين ٣٠.٠٠٠ - ٤٥.٠٠٠ ريال، أما الغرف المصنوعة من خشب الماجنو الخالص (المقاوم للماء والحرارة والرطوبة) فإن أسعارها تتراوح ما بين ٢٥.٠٠٠ - ٣٠.٠٠٠ ريال، أما إن كانت من قشرة الماجنو الأبيض فإن أثمانها تقل بحوالي ٥.٠٠٠ ريال، ويوضح أصحاب المحلات أن الأثمان إجمالاً في انخفاض، وأصبح المشترون يقبلون على غرف النوم المصنوعة من الخشب السويدي الأبيض بقشرة الماجنوم التي لا تتجاوز ١٥.٠٠٠ ريال أو من خشب اللاتيك وأسعارها تتراوح بين ٦.٠٠٠ - ١٠.٠٠٠ ريال أو حتى أقل، على أن في الأسواق بعض غرف النوم الراقية التي تزيد أسعارها عن ٣٠.٠٠٠ ريال، وغرف النوم لا يقبل عليها فقط الأزواج الجدد، وإن كانت تنشط المبيعات في مواسم الأعراس، ويقدر حجم المبيعات سنوياً في حدود ألف طقم للأر الجديدة، أي بدخل اجمالي لهذه الصناعة يتجاوز عشرة ملايين ريال.

إضافة إلى غرفة النوم، غالباً ما يُقبل العرسان الجدد على شراء أثاث الصالون لاستقبال الضيوف، وهو عبارة عن قطعة كنب كبيرة وأربع قطع صغيرة ومتوسطة وطاولة كبيرة وطاولتين من الحجم الصغير، وأثاث صالة الضيوف على أنواع منها المصنوع من خشب اللاتيك الإيطالي وتتراوح أثمانها من ٧.٠٠٠ - ١٦.٠٠٠ ريال أو ما هو مصنوع من خشب الكونتر وأثمانه ما بين ٥.٠٠٠ - ٨.٠٠٠ ريال وهناك أنواع أقل جودة تتراوح أسعارها من ٢.٥٠٠ - ٤.٠٠٠ ريال وتباع ألف صالة ضيوف سنوياً باجمالي يقدر بحوالي عشرة ملايين ريال.

ويستخدم «الباطرما» أو الجلسة العربية المطورة وهي عبارة عن مساند وجلسة مع طاولات صغيرة جداً تصنع من خشب الكونتر والاسفنج سوبر فوم بضغط مختلف كإثاث لغرف المعيشة وأحياناً للضيوف، وتتراوح أسعارها بحسب نوعية الخشب والقماش والتصميم ونوعية الاسفنج المستخدم، وهي ما بين ٩٠ - ١٢٠٠ ريال للمتر الواحد، ويقبل على هذا النوع من الجلسات التقليدية

الجميع تقريباً، وحجم مبيعاتها عالية، ويبيع منها للعrsان سنوياً في المتوسط ألف طقم، بدخل اجمالي في حدود أربعة ملايين ريال سنوياً.

واجمالاً تعود أسباب تفاوت واختلاف أسعار الأثاث إلى نوعية الخشب وعدد القطع والديكورات الجمالية والجهد المبذول ومدى الجودة والاتقان في صناعتها وشهرة المحل الذي يقوم ببيعها، ورغم أن غالبية الأثاث مستورد من الخارج فإن الأثمان متنافسة ويعمل أصحاب المتاجر على جذب المشتريين بأساليب مختلفة منها البيع بالتقسيط وعمل تخفيضات والاعراض بالاعلانات وأساليب العرض في معارضهم، خاصة المعارض الكبيرة.

