



جمعية أمسياء مصر (التربية عن طريق الفن)  
المشهرة برقم (٥٣٢٠) سنة ٢٠١٤  
مديرية الشؤون الإجتماعية بالجيزة

## اتجاهات طلاب كلية التربية الفنية جامعة حلوان نحو ثقافة ترشيد الاستهلاك

Attitudes of students of the Faculty of Art Education - Helwan  
University towards a culture of rationalization of consumption

أ.م.د/أماني سمير داود فريج

أستاذ أصول التربية الفنية المساعد - قسم علوم التربية الفنية - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

## إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية – جامعة حلوان نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك

Attitudes of students of the Faculty of Art Education - Helwan University towards  
a culture of rationalization of consumption

### مقدمة:

تلعب القيم دوراً بارزاً فى حياة الأفراد، فهى بمثابة المعيار الذى يحكم تصرفات وإتجاهات الأفراد نحو مواضيع ومواقف، ومعتقدات، وأحكام. وهى تمثل الجانب المعنوى للسلوك الإنسانى، وهى أساس السلوك عند الإنسان. ويمكن القول إن القيم تشكل مضمون الثقافة ومحتواها. وتلعب القيم دوراً بارزاً فى تحديد سلوك الفرد، وفى تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها فى إطار معيار صحيح، كما تعمل على إصلاح الفرد نفسياً وخلقياً وتدفعه إلى العمل وتوجه نشاطه، وتضبط دوافعه وشهوته ومطامعه، وتوجهه نحو الحق والخير والواجب.

وتعمل القيم على "حفظ نشاطات الأفراد وبقائها موحدة ومتناسقة، وصيانتها من التناقض والأضطراب، أما على المستوى الأجتماعى، فالقيم تحفظ على المجتمع تماسكه، إذ تحدد له أهدافه ومثله العليا ومبادئه المستقرة، وبالتالي يستقيم المجتمع فى وحدة واحدة تحفظه من التشرذم والفرقة، وترتبط أجزاء ثقافة المجتمع بعضها بعضاً حتى تبدو متناسقة، وتعطيها أساساً عملياً يستقر فى أذهان أفراد المجتمع، وذلك لكون الثقافة تحتكم لمعايير موضوعية منضبطة تقبل المتسق مع قيم المجتمع وتنبذ ما ينافرها، وتساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التى تحدث فيه، وذلك بتحديد الأختيارات الصحيحة التى تسهل على الناس حياتهم، وتحفظ للمجتمع استقراره وكيانه فى إطار موحد، وذلك لكون القيم بمثابة الميزان الذى توزن به الأشياء، وبالتالي تعد معياراً لما يقبل أو يرفض من السلوكيات. "

(إيمان محمد رضا التميمي، ٢٠١٥)

وعليه تكون للقيم القوة والتأثير على الجماعة بما لها من صفة الضرورة والإلزام والعمومية ، وأى خروج عنها يصبح بمثابة خروج عن أهداف الجماعة ومثلها العليا.

أما الإتجاهات فهى تنظيم متناسق من المفاهيم والمعتقدات والعادات والدوافع بالنسبة لشيء محدد، وهى تمثل فى الأساس "وجهة نظر" الفرد بالنسبة لهذا الشيء، فهى الميل أو الأستعداد المسبق للاستجابة لبواعث معينة وأحداث حدثت فى الماضى وتعتمد فى الأساس على قيم الفرد وتزداد قوة ورسوخاً بها. والإتجاهات تختلف عن القيم التى تتعلق بأمر عامة وأشياء محددة ومجردة مثل قيمة الصدق، والأمانة، والإخلاص. ولذا فالإتجاه هو درجة الشعور الإيجابى أو السلبى المرتبط ببعض الموضوعات التى يمكن أن يثار حولها الجدل والمناقشة ، وهو أيضاً مجموعة من استجابات القبول أو الرفض التى تتعلق بموضوع جدلى معين أو ميل عام يكتسبه الفرد ويؤثر فى دوافعه ويوجه سلوكه.... فالإتجاهات مكتسبة

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

وليست فطرية، فالفرد يدركها أولاً بناء على اتصاله بعناصر البيئة المحيطة به ، وقد يدور الإتجاه حول نوع معين من الأشخاص أو الجماعات أو القيم الاجتماعية ثم يميل نحو شيء آخر ثم يستقر هذا الميل على اختلاف درجاته وأنواعه . . أن الإتجاه - كما اشرنا - هو موقف "وجهة نظر" الإنسان إزاء شيء أو موضوع أو إنسان ما، وهو لا ينشأ من فراغ ولا يتجه إلى فراغ، ولكن الإتجاهات ظواهر اجتماعية تتم في إطار تفاعل الإنسان مع غيره وتوجهه وسلوكه تجاه الغير .

**خلفية المشكلة:**

يتسم عالمنا المعاصر بتحولات في القيم الثقافية Cultural Values Shifts - تغييرات ثقافية سريعة ومتلاحقة - في ظل نظام العولمة وتحدياتها الثقافية، يصاحبها اهتزاز في القيم والإتجاهات التقليدية وأنماط السلوك العام. ترتب عليه ظهور كثير من المشكلات النفسية والاجتماعية التي تنعكس آثارها على قيم الأفراد وسلوكهم وإتجاهاتهم ومن ثم أفعالهم.

أمسينا نقضى ساعات أمام أجهزة المحمول والتلفزيون بقنواته الفضائية الذي يقدم صوراً بل وإعلانات لتسهيل عمليات الشراء والأستهلاك، فتزايدت النزعة الأستهلاكية بصورة كبيرة في الآونة الأخيرة، وتحول الأستهلاك إلى سلوك مرضى وظاهرة سلبية تؤثر على الأفراد والمجتمعات، فكل ما هو قيم وأصيل يتراجع أمام ما هو حديث وسريع، بالإضافة إلى وجود وفرة في السلع وسهولة تسويقها في كل مكان مع تسهيلات في الشراء، فتحول الأستهلاك إلى هدف في حد ذاته وزاد الطموح الأستهلاكي المرتبط بالتباهى والمكانة الاجتماعية والرغبة في مجاراة المجتمع، إذ تحول الإستهلاك إلى ثقافة مفروضة على الأفراد بدلاً من كونه ثقافة اختيارية تخضع لمعايير العقل والمنطق، وأصبحنا نسمع الكثيرين يرددون أنه ليس هناك مايشعرهم بالرضا مثلما يفعل الإستهلاك والشراء، على الرغم من أن الأقتصاد الأستهلاكي مصمم في الأساس لمضاعفة عدم رضاء المستهلك ومن ثم اعتماده عليه سعياً لمزيد من العمليات الإستهلاكية.

فاتسعت الفجوة بين ما يفتنيه الفرد وبين دخله الفعلى، نتيجة للإغراء المستمر بواسطة وسائل الأعلام لتوريط المستهلك لشراء مستلزمات أكثر من احتياجه او اشياء غير ضرورية مما يعود بالضرر على اقتصاد الفرد وبالتالي الأسرة ومن ثم المجتمع اذا لم يتمكن الأفراد من السيطرة على رغبتهم الإستهلاكية في مجتمع استهلاكي مادي.

شباب اليوم قد نشأ في عالم مملوء بالإعلانات لدرجة إنها أصبحت جزءاً من خلفيتهم البصرية والسمعية، بل وتعتبر الصور في وقتنا الحالى- هي المفتاح الرئيسى للنظام الثقافى العالمى الجديد باعتبارها أصولاً ثقافية يتم تسويقها عالمياً، وأصبحت الصورة من عموميات الثقافة العالمية العامة، وتعد مصدراً أساسياً في تكوين الإتجاه وتشكيل الوعى الجمعى من خلال ما تبثه تلك الصور من قيم ورموز لها مغزاها.

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

ومن خلال هذه الصور يتم تسويق السلع العالمية بل والمحلية أيضاً، إذ فتح أمامها مجالاً أوسع لتسويق وعرض السلع على نطاق أكبر بالإتفاق مع شركات شحن لتسهيل توصيل هذه السلع للمستهلك.

"لم يقتصر أثر النزعة الاستهلاكية في الإحساس بالنفس على ربط التقدير والمكانة والرضا بامتلاك الأشياء والحصول المستمر على المزيد منها، وإنما تعدى ذلك إلى «تسليع» الذات. وأثرت المادية والضغط الاستهلاكي في نظرة الإنسان لنفسه، في تقديره لها وإحساسه بمكانته، فامتلاكه للأشياء وحصوله عليها أصبح يحتل مكانة عليا في إحساسه بالرضا والأمان والثقة، ليس هذا فحسب بل أصبح ينظر لجسده على أنه شيء مادي خاضع للتقييم والمقارنة.

تتلاعب الإعلانات بـ«صورة الجسد» فتضع الناس تحت ضغط صور مثالية، ثم تقدم عروضاً ترويجية للجسم بإفراط في التبسيط والتخييل، تصور تقنيات التخسيس وجراحات التجميل والملابس وأدوات الزينة وغيرها على أنها ستجعل الناس ينظرون للشخص نظرة مختلفة، وستسهل طريقه للمتعة المنشودة". (مى عباس ، ٢٠١٨)

الثقافة الاستهلاكية بما تتضمنه من رموز وافكار وقيم دخيلة على مجتمعنا هي بمثابة غزو فكري يحمل نظاماً اختراقياً مخططاً، يهدف إلى الهيمنة وتغيير الفكر السائد اعتماداً على تكنولوجيا الأتصال الحديثة ودراسة ثقافة المجتمعات وشخصية الجمهور المستهلك من خلال تتبع نشاطه الإلكتروني.

ف نجد أن الثقافة التقليدية التي تحكم الأسواق قد تبدلت بنوع آخر مستحدث من الثقافة التي تجرد الأفراد تدريجياً من معتقداتهم وهويتهم، وتلغى مسألة الخصوصية الثقافية والتاريخية، من خلال القدرة على ابتكار وسائل أكثر ترغيباً وأقوى تأثيراً على "غسل أدمغة" البشر وتفكيك أفكارهم واختراق عقولهم بهدف تصنيع ثقافة استهلاكية قابلة للتعميم والانتشار.

لقد صارت الإشكالية التي تواجه البلاد النامية، تتمثل في ضعف قدراتها الإنتاجية وهدر إمكانيات تقدمها، هذا إلى جانب ما تتعرض له من إختراق ثقافي بهدف توسيع دائرة الأستهلاك التي تلتهم كافة مقومات التنمية الحضارية وتعزو ثقافة هذه المجتمعات وخصوصياتها.

#### مشكلة البحث:

"للإستهلاك قيمه وقوانينه، وحالة الإغراق في الأستهلاك تتناسب عكسياً مع الحفاظ على المقتنيات وإصلاحها وتطويرها، مدمن الأستهلاك لا يعرف كيف يصلح شيئاً، بل يلقي به ويشترى غيره مهما كان العطل بسيطاً، فلم يعد الإصلاح مهارة وذكاء، بل ربطته ثقافة الأستهلاك بصفات ذميمة، . . ولننخيل إنساناً يزدرى فكرة إصلاح الموجود، لصالح شراء الجديد؛ كيف ستكون علاقاته الاجتماعية إن منظومة القيم التي ينتهجها إنسان ما لا تؤثر على جزء من حياته دون آخر، والعادات السلوكية لا ينحصر تأثيرها في زاوية واحدة، ومن هنا فإن ثقافة الأستهلاك ليست عادة في التسوق فحسب، وتداعياتها لا تقتصر على

الجانب الأقتصادي وحده، بل تتعداه إلى أمور أخطر مثل التعامل مع الإحباط، وطريقة تقييم الأشياء، وسلم الأولويات، ومعايير تقدير الشخص لذاته وللآخرين" (مى عباس، ٢٠١٨)

وطالب كلية التربية الفنية - أثناء دراسته بالكلية - يتعامل مع العديد من الخامات والأدوات الفنية، ويحتفظ ببواقي الخامات بل ويجمع بعض المستهلكات أيضاً مثل العلب الفارغة والمجلات وبواقي الأقمشة والجلود وقطع البلاستيك والزجاج والزلط والقواقع . . وغيرها، وينتج منها - بعد إعادة تدويرها - لوحات ومشغولات فنية جميلة. إن طبيعة الدراسة بالكلية وإمكانية إنتاج أعمال فنية جميلة ببواقي الخامات لها أثر عميق - من وجهة نظر الباحثة - فى تشكيل وتوجيه طالب الكلية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك، مما ينعكس إيجابياً على شخصية الطالب وسلوكه ومعاييره الحاكمة وإتجاهاته.

من هنا سعت الباحثة للبحث فى هذا المجال لمعرفة إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك، ومن ثم السعى لتطوير العادات الإستهلاكية من خلال التوعية ودعم دور التربية بوجه عام، والتربية الفنية بوجه خاص، فى مواجهة الثقافة الأستهلاكية.

وعليه تتحدد مشكلة البحث فى الإجابة عن السؤال التالى:

ماهى إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك؟ . . وينقسم هذا السؤال إلى شقين:

١- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إتجاهات طلاب (الفرقة الأولى والخامسة) بالكلية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك؟

٢- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إتجاهات طلاب الكلية (ذكور وإناث) نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك؟

**فروض البحث:**

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إتجاهات طلاب (الفرقة الأولى والخامسة) بكلية التربية الفنية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك، لصالح طلاب الفرقة الخامسة.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية (ذكور وإناث) نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك، لصالح البنات.

**أهداف البحث:**

١- الكشف عن إتجاهات طلاب (الفرقة الأولى والخامسة) بالكلية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.

٢- الكشف عن إتجاهات طلاب الكلية (ذكور وإناث) نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.

**أهمية البحث:**

١- يعد من أوائل البحوث التى تكشف عن إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية - جامعة حلوان، نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.

٢- السعى إلى إضافة دراسة علمية جديدة لتكون مدخلاً لدراسة الثقافة الاستهلاكية من أبعاد متعددة.

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

٣- دعوة طلاب الكلية كأفراد في المجتمع إلى ترشيد وتنظيم عملياتهم الاستهلاكية.

٤- ترسيخ إتجاه إيجابي لدى الطلاب نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.

٥- المساهمة في تطوير العادات الإستهلاكية للشباب.

#### حدود البحث:

- حدود موضوعية: يقتصر البحث على الكشف عن إتجاهات طلاب الفرقة الأولى والفرقة الخامسة بكلية التربية الفنية - جامعة حلوان نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.

- حدود زمانية: تم تنفيذ هذا البحث في العام الجامعي ٢٠٢١/٢٠٢٢م.

- حدود مكانية: يقتصر البحث على كلية التربية الفنية - جامعة حلوان.

