

## " أنماط استهلاك الطفل المصري: دراسة إجتماعية ميدانية بمحافظة قنا "

محمد أنور محروس<sup>١</sup> ، محمود زكي جابر<sup>٢</sup> ، دعاء محمد خليل عسران<sup>٣</sup>

<sup>١</sup> كلية الآداب – جامعة حلوان

<sup>٢</sup> معهد الدراسات والبحوث البيئية- جامعة السادات

<sup>٣</sup> باحثة دراسات عليا بمعهد الدراسات والبحوث البيئية – جامعة مدينة السادات

### المقدمة

على الرغم من أن الثقافة الاستهلاكية ليست جديدة فقد جاءت وتنامت مع ولادة الرأسمالية في الغرب ، وأصبحت أكثر رواجاً وانتشاراً في مرحلة التسعينات حين دخل العالم مرحلة إلغاء الحواجز بين الشعوب ، وبناء السوق العالمي الموحد . وتشكلت ثقافة عالمية واحدة منتشرة في كل المجتمعات ، وأخذت السلع المادية دلالات اجتماعية ورمزية تتجاوز قيمتها المادية لتكتسب قوة تدفع في اتجاه صهر العالم استهلاكياً ودمجه ثقافياً ، متجاوزة بذلك ثقافات الشعوب والطبقات والبيئات والجنسيات ، وهكذا لعبت عوامل شتى عالمية ومحلية في انتشار ثقافة استهلاكية موحدة

وبالتالي أصبح البعد الثقافي – النفسي هو المتحكم بقوة في تعاملات الناس وفي ممارساتهم السلوكية ، وهكذا لم يعد السلوك الاستهلاكي سلوكاً فردياً يخص شخصاً مستقلاً يملك القدرة على التحكم والاختيار ، بل اجتمعت هناك قوى وعوامل متعددة تسهم في تشكيل رغبة الفرد وتمارس عليه ضغوطاً متنوعة تبدأ بالترغيب وتنتهي بالإجبار.<sup>(١)</sup>

ويعتبر الترويج من أهم العوامل التي تسهم في تشكيل رغبات الأفراد ، ومما لا شك فيه أن الترويج يعتبر أداة رئيسية تمكن من تحقيق الهدف المنشود لنشاط التسويق والذي يتحقق بالحصول على درجة أعلى من الاشباع لرغبات المستهلكين والمشتريين للسلع والخدمات . والترويج كمنشط إحصالي يعمل على التأثير في سلوك المستهلكين والمشتريين في اتجاه تحقيق عملية الشراء للسلعة أو الخدمة موضوع الترويج وبالرغم من تعدد الوسائل الترويجية سيظل الإعلان هو النشاط الذي يستخدم أكثر خاصة في مجال ترويج السلع الاستهلاكية وفي الوقت الحاضر أصبح الإعلان التليفزيوني هو الوسيلة الأكثر استخداماً لنقل الرسائل الإعلانية لجمهور الأطفال وربما يعتبر الوسيلة الأكثر تقبلاً وتأثيراً في سلوك الأطفال لما له من مزايا عديدة<sup>(٢)</sup>

### الإطار المنهجي للدراسة :

#### مشكلة الدراسة ومبرراتها:-

ولأن قيمة السلعة تتحدد لا بقيمتها الحقيقية المتمثلة في جودتها ، بل بقدرة صانعيها على تحويلها إلى ثقافة ترغيب وتسويق لدى المستهلك ، حيث أصبح الإعلان عن السلعة أهم من السلعة ذاتها .

ومن هنا ظهرت مشكلة الدراسة – مشكلة أنماط استهلاك الطفل المصري وخاصة الطفل في المجتمع القناني – في صعيد مصر وخاصة محافظة قنا وهي إحدى محافظات جنوب الصعيد والتي تم اختيارها لأنها تمثل إقليم جنوب الوادي الذي يفتقد العديد من الدراسات السوسولوجية التي تعبر عن وجهة نظر أهل هذا الإقليم .