أما فيما يتعلق بالأجهزة الكهربائية المنزلية، فإنه رغم انتشار أماكن توزيعها إلا أن الشركات التي تقوم باستيرادها أو تصنيعها محدودة ومعروفة بحسب الماركات التجارية. وتتنافس الماركات الأمريكية واليابانية والألمانية على اقبال المشتريين لهذه الأجهزة. وتستخدم هذه الشركات الكبيرة وسائل الاعلان المغرية سواء في التلفزيون أو الصحف أو الشوارع وخلافها وهي تتنافس فيما بينها في التخفيضات والاعراض لتحصل على أكبر حصة من السوق. والأجهزة التي لا يكاد يخلو بيت زوجية منها هي: المكيفات والثلاجة والتلفزيون والغسالة والمكنسة الكهربائية، أما المكيفات فهي من أحجام مختلفة وأثمانها تتراوح بين ١٠٠ - ٧٠٠٠ ريال للأحجام الكبيرة وتباع منها في حدود ثلاثة مكيفات للشقة الواحدة ويبيع منها في حدود ثلاثة آلاف وحدة في المتوسط. بسعر اجمالي يصل إلى أكثر من خمسة ملايين ريال.

الثلاجات تُعد من الأجهزة الكهربائية الأساسية في بيت الزوجية الجديد، وغالباً ماتشتري الأسرة ثلاجة واحدة، على الأقل. وتتراوح أسعار الثلاجات من الصغيرة جداً إلى الكبيرة ما بين ٤٠٠ - ٣٥٠٠ ريال ويقدر اجمالي المبيعات للأسرة الجديدة في المتوسط ٢ مليون ريال سنوياً، الغسالة يقبل عليها الجميع وهي على مقاسات وأحجام مختلفة وتتراوح أسعارها فيما بين ٤٠٠ - ٣٠٠٠ ريال واجمالي المبيعات للأسر الجديدة في المتوسط مليون ونصف ريال سنوياً، ويُعد وجود التلفزيون من المتطلبات الرئيسية وتختلف أحجامه وجودته ومن ثم أثمانه وهي اجمالاً تتراوح ما بين ١٠٠٠ - ٥٠٠٠ ريال ومتوسط المبيعات السنوية ثلاثة ملايين ريال سنوياً. وتشتري العديد من الأسر أيضاً مكنسة كهربائية تتراوح أسعارها ما بين ٢٥٠ - ١٠٠٠ ريال، واجمالي مبيعاتها السنوية أقل من مليون ريال سنوياً.

وغالبا ما تهتم الأسر بتأثيث مطبخ حيث، وتعد الأسواق بالعديد من الشركات العالمية المتنافسة منها: الدنماركية والألمانية والأمريكية وخلافها على هذه الصناعة. وتقدر قيمة المطبخ العصري في المتوسط في حدود ١٥٠٠٠ ريال، وإن كانت هذه المطابخ محدودة الانتشار بين أبناء الطبقة الوسطى، لكن اغراءات السوق ووجود تصاميم محلية بأسعار معقولة أدى إلى انتشارها ويقدر اجمالي مبيعاتها السنوية بحوالي ٢ ملايين ريال سنوياً وأكثر!

وتقدر تكلفة الأدوات المنزلية من طناجر وصحون وملعق وسكاكين وخلافه بحوالي أربعة آلاف ريال في المتوسط في الحد الأدنى، إضافة إلى ذلك هناك متطلبات فرش غرف النوم بالشراشف والمخدات والأغطية وغيرها وتقدر قيمتها في المتوسط ما بين ٣٠٠٠ - ٦٠٠٠ ريال، وهناك العديد من المتاجر التي تهتم بالترويج لزيادة الاقبال على هذه المنتجات، ويقدر اجمالي مبيعاتها السنوية في حدود ٢ مليون ريال في الحد الأقصى.