#### منهج البحث:

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي، من حيث الكشف عن إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية - جامعة حلوان نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.

#### أدوات البحث:

قامت الباحثة بعد الرجوع للمراجع والأبحاث العلمية المتخصصة في مجال القيم والإتجاهات وكذلك الثقافة الإستهلاكية، بما يلي:

- تصميم استمارة استبيان لجمع آراء طلاب (الفرقة الأولى والفرقة الخامسة)، (ذكور وإناث) بكلية التربية الفنية - جامعة حلوان، لمعرفة إتجاهاتهم نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.

#### مصطلحات الدراسة:

##### ١. مفهوم الإتجاه Attitude:

يعنى التوجه نحو موضوعات معينة أو مواقف ذات صبغة انفعالية وذات دوام نسبي، وتؤدي إتجاهات الأفراد دوراً كبيراً في شتى مناحي الحياة، كما أن لها دوراً هاماً في توجيه سلوكهم، وهناك العديد من التعاريف التي تناولت مفهوم الإتجاه سيكولوجياً بإعتباره شعوراً نفسياً، أو إجتماعياً على اعتبار انه استجابة الفرد التي يجسدها السلوك الإجتماعي، "فالإتجاه عبارة عن حالة من الإستعداد العقلي والعصبي نشأت من خلال التجارب والخبرات السابقة التي مرت بالإنسان، وهو يؤثر تأثيراً ديناميكياً في استجابات الفرد ازاء جميع الموضوعات والمواقف التي لها علاقة به"

(صلاح مخيمر، عيد مخائيل رزق، ١٩٦٠، ص١٤٧)

"إن للإتجاه عناصر ثلاث هي :- الفكرة والمشاعر والميل للسلوك فالعنصر الفكري هو العنصر الذي يمثل المنطق، أما عنصر المشاعر فيعبر عن الجانب العاطفي غير العقلاني والذي يعكس ما يحمله الإنسان من حب وكراهية مثلاً بالنسبة على الإتجاه بغض عن التحليل الموضوعي، أما عنصر الميل

فيعبر عن مدى استعداد الإنسان للعمل والتعرف وفق للعنصرين السابقين إلى مدى استعداده لتنفيذ وجهه نظره عملياً" (شعبان علي حسين ، ٢٠٠٢)

والمفهوم الإجرائي للإتجاه يمثل جملة من الميول والمعتقدات والمشاعر والتصورات التي على أساسها يتخذ طالب كلية التربية الفنية موقفه السلوكي من الإستهلاك، وقد يكون موقفاً إيجابياً يتمثل في الإدخار وترشيد الإستهلاك، أو سلبياً يتمثل في عدم ضبط الإنفاق ومن ثم استهلاك الموارد والخامات، هذا الموقف تحكمه جملة من العوامل الإجتماعية والثقافية التي تساهم في تشكله وعلى أساسها يبنى السلوك الإستهلاكى . . فهو إتجاه أو ميل نحو قيم أو معتقدات معينة تحدد سلوك طالب كلية التربية الفنية نحو الثقافة الإستهلاكية.

## ٢. طلاب كلية التربية الفنية Faculty of Art Education's students:

هم الشباب الجامعي بكلية التربية الفنية، والشباب هم الفئة المستهدفة التي يبتث لها الغرب ثقافة الإستهلاك، ولا نعنى بهذا المصطلح أن ننظر للطلاب كفئة عمرية أو إجتماعية لها خصائصها النفسية والسلوكية المميزة فقط، ولكن أيضاً على اعتبارهم عنصراً هاماً في بناء النسق الأجتماعى للمجتمع.

## ٣. الثقافة الأستهلاكية Consumption Culture :

الثقافة هي طريقة الحياة فى المجتمع، بجوانبها المادية والمعنوية. وثقافة الإستهلاك هي تلك الجوانب الثقافية المصاحبة لعملية الإستهلاك، أو هي "مجموعة من الرموز والأفكار والقيم القادرة على نشر النزعة الأستهلاكية والبحث عن السلع المطلوبة فى الأسواق؛ فثقافة الاستهلاك تشير إلى مركب ثقافى يستخدم أساليب متنوعة لإنتاج مواد إعلامية معينة ومن ثمة تعميمها، أو هي نظام ثقافى يهدف لتغيير الواقع وخاصة الثقافى منه لتقبل مخرجات السوق ومنتجاتها بالإعتماد على وسائل الأتصال التكنولوجية الحديثة؛ هذه الأخيرة هي الميكانيزم الأساسى بالنسبة للثقافة الأستهلاكية الجماهيرية المادية بشكل عام" (الخنساء تومى، ٢٠١٧)

## ٤. ثقافة ترشيد الإستهلاك Consumption Rationalization Culture :

لا نعنى بترشيد الإستهلاك البخل وقلة الإنفاق، لكننا نعنى بثقافة ترشيد الإستهلاك إدارة الفرد للموارد والأموال بطريقة وسطية دون الإسراف ودون البخل والشح، وتعرف الباحثة ثقافة ترشيد الإستهلاك إجرائياً على أنها المعرفة والوعى والمكتسب الذى يوجه الفرد لضبط وإدارة سلوكه الإستهلاكى بصورة معتدلة، الأمر الذى ليس فيه غلواً ولا تقصيراً.

الدراسات المرتبطة:

أولاً: دراسات تبحث فى القيم والإتجاهات:

- دراسة Sanders, D.& Morrison Shetlar, A. - ٢٠٠١ ، بعنوان "إتجاهات الطلبة نحو تعلم مادة الصحافة من خلال الإنترنت"، وتهدف إلى الكشف عن إتجاهات وسلوك الطلبة نحو تعلم مادة

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

الصحافة من خلال الإنترنت، وأكدت الدراسة أن اتجاهات الطلبة نحو التعلم بهذه الطريقة كان ايجابياً بشكل عام، وتوصلت إلى أن الفتيات أظهرن اتجاهات أكثر تفضيلاً نحو التعليم باستخدام الإنترنت، وخاصةً أثناء الدرس، كما انهن أكثر ايجابية في استخدامه مقارنةً بالذكور.

(Sanders, D. & Morrison Shetlar, A. 2001)

- دراسة خالد سعد عايض العتيبي - ٢٠٠٤، بعنوان "إتجاهات طلاب وطالبات الجامعة نحو مرتكبي الجريمة"، وتهدف إلى معرفة موقف طلاب وطالبات الجامعة في مدينة الرياض نحو مرتكبي الجريمة، وكذلك التعرف على موقف طلاب وطالبات الجامعة من دور المؤسسات الاجتماعية في تشكيل السلوك الأجرامي، وأيضاً معرفة موقف طلاب وطالبات الجامعة من المجرم التائب المتدين، والتعرف على أهمية وسائل الإعلام المختلفة في قدرتها على تغيير إتجاهات المجتمع نحو المفرج عنهم بما يساعد على تقبلهم من المجتمع، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج، أهمها: أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب وطالبات الجامعة في إتجاهاتهم نحو مرتكبي الجريمة، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب وطالبات الجامعة في إتجاهاتهم نحو توبة المجرم وتدينه، وإن أهم مؤسسة اجتماعية مسؤولة عن انحراف السلوك وارتكاب الجريمة هي الأسرة ثم الأقران والزملاء، كما أكدت الدراسة على أهمية الدور الذي يقوم به الإنترنت كوسيلة إعلامية تستطيع أن تساعد على تغيير الإتجاهات السلبية لدى الأفراد.

(خالد سعد عايض العتيبي، ٢٠٠٤)

- دراسة هيام أنور أحمد أبو زيد - ٢٠١٦، بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل إتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية، تهدف الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل إتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية، وكان من بين نتائجها أنه توجد علاقة ارتباطية دالة بين حجم اهتمام الشباب بمتابعة الأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين حجم التأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) المترتبة على هذا الإهتمام، وأنه توجد علاقة ارتباطية دالة بين حجم اهتمام الشباب بمتابعة الأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة إتجاهاتهم نحو الإزمات السياسية. (هيام أنور أحمد أبو زيد، ٢٠١٦)

- دراسة يسرا محمود صبيح وغادة أحمد عبدالرحمن - ٢٠١٩، بعنوان "إتجاهات الشباب نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الحوار"، وتهدف إلى قياس إتجاهات الشباب نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الحوار، وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتفاع في نسبة استخدام الشباب من الجنسين لمواقع التواصل الاجتماعي، وأشارت إلى حصول مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الدردشة على نسبة كبيرة من اهتمام الشباب، وكذلك المواقع الرياضية ومواقع الأغاني، كما أشارت إلى ارتفاع معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أوضحت أن الشباب من الذكور يشاركون في مناقشة القضايا والموضوعات المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التعبير عن وجهة

(AmeSea Database - ae - January- 2022- 558)



نظرهم تجاه هذه القضايا ويفارق واضح عن الإناث، بينما الإناث عينة الدراسة يشاركون في مناقشة القضايا والموضوعات المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الحصول على معلومات حول الموضوع المطروح، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن القضايا السياسية على رأس القضايا التي ترتبط بشكل كبير بتدنى مستوى الحوار الدائر بشأنها، يليها في المركز الثاني القضايا الفنية.

(يسرا محمود صبيح وغادة أحمد عبدالرحمن، ٢٠١٩)

### ثانياً: دراسات تبحث في الإستهلاك والثقافة الإستهلاكية:

- دراسة فراس عباس البياتي وفانز محمد داود: ٢٠١٦، بعنوان "النمو السكاني وثقافة الإستهلاك - دراسة ميدانية في مدينة أربيل"، وتهدف إلى التعرف على العوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المؤثرة في الإستهلاك، والكشف عن ثقافة الإستهلاك لدى السكان في مدينة أربيل، والتعرف على حماية المستهلك وحقوقه، وكان من أهم نتائجها إن هناك تبايناً في إجابات الباحثين حول مواكبة الحداثة في الإستهلاك الأساسي الضروري، وأن نسبة (64.5%) يفضلون مواكبة الحداثة في الإستهلاك الأساسي والإستهلاك المظهري وهي النسبة الأعلى، وهذا مؤشر هام على تنامي الوعي الإستهلاكي لسكان مدينة أربيل، وأن هناك تباين في دوافع الإستهلاك لدى الباحثين، في اقتناء الحاجات الحديثة على اختلاف أنواعها وأشكالها، إن دافع (إشباع الحاجات الحياتية) احتل المرتبة الأولى من التسلسل المرتبي لدوافع الإستهلاك للمبجوثين، وجاء دافع (الحصول على الراحة النفسية في الإستهلاك) في المرتبة الأخيرة.

(فراس عباس فاضل البياتي، فانز محمد داود، ٢٠١٦)

دراسة نجوى الشايب - ٢٠١٦ بعنوان "ثقافة الإستهلاك الترفي في الريف المصري"، وتهدف إلى الكشف عن العوامل التي اسهمت في تشكيل الثقافة الإستهلاكية في مجتمع الدراسة، وكذلك رصد أهم مظاهر الإستهلاك الترفي ودلالاته الرمزية، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود عوامل بنائية اقتصادية واجتماعية وثقافية ساهمت في تشكيل ثقافة الإستهلاك عامة حيث لم تعد القرية بمعزل عن العالم الخارجي، وفي محاولة التقليد والمحاكاة والرغبة في الأقتناء وإثبات الذات الطبقيّة أو التشبه بها، تتولّد ممارسات متعلقة بالسلوك الإستهلاكي الذي يصبح مع الأستمرار فيه سلوكاً عادياً، ويدخل كعنصر أساسي في التكوين الثقافي، ويتولّد معه ثقافة استهلاكية خاصة.

وفي ضوء نتائج هذه الدراسة يمكن توقع استمرار هذه الطبقة مستقبلاً في ثقافتها الإستهلاكية الترفية خاصة جيل الشباب. (نجوى الشايب، ٢٠١٦)

- دراسة رويدة أحمد محمد عيفة - ٢٠١٧ بعنوان "ثقافة الإستهلاك في المجتمع الليبي"، وتهدف إلى التعرف على عوامل تغير نمط الإستهلاك بالمجتمع الليبي منذ ما قبل ثورة الفاتح من سبتمبر ١٩٦٩ وحتى الوقت الراهن، كما تهدف الدراسة إلى التعرف على ملامح ثقافة الإستهلاك، وعوامل أنتشار ثقافة

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

الأستهلاك بمجتمع البحث، وهل يشهد مجتمع البحث ثقافة أستهلاك طبقاً لمقولات نظرية عمومية ثقافة الأستهلاك، وتوصلت إلي استنباط عوامل ثقافة الأستهلاك لمصادر الإنفاق الأستهلاكي للأسرة اللببية، والعوامل التي أدت إلي انتشار ثقافة الأستهلاك وزيادة معدلاته في مجتمع البحث.