محافظة قنا محافظة تسودها القبلية وهي تشهد طفرة حضارية وصناعية هائلة وملامح تنموية حقيقية عميقة غيرت من معالمها ومن ثم فإنها بحاجة إلى دراسات تواكب هذه الطفرة الحضارية ، وتسائر تلك الملامح وعلى اعتبار أن الأطفال هم جزء هام بناء من هذا المجتمع ، لذلك كان يجب التعرف على نمط استهلاك الطفل ودراسة العلاقة بين مشاهدة الطفل للإعلان التليفزيوني وطموحه ورغبته في امتلاك السلعة المعلن عنها، ولذلك كانت دراسة الأنماط الاستهلاكية وثقافتها ملامح هذه الطفرة التنموية التي يشهدها المجتمع القناني ، ومعنى ذلك أن هذه المحافظة تشهد تغيراً في أنماط الاستهلاك الخاص بها. أي في الطرق والأساليب التي يمارسها أفرادها للحصول على سلعة ما انبهروا بها، ونجد من العوامل التي تساعد على ذلك التغير هو انتشار الوعي الثقافي بين الأسر ، والشباب ، وتطلع أبناء الإقليم إلى حياة مختلفة تتخللها سبل الراحة والترفيه حياة تختلف عن حياة آبائهم التقليدية، كذلك الرغبة في مسابرة ركب الحضارة الحديثة .

(١) احمد مجدي حجازي : المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر ، أعمال الندوة السنوية لقسم الاجتماع ، كلية الاداب ، جامعة القاهرة ، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية ، ٢٢ – ٢٣ أبريل ، ص ٥ ، ٦ .

(٢) صالح دياب هندي : أثر وسائل الإعلام على الطفل ، ط ١ ، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٩٠ ، ص ٥٧ .

## أهداف الدراسة :-

- انحصرت أهداف الدراسة فيما يلي : هدف رئيسي وهو التعرف على أنماط الاستهلاك عند الطفل ومدى تأثره بالتغيرات العالمية والمحلية بالمجتمع القناوي ، ويتفرع من الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في :
- ١- رصد طرق الانفاق لدى أسر أطفال العينة للتعرف على الانماط الاستهلاكية عند الأطفال بمجتمع الدراسة .
  - ٢- الكشف عن البناء الاجتماعي ، والاقتصادي لأسر أطفال العينة وعلاقتها بأنماط الاستهلاك .
  - ٣- التعرف على العوامل والدوافع التي تؤثر على أنماط الاستهلاك عند الأطفال في مجتمع الدراسة .

## مناهج الدراسة :-

لأن الدراسة الراهنة تعتبر من الدراسات الوصفية حيث تهتم بدراسة أنماط الاستهلاك لدى الطفل في صعيد مصر في ظروف مجتمع معين بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج لفهم هذه الظاهرة موضوع الدراسة .

لذا كان لابد من الاعتماد على المنهج الوصفي لأنه يساعد في جمع البيانات الكمية والكيفية التي توضح أنماط الاستهلاك عند الطفل المصري وأهم العوامل المؤثرة على ذلك الاستهلاك .

وكذلك يتم استخدام منهج المسح الاجتماعي social survey وذلك لأنه يقوم على الالتزام بخطوات علمية وقواعد عامة عند تنفيذ الدراسة .