**صناعة الزفاف ودورها في تعضيد هذه الصناعة ونموها**

ويمكننا اجمالاً القول بأن أصحاب هذه المتاجر والخدمات حريصون على استمرار أوجه الصرف، بل وزيادتها وتطويرها فهي مصدرهم الوحيد للدخل، ومن أهم مصادر دخلهم، وهم يعملون على زيادة تنافس واقبال الأسر الجديدة على اعتبار هذه المصاريف ضرورية، لا بد منها من ناحية، ويسهلون أمرها بحيث تصبح واقعا لا يمكن رفضه أو العدول عنه. وهم وإن كانوا في الظاهر يتنافسون فيما بينهم كلاً في قطاعه، إلا أنهم يتحدون في أمرين.. أولاً: على أهمية توسع السوق وزيادة الاقبال على شراء سلعهم وخدماتهم عن طريق اعتماد كافة وسائل الاعلان والدعاية وتقديم الاغراءات والتسهيلات التي تساعد على زيادة فتح شهية الاستهلاك. ثانياً: أن يعملوا بشكل منسق ومتضافر مع الخدمات والسلع الأخرى، التي جننا على ذكرها. أي أن معظم هؤلاء التجار «يفكرون» رغم التنافس بينهم، من منطلق نسقي وعلى أنهم يمثلون صناعة متكاملة متعددة الجوانب، هدفها زيادة الأرباح من ناحية وتطوير الخدمات والسلع التي يقدمونها مع الاهتمام بالتفاصيل في ذلك، ومراعاة «مصلحة» الجمهور إلى مظاهر الانفاق المرفهة والتجديد في ذلك تأكيداً على التفرد والخصوصية الأسرية

لن نقول إن من يعملون في اطار هذه الصناعة يحاربون قيام أنظمة بديلة تخفض

التكاليف أو تيسر أمور نفقات حفلات الزفاف، لكن من الواضح أنهم لا يفكرون في الأمر بهذه الصورة، فهم لهم هم تجاري ربحي. ربما سنشهد، عند قيام جهود جادة في الاتجاه الآخر، فظهور نوع من المنافسة أو حتى المقاومة العلنية ضد ذلك الاتجاه. إذ من الواضح أن هناك استثمارات واسعة وجهوداً كبيرة بذلت لقيام هذه الصناعة التي يعمل فيها آلاف المدراء والعمال والفنيين والتي يبلغ حجم استثماراتها أكثر من مليار ريال سنوياً. كل هذه الحقائق تؤكد على أننا أمام قطاع استثماري مهم يشكل ضغطاً اقتصادياً على المستوى المحلي سيدافع عن مصالحه بوسائل مختلفة. إضافة إلى ذلك فإن هذا القطاع، تمكن من الولوج عميقاً في عقلية المشتري والمستهلك بحيث سيكون من الصعب على أي منافس آخر ازاحته عن الساحة الاقتصادية.

## عرسان وعرانس جدد: اسقاطات في دراسة حجم الطلب المتوقع في العقود القادمة.

تقدم وتوجه كافة الخدمات والسلع نحو فئات الشباب الذين في سن الزواج أو سيصبحون في تلك السن في العقدين القادمين، وكما هو معروف فإن سكان العالم العربي عموماً والخليجي خصوصاً هم من الشباب دون الخامسة والعشرين. وبالنسبة للمجتمع السعودي يوضح آخر تعداد مايلي:

### الجدول رقم (١) - توزيع السكان السعوديين

#### بحسب فئة العمر والجنس في المملكة العربية السعودية

فئات العمر	ذكور	إناث	الاجمالي
أقل من سنة	٢٢٣.٢٥	٢١٣٩٨١	٤٣٧.٠٦
١ - ٤	٨٧٣٤٨٨	٨٤٥٥٢٣	١٧١٩.١١
٥ - ٩	١.٦١٤٢٩	١.٤٦٢.٠٣	٢١.٧٦٣٢
١٠ - ١٤	٩١٣٩٥٦	٨٨٣.٥٢	١٧٩٧.٠٨
١٥ - ١٩	٦٦.٣٧٢	٦٧٤٧٨٤	١٣٣٤٩٥٦
٢٠ - ٢٤	٥٢٥٥٣٤	٥١٦٦١٥	١.٠٤٢١٤٩
٢٥ - ٢٩	٤١٥٤٤٣	٤٥٥٣٥٨	٨٧.٨.١
٣٠ - ٣٤	٣٢٦٩٣٣	٣٢.١٤٣	٦٤٧.٧٦
			٩٠٩٥٥٧٦٣٩

أي يوجد في المتوسط حوالي خمسة ملايين جوز عرسان على مدى العقدين القادمين وذلك دون حساب غير السعوديين، إذ بعضهم من المقيمين الدائمين واحتمال زواجهم داخل السعودية واستمرار العيش احتمال كبير ومن ثم اقبالهم على استخدام نفس الخدمات والسلع التي جئنا على ذكرها.