( رويده أحمد محمد عيفة، ٢٠١٧ )

### ثالثاً: دراسات تبحث في القيم والإتجاهات وعلاقتها بالإستهلاك:

- دراسة **لونيس علي: ٢٠٠٧**، بعنوان "العوامل الأجتماعية والثقافية وعلاقتها بتغير إتجاه سلوك المستهلك الجزائري" وتهدف إلي الكشف عن العلاقة الموجودة بين العوامل الأجتماعية والثقافية وتغير إتجاه سلوك المستهلك الجزائري بالنسبة للسلع والخدمات من خلال الإجابة عن جملة من التساؤلات الفرضيات العلمية التي تتعلق بطبيعة هذه العلاقة، وتوصلت الدراسة إلي أن هناك علاقة بين العوامل الأجتماعية وتغير إتجاه المستهلك الجزائري بالنسبة للسلع والخدمات وفق المتغيرات التالية: الجنس، المستوى التعليمي، المستوى السوسيو-اقتصادي، وأن هناك علاقة بين العوامل الثقافية وتغير إتجاه المستهلك الجزائري بالنسبة للسلع والخدمات وفق المتغيرات السالفة الذكر. (لونيس علي، ٢٠٠٧)

- دراسة **إيمان عبد السلام عبد القادر، ٢٠٠٨**: بعنوان " إتجاه السيدات نحو ترشيد الأستهلاك الملبيسي عن طريق الأستفادة من الملابس الغير مستخدمة" ، وتهدف إلي التعرف علي إتجاهات سيدات محافظة جدة نحو ترشيد الأستهلاك الملبيسي والكشف عما إذا كان هناك فروق دالة في هذه الإتجاهات للسيدات باختلاف أعمارهن، وكذا بين السيدات العاملات وغير العاملات، وأيضاً بين السيدات في المستويات الأقتصادية المختلفة والمستويات التعليمية المختلفة، وكذلك بين السيدات اللاتي لديهن دراية بفن التفصيل واللاتي ليس لديهن دراية بفن التفصيل، وتوصلت إلي وجود فروق دالة بين متوسطي درجات العينة (العاملات وغير العاملات) نحو ترشيد الأستهلاك الملبيسي عن طريق الأستفادة من الملابس الغير مستخدمة لصالح السيدات العاملات، كما أشارت إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين السيدات في فئات العمر المختلفة وإتجاهاتهن نحو ترشيد الأستهلاك الملبيسي عن طريق الأستفادة من الملابس الغير مستخدمة ، كما دلت دلالة الفروق بين متوسطات درجات العينة تبعاً لمستوى تعليمهن وإتجاهاتهن نحو ترشيد الأستهلاك الملبيسي عن طريق الأستفادة من الملابس الغير مستخدمة لصالح السيدات اللاتي حصلن علي قسط اكبر من التعليم، كما أوضحت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات العينة للمستوى الأقتصادي ودخل الأسرة وإتجاهات سيدات مدينة جدة نحو ترشيد الأستهلاك الملبيسي عن طريق الأستفادة من الملابس الغير مستخدمة لصالح السيدات ذات الدخل المتوسط يليها ذوات الدخل العالي ثم ذوات الدخل المنخفض كما أكدت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجتى العينة تبعاً للمعرفة بفن التفصيل والحياسة لصالح السيدات اللاتي يعرفن فن التفصيل والحياسة. (إيمان عبد السلام عبد القادر، ٢٠٠٨)

- دراسة خالد عوض عبد الحميد الغمراوي - ٢٠١٠ بعنوان " القنوات الفضائية وتأثيرها على تغير أنساق القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع المصري، وتهدف إلى محاولة تقديم فهم سوسيولوجي للعوامل التي تدفع المصريين لاقتناء أجهزة استقبال البث المباشر للقنوات الفضائية ومشاهدة ما تبثه وما يرتبط بذلك من تفضيلات في المشاهدة وأنماطها وعاداتها، والتأثيرات والتغيرات الناجمة عن مشاهدة ما تبثه القنوات الفضائية في مجال أنساق القيم الاجتماعية، وأنماط السلوك الاستهلاكي في محيط الأسرة المصرية وحدود هذه التأثيرات ومداهها في المجتمع المصري، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها: اهتمام الجمهور المصري بمتابعة القنوات الفضائية المصرية والعربية أكثر من القنوات الفضائية الأجنبية وذلك لسهولة استيعاب المادة الإعلامية العربية عن المادة الإعلامية الأجنبية بسبب عامل اللغة والثقافة، وصعوبة استيعاب المادة الإعلامية الأجنبية، كما أوضحت النتائج أن القنوات الفضائية لا تترك آثارها على الفرد فقط بل يمتد تأثيرها إلى قنوات التلفزيون المحلي، وتباينت آراء عينة الدراسة حيث أوضحت النسبة الغالبة من العينة أن سلبات القنوات الفضائية تفوق ايجابيتها، وأن أضرارها أكثر من فوائدها.

(خالد عوض عبد الحميد الغمراوي، ٢٠١٠)

- دراسة أمال عبد الرحيم - ٢٠١٢، بعنوان "إتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك" وتهدف إلى التعرف على إتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو المعرفة بثقافة ترشيد الإستهلاك، ومصادر هذه المعرفة، وإسهامها بتعزيز ونشر هذه الثقافة. وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها: معرفة الطالبة الجامعية السعودية بثقافة ترشيد الإستهلاك من مصادر معدودة فضلاً عن ضالة دورها في نشر هذه الثقافة. وقد أشارت المعالجة الإحصائية لنتائج الدراسة وجود دلالة إحصائية في العلاقة بين الخلفية الاجتماعية للطالبة ومعرفتها بثقافة ترشيد الإستهلاك وممارستها لهذه الثقافة، وقلة اهتمام مؤسسات المجتمع المدني بثقافة ترشيد الإستهلاك. (أمال عبد الرحيم، ٢٠١٢)

- دراسة حنان محمد السيد أبو صيري واخرون، ٢٠١٣: بعنوان "الأنماط الاستهلاكية والأدخارية المستحدثة لأسر العائدين من الخارج وعلاقتها بالمناخ الأسرى"، وتهدف إلى التعرف على الأنماط الاستهلاكية والأدخارية المستحدثة لأسر العائدين من الخارج وعلاقتها بمناخهم الأسرى، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية عن مستوى دلالة المستحدثة قبل وبعد السفر لأسر العائدين من الخارج، كذلك وجود فروق دالة إحصائية يتراوح بين ٠,٥,٠ ، ٠,١,٠ في كل من الأنماط الاستهلاكية والأدخارية المستحدثة لأسر العائدين من الخارج بمحاورها باختلاف بعض متغيرات المستوى الاجتماعي، والاقتصادي، ومتغيرات السفر للخارج، كما أوضحت النتائج جود علاقة ارتباطية دالة إحصائية في بعض الأنماط الاستهلاكية والأدخارية المستحدثة لأسر العائدين من الخارج، ومناخهم الأسرى بمحاوره.(حنان محمد السيد أبو صيري واخرون، ٢٠١٣)

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

## التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق للدراسات المرتبطة، يتضح وجود بعض العوامل البنائية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية التي ساهمت في تشكيل ثقافة الأستهلاك بشكل عام، حيث لم تعد الدول بمعزل عن العالم الخارجى نتيجة لتعاظم دور وسائل الإعلام، خاصة التلفزيون والأقمار الصناعية وشبكات الإتصال والإنترنت، مما أدى إلى نشر السلع والمنتجات، والتعريف بطرق وأماكن الحصول عليها. ساعد على ذلك الدور الذى لعبته وسائل النقل والمواصلات فى ربط الدول ببعضها، الأمر الذى ولد صوراً من الاحتكاك الثقافى، وقد قامت الباحثة بهذه الدراسة للبحث فى الثقافة الإستهلاكية فى عينة من المجتمع المصرى للتعرف على الواقع، وتحديد الأولويات. ويتجه البحث الحالى إلى طلاب كلية التربية الفنية لمعرفة إتجاهاتهم نحو ثقافة الأستهلاك التى انعكست سلباً على مجتمعنا فى ظل هذا النظام العالمى الجديد، ويعد البحث بمثابة دعوة للتصدى لهذا النوع من الثقافة من خلال دعم ثقافة ترشيد الأستهلاك وتنمية الوعى الترشيدى لدى طلاب كلية التربية الفنية كمدخل لتعزيز ثقافة الأنتاج والأدخار لديهم وذلك بغية السعى نحو الإصلاح الأقتصادى وخطط التنمية المنشودة.

## الإطار النظرى:

## القيم والإتجاهات:

تعتبر القيم من المحددات الرئيسية للسلوك الإنسانى، وهى ليست عناصر بسيطة بل مركبة، تتلاقى فيها العوامل المتعددة المتعلقة بالتنشئة الإجتماعية.

"ان كلمة قيمة تدل على أن الشيء يحمل في ذاته منفعة أو وزناً أو ثمنً وكلمة قيم هي جمع لكلمة قيمة تدل على أنواع المعتقدات التي يحملها شخص او مجموعة أو مجتمع معين بأسره ويعتبرها مهمة ويلتزم بها وتحدد له عادة الصواب من الخطأ والصالح من الطالح والجيد من السيئ والمقبول من المرفوض في السلوك الإنسانى. وهى داخلية للإنسان تنمو وتتطور من خلال العائلة والأصدقاء والمدرسة والتعاليم الدينية ومكان العمل، فهي مرشد ودليل للسلوك". ( طلال خالد الفضل، ٢٠١٧ )

**والإتجاهات** هى تنظيم متناسق من المفاهيم والمعتقدات والعادات والدوافع بالنسبة لشيء محدد، وهى تمثل "رأى" أو "وجهة نظر" الفرد بالنسبة لشيء محدد أو موضوع معين.

"وعليه فإن الإتجاه لابد وأن يفعل على أمر محدد بذاته، وهو يختلف عن القيم التى تتعلق بأمر عامة وأشياء محددة وأشياء مجردة مثل قيمة الصدق - الأمانة - الإخلاص، ولذا فالإتجاه هو درجة الشعور الإيجابى أو السلبي المرتبط ببعض الموضوعات التى يمكن أن يثار حولها الجدل والمناقشة، وهو أيضاً مجموعة من استجابات القبول أو الرفض التى تتعلق بموضوع جدلى معين أو ميل عام يكتسبه الفرد ويؤثر فى دوافعه ويوجه سلوكه". (محمود الأسوانى ، ٢٠٢١ )

والإتجاهات مكتسبة وليست فطرية، فالفرد يدركها أولاً بناءً على اتصاله بعناصر البيئة المحيطة، وقد يدور الإتجاه حول نوع معين من الأصدقاء أو الجماعات أو القيم الأجماعية ثم يميل نحو شيء ما ثم يستقر هذا الميل على اختلاف درجاته وأنواعه.

#### طرق تكوين الإتجاهات والقيم: (محمود الأسواني، ٢٠٢١)

- تتكون الإتجاهات والقيم عن طريق إشباع الحوافز الفسيولوجية الأولى، فطالما أن الطعام يشبع دافع الجوع فإن الطفل يكون إتجاه إزاء الطعام وينتهي الأمر إلى تقدير هذا الطعام، وطالما أن الحلوى شيء لذيذ فإن إتجاهه نحو الحلوى يكون إتجاهاً إيجابياً قوياً، وطالما أن الدواء المر المذاق يترتب عليه الشعور بالنفور والألم فإن إتجاه الطفل نحوه يكون سلبياً، وطالما أن العمل يحقق النمو والهدف المنشود فهو ناجح ومفيد، وإذا حدث أن العمل عملاً لا يتناسب مع إمكانيات الفرد أو لا يحقق نموه فإتجاه الفرد نحوه يكون سلبياً.
- تتكون الإتجاهات والقيم عن طريق الخبرات الأنفعالية المختلفة فإذا كانت الخبرة الأنفعالية الناتجة عن موقف ما طيبة كان الإتجاه الناتج إيجابياً والعكس صحيح، بمعنى أن الإتجاهات والقيم تتكون عن طريق الثواب والعقاب، فالعمل الذى يعقبه ثواب تكون نتيجته فى الغالب إيجابية وتؤدى إلى تكوين إتجاه موجب وتكون لها قيمة فى حياة الفرد، أما الأعمال التى يعقبها عقاب فإن قيمتها تكون فى أغلب الأحيان عكسية.
- تتكون الإتجاهات والقيم عن طريق غرسها بواسطة سلطات أعلى من الفرد نفسه، فنحن قد نتعلم إتجاهات وقيم عن طريق الخوف من سلطات عليا أو عن طريق احترامها، مثال ذلك : التعاليم الدينية التى نكون نحوها إتجاهاً عن طريق ممارستها فيصبح قيمة، كما أننا ننفذ القوانين التى تضعها السلطات المدرسية أو الجامعية أو الدولية أو إدارة العمل إما احتراماً بشأنها أو حرصاً لصالح العمل وخوفاً من العقاب الذى يمكن أن ينتج من الخلل بإحدى هذه القوانين .

**عناصر الإتجاهات:** يتكون الإتجاه من ثلاثة عناصر أساسية لابد من توافرها وهى :

(محمود الأسواني، ١٧ نوفمبر ٢٠٢١)

١- مكون فكرى وهو: عبارة عن الخلفية التى يجب توافرها لدى الشخص حول قضية أو موضوع معين لتمكينه من تكوين إتجاه هذه القضية أو هذا الموضوع.

ويتميز هذا المكون بالثبات والعقلانية، ولا يتأثر بالعواطف وبالتالي ليس من السهل إحلالها أو تغييرها لأنها تتكون بعد عمليات ذهنية غير بسيطة ، وهو العنصر الذى يمثل العقيدة أو (التفكير العقلانى) المستند إلى تحليل الأسباب والعلاقات بأسلوب منطقي.

وهو يتكون لدى الفرد إذا استطاع أن يحصل على قدر من المعرفة والمعلومات عن موضوع الإتجاه، بحيث لا يمكن أن يتخذ الفرد موقفاً معيناً سواء بالإيجاب أو بالسلب تجاه موضوع لا يعلم عنه شيئاً.

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

٢- مكون عاطفى أو وجدانى: وهو عبارة عن الشعور العاطفى (غير العقلانى) الملازم للفكرة الذى يعكس ما يحمله الإنسان من حب أو كراهية مثلاً بالنسبة لمحل الإتجاه بغض النظر عن التحليل الموضوعى، ويعتبر العنصر الفعال من بين العناصر التى يتكون منها إتجاهات الفرد ويلعب دور كبير فى تشكيل أنماط السلوك وسهولة تغييرها ، وبطبيعة الحال تتوقف هذه المشاعر من حيث حدثها على درجة وكمية المعلومات التى يكونها الفرد، ويتركز القياس لهذا العنصر على درجة حدة المشاعر تجاه فرد أو شىء أو فكرة معينة.

٣- مكون سلوكى: وهو ميل الإنسان للتصرف فى شكل معين مستقبلاً على أثر وجود المؤثرات السلوكية من بعض الأفراد أو الأشياء فى البيئة المحيطة بالفرد، وبالتالي يمكن التنبؤ طبقاً لهذا السلوك مستقبلاً نحو بيئته لاعتباره أهم عناصر الإتجاهات.

ويعبر هذا العنصر عن مدى استعداد الإنسان للعمل والتصرف وفقاً للعنصرين السابقين أى مدى استعداده لتنفيذ وجهة نظره عملياً، وهو أيضاً محصلة التفاعل بين الجانب الفكرى والجانب العاطفى بحيث تصبح أكثر ميلاً إلى أن يسلك سلوكاً محدداً تجاه هذا الموضوع، أى تصبح لديه الرغبة فى القيام بسلوك معين يعبر عن تصرف من مجموعة المعتقدات والمشاعر التى تكونت لديه.

#### قياس الإتجاهات:

التعرف على الإتجاهات أو قياسها أمراً ضرورياً فى تفسير السلوك الإنسانى والتنبؤ به. ونظراً لأن الإتجاهات تكون كامنة فى الفرد ولا يمكن ملاحظتها بشكل ظاهر ولذا تسمى بالسلوك الباطنى، وأن قياسها يتم بالتعرف على نتائجها بتحليل السلوك ومحاولة استنتاج الإتجاهات التى ساهمت فى تكوينه أو بمحاولة استخراجها بطريقة غير مباشرة.(محمود الأسوانى، ١٧ نوفمبر ٢٠٢١)

أهم مقاييس الإتجاهات : (شعبان على حسين، ٢٠٠٢، ص ١٩)

يوجد عدة مقاييس اهتمت بدراسة الإتجاهات وأثرها على سلوك الأفراد ومن أهم هذه المقاييس هى:

#### ١. مقياس بوجاردس Bagardus: (مقياس البعد الإجتماعى)

ظهر فى عام (١٩٥٢) لقياس البعد الأجتماعى أو المسافة الأجتماعية بين الجماعات القومية أو العنصرية المختلفة.