## العينة :

ولما كان من الصعب إجراء الدراسة على أفراد مجتمع البحث ككل لذا تم إتباع أسلوب العينة ، وحيث أن موضوع الدراسة ينصب حول الأطفال وطبيعة الأنماط الاستهلاكية، والعوامل التي تؤثر على هذا الاستهلاك فتم اختيار عينة من الأطفال ينتمون إلى أسر من هذا الاقليم حتى يتسنى فهم طبيعة الاستهلاك في المجتمع في ضوء ما تنشره العولمة من ثقافة استهلاكية وتمثلت العينة كذلك في الأطفال لكونه أكثر شريحة تأثرا بالوسائل الإعلامية، وخاصة التلفزيون الذي يساعد في تشكيل النمط الاستهلاكي لدى الأطفال ولهذا كان من شروط العينة أن تكون ضمن الفئة العمرية من سن ١١ إلى أقل من ١٥ سنة حيث أنها أكثر فئة تعامل مع الأدوات التكنولوجية الحديثة ويمكن من خلالها جمع البيانات المطلوبة بدقة .

## مفاهيم الدراسة:

### تعريف الطفل وخصائص مرحلة الطفولة :-

احتل الأطفال شريحة كبيرة في الهرم السكاني في مصر وتبذل الدولة جهودا مضمينة للاهتمام بالأطفال في كافة النواحي الثقافية والاجتماعية مما أدى إلى تغير في سلوكيات الأطفال واتجاهاتهم الثقافية والاجتماعية مما يعود على المجتمع بالنفع .

"وبما أن ثقافة الطفل تحتل أهمية كبيرة عند الحديث عن رعاية الطفل المصري خاصة أن الثقافة تتكون من أنماط وسلوك وطرق تفكير وأساليب حياة كما أنها تتضمن أيضا التكنولوجيا التي تتمثل في أدوات ومقتنيات نزعها الإنسان لإشباع حاجاته ورغباته ولكل مجتمع إنساني ثقافته الخاصة التي تميزه عن المجتمعات والتي تتضمن فنونه وعاداته وتقاليده ولغته وقيمه وتقنياته وتتم عملية اكتساب الثقافة من جيل إلى آخر من خلال الاستماع إلى أفراد المجتمع ومن خلال مشاهدة السلوك وتقاليده ومن خلال نقل هذه الخبرات من جيل إلى آخر عبر وسائل الإعلام"<sup>(١)</sup>.

### وجدير بالذكر هنا أن نوضح معنى الطفولة والطفل :-

ويقصد بالطفولة child hood: فترة الحياة التي تبدأ منذ الميلاد حتى الرشد ، وهي تختلف من ثقافة إلى أخرى فقد تنتهي الطفولة عند البلوغ ، أو عند سن الزواج .

وتتميز الطفولة المبكرة بأنها انتقال الطفل من مرحلة العجز والاعتماد على الغير إلى الاستقلال التدريجي ومن بيئة المنزل الضيقة إلى بيئة المدرسة الرحبة وفي نهاية المرحلة حيث تؤدي الضغوط والتوقعات الثقافية إلى تغيرات مهمة في سلوك الطفل وفي اتجاهاته وفي ميوله وقيمه فيصبح شخصا مختلفا عما كان عليه<sup>(٢)</sup>.

يقصد بالطفل ذلك الكائن الاجتماعي الذي يولد وينمو في إطار اجتماعي وقد اختلفت الآراء حول تحديد مرحلة الطفولة فقد حددها البعض بأنها منذ الميلاد وحتى الثانية عشرة ، وحددها الاثنا عشرية الخاصة بحقوق الطفل أنه يعتبر طفلا كل إنسان لم يتجاوز

(١) سوزان القليلي "وسائل الإعلام وثقافة الطفل العربي"، مجلة الطفولة والتنمية، ٦ع، المجلد الثاني (صيف ٢٠٠٢)، ص ١٠١ .  
(٢) نخبة من أساتذة قسم الاجتماع: المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، دت، ص ٥ .

الثامنة عشر وقد أقر قانون الطفل المصري الصادر عام ١٩٩٦ المفهوم السابق للطفل الذي حددته الاتفاقية الخاصة بحقوق الطفل.

استهلاك : consumption

الاستهلاك عموماً هو استخدام السلع والخدمات ، وهو استخدام يفترض أنه يختلف من فترة إلى أخرى ، ومن