أما إذا أردنا أن نتعرف على من يدخلون سن الزواج خلال هذا العقد، فإن الجدول رقم (٢) الذي يقدم لنا احصائيات من كانوا من فئات الشباب ولم يسبق لهم الزواج من السعوديين، ويتضح أن هناك على الأقل حوالي مليون ونصف المليون من العرسان من السعوديين من هم في سن الدخول في عالم الزواج، رهنأ، بمعدل يزيد عن مائة وخمسين ألفاً من الأزواج في المملكة، مما يدل على أن هذه الصناعة لاتعاني من مشكلة طلب على ماتقدمه من سلع وخدمات وهي آخذة في الازدياد في العقود القادمة، هذا دون حساب المطلقين والمطلقات والأرامل.

الجدول رقم (٢) (٢٩) - توزيع السكان السعوديين (١٢ سنة فأكثر)

حسب حالتهم الزوجية والجنس والعمر

فئات العمر	ذكور لم يسبق لهم الزواج	إناث لم يسبق لهم الزواج	الاجمالي
١٤ - ١٢	٥٣٢٥٨٦	٥١٦١٤٤	١٠٤٨٧٣٠
١٩ - ١٥	٥٦١٦٦٩	٥٣١٢٤٠	١٠٩٢٩٠٩
٢٤ - ٢٠	٤١٣٥٧٤	١٧٢٢٣٧	٥٨٥٨١١
٢٩ - ٢٥	١٣١٤١٦	٤٥٥٣٥	١٧٦٩٥١
٣٤ - ٣٠	٣٠٦٢٤	١٣٢٣٩	٤٣٨٦٣
			٢٩٩٤٨٢٦٤

أما تحديداً في منطقة دراستنا، فإن التعداد يوضح مايلي:

الجدول رقم (٣) (٤٠) - توزيع السعوديين الذين لم يسبق لهم الزواج أو من المطلقين أو الأرامل وأعمارهم (١٢ فأكثر) في منطقة مكة

إمارة منطقة مكة	لم يسبق لهم الزواج		مطلقون		أرامل		الاجمالي
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	
	٢٣٤٣٣٧	١٦٠٠٨٦	٤٨٠٩	١١٠٦٨	٣٨٤١	٣٤٧٤٤	٤٤٨٨٧٥

يشكل هؤلاء، خلال هذا العقد، من يحتمل أن يدخلوا عالم الزواج، ومن ثم زبائن لصناعة الزفاف، ونحن لم ندخل أعداد غير السعوديين، وبذلك يكون معدل دخول هؤلاء عالم الأزواج سنوياً حوالي خمسة عشر ألف زوج عرائس، لنقل جديلاً أن من سيتزوج منهم في جدة حوالي ٩٠٠٠ زوج عرائس، وهذا يزيد كثيراً عن توقعات الدراسة الميدانية ومن ثم في تقدير مبيعات هذه الصناعة.

ونظراً لأن معدل الانجاب في المملكة يُعد من أعلى المعدلات، ويقدر في الوقت الراهن بحوالي ٧٢، فإن هذا يعني استمرار الزيادة في الطلب ولعقود طويلة قادمة، إضافة إلى تأخر سن الزواج لن يؤثر كثيراً، إذ لا يزال في المتوسط سن الزواج للإناث ما بين ١٨ - ٢٠ سنة وللذكور ما بين ٢٠ - ٢٢ سنة وهو مرتبط بالتعليم الجامعي على وجه الخصوص ودخول سوق العمل للذكور.

ويتضح لنا أن أعداد الشباب والصبايا الذين سيدخلون سن الزواج سيكون في تزايد في العقود القادمة، وهو لن يتراجع حتى ما بعد ٢٠٢٥، إذ ستكون القاعدة السكانية نفسها كبيرة، مما يجعلنا نميل إلى أن الارتفاع سيزداد حتى مع احتمال تدني معدلات الانجاب الحالية.