ويحتوى مقياس البعد الأجتماعى على وحدات وعبارات تمثل بعض مواقف الحياة الحقيقية للتعبير عن مدى البعد الأجتماعى أو المسافة الأجتماعية لقياس تسامح الفرد أو تعصبه، وتقبله أو نفوره، وقربه أو بعده بالنسبة لجماعة عنصرية أو جنس أو شعب معين، ومن خلال هذا المقياس تمنح درجات متفاوتة من القبول المطلق إلى الرفض المطلق.

## ٢. مقياس ليكرت Likert: (التقديرات المجدلة)

ابتكر رينيسس ليكرت (١٩٣٢) طريقته لقياس الإتجاهات وأنتشر بعد ذلك لقياس الإتجاهات نحو شتى الموضوعات، ويتكون من مجموعة من العبارات تقيس الإتجاهات نحو موضوع معين ويطلب من المستجيبين الأستجابة التالية: (موافق تماماً - موافق - غير متأكد - غير موافق - غير موافق بالمرّة). وتعطى كل استجابة من هذه الأستجابات قيمة عددية، ونحصل على درجة المقياس بجمع استجابات الفرد عبارات المقياس، ويعبر المجموع عن إتجاه الفرد نحو موضوع الإتجاه. ويعتبر من أكثر المقاييس استخداماً وهذا المقياس يقلل من الأخطاء والتميز بدرجة كبيرة. إلا انه لا يمنع من وقوعها.

## ٣. مقياس اوسجود Osgode: (أسلوب المعاني الفارق)

يقوم على مسلم أساسى هو أن لكل شئ معنيين بالنسبة للأفراد (رمزي وضمني)، ويمكن تقدير كل من هذين المعنيين بشكل مستقل عن الآخر، ومن الأسهل على الفرد أن يعطي المعنى الرمزي من إعطاء المعنى الضمني. يقوم المقياس بقياس المعنى الضمني بسؤال الأفراد أن يقدروا هذا الشيء باستخدام عدد من الصفات ثنائية القطب. ويمنع هذا المقياس نفس طريقة مقياس ليكرت ولكن مناسب للإتجاهات وفقاً لهذا المقياس ثم تحديد النواحي المطلوب قياسها بالنسبة لكل عامل هذا المقياس مكون من سبعة درجات.

## ٤. مقياس ثرستون Thurstone: (مقياس الفترات المتساوية الظهور)

ويعتمد هذا المقياس على مفهوم أن الإتجاه هو حالة استعداد الفرد لان يستجيب إيجابياً أو سلبياً لموضوع أو موقف معين وباختلاف درجة الأيجابية أو السلبية قسم ثرستون المدي إلى أحدي عشر درجة تمثل كل منها حالة معنية.

## ٥. مقياس جوتمان Gutman: (المقياس التجمعي المتدرج)

حاول جوتمان (١٩٤٧، ١٩٥٠) إنشاء مقياس تجمعي متدرج يحقق فيه شرطاً هاماً هو أنه إذا وافق المفحوص على عبارة معينة فيه فلا بد أن يعنى هذا أنه قد وافق على العبارات التي هي أدنى منها، ولم يوافق على كل العبارات التي تعلوها. ودرجة الشخص هي النقطة التي تفصل بين كل العبارات السفلى التي وافق عليها والتي لم يوافق عليها وهكذا لا يشترك فردان في درجة واحدة على هذا المقياس إلا إذا كان قد اختار نفس العبارات. أما عن طريقة اختبار العبارات نفسها فتشبه طريقة ليكرت وكذلك المقياس المتدرج، يتكون عادة خماسياً توقع عليه درجة الأستجابة لكل عبارة.

## ثقافة الإستهلاك: consumption culture

هى جزء من الثقافة العامة للمجتمع، وتخضع لمعطياتها، فهى تتشكل من المعانى والرموز المصاحبة لعمليات الإستهلاك، ومن حيث كونها ثقافة، فهى تتأثر بالسياق البنائى العام والثقافة العالمية. تعد ثقافة الأستهلاك من المواضيع الحيوية فى ثقافتنا المعاصرة، فالمستهلك الذى لديه وعى ثقافى استهلاكى، تتأثر جميع جوانب حياته الاقتصادية والاجتماعية والصحية بذلك ايجابياً، وفى المقابل فإن الإنفاق غير الرشيد والإسراف هما ظاهرة اقتصادية سلبية مرتبطة بثقافة الأستهلاك، ان ثقافة المستهلك تقاس بمدى وعيه لشراء إحتياجه من السلع والخدمات المعروضة وعدم وقوعه ضحية إغراء الإعلانات والعروض، فضلاً عن حرصه على ترشيد استهلاكه للخدمات المقدمة له بما لا يتجاوز حاجاته إلى حد التبذير والإسراف، فالفرد المستهلك هو وحده صاحب القرار الأول والأخير فى عملياته الشرائية. ان الممارسات الأستهلاكية يجب ان تقوم على ترشيد الأستهلاك وعدم شراء كماليات لا تفيد، إن كنا بصدد الحديث عن التنمية المجتمعية.

والسؤال الآن هل الإستهلاك هو ممارسة معاصرة طرأت على المجتمعات؟ ام هو ممارسة تقليدية لها جذورها التاريخية؟ تعود نشأة الثقافة الأستهلاكية إلى المجتمعات الصناعية الحديثة، التى حاولت تشويه وتدمير القيم الثقافية الأصيلة فى المجتمعات المحلية وإبدالها بثقافة استهلاكية عالمية تربك وعى الأفراد وإقتصادياتهم، وتفقدهم القدرة على التفكير والإختيار السليم من خلال إغرائهم بالإعلانات والعروض ومن ثم إغراقهم بالديون والقروض لمحاولة سد رغباتهم للأستهلاك.

ويمكن تصنيف العوامل المؤثرة فى تشكيل هذه الثقافة الإستهلاكية إلى نوعين:-  
أ. عوامل خارجية:- وتتمثل فى (العولمة، وسائل الإعلام، العوامل الاجتماعية، العوامل الثقافية).  
ب. عوامل داخلية:- وتتمثل فى (الدخل، الأسرة، المعتقدات الدينية والشخصية).

### نشأة الثقافة الإستهلاكية:

"خرجت الرأسمالية من رحم "الفلسفة المادية" أو يمكننا القول إنها كانت بمثابة التطبيق الأقتصادى للأفكار والمبادئ المادية التى لم تكن مجرد توجهات فلسفية نظرية بل امتد تأثيرها ليطال نمط الحياة والروابط الاجتماعية لتصبح إحدى ركائز الحضارة الغربية التى تقوم على الإيمان بأن هناك عنصر واحد لتفسير الحياة ونشأة الكون وهو المادة. فالمادة هنا هى أساس الوجود، وهى الحقيقة المطلقة الوحيدة وما عداها (مثل الروح والمطلقات والغيبيات) يعتبر ثانوياً أو لا وجود له.

وقد استطاعت الأفكار الرأسمالية أن تعيد تشكيل الإنسان الحديث، وأن تجعل منه كائناً ذا بعد واحد، تتراجع لديه الأبعاد القيمية والروحية لصالح أفكار الرفاهية والإشباع المادى. كما نجحت فى ربط السعادة بالأستهلاك المادى، فأصبحت كل زيادة فى الأستهلاك والأستمتاع المادى مؤشراً لتحقيق درجات أعلى من السعادة. وأخيراً نجحت الرأسمالية فى إقناع الإنسان المعاصر بأن حاجاته غير محدودة، وانطلقت من

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)



خلال هذه الفئاعة لخلق حاجات جديدة لا أهمية فعلية لها، ثم حولت هذه الحاجات المفتعلة إلى ضروريات لا غنى عنها، فخلقت كائناً مستهلكاً بامتياز". (رضوى منتصر الفقي، ٢٠٢٠)

فبعد اختراق الدعاية الأمريكية لعقول البشر، فى ظل متغيرات عالمية غير مسبوقة فى تاريخ الأمم، تطورت آليات السوق وتغيرت قواعد التجارة وتبادل السلع والمنافع وأصبحت الثقافة آليه من آليات الهيمنة والسيطرة بفضل عالم لا يعترف بغير القوة فى التعامل مع الآخر، عالم يصطنع أصحابه المساواة ويعلم شعاراً براقاً يخلو له تسميته بـ "جيران فى عالم واحد" إلا أن الواقع يثبت بما لا يدع مجالاً للشك أنه عالم لا يعرف المساواة بين الدول أو الشعوب، عالم تغيرت فيه موازين القوة وقواعد السلطة لصالح أطراف وضد أطراف أخرى، وتشير الوقائع إلى تزايد حدة التباين بين الدول، والتناقضات السائدة بين الأنظمة، والتمييزات الواضحة بين الشرائح والطبقات الاجتماعية على الصعيدين العالمى والمحلى، وترتب على ذلك انقسام الدول إلى فريقين فريق يدفع شعوبه نحو العمل المنتج فيصنع التاريخ والحضارة، وفريق آخر يقف متلقياً لما ينتجه الأول ويكتفى بالنظر إلى من يصنعون تلك الحضارة ..... وفى ظل هذا المناخ العالمى غير المتوازن تحولت سلوكيات البشر - خاصة فى الجزء الجنوبى من "القرية الكونية" - إلى أفعال تميل بصورة كبرى نحو الوجدان والعاطفة التلقائية فى التعامل مع السلع المعروضة أو المعلن عنها، حيث ينزع المتلقى (المستهلك) نحو الرغبة فى الأمتلاك، والأرتباط العاطفى بالسلعة دون إدراك أو وعى بمدى حاجته إلى تلك السلعة. وعليه تبدلت قيم العمل والإنتاج وتحولت إلى قيم استهلاكية تنزع نحو الرغبة فى التملك أو ما يعرف بـ "النزعة الأستهلاكية" حيث تخلق رموزاً ومعانى تشير التعطش إلى الأستهلاك والجوع إلى المتعة فى التملك، وهنا يصبح امتلاك السلعة هو هدف فى حد ذاته يضى على الفرد مكانةً ومركزاً اجتماعياً يصنعه لنفسه أو يتوقعه من الآخرين داخل الجماعة التى ينتمى إليها. لقد تشكلت نزعات استهلاكية ترفهية، وهروول الناس نحو الأسواق، أو هروولت الأسواق إليهم، وأضحى التسوق فى حد ذاته هدفاً يسعى إليه أفراد بعض المجتمعات، راغبين فى الحصول على ما يتم الإعلان عنه، مترقبين بشغف الحصول على السلع التى يعلن عنها. (أحمد مجدى حجازى، ٢٠١٢)

وتحول السلوك الأستهلاكى تدريجياً إلى ثقافة عامة وسلوك جمعى يشمل كافة الطبقات الاجتماعية، "ثقافة تحمل رموزاً وأفكاراً وقيماً كفيلة بتبرير وتدعيم النزعة إلى الأستهلاك والرغبة فى البحث - بشغف - عن كل ما هو متداول فى الأسواق. إنه نظام معرفى مخطط يهدف إلى تغيير الفكر لتقبل مخرجات السوق والسلع المتداولة فيه، بالأعتماد على وسائل عدة من أهمها المعلوماتية وتكنولوجيا الأتصال والوسائط الإعلامية المسموعة والمرئية إلى جانب دراسة الثقافة والشخصية للجمهور المستهلك". (هانس بيرمارتن وهارلو شومان، ١٩٩٨)

هذه الثقافة "تعمل على تسكين وبقاء المستهلك في دائرة الأستهلاك والجوع إلى التسوق، كما تملك وسائل عدة للضغط، وأساليب متباينة للقهر، مما يجعل المتطلعين إلى الأستهلاك راغبين فيه وباحثين عنه ومتعطشين إليه". (Rubin Barry, 2008)

ساعد على ذلك دور الإعلان في الترغيب والتشويق والتسويق بل وتحويل النزعة الأستهلاكية لدى الفرد إلى أسلوب حياة يقترب من حالة الإدمان، وتدرجياً يتعود المستهلك على متابعة حركة السوق والرغبة في الشراء.

### النزعة الإستهلاكية: Consumerism

وتعنى تحول الإستهلاك إلى هدف في حد ذاته، وارتبط مفهوم النزعة الإستهلاكية بالثقافة الإستهلاكية وتحول الإستهلاك إلى لغة لها مفرداتها ورموزها التي يخاطب بها الأفراد بعضهم البعض.

وقد شكلت النزعة الإستهلاكية الذهنية العامة ونمط حياة السائد في المجتمعات المعاصرة، وأصبحت الأعتبارات المادية تهيمن على تصرفات الأفراد، وتتحى كافة العوامل المعنوية والإنسانية جانباً، كما طغى الأستهلاك على أمور كانت منذ عهد قريب ذات أهمية معتبرة مثل الأستمتاع بالطبيعة أو بناء علاقات اجتماعية جديدة. وظهر ما يعرف "بالأستهلاك المظهري" الذي يعتمد على استهلاك السلع باهظة الثمن ليس لجودتها أو لكونها تشبع حاجة لدى الإنسان، بل لسعرها المرتفع الذي يجعل الفرد يشعر بالهيبة والقدرة على التباهي. ومن هنا اكتسب الأستهلاك — في حد ذاته — قيمة يقاس من خلالها مركز الفرد الأجتماعي، وقد أدى اللهات وراء حيازة السلع والخدمات إلى تراجع الجانب الأخلاقي والديني لدى الأفراد نظرا لسيادة المرجعية المادية في المجتمع، فأصبح من الملحوظ ضمور البعد القيمي والروحي لدى الأفراد".

(رضوى منتصر الفقي، ٢٠٢٠)

### الجوانب المادية والمعنوية للثقافة الإستهلاكية:

من الواضح أن للثقافة الإستهلاكية جوانب مادية لأنها في الأساس عملية استهلاك مادي تتمثل في عمليات شراء السلع والمنتجات التي يتم تسويقها اليوم على أوسع نطاق، ولكن فهم هذه الجوانب المادية للثقافة لا يكتمل الا بالنظر إلى العناصر المعنوية المتصلة بها والتي تشمل المعاني والصور والرموز والدلالات المصاحبة لعمليات الإستهلاك المادي والقيم المرتبطة بتلك السلع والمنتجات.

### خصائص الثقافة الإستهلاكية:

١- هي ثقافة مادية، تدور حول استهلاك السلع المادية، وتعتمد على فكرة تبادل السلع وفتح أسواق جديدة للسلع والمنتجات.