إذن فالطلب على عرض ماتقدمه صناعة الزواج سيستمر وبشكل قوي ولاكثر من عقد قادم، لكن وبسبب الظروف الاقتصادية العامة وتدني معدلات الدخل الفردي المتوقعة ولارتفاع بل مبالغة أعباء وتكلفة حفلة الزفاف واعداد بيت الزوجية الذي يقع بشكل رئيسي على كاهل العريس الذي غالباً لايتجاوز مرتبه الشهري، في حالة حصوله على عمر مستقر، في حدود أربعة آلاف ريال ونصف وهي لن تمكنهم من الوفاء بمتطلبات حفل الزفاف وتأسيس بيت الزوجية لسنوات طويلة! هذه الظروف القاسية قد تفرض على عدد كبير من الشباب ضرورة تأخير سن الزواج أو حتى العدول عنه حتى «تتيسر الأمور» أو «حتى اشعار آخر»، أو البحث عن أساليب أخرى تمكنهم من الماضي قدماً في طريق الزواج عن طريق المديونية، وبالفعل قامت عدة مشاريع تقوم بتقديم ديون ميسرة وإن كانت تشكل أقل من الحد الأدنى للمتقدمين للزواج أو الاستدانة بصورة مجحفة ك شراء سيارات بالتقسيط وبيعها بالنقد أو الدين بفائدة وبشروط تزيد من أعباء تلك الديون، مما سيجعل الأسرة الجديدة الناشئة تعيش لسنوات تحت ذل الدين واحتمال التقصير في الأولويات الضرورية في حياتها الأسرية.

على أن العديد من التجارب الجديدة والتي تلقى رواجاً متزايداً، بدأت بدائل جديدة

للزواج، تسعى لتجاوز التكاليف الباهظة التي جننا على ذكرها. ولعل أبرزها التأكيد على ضرورة تيسير وتبسيط الزواج وخصوصاً ما عُرِفَ بالزواج الإسلامي الذي يسعى أصحابه إلى تقليص النفقات وتقليل المصاريف ما أمكن. وتعد جمعيات مساعدة الشباب على الزواج وتيسيره وصناديق الزواج وغيرها من الجمعيات الخيرية من الأمثلة الرائدة، وهي لا تنتظر إلى الزواج بوصفه صناعة متكاملة ينبغي الاهتمام بكافة تفاصيله، دون التركيز فقط على توفير المهور أو بعض المصاريف فقط.

ومن الأفكار الجديدة الجديرة بالاهتمام والدراسة ما عُرِفَ بالزواج الجماعية أو الموسمية والتي تقيم حفلات زفاف لأعداد كبيرة من الشباب في مهرجان احتفالي يأخذ في الاعتبار كافة مظاهر الزواج ولكن بشكل جماعي ومن ثم بمبالغ رمزية، وغالباً ما تُشرفُ على ذلك جمعيات خيرية إسلامية.

وفي واقع الأمر، أمر الزواج لم يحظ باهتمام المجتمع وبالذات السلطات رغم أهميته وخطورته في مجتمعات تتميز بأن معظم أفرادها من الشباب وانتشرت فيها صناعة الزفاف ولم تعد قاصرة أو محدودة بدولة أو بالمدن وإنما تمكنت من تقديم خدماتها على نطاق واسع جداً بحيث أصبح نفوذها كبيراً جداً<sup>(٤٩)</sup> وليس بوسع جمعيات تقوم على تيسير الزواج أو تحمل بعض نفقاته أن تقوم بهذه المهمة. صحيح إن هذه الجمعيات أصبحت قادرة على التغلغل والنفوذ في أوساط بعض الشباب ووسعت من هامش عضويتها ومن ثم أعداد من يقبلون على الانتماء إلى كوادرها وتبني مقولاتها وشعاراتها مما يمكن أن يكون له صدى هام على مستوى تشكيل الجماعات، وخاصة ذات الأفكار المتطرفة أو الخارجة على مجتمع منكم بالاستهلاك.

وفي بعض الأقطار العربية، ويحتمل أن تنتقل العدوى إلى أكثرها، يسعى بعض الشباب وخاصة من الفئات الاجتماعية المتعلمة إلى قيام ما عُرِفَ بالزواج «العرفي» وهو وإن كان يحقق معظم الشروط الفقهية للزواج الصحيح، إلا إنه يخلو من التسجيل القانوني الرسمي، مما يجعله زواجاً شبه سري أو سري، وقد يسبب هذا النوع من الزواج وقوع مشاكل لاحصر لها، ولعل نموذج مايجري في جمهورية مصر العربية أنموذجاً ينبغي أن يُدرس لتلافي ما يترتب على ذلك من مشاكل.

وللأسف، ورغم المخاطر، فإننا لانجد في صناعة الزواج ولا في إطار الاستثمار القائمة من يعملون للدخول في مشاريع من شأنها الاستثمار في عالم الشباب من

خلال الزواج، خارج إطار الاستثمار الربحي الاستهلاكي الباذخ. فعلى سبيل المثال امتلاك شقة (وهو أمر شبه معدوم في بلدان الخليج على عكس ما هو قائم في معظم أنحاء العالم) أو منزل بأسعار العقار الحالي في الأسواق تجعل الأمر شبه مستحيل إن لم يكن مستحيلاً على الشباب لكن لو قامت مشاريع موجهة وبأقساط مريحة تضمن انخراط الشباب في وظائف أو أعمال ولفترات طويلة، فإن هذه الأعداد الكبيرة من الشباب ستمكن ليس فقط من الزواج وإنما أيضاً من الاستقرار العائلي وتأسيس حياة اجتماعية لا يخشى عليها من تأثير عناصر ذات اتجاهات راديكالية أو معارضة لتوجهات المجتمع، تتسلسل من خلال حاجات الشباب للزواج، وكفل فوق كل ذلك المجتمع بطاقات شبابية عاملة وبشكل مستمر.

علينا في الختام أن نكرر أن مسألة زواج الشباب وتأسيس حياة زوجية مسالمة في غاية الأهمية والخطورة وينبغي أن لا نترك على الإطلاق لنزوات السوق وأطماع المستثمرين والتجار، ويجب الاهتمام بها ضمن سياسات اجتماعية تسعى للتأكيد على استقرار الفئات في المجتمع لضمان استقراره وأمنه، نأمل أن يساعد ماوردناه في دراستنا على التعرف على الصورة الأكبر!

## الهوامش والتعليقات:

- ١ - أوبيكر أحمد باقادر، ويحيى تركي الخزرج. «تكاليف الزواج في مدينة جدة في التسعينات»، مجلة دراسات عربية، ع ٢٠١٤، ص ٣٢ - ١٩٩٥، ص ص ٤١ - ٥٤.
- ٢ - المرجع السابق، ص ٤٢ - ٤٣.
- ٣ - أوبيكر أحمد باقادر. «اتجاهات الزواج في مدينة جدة في ضوء عقود الزواج فيما بين ٧٩ - ١٩٩٠»، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ٦م، ١٩٩٣، ص ص ٢ - ٣٦.
- ٤ - انظر دراسة باقادر والخزرج، مصدر سابق، ص ص ٤٦ - ٥١.
- ٥ - تسعى بعض مكاتب الأسفار بعرض برامج مغرية لقضاء شهر العسل وبأسعار قد تجعل هذا القطاع من القطاعات التي ستتوسع في المستقبل.
- ٦ - انظر دراسة باقادر والخزرج، مصدر سابق، ص ص ٥٣ - ٥٤.
- ٧ - اعتمدنا في جمع المعلومات على فريق بحثي من طالبات الدراسات العليا لجمع البيانات خلال عام ١٩٩٦ الدراسي وفق خطة مبرمجة وتوزيع لكافة قطاعات هذه الصناعة.
- ٨ - انظر: عبدالله الفيصل وآخرون. «المهور في المجتمع العربي السعودي»، الرياض: جامعة الملك سعود - كلية الآداب - مركز البحوث، ١٩٨٥.
- ٩ - انظر دراسة أوبيكر باقادر. «اتجاهات الزواج»، ص ٢١.
- ١٠- تقصد بذلك أن قصر الأفراح قد يشتهر بتقديم خدماته لجماعة أو أئنية معينة أو طبقة أو فئة اجتماعية، يعرف ماتحتاجة ويسعى إلى إرضائها وتقديم ماترغب فيه.
- ١١- هذه جملة من الأعمال الرمزية التي تنتشر في الحجاز، يحملها موكب العريس وأهله إلى دار العروس