٢- هي ثقافة معنوية أيضاً، فهي لا ترتبط بممارسات الشراء المادية فقط لكنها تشمل أيضاً استهلاك المعاني والرموز والأفكار التي تعرض بها السلع.

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

٣- هي ثقافة متغيرة تتسم بالتحول المستمر والسريع، فكل عنصر من عناصر هذه الثقافة قابل للتغير والتحول والتبدل، ليس فقط في العناصر المادية، وإنما إمتد التغيير إلى الجوانب المعنوية للثقافة التي كانت فيما مضى أصعب ما يكون عن التبدل والتحول.

٤- تتميز بمقدار ماتحويه من الرموز Symbols والعلامات Signs التجارية القابلة للإستهلاك.

٥- هي ثقافة قهرية جبرية، تدفع الأفراد إلى الإستهلاك غير الواعي، والسعى نحو متابعة الأسواق رغبةً في الشراء بغض النظر عن دخل الفرد وما يعود عليه من فائدة من عملية الإستهلاك.

**اعتبارات أساسية في تحليل ثقافة الاستهلاك:**

- ثلاث منظورات اساسية في ثقافة الإستهلاك: **الأول:** يرى انها نجمت عن انتشار سلع الانتاج الراسمالي التي ادت إلى تراكم الثقافة المادية في شكل سلع وخدمات استهلاكية. **الثاني:** يرى انها تحقق الإشباع من السلع الإستهلاكية، ويرتبط بالمكانات الإجتماعية، او التمايزات الإجتماعية. **الثالث:** يتركز حول تحقيق السعادة العاطفية والجمالية، من خلال عملية الإستهلاك.

- أصبح الإستهلاك هدفاً في حد ذاته فلم يعد الاقتصاد وحده هو المدخل الحقيقي لفهم سلوك المستهلك وزيادة النزعة الإستهلاكية بين الناس في عالمنا المعاصر، وذلك نتيجة لما تمارسه من تأثيرات قوية على سلوك الإنسان وميله إلى الإستهلاك.

- إذا ما أردنا فهم شخصية المستهلك وتشوقه إلى عمليات الشراء، نجد أن هناك بعدين. أولهما: **البعد الثقافي الإجتماعي** للعملية الإستهلاكية، أي إضفاء معاني رمزية على السلع المادية واستخدامها كوسائط للتواصل، وثانيهما: **البعد الإقتصادي** للعملية الإستهلاكية، أي دراسة فلسفة السوق التي تقوم على منطق السلع، والقيم الإستهلاكية التي تغري الجماهير وتجذبهم نحو الشراء ومزيد من الإستهلاك.

**الإستهلاك من منظور إجتماعي:**

أصبحت الثقافة الإستهلاكية قاسماً مشتركاً بين مختلف الطبقات والفئات الاجتماعية والمجتمعات بشكل عام، نتيجة للتغيرات التي طرأت في مجالى الصناعة والإعلام على حد سواء، مما ساعد على ظهور أنماط استهلاكية متشابهة عملت على محو الفروق بين الفئات الاجتماعية، التي تخضع لنفس المؤثرات الإستهلاكية، حيث يتشارك الجميع في ثقافة استهلاكية واحدة بحيث يمكن القول أن الثقافة الإستهلاكية باتت من أكثر العناصر المشتركة بين الناس.

إن العملية الإستهلاكية ليست عملية بسيطة كما يراها علماء الإقتصاد، فالإستهلاك -كما عرفه بودريلارد Jean Baudrilard - "هو نظام اتصالي يؤدي إلى ربط أفراد مجتمع معين ببعضهم البعض" (Jean Baudrilard, 1970, P.109)

هي نظام اتصالي قائم لنفسه، حيث أن وسائل الإعلام تروج للثقافة الإستهلاكية فهي تقدم لنا رموزاً نستهلكها ومن ثم ينسحب السلوك الإستهلاكي - كتنطيق عملي - إلى جميع عملياتنا الحياتية.

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

إن الإنسان يتعلم من خلال ملاحظة ومراقبة سلوك الآخرين، ومن ثم فإن "تفاعل الإنسان مع البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها يمكن أن تؤدي إلى تغييرات في سلوكه". (Albert Bandura, 1989, P. 1175)

إن استهلاك الفرد لا يتوقف على ذوقه وما يريده هو بقدر ما يتأثر بما يستهلكه الآخرون، من هذا المنطلق أصبح الإستهلاك قيمة اجتماعية، فالفرد لا يستهلك ما يريده فحسب، وإنما بات يستهلك ما يجد أصدقاءه وأقاربه وجيرانه وزملاءه يستهلكونه، ومن هنا برز دور الإعلانات في الوقت الحاضر، هذه الإعلانات موجهة إلى الطبقة الوسطى لا إلى الطبقات العليا كما كان في الماضي، حيث كان الذوق والموضة قاصرة على الطبقة ذات الدخل المرتفع، أما الآن فإن السوق الإستهلاكي يتجه عادة إلى المستهلك العادي، وعليه فإن الإستهلاك الترفي في العصر الحالي لم يعد قاصراً على الطبقات العليا في المجتمع.

"الغاية النهائية من النشاط الإنتاجي في كل مجتمع هو الإستهلاك، ولا يختلف المجتمع الحديث في ذلك عن أي مجتمع سابق إلا في الأهمية المتزايدة التي بدأت تحتلها ضرورة العمل على زيادة الإستهلاك والقدرة الهائلة التي توفرت لهذا المجتمع للعمل على تحقيق هذه الزيادة باستمرار وبمعدلات متزايدة دائماً.

إن الإستهلاك أصبح في ذاته قيمة اجتماعية كبرى ويقاس مركز الفرد الاجتماعي بقدر ما يستهلكه من السلع والخدمات ومدى قدرته على التغيير المستمر "الموضة دائماً في تغيير حتى يشعر الفرد بحاجته إلى التغيير في استهلاكه مما يؤدي إلى الإستهلاك المستمر.

وإذا كان الإستهلاك ونوعه وتنوعه يحدد في العصر الحديث - إلى حد ما - مكانة العائلة الاجتماعية، فإن ذلك لم يكن كذلك دائماً، ففي القديم لم يكن المركز الاجتماعي يتحدد للفرد بمقدار ما يستهلكه بل إنه من مدعاة السخرية أن يحاول الفرد أن يجارى النبلاء في حياته، وأن يحاول أن يستمد مركزه الاجتماعي من زيادة انفاقه الإستهلاكي" (زيد بن محمد الرماني، ١٤٣٩هـ)

وفي محاولات التقليد ومحاكاة الغرب والرغبة في الاقتناء وإثبات الذات والرضا، ظهرت ممارسات متعلقة بالسلوك الإستهلاكي الذي يصبح مع تكراره والاستمرار فيه سلوكاً إعتيادياً وثقافة مكتسبة، ويدخل كعنصر أساسي في التكوين الثقافي، ويتولد معه ثقافة استهلاكية جديدة على مجتمعنا. وفي ضوء ذلك يمكن توقع استمرار هذه الثقافة مستقبلياً خاصة في جيل الشباب، عوضاً عن إكسابهم حقائق وقيم ومهارات وإتجاهات نحو ترشيد الإستهلاك وضبط الإنفاق وعدم الإسراف والتبذير.

#### الإستهلاك من منظور إقتصادي:

لفهم مصطلح الإستهلاك من الناحية الإقتصادية، ومن ثم تفسير سلوك المستهلك، ينبغي أولاً تحديد المقصود بكلمة الحاجة ومعرفة الهدف من عملية الإستهلاك.

تعرّف الحاجة عادة بأنها الشعور النفسى بالحرمان الذى يدفع الفرد إلى السعى للحصول على السلع والخدمات، بهدف استخدامها أو استهلاكها، الأمر الذى يؤدي إلى تناقص هذا الشعور بالحرمان بمجرد استخدام أو استهلاك هذه السلع والخدمات، ويستمر هذا التناقص، أي تزداد درجة إشباع الحاجة بازدياد عدد الوحدات المستهلكة من السلعة أو الخدمة حتى ينعدم ذلك الشعور بالحرمان تماماً، وبعبارة أخرى يصل الفرد إلى مرحلة الإشباع الكامل، والتي عندها ينعدم الشعور النفسى بالحرمان، وبالتالي لا تقوم لديه حاجة للحصول على السلع أو الخدمة.

ويعرّف الإشباع الكامل بأنه ذلك المستوى من الاشباع الذى عنده إذا زاد المستهلك من وحدات السلعة التى يستهلكها فإن منفعته الكلية لا تزيد". (محمد محفوظ، ٢٠٢١)

وعليه يمكننا القول بان الفرد يسعى للحصول على السلع والخدمات تحت دافع الشعور النفسى بالحاجة إليها وتسمى تلك الصفة التى تتصف بها السلعة والتي تجعلها قادرة على إشباع حاجة الفرد بالمنفعة. وبالتالي ينحصر هدف الإستهلاك فى الحصول على المنفعة التى تعود على المستهلك بمجرد استخدام أو استهلاك السلعة التى يشعر بحاجتها إليها.

ومن الطبيعى أن هذه المنفعة تتناقص كلما تقدم المستهلك فى استهلاكه للسلعة، وذلك تمشياً مع حقيقة تناقص الشعور بالحرمان كلما تقدم المستهلك فى استهلاكه.

ويستمر ذلك التناقص حتى تنعدم منفعة الوحدة الاضافية من السلعة عند مرحلة الإشباع الكامل، والتي لا يسعى عندها للحصول على وحدات إضافية لعدم شعوره بالحاجة إليها. حيث أنه كلما زاد الفرد عدد الوحدات التى يستهلكها من السلعة أو الخدمة، فإن المنفعة التى يحصل عليها من استهلاكه للوحدة الأخيرة من تلك السلعة أو الخدمة تظل تتناقص حتى تنعدم، وعليه فمن الطبيعى ان يتوقف المستهلك عن شراء السلعة حينئذ.

### الإعلام وثقافة الإستهلاك:

- "أدت التطورات التى شهدها العالم فى مجال العلاقات التجارية والاتصال إلى انتقال عناصر ثقافة الإستهلاك إلى كافة أنحاء العالم وتغيرت أساليب حياة الشعوب وتبدلت الأذواق وظهرت أنماط جديدة من الإستهلاك، وساعد على ذلك دعم صناعة الثقافة وتكنولوجيا الاتصال والإعلام. وواقع الأمر أن المدخل الحقيقى لفهم صناعة ثقافة الإستهلاك وحرفية هذه الصناعة وآلياتها الترويجية يحتم علينا تحليل الأبعاد والعوامل المتداخلة بين الداخل والخارج، بين التقبل والسيطرة، بين الثقافة الجماهيرية وثقافة النخبة فى ظل العلاقات الدولية وبخاصة أبعادها التجارية. ولا شك أن الإشكالية المطروحة (الإستهلاك) ليست قائمة بنفس الصورة فى كافة الدول، حيث تختلف فى الدول المتقدمة، بسبب قدرتها على المنافسة والامتلاك والسيطرة على الأسواق وإمكاناتها العظمى فى صياغة ثقافة الإستهلاك وتشكيل شخصية المستهلك وفقاً لشخصية السلعة المعروضة". (أحمد مجدى حجازى، ٢٠١٢)

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

## الغزو الاعلامى:

أن حرية الإعلام بصورته الحالية التي هي بلا حماية أو رقابة، تتحول إلى سموم تتغذى عليها عقول الشباب، فنتشعب بأفكار متطرفة أو غير سليمة أو افكار غربية بتقليد اعمى، لا تمت إلى مجتمعنا أو هويتنا العربية بصلة، والمؤسف ان منافذ الفساد الفكرى لا تقف عند ذلك فحسب، بل ان استخدام الإنترنت والالعاب الالكترونية بلا رقابة قد يشكل تهديداً لمستقبل جيل الشباب، ان لم يكن لحياتهم كاملة، فقد سمعنا فى الآونة الاخيرة عن لعبة «الحوث الازرق» التي رصدت بسببها حالات انتحار، فما بالك بالالعاب الاخرى التي تروج للرديلة والاخلاق السيئة والسرققات والسيئات والكبائر". (قيصر الخنفر، ٢٠١٨)

ومن مظاهر الغزو الإعلامى فى الوطن العربى: التدفق الإخبارى الذى تمارسه وكالات الأنباء العالمية ذات الإتجاه الأحادى لسريان الأخبار، والكم الهائل من البرامج والأفلام المستوردة بمضامينها التي تعمق مفاهيم ومعتقدات وعادات وسلوكيات تتعارض مع الثقافات العربية بإتجاه هيمنة الثقافة الأجنبية، وما تسوقه من قيم ومعايير اجتماعية واقتصادية وسياسية وتربوية، بالإضافة إلى كم الإعلانات الغربية فى الوطن العربى وخاصة الإعلانات الأمريكية والغربية التي حاولت اختراق العقل العربى، وإيجاد نماذج ثقافية استهلاكية هدفها إيجاد منافذ لها فى السوق العربى لتكريس نموذجها الاستعمارى (القولبة).

## الاختراق الثقافى والغزو الفكرى:

نشأت المجتمعات الإنسانية نتيجة لعملية تفاعل لعدد من النظم والأنساق الإجتماعية فى الأسرة ومؤسسات المجتمع والثقافة والإقتصاد والإعلام ... وغيرها، هذه الأنساق وتلك النظم فى الحقيقة هى البنى الأساسية المحركة لهذه المجتمعات والتي لها أكبر الأثر فى توجيه سلوك الأفراد وتعديله، كما أن الأفراد يخضعون للتأثير المباشر والغير مباشر لهذه العوامل ومن ثم تتشكل القيم والإتجاهات والمعايير السائدة فى المجتمع.

هذه القيم وتلك المعايير هى أحد أهم المؤشرات التي تحدد شكل المجتمع ومستوى المعيشة فيه، إن الحياة الإجتماعية تعتبر خاصية من خصائص المجتمع المدنى، بحيث أنه مهما كانت طبيعة حاجات ورغبات الفرد ودوافعه، فإن هناك نظام اجتماعى محدد يعمل على توحيد والمحافظة على استمرارية وبقاء تلك القيم والمعايير كأساس فى ظل التغيرات والتطورات الحاصلة فى المجتمع". (لونيس على، ٢٠٠٧)

إن الانفجار المعرفى والتراكم الثقافى بجانب ثورة الإتصالات والقنوات الفضائية والإعلام، كل ذلك أدى إلى ظهور قيم إجتماعية جديدة دخيلة على المجتمع المصرى، أثرت بصورة مباشرة وقوية على أنساق القيم الإجتماعية والسلوك الإنسانى لدى الأفراد فى المجتمع، من خلال ماتبته هذه القنوات من أفلام ومسلسلات وإعلانات وبرامج موجهة - لاسيما لفئة الشباب - تحمل فى طياتها كثيراً من المعانى

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

والدلالات والرموز التي لا تتناسب مع قيمنا الإجتماعية والدينية النبيلة التي نشأ وترى عليها، فيتم إختراق عقول الشباب ووجدانهم من خلال التقليد الأعمى للعادات الأجنبية التي تحتويها والتي غالباً ماتتجح في التأثير على القيم الإجتماعية الأصيلة في المجتمع ليحل محلها قيماً دخيلة غريبة على مجتمعنا تخاطب الغرائز وتعلو الأنا وتدفع إلى الشره الإستهلاكى.

### تأثير الغزو الثقافى على سلوك الشباب:

الشباب فى كل أمة هم عمادها وصورتها المستقبلية وفى مجتمعاتنا العربية هم شريحة واسعة عريضة من المجتمع، وهم أكثر تأثراً عن غيرهم بالأفكار والعادات والإتجاهات السلوكية، وأساليب الإستهلاك المادية وغير المادية.

لعل من أبرز المخاطر التى تعود علينا جراء هذا الغزو الثقافى والفكرى، تأثيره على أخلاق وسلوك الشباب، وإثارة طموحهم الإستهلاكى الذى يصعب اشباعه فى ظل أزمة الشباب وقلة موارده المتاحة، فيتم إغراؤه بالمزايا والتسهيلات والعروض فيغرق فى دوامة لا تنتهى من الديون.

إن الغزو الثقافى والفكرى الحديث من أخطر أنواع الغزو على مر التاريخ، وذلك لأنه يستهدف فى الأساس فئة الشباب، ولأن الخسائر التى تحدث فيه غالباً ماتكون أشد وأعمق أثراً من الغزو العسكرى أو من الغزو الاستيطانى، لأن مثل هذه الأنواع تفترض أن يحدث مقابلها مقاومة أو رد فعل لإنهاء هذا الغزو الطارئ على المجتمع، أما الغزو الثقافى والفكرى يسلب المجتمعات والأفراد حق الدفاع والمقاومة، وبذلك تتعاضم فعالية التأثير دون الوعى بهذا التأثير أو بالأحرى "التنويم" غير المحسوس.

أن الغزو الثقافى يستهدف احتلال العقل، فهو غزو من داخل كيان الفرد، وهو الأخطر، لأنه يضمن بعد ذلك، فى حالات الضعف الذاتى، دوام الهيمنة فتتضاعف السيطرة وتتغلغل ثقافة الإستهلاك لتتمكن من النفس البشرية، بهدف إثارة غرائز الجمهور والترويج للسلع وزيادة أعداد المستهلكين وتحديد أدواقهم، وتدعيم تطلعاتهم و"التربيع لثقافة الإستهلاك وخلق تطلعات ترفيهية عن طريق الصور التى تجعل السلع المعلى عنها مرغوباً فيها ومقنعة وميسرة ويمكن الحصول عليها بطرق ملائمة لمعظم قطاعات المجتمع حتى لو أدى ذلك إلى تدهور أحوالهم المعيشية أو فقدانهم لتراثهم الثقافى أو خفض قدراتهم البشرية أو اعتماد أنظمتهم على الاستيراد من الخارج". (Margraret Virsser, 1999)

### التحولات الثقافية والتغير الاجتماعى فى المجتمع العربى:

إن المتأمل للعلاقات الإنسانية بشكل عام، يرى بوضوح آثار نزوح القيم الإستهلاكية على مجتمعاتنا العربية فى كل إتجاه، فالقيم الثقافية والفكرية يتم استبدالها بقيم السوق: كل ما هو جميل ورائع يتراجع امام انقضااض ما هو حديث وسريع، هكذا يتم طمس الماضى تدريجياً، فكل الأفكار والقيم والسلوكيات أصبحت بالنسبة لغالبية الدول العربية مستوردة وليست أصيلة، إذ لم يعد هناك جلسات حوار أسرى وأصبح كل فرد فى المجتمع له عالمه الخاص، قابع داخل ذاته، هذا إلى جانب قضية هشاشة الاسرة

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

المصرية خاصة بين الشباب والزيجات الحديثه التي سرعان ماتظهر بينها الخلافات، إن تقدير الرجل والمرأة للزواج يتركز بالأساس على إمكانية كل منهم لإحضار أكبر كم من الأجهزة والسلع، فبيت الزوجية يبنى على أساس الأشياء دون القيم والأخلاق، والزواج من هذا المنطلق طمس فكرة البقاء والحفاظ عليه، فالزواج علاقة مقدسة طويلة الأمد، شراكة تبنى وتُحفظ بالصبر والرعاية لم يكن أبداً مجالاً للصراعات وللنقد المستمر، وإنما مجالاً للمشاركة والتفاهم وقبول الآخر وتقريب وجهات النظر، أما الزواج اليوم بمفهومه الإستهلاكى يتعرض عند كل خلاف بين الزوجين لخطر الاستبدال، ومع غياب قيم الصبر والتروى وإصلاح العلاقات الذى اتبعته الأجيال السابقة وحثت عليه الأديان السماوية، استحدثت ظواهر الانفصال السريع والطلاق المبكر على مجتمعاتنا العربية... ولعلنا لا نجانب الصواب إذا قلنا أن التفكك الأسرى نوع من انسحاب ثقافة الإستهلاك على العلاقات الإجتماعية والفكر الإنسانى. كما تسببت ثقافة الإستهلاك إلى خفض معدلات الادخار ومن ثم تقليص مساهمات افراد المجتمع فى تحقيق المشروعات التنموية مع حكوماتها، كما أدى ذلك إلى تقلص حركة التجارة الداخلية نتيجة نقص السيولة النقدية بين افراد المجتمع.

ونجم عن انخفاض الدخل المادى عجز الكثير من الاسر عن الوفاء بالتزاماتها المعيشية وابعائها اليومية مما أدى تباعا إلى تعميق الخلافات الاسرية وتعرض رب الاسرة إلى الملاحقات الأمنية لعدم قدرته على سداد مديوناته مما يؤدى لتشتت أفراد أسرته". (سارة طالب السهيل، ٢٠١٨)

بالإضافة إلى الميديا الحديثة وجذب الشباب لكثير من الانحرافات مثل الإباحية والجنس والتحرش مما أثر بالسلب فى هدم المبادئ والقيم الإنسانية بشكل عام.

### التربية الفنية والثقافة الإستهلاكية:

نحيا اليوم فى عالم حديث متحضر، نستهلك الكثير من الموارد الطبيعية يوميا، وهناك الكثير من الامثلة عبر التاريخ تبين كيف أن بعض الحضارات عملت على تدمير بيئتها وأثرت بشكل خطير على فرص بقاء مجتمعاتها. فى المقابل نجد أن الاستدامة تأخذ فى الاعتبار كيفية التعايش باتساق مع الطبيعة، وحماية مواردها من التدمير والإتلاف.

نظراً للدور التربوى والإجتماعى الذى تلعبه التربية الفنية فى المجتمع، ولتلبية حاجة المجتمع التنموية، والتأكيد على مبدأ الإستدامة الذى يعنى "الحفاظ على استمرارية الحياة إعتقاداً على الموارد الطبيعية وتلبية حاجات الحاضر دون المساس بقدرات الأجيال المستقبلية على تلبية حاجاتها الخاصة، نشأت فكرة إستخدام الخامات المستهلكة فى ميدان التربية الفنية، وظهرت مصطلحات جديدة مثل إعادة تدوير الخامات.

بدأت فكرة تدوير الخامات أثناء الحرب العالمية الأولى والثانية حيث كانت الدول تعاني من نقص شديد فى بعض المواد الأساسية مما دفعها إلى تجميع تلك المواد من المخلفات لإعادة إستخدامها من جديد، وبعد (AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)



سنوات أصبحت عملية إعادة التدوير من أهم الأساليب المتبعة لاسيما بعد غلاء الأسعار، ومن ثم بدأ البحث لتوفير بدائل للخامات من النفايات وتدويرها وإعادة استغلالها عوضاً عن إهمالها الذي يؤثر سلبياً على البيئة وعلى صحة الإنسان.

وفي مجال الفن لجأ فناني المدرسة "الدادية" في سبيل الحرية الفكرية إلى الجرأة في استخدام الخامات المتعددة بل وصل الأمر بالفنانين إلى استخدام المخلفات الإستهلاكية كخامة فنية. كذلك فناني "البوب" اخذوا يكونون من أدوات الحياة ونفاياتها تصميمات جديدة في محاولة لصياغة مفردات الاشياء المتناثرة في المنازل والمصانع.

إن التجريب في الخامات المستهلكة يطرح رؤى جديدة وتحدى امام الفنان المعاصر يثرى الابداع لديه، ومن ثم يتخذ من أسلوب البحث والتجريب منطلقات تشكيلية جديدة تنمى الوعي والإدراك لديه، وبالنسبة لمعلم التربية الفنية فإنه يشجع تلاميذه على ممارسة الأسلوب التجريبي ويوجههم أثناء عمليات التجريب في الخامات إلى انتاج اعمال فنية ابداعية مما ينعكس في المستقبل على سلوكهم في المواقف الحياتية الأخرى وعلى جميع جوانب شخصياتهم.

وللتكنولوجيا الحديثة دور كبير في طرح بقايا خامات متعددة مثل ( مخلفات المصانع، وبقايا الاقمشة والاجهزة الالكترونية،... وغيرها) التي وفرت للفنان بصفة عامة ولمعلم التربية الفنية بصفة خاصة مجالاً خصباً للابداع باستخدام بقايا هذه الخامات بما يتناسب مع رؤيته وامكاناته الفنية. فنرى طالب الفرقة الرابعة والخامسة قبل بداية التدريب الميدانى لا يقوم بشراء خامات وأدوات لسد إحتياجه أثناء فترة التدريب، بل يقوم بتجميع بعض المواد المستهلكة لإعادة استخدامها مثل بواقي الجلود والقماش والمجلات والجرائد والورق الملون والزلط والأصداف ... وغيرها، وعند اختيار افكار التدريب الميدانى يحرص على توظيف نواتج او مخرجات التدريب الميدانى للاستفادة منها سواء لتزيين المنزل أو للبيع بعائد مادي.

### تعديل المفهوم الإستهلاكي:

"يعنى تغيير أو تعديل الإتجاهات أمرين على جانب كبير من الأهمية :

الأول : أن يدرك الفرد هذا التغيير الذى يحدث فى إتجاهاته .

الثانى : حاجة الفرد إلى أن يتميز بالمرونة ليكون قادراً على مواجهة ما يحدث من تغيرات فى بيئته وحتى يتكيف معها بسرعة وبسهولة.

فإذا كان التغيير مصمماً على جانب الشعور من بين عناصر الإتجاهات فيسهل إحداث التغيير فى وقت قصير نسبياً عما إذا كان التغيير أو التعديل منصّباً على الجانب الفعال أو الجانب السلوكى من الإتجاهات لأن ذلك قد يمتد إلى بعض القيم والمعتقدات وهى نواحي تحتاج إلى وقت طويل ومحاولات إقناع جادة حتى يتحقق ذلك" (محمود الاسوانى، ١٧ نوفمبر ٢٠٢١)

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

و"رغم تعدد المحاولات التي تصدت بالحلول لحمى الإستهلاك الترفى إلا أنها تكاد تتفق على دور التوجيه والتثقيف الفكرى لتعديل سلوكيات المجتمعات وضبط تصرفاتها نحو الإستهلاك المتهور والتفريق بين حاجاتنا الحقيقية من الوهمية، تعديل الدافع والقناعة يكاد يكون العامل الأهم فى التغلب على شره الإستهلاك .. وترسيخ قناعة تامة بالترشيد فى أمورنا كلها".

خالد سعد النجار، ثقافة الإستهلاك، <https://saaid.net/arabic/779.htm>

وعليه نستطيع القول، ان عملية الإستهلاك التى يمارسها الفرد، ليست مطلقة أو موروثية، بل هى محددة بالعديد من العوامل والأمور المكتسبة، ولا يمكن للإنسان أن يصل إلى مستوى حضارى فى ترشيد عملياته الإستهلاكية، إلا بوعى هذه العوامل، وفهم تلك الأمور التى تضبط استهلاك الفرد. إن المواجهة ينبغى أن تعمل فى اتجاهين: إعلاء بعض القيم الروحية والفكرية، والتوجيه نحو استغلال الموجود والمتاح، ونشر الوعى بالرضا الذى هو أساس الاستمتاع بالحياة، وحل فكرة ربط المتعة بالسلع والإستهلاك، وأن دعم الإنتاج هو المدخل إلى الإستهلاك الرشيد.

**الإطار العملى:(الإجراءات المنهجية للدراسة):**

**منهج الدراسة:**

اتفاقاً مع طبيعة الدراسة الوصفية، يعد المنهج الاجتماعى من أنسب المناهج لاستطلاع آراء المبحوثين وصولاً إلى معطيات عامة توضح مشكلة البحث وكيفية مواجهتها حيث يتيح هذا المنهج للباحث جمع بيانات تفصيلية تتعلق بالمشكلة، للحصول على اكبر قدر ممكن من البيانات التى تساعد فى تحليل الموقف.

**عينة الدراسة:** عينة عشوائية من طلاب كلية التربية الفنية - جامعة حلوان، قوامها ١٦٣ طالب وطالبة، من الفرقة الأولى والخامسة بالكلية على النحو التالى:

عينة البحث	ذكور	اناث	المجموع
الأولى	٢٢	٦٣	٨٥
الخامسة	١٩	٥٩	٧٨
المجموع	٤١	١٢٢	١٦٣

جدول رقم (١) عينة البحث

**أداة الدراسة:** "استبيان إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك" - إعداد الباحثة. **تصميم الإستبيان:**

بعد مراجعة الادبيات والنظريات المتصلة بالظاهرة محور الدراسة، وكذلك بالرجوع الى الدراسات السابقة من أجل الاستفادة منها، قامت الباحثة ببناء الإستبيان الخاص بالبحث.