- لعة حفلة عقد القران، وربما كانت رمزية «ألْبواخر» أن أسرة العريس ستقدم ماتجود به البحار من سلع ومتاع فداء للعروس، أما المعاشر فهي جمع معشر وهو نوع من الأطباق الكبيرة تحمل فيها علب الحلوة.
- ١٢- بعض المأثونين قد يتجاوز مقدار ما يحصلون عليه عن عشرة آلاف ريال لكنهم الاستثناء.
- ١٣- المقصود بعلب الحلوة، علب أو إناء تذكاري بمناسبة حفلة عقد القران، وهي عادة ماتتغير بحسب الموضة والسائد في الأسواق، واليوم يروج ما يحلى منها بحكمة أو آيات قرآنية.
- ١٤- يقصد برعية الشبكة أو تبسي الشبكة وعاء تُحمل داخله مجموعة من الهدايا الثمينة مقدمة للعروس، ويقصد بالشبكة أو دخول العروس دائرة ولاية العريس وأنها أصبحت شرعاً زوجة له وإن لم يتم بعد حفلة الزفاف.
- ١٥- استخدام وسائل الاعلانات وفرض الموضة من الأمور التي تستحق الدراسة المستقلة، فمثلاً الموضة هذه الأيام أن تكون عربية الشبكة عبارة عن دولا ب صغير من ثلاث رفوف صغيرة الحجم مطعمة بالذهب ويظهر أنها فُرِضت على الأهالي، إذ شاهدها في أكثر من حفلة عقد قران في هذا الشهر، أكتوبر ١٩٩٨!
- ١٦- حفلة الحنة أو الفغمة هي حفلة واحدة وفيها تتم عملية حنى العروس في حفلة عائلية خاصة تحضرها نخبة من القريبات والصديقات، وغالباً ماتسبق الزواج بأيام وتلبس فيها فستان خاصة بالمناسبة!
- ١٧- «دولا ب» هو المصطلح الفني للمطبخ التقليدي الذي يقوم باعداد وجبات المناسبات السعيدة.
- ١٨- حلويات مكة التقليدية هي: اللدو واللبننة والمهجمية والسمسامية وطبطباب الخبة وغيرها من حلويات اختلفت بها مكة شرفها الله.
- ١٩- طعام الأعراس غالباً له خصائص مميزة، وغالباً مايكون من: الكابلي والبرياني في أماسي الصيف، والسليق والعربي في الشتاء ويصحب كل نوع من هذه الأطباق أنواع معينة من السلطة والفواكة أو الطلي.
- ٢٠- «المشاغل» جمع «مشغل» وهو مصطلح يستخدم للمكان الذي تتم فيه عملية خياطة وتصميم الملابس النسائية وهي صناعة أصبحت متقدمة في السعودية اليوم يشارك فيها محلياً بعض المصممين السعوديين ممن لهم شهرة عالية.
- ٢١- نقصد بالسائد عام ٩٧/٩٦ السنة التي أجرينا فيها الدراسة الميدانية، ولانعتقد أن موجة الموضة سريعة لدرجة أنها تجاوزت ماكان سائداً بشكل كبير.
- ٢٢- يختلف اقبال السيدات على شراء الذهب كماً ونوعاً، إذ نجد أن فئات البنو والحضارم وبعض الفئات الاجتماعية تقبل على شراء كميات مبالغ فيها من الذهب على حساب المجوهرات بينما تقبل الطبقات الراقية المتقدمة على المجوهرات على حساب الأعمال الذهبية الخالصة.
- ٢٣- أسواق الذهب تقابل ما عُرِف بالمدينة الإسلامية التقليدية «القيصيرية» وهي جزء من السوق يمكن اغلاقه بعناية زيادة في الحراسة والأمن.
- ٢٤- تُسمى هذه الموضات بأسماء طريفة ويركز فيها عادة على نوعية التصميم ومكان العمل، ومن التصاميم السائدة اليوم السنغافورية والكورية.
- ٢٥- «النقل» مجموعة من المكسرات التقليدية اضافة إلى حلويات عصرية غالباً ماتتغلف بأشكال جميلة زيادة في التاكيد على نوق وعناية أهل الزفاف بالمدعوات!
- ٢٦- «الكوشة» مصطلح يُطلق على المسرح المرتفع الذي تجلس عليه العروس والمطربة وفرقتها مع صفوة من المدعوات وغالباً ماتزين الكوشة بالورود ويكتب مريح.
- ٢٧- «زريبة» مكان لخبز المواشي المقدمة من بعض المدعوين كهدايا، وهي عادة تقليدية يعمل الضيوف فيها على مساعدة أهل الزفاف.