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

يتكون الإستبيان فى صورته المبدئية من البيانات الشخصية، يليها ثلاث محاور هى مكونات الإتجاه، وفى كل محور (١٢) عبارة تعبر عن إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك. تم استخدام مقياس لكيرت Likert الخماسى (وافق بشدة/أوافق/محايد/لاوافق/لاوافق بشدة) صدق وثبات الإستبيان:

- الصدق:

تم عرض الأداة على عدد من الأساتذة والخبراء\*، لإستطلاع آرائهم حول صحة عبارات الإستبيان وصدقها فى قياس ما صممت من أجله، وإقتراح بعض الجمل التى يرونها مناسبة (صدق المحكمين). الثبات:

للتأكد من ثبات الإستبيان تم اختباره على عينة استطلاعية مكونة من ٣٠ طالب وطالبة من طلاب كلية التربية الفنية بالفرقتين الأولى والخامسة، ثم أعيد تطبيق الإستبيان على نفس العينة بعد عشرة أيام من تطبيق الإستبيان الأول، واستخدم فى ذلك معامل التوافق لجميع المتغيرات بغض النظر عن مستوى قياسها، حيث يحسب معامل الثبات التوافقى من خلال قسمة عدد المبحوثين الذين تطابقت إجاباتهم الثانية مع الأولى على مجموع المبحوثين لكل متغير على حدة.

وتم تعديل الإستبيان بعد تحكيمه من الأساتذة والخبراء فى الميدان، حيث تم الإتفاق على جميع محاور وبنود الإستبيان بنسبة أكبر من ٨٠%، وقد قامت الباحثة بتعديل صياغة بعض العبارات بناءً على اقتراحات الأساتذة على النحو التالى، الإستبيان فى صورته النهائية:

#### \* لجنة محكمى الإستبيان من الخبراء:

- أ.د/ غادة مصطفى، أستاذ أصول التربية الفنية- كلية التربية الفنية - جامعة حلوان، ووكيل الكلية لشئون الطلاب سابقاً.
- أ.د/ جورج فكرى ابراهيم، أستاذ أصول التربية الفنية - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان، ورئيس قسم علوم التربية الفنية سابقاً.
- أ.د/ صلاح عبد السلام قراقيش، أستاذ أصول التربية الفنية - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان.
- أ.د/ فاطمة عبد الرحمن، أستاذ أصول التربية الفنية - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان.
- أ.د/ محمد اسحق، أستاذ النحت بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان، وعميد الكلية سابقاً.
- أ.د/ مشيرة مطاوع، أستاذ المناهج وطرق التدريس - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان.
- أ.د/ حنان دقماق، أستاذ المناهج وطرق التدريس - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان.
- أ.د/ فالنتينا وديع سلامة، أستاذ علم النفس - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان.
- أ.د/ حنان محمود الزيات، أستاذ علم النفس - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان.

- النوع : ذكر ( ) أنثى ( ) - الفرقة: الأولى ( ) الخامسة ( )

أولاً: مكون معرفي:	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة
١- أدوات الماركات العالمية (كالفرش والألوان) تكون أجود من حيث الخامات والشكل.					
٢- التجريب في الخامات -لأسيما المستهلكة- مثل بقايا الكرتون والبلاستيك والعلب الفارغه والالعب المحطمة وكل ما يطلق عليه نفايات يمكن الاستفادة منه في إنتاج أعمال فنية جميلة وفريدة.					
٣-إعادة تدوير الخامات المستهلكة يطرح رؤى جديدة وتحدى امام معلم التربية الفنية وكذلك التلميذ مما يثرى الابداع .					
٤-الانفاق في الخامات يؤثر ايجابياً على جودة العمل الفني، أى أن الخامات الغالية الثمن تنتج أعمالاً فنية قيمة، والعكس صحيح.					
٥-بواقى الخامات لا تصنع عملاً فنياً جيداً.					
٦-التسوق عبر الإنترنت (online) يعرفنى بأحدث الخامات أو الأدوات.					
٧-الاستغناء عن الإسراف غير الضروري (الإستهلاك التفاخرى) يجنب الأزمات المالية.					
٨-المبالغة في الإسراف على الكماليات (مثل الألوان والفرش وادوات الفن)، تربك ميزانية الفنان.					
٩-الإعلانات والعروض تجعل الفرد يشتري سلماً تفوق إحتياجاته					
١٠-ثقة الفنان بنفسه نابعة من شخصيته وفكره الإبداعي، ليس بما يمتلكه من أدوات وخامات مادية باهظة الثمن..					
١١-زيادة الدخل قد تؤدي إلى زيادة الإستهلاك الترفى.					
١٢-تشويه جدران وكراسى الكلية بالرسوم والشخايبط يعتبر استنزاف لميزانية الكلية.					

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	ثانياً: مكون وجداني:
					١- أتباهى بشراء حاجاتي من الألوان والأدوات ذات الماركات العالمية.
					٢- أفضل إنتاج أعمالى الفنية من بقايا الخامات والألوان المتبقية عندى..
					٣- أفضل إنتاج أعمال فنية يمكن تسويقها والربح منها.
					٤- افضل استخدام بدائل للخامات عالية الثمن.
					٥- افضل استعارة الأجهزة التى تساعدني فى إنتاج اعمالى الفنية بدلا من شراؤها لاسيما ان كنت لن أستخدمها كثيراً.
					٦- أفضل استبدال بعض التقنيات التى تسهلها الاجهزة الحديثة، ببعض الأدوات الغير مكلفة مثل استخدام كاوية اللحام بدلا من ماكينة الحرق، لاسيما اذا كنت لن استخدمها كثيراً فيما بعد.
					٧- أفضل تركيب ألوان الزيت عن شرائها.
					٨- أتميز بإختيار الخامات باهظة الثمن والتي لن يستطيع الغالبية شراؤها.
					٩- أحب إقتناء الخامات والألوان حتى وان لم أكن فى حاجة لها.
					١٠- افضل شراء الوان جديدة حتى وان كان لدى متبقى منها من العام الدراسى السابق.
					١١- أفضل عدم شراء إحتياجاتي من خامات وأدوات دفعة واحدة.
					١٢- أفضل تشجيع المنتج المحلى فى مقابل المنتج الأجنبى (إن وجدت).

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	ثالثاً: مكون سلوكي:
					١- أحرص على تنفيذ أعمالى من بقايا خامات المتوفرة لدى بالفعل.
					٢- أحضر لوحاتى بنفسى بدلاً من شراء اللوحات المحضرة الجاهزة.
					٣- أحرص على تجريب التقنيات قبل البدء فى المشروع النهائى باستخدام ورق مستهلك وخامات مستخدمة من قبل.
					٤- يتخطى انفاقى الإستهلاكى دخلى الشهرى.
					٥- أحرص على وضع ميزانية للإنفاق والالتزام بها.
					٦- أستطيع تمييز الإعلانات الخادعة للسلع والخدمات.
					٧- أنتظر فترة التخفيضات لأقتنى إحتياجاتى من الخامات والأدوات.
					٨- أحياناً أشتري أدوات وخامات قد لا تتفعلى.
					٩- أحرص على تجويد منتجى الفنى حتى أستطيع تسويقه.
					١٠- زيادة دخلى قد يؤدى الى زيادة استهلاكى الترفى.
					١١- أحتفظ ببواقى الخامات المتوفرة من المقررات العملية كبواقى الجلود أو الألوان أو الكانسون...الخ.
					١٢- أحرص على المحافظة على نظافة وسلامة معامل وأفران الكلية.

وتم توزيع الإستهبان على أفراد العينة ثم تفرغ النتائج ومعالجتها إحصائياً، مع مراعاة وضع بعض عبارات الإستهبان فى صورة عكسية للتأكد من صدق الإستهبان.  
عرض وتفسير النتائج:

١- بالنسبة للفرض الأول الذى ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إتجاهات طلاب (الفرقة الأولى والخامسة) بكلية التربية الفنية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك، لصالح طلاب الفرقة الخامسة، قد تحقق الفرض كلياً على النحو التالى:

بالنسبة للمكون المعرفى وبحساب قيمة الـ T TEST بين متوسط درجات المجموعة الأولى ومتوسط درجات المجموعة الخامسة فوجد أن قيمة ت ( T TEST ) المحسوبة = ٦,٠٣ وبمقارنة قيمة ت المحسوبة والتى تساوى ٦,٠٣ بقيمتى ت الجدولتين والتى تساوى ١,٩٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، وتساوى ٢,٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١ وذلك عند درجة حرية ١٦١ ، فوجد أن قيمة ت المحسوبة أكبر من ت الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠١ إذاً هناك فرق جوهري بين متوسطى المجموعتين عند

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

مستوى معنوية ٠,٠١ وبما أن متوسط المجموعة الأولى يساوى ٤٢,٣٥ بإنحراف معيارى قدره ٣,٥١ ومتوسط درجات المجموعة الخامسة يساوى ٤٨,٩٧ بإنحراف معيارى قدره ٤,١٧ أذاً متوسط درجات المجموعة الخامسة أعلى من متوسط المجموعة الأولى

جدول (٢) الفروق بين الفرقة الأولى والفرقة الخامسة فى المكون المعرفى باستخدام إختبار ( ت )

المتغير	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مكون معرفى	الأولى	85	42.35	3.51	0.38	6.03	161	0.010
	الخامسة	78	48.97	4.17	0.47			

وبالنسبة للمكون الوجدانى وبحساب قيمة الـ T TEST بين متوسط درجات المجموعة الأولى ومتوسط درجات المجموعة الخامسة فوجد أن قيمة ت ( T TEST ) المحسوبة = ٥,٢٩ وبمقارنة قيمة ت المحسوبة والتي تساوى ٥,٢٩ بقيمتى ت الجدولتين والتي تساوى ١,٩٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، وتساوى ٢,٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١ وذلك عند درجة حرية ١٦١ ، فوجد أن قيمة ت المحسوبة أكبر من ت الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠١ إذاً هناك فرق جوهري بين متوسطى المجموعتين عند مستوى معنوية ٠,٠١ وبما أن متوسط المجموعة الأولى يساوى ٣٤,٧٤ بأنحراف معيارى قدره ٤,٤٨ ومتوسط درجات المجموعة الخامسة يساوى ٤٠,٥٤ بإنحراف معيارى قدره ٤,٥٨ أذاً متوسط درجات المجموعة الخامسة أعلى من متوسط المجموعة الأولى

جدول (٣) الفروق بين الفرقة الأولى والفرقة الخامسة فى المكون الوجدانى باستخدام أختبار ( ت )

المتغير	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مكون وجدانى	الأولى	85	34.74	4.48	0.49	5.29	161	0.002
	الخامسة	78	40.54	4.58	0.52			

وبالنسبة للمكون السلوكى وبحساب قيمة الـ T TEST بين متوسط درجات المجموعة الأولى ومتوسط درجات المجموعة الخامسة فوجد أن قيمة ت ( T TEST ) المحسوبة = ٣,١٠ وبمقارنة قيمة ت المحسوبة والتي تساوى ٣,١٠ بقيمتى ت الجدولتين والتي تساوى ١,٩٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، وتساوى ٢,٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١ وذلك عند درجة حرية ١٦١ ، فوجد أن قيمة ت المحسوبة أكبر من ت الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠١ إذاً هناك فرق جوهري بين متوسطى المجموعتين عند مستوى معنوية ٠,٠١ وبما أن متوسط المجموعة الأولى يساوى ٤٢,٨٨ بأنحراف معيارى قدره ٤,٢١

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

ومتوسط درجات المجموعة الخامسة يساوي ٤٦,٦٢ بأنحراف معياري قدره ٥,١٢ إذاً متوسط درجات المجموعة الخامسة أعلى من متوسط المجموعة الأولى

جدول (٤) الفروق بين الفرقة الأولى والفرقة الخامسة في المكون السلوكي باستخدام اختبار ( ت )

المتغير	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مكون سلوكي	الأولى	85	42.88	4.21	0.46	3.10	161	0.009
	الخامسة	78	46.62	5.12	0.58			

وبالنسبة للاجمالي وبحساب قيمة الـ T TEST بين متوسط درجات المجموعة الأولى ومتوسط درجات المجموعة الخامسة فوجد أن قيمة ت ( T TEST ) المحسوبة = ٤,٢٦ وبمقارنة قيمة ت المحسوبة والتي تساوي ٤,٢٦ بقيمتي ت الجدولتين والتي تساوي ١,٩٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، وتساوي ٢,٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١ وذلك عند درجة حرية ١٦١ ، فوجد أن قيمة ت المحسوبة أكبر من ت الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠١ إذاً هناك فرق جوهري بين متوسطي المجموعتين عند مستوى معنوية ٠,٠١ وبما أن متوسط المجموعة الأولى يساوي ١١٩,٩٨ بأنحراف معياري قدره ٨,٢٠ ومتوسط درجات المجموعة الخامسة يساوي ١٣٦,١٣ بأنحراف معياري قدره ١٠,٥١ إذاً متوسط درجات المجموعة الخامسة أعلى من متوسط المجموعة الأولى.

جدول (٥) الفروق بين الفرقة الأولى والفرقة الخامسة في الاجمالي باستخدام اختبار ( ت )

المتغير	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
الاجمالي	الأولى	85	119.98	8.20	0.89	4.26	161	0.007
	الخامسة	78	136.13	10.51	1.19			

وبهذه النتيجة نجد أن الفرض الأول قد تحقق كلياً، ولعل ذلك يرجع إلى طبيعة الدراسة بالكلية واندماج الطلاب في المجتمع وخوضهم عمليات شراء الخامات والأدوات بأنفسهم والبحث عن مصادر بيع هذه الخامات وكذلك البحث في إيجاد خامات جديدة وخامات بديلة وإعادة تدوير الخامات من خلال مقرر الورشة الذي يدعم اختيار وانتقاء الطالب للخامات وأيضاً التجريب في الخامات المستهلكة سعياً وراء الإبداع، بالإضافة إلى اتفاق الطلاب مع بعضهم لشراء الخامات وتقسيمها فيما بينهم وكذلك اتفاق الطلاب في مجموعات التدريب الميداني على تبادل الأدوات بحسب احتياج موضوع الدرس فبدلاً من أن يشتري كل طالب مجموعة كبيرة من المقصات مثلاً أو أدوات الحفر لتكفي عدد التلاميذ المتدربين معه، فإنه يقوم في هذه الحصة بإستعارة مقصات أو أدوات زملاؤه الطلاب المعلمين ... وهكذا، وترى الباحثة أنه من

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)



خلال تلك العمليات التي يندمج فيها طالب الكلية أثناء فترة دراسته بالكلية، يتكون لديه إتجاه إيجابي نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.

٢- وبالنسبة للفرض الثاني الذي ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية (ذكور وإناث) نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك، لصالح البنات، لم يتحقق الفرض:

فبالنسبة لمتغير المكون المعرفي وبحساب قيمة الـ T TEST بين متوسط درجات المجموعة ذكر ومتوسط درجات المجموعة أنثى فوجد أن قيمة ت ( T TEST ) المحسوبة = ٠,٨٧ وبمقارنة قيمة ت المحسوبة والتي تساوى ٠,٨٧ بقيمتي ت الجدولتين والتي تساوى ١,٩٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، وتساوى ٢,٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١ وذلك عند درجة حرية ١٦١ ، فوجد أن قيمة ت المحسوبة أقل من ت الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ إذاً ليس هناك فرق جوهري بين الذكور والاناث .