- ٢٨- «القسود» يقصد به الهدية التي أتى بها أو قادها الضيف معه، و«الرفد» الهدية المقدمة لأهل العريس أو العروس.
- ٢٩- في واقع الأمر هي أكبر مصدر من مصادر الانفاق، علماً بأنّها حتى الماضي القريب لم تكن من بنود الصرف إذ كانت البيوت والساحات المفتوحة هي التي تستخدم، ولبيتنا ن فكر في إنشاء ساحات في كل حي يمكن استخدامها وبشكل منظم للزواج والولائم.
- ٣٠- «الزفيفة» هي فنانة شعبية تستخدم مع فرقتهما الدفوف والأصوات فقط وغالباً ماينتشدن أهازيج وقصائد معينة تصاحب موكب العروسين ليلة حفلة الزفاف.
- ٣١- «العريون» هو مقدار محدد من النقود لضمان الجدية في طلب موعد محدد من المطربة أو خلافتها. أما «الأجرة» فهي المقدار المحدد إزاء خدمة أحياء حفلة الزفاف.
- ٣٢- «قوفل» نوع من أنواع المكسرات من الهند تقبل نساء الحجاز على استخدامه.
- ٣٣- «زفة» أداء موسيقي تقليدي يعتمد فقط على الدفوف والأصوات يصاحب موكب العروسين ليلة حفلة الزفاف.
- ٣٤- «الشريعة» المصطلح المحلي لتزيين العروس ووضع المكياج وتصفيف الشعر ولبس فستان الفرح.
- ٣٥- «طلعة» مصطلح محلي يقصد به أن تظهر العروس في أناقة وجمال أخاذ.
- ٣٦- انظر باقادر. «اتجاهات الزواج»، مصدر سابق، ص ٢٤.
- ٣٧- «الفرش» يقصد به تقطيع ولصق الموكيت في الأماكن المطلوبة وبطريقة جميلة في المنزل وغالباً ما يتم تثبيت الموكيت بالفراء وتُدفع أجرة مستقلة لذلك.
- ٣٨- انظر النتائج التفصيلية للتعداد العام للسكان والمساكن في المملكة العربية السعودية، الرياض: مصلحة الإحصاء العامة، وزارة التخطيط، ١٩٩٢، جدول رقم (٢) ص ٢٦، والجدول المقدم جزء الأصل.
- ٣٩- المرجع السابق، الجدول (٥ - ١) ص ٤٢، والجدول المقدم من الجدول المقدم في الأصل.
- ٤٠- النتائج التفصيلية للتعداد العام للسكان والمساكن في منطقة مكة المكرمة، الرياض: مصلحة الإحصاء العامة، وزارة التخطيط، ١٩٩٢م، جدول (٥ - ١) ص ٣٧، والجدول منتزع من الجدول الأصلي الذي يقدم كافة الأعمار.
- ٤١- لاحظت انتشار قصور الأفراح وصلات الزفاف في الفنادق في معظم مدن المملكة بل وقرأها والأمر انتشر إلى غالبية الدول الخليجية والعربية.