جدول (٦) الفروق بين الذكور والاناث في المكون المعرفي باستخدام اختبار ( ت )

المجموعات	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مكون معرفي	ذكر	41	44.95	4.71	1.05	0.87	161	0.386
	أنثى	122	45.75	3.71	0.31			

وبالنسبة لمتغير المكون الوجداني وبحساب قيمة الـ T TEST بين متوسط درجات المجموعة ذكر ومتوسط درجات المجموعة أنثى فوجد أن قيمة ت ( T TEST ) المحسوبة = ٠,٠١ وبمقارنة قيمة ت المحسوبة والتي تساوى ٠,٠١ بقيمتي ت الجدولتين والتي تساوى ١,٩٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، وتساوى ٢,٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١ وذلك عند درجة حرية ١٦١ ، فوجد أن قيمة ت المحسوبة أقل من ت الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ إذاً ليس هناك فرق جوهري بين الذكور والاناث .

جدول (٧) الفروق بين الذكور والاناث في المكون الوجداني باستخدام اختبار ( ت )

المجموعات	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مكون وجداني	ذكر	41	37.65	6.21	1.39	0.01	161	0.995
	أنثى	122	37.64	4.25	0.36			

وبالنسبة للمكون السلوكي وبحساب قيمة الـ T TEST بين متوسط درجات المجموعة ذكر ومتوسط درجات المجموعة أنثى فوجد أن قيمة ت ( T TEST ) المحسوبة = ٠,٦٩ وبمقارنة قيمة ت المحسوبة والتي تساوى ٠,٦٩ بقيمتي ت الجدولتين والتي تساوى ١,٩٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ،

وتساوى ٢,٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١ وذلك عند درجة حرية ١٦١ ، فوجد أن قيمة ت المحسوبة أقل من ت الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ إذاً ليس هناك فرق جوهري بين الذكور والاناث.

جدول (٨) الفروق بين الذكور والاناث فى المكون السلوكى باستخدام اختبار ( ت )

المجموعات	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
مكون سلوكى	ذكر	41	44.10	5.39	1.21	0.69	161	0.489
	أنثى	122	44.90	4.71	0.39			

وبالنسبة للاجمالى وبحساب قيمة الـ T TEST بين متوسط درجات المجموعة ذكر ومتوسط درجات المجموعة أنثى فوجد أن قيمة ت ( T TEST ) المحسوبة = ٠,٧١ وبمقارنة قيمة ت المحسوبة والتي تساوى ٠,٧١ بقيمتى ت الجدولتين والتي تساوى ١,٩٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، وتساوى ٢,٦ عند مستوى معنوية ٠,٠١ وذلك عند درجة حرية ١٦١ ، فوجد أن قيمة ت المحسوبة أقل من ت الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ إذاً ليس هناك فرق جوهري بين الذكور والاناث .

جدول (٩) الفروق بين الذكور والاناث فى الاجمالي باستخدام اختبار ( ت )

المجموعات	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
الاجمالي	ذكر	41	126.70	9.18	2.05	0.71	161	0.481
	أنثى	122	128.29	9.43	0.79			

وعليه فإن الفرض الثانى لم يتحقق إذ أنه لا يوجد فرق جوهري فى إتجاهات طلاب كلية التربية الفنية (ذكور وإناث) نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.

فى ضوء النتائج السابقة تشير الباحثة إلى بعض المحاور التى تراها ذات جدوى فى الخروج من الوضع الراهن والمتمثل فى النزعة الإستهلاكية (الإتجاه الإستهلاكى) .. منها :

- الإعلاء من القيم والمعانى فوق الأشياء والممتلكات.
- تحرير مفهوم المتعة وعدم ربطها بالأشياء المادية.
- الإعلاء من قدرات الإصلاح والترميم والتطوير فى مقابل الإستهلاك.
- التصحيح المستمر للأفكار والصور الدخيلة والغريبة على ثقافتنا الأصيلة.
- تمكين المؤسسات المحلية الإنتاجية (العامة والخاصة) من ممارسة إنجازاتها.
- تشجيع المنتج المحلى ودعم الصناعة المحلية فى مقابل المنتج الأجنبى.
- تعميق الوعى الثقافى بتربية دينية ووطنية أصيلة ومنفتحة على الآخر.

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

- تعزيز القيم والأخلاق الحميدة المنبثقة من ثقافتنا العربية الأصيلة.
- تعزيز ثقافة الانتاج والادخار بغية السعى نحو الإصلاح الاقتصادى وخطط التنمية المنشودة.
- تطوير الإعلام وتبنى ثقافة إعلامية إنتاجية تؤسس لقيم اقتصادية ثقافية متوازنة، كقيمة العمل والإنتاج والإدخار والصبر والمحافظة على الملكية العامة والخاصة وصيانة الموارد الطبيعية، ذلك فى مقابل الإستهلاك.

#### التوصيات:

- غرس ثقافة الوعى الإستهلاكى لدى كافة شرائح المجتمع عن طريق إعداد الكتيبات، وإقامة الندوات ووضع برامج لتكثيف الوعى بأهمية ضبط الإستهلاك والتحذير من عواقبه.
- تبنى مادة التربية الإستهلاكية كمقرر دراسى ضمن مراحل التعليم المختلفة، لنشر مفاهيم ترشيد الإستهلاك فى بيوتنا ومتاجرنا وأعمالنا وسلوكياتنا وحياتنا.
- التوجيه الأمثل لتكريس ثقافة ترشيد الإستهلاك كأسلوب حياة ضمن سلوكيات الأفراد، كتقليل هدر الأغذية والاستفادة من فائض الأطعمة الصالحة للإستهلاك.
- ضرورة التأكيد على دور التربية الإعلامية فى اكساب الشباب القدرة على الإنتقاء والإختيار والنقد.
- تنسيق الجهود العربية لحماية المستهلك العربى من الإنبهار بالسلع والمواد الثقافية الغربية فى مقابل التعامل معها بوعى.
- تشييد روح الثقة والتواصل بين طالب الكلية ومؤسسات المجتمع.
- تشجيع ورعاية طالب الكلية لإنتاج مشاريع قابلة للتسويق.

#### دراسات مقترحة:

- ١- إجراء دراسات مشابهة على مجتمعات أخرى.
- ٢- البحث فى علاقة ثقافة المجتمعات بعاداتها وتقاليدها والإتجاه نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.
- ٣- دراسة دور الدين والتربية (الوعظ والإرشاد) فى تنمية إتجاه ايجابى نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك.
- ٤- دراسة إتجاه الشخص المسرف نحو بيئته ومجتمعه.

## المراجع:

- ١- أحمد مجدى حجازى، ثقافة الإستهلاك وتحديث العالم العربي،  
<http://www.odc.org.tn/index.php/component/content/article/70-2012-04-13-10-52-10/209-2012-07-28-01-34-31>  
at 8:00 pm 2021/10/ 13 تاريخ الأطلاع :
- ٢- أمال عبد الرحيم، إتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك، "دراسة مطبقة في قسم الدراسات الاجتماعية - بنات، جامعة الملك سعود"، مجلة جامعة دمشق، مجلد ٢٨، عدد ١، ٢٠١٢، (ص ١٧٥ : ٢١٠).
- ٣- إيمان عبد السلام عبد القادر، إتجاه السيدات نحو ترشيد الإستهلاك الملبسى عن طريق الاستفادة من الملابس الغير مستخدمة، مجلة بحوث التربية النوعية، كلية التربية النوعية جامعة المنصورة، عدد ١٢، ٢٠٠٨
- ٤- إيمان محمد رضا التميمي، أهمية القيم في حياة الإنسان، جريدة الغد الألكترونية، ١٤ يوليو ٢٠١٥  
<https://alghad.com/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%AD%D9%8A%D8%A7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%A7%D9%86>  
تاريخ الأطلاع: 13:00 pm 2021 /11/14
- ٥- حنان محمد السيد أبو صيرى، وفاء صالح مصطفى الصفتى، مروة السيد مهدى، الأنماط الإستهلاكية والادخارية المستحدثة لأسر العائدين من الخارج وعلاقتها بالمناخ الأسرى، المجلة المصرية للإقتصاد المنزلى، العدد ٢٩، ٢٠١٣
- ٦- الخنساء تومى، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خضير بسكرة، ٢٠١٧.
- ٧- خالد عوض عبد الحميد الغمراوى، القنوات الفضائية وتأثيرها على تغير أنساق القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الإستهلاكي في المجتمع المصري، دراسة ميدانية في محافظة القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠١٠.
- ٨- خالد سعد عايض العتيبي، إتجاهات طلاب و طالبات الجامعة نحو مرتكبي الجريمة، دراسة ميدانية على طلاب وطالبات الجامعة في مدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الاجتماعية، ٢٠٠٤.
- ٩- خالد سعد النجار، ثقافة الإستهلاك، <https://saaid.net/arabic/779.htm>
- ١٠- رضوى منتصر الفقي، النزعة الإستهلاكية في المجتمع المصري، ١١ يونيو ٢٠٢٠، موقع خطوة للتوثيق والدراسات،  
<http://www.khotwacenter.com/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B2%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%87%D9%84%D8%A7%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A>

at 3.30 pm 8/12/2021: تاريخ الأطلاع

١١- رويده أحمد محمد عيفة، ثقافة الإستهلاك في المجتمع الليبي، دراسة ميدانية بمدينة سبها ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية البنات للأداب والعلوم والتربية قسم علم الاجتماع، جامعة عين شمس، ٢٠١٧.

١٢- زيد بن محمد الرماني، الإستهلاك في حياتنا، السلسلة الإقتصادية (٥)، شبكة الألوكة الألكترونية، ٤٣٩هـ، [WWW.alukah.net](http://WWW.alukah.net) ، تاريخ الأطلاع : 2021/12/13 at 4:00pm

١٣- سارة طالب السهيل، ثقافة الإستهلاك وأزماتنا الإقتصادية ، موقع عمون الألكتروني صوت الأغلبية الصامتة، ٢٠١٨ <https://www.ammonnews.net/article/382380> تاريخ الاطلاع :

at 6:00pm 2021/12/13

١٤- شعبان علي حسين ، أسس السلوك الإنساني بين النظرية والتطبيق ، الإسكندرية ، المكتب الجامع الحديث .٢٠٠٢

١٥- صلاح مخيمر، عيد مخائيل رزق، المدخل إلى علم النفس الإجتماعي، دار المعارف الجامعية، ١٩٦٠.

١٦- طلال خالد الفضل، القيم والسلوك الإنساني، موقع الإدارة العامة والمحلية، ١٣ سبتمبر ٢٠١٧ <http://kenanaonline.com/users/PLAdminist/posts/945073> تاريخ الأطلاع : 2021/12/4 pm

at 12:00

١٧- فراس عباس فاضل البياتي، فائز محمد داؤد، النمو السكاني وثقافة الإستهلاك دراسة ميدانية في مدينة أربيل، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد ٨، العدد ١، ٢٠١٦، (ص ٣٠٢: ٣٢٧)

١٨- قيصر الخنفر، الغزو الإعلامي والفكري، جريدة القبس الألكترونية، عدد ١١ أكتوبر ٢٠١٨ <https://alqabas.com/article/591080> تاريخ الأطلاع : 2021/12/23 at 9:00pm

١٩- لونيس علي، العوامل الاجتماعية والثقافية وعلاقتها بتغير إتجاه سلوك المستهلك الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر، ٢٠٠٧

٢٠- ماهر محمود عمر، سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر، ٢٠٠١

٢١- محمد محفوظ، الإستهلاك من منظور إقتصادي، جريدة الرياض الألكترونية، الخميس ٢٥ نوفمبر ٢٠٢١ <https://www.alriyadh.com/24442> تاريخ الأطلاع : 2021/11/24 at 3:00pm

٢٢- محمود الاسواني ، تعريف الإتجاهات والقيم بالتفصيل الفرق بين القيم والإتجاهات، ١٣ سبتمبر ٢٠٢١، موقع مضمون الألكتروني ، تاريخ الأطلاع : 2021/12/13 at 2:00 pm

<https://www.maddmon.com/8572/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87%D9/%80%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D9%80%D9%85>

٢٣- محمود الاسواني، ما هي العناصر الأساسية للإتجاهات، ١٧ نوفمبر ٢٠٢١، موقع مضمون الإللكتروني

<https://www.maddmon.com/8574/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%86%D8%A7%D8%B5%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87%D8%A7%D8%AA>

(AmeSea Database – ae – January- 2022- 558)

تاريخ الأطلاع: 2021/11/28 at 5:00pm

٢٤- مى عباس، غزو ثقافة الإستهلاك والعبث بالأسرة، مجلة البيان الألكترونية، العدد ٣٦٩، ١٧ يناير ٢٠١٨

<https://albayan.co.uk/MGZarticle2.aspx?id=6125>

٢١- نجوى الشايب، ثقافة الإستهلاك الترفى فى الريف المصرى، دراسة أنثروبولوجية بإحدى قرى محافظة

الشرقية، مجلة Girls' yearbook ، ٢٠١٦

٢٢- هانس بيرمارتن وهارلو شومان، فخ العولمة الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية، عالم المعرفة، المجلس

الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٩٩٨. <http://www.al-jazirah.com.sa/2000jaz/nov/16/ec.l6htm>

تاريخ الأطلاع: 2021/12/8 at 5:30 pm

٢٣- هيام أنور أحمد أبو زيد، دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل إتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات

السياسية المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٦.

٢٤- يسرا محمود صبيح وغادة أحمد عبدالرحمن، إتجاهات الشباب نحو دور مواقع التواصل الإجتماعى فى دعم

ثقافة الحوار، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، مجلد ٩، عدد ٢٧، خريف ٢٠١٩، (ص ٣٩٨: ٤٦٧)

25- Albert Bandura, Human agency in social cognitive theory, Stanford University, The American Psychological association, vol. 44, n. 9, P. 1175:1178, 1989.

30- Jean Baudrillard, La societe de consummation; ses mythes ses structures, Editions Denoel, 1970, P.109.

26- Rubin Barry, Globalization and The Middle East: part one, Yale Center for Study of Globalization. (Access Date: 2008/3/30)  
[www.yaleglobal.yale.edu/display.articles?id744](http://www.yaleglobal.yale.edu/display.articles?id744)

31- Sanders, D.& Morrison Shetlar, A.; Student Attitudes toward Web-Enhanced Instruction in a course, Journal of Research on Computing in Education, vol.33, n.3, 2001, P.251-263.

32- Margraret Virsser: Food and Cutler "Interconnections, Social Research", Vol 66, No. 1, 1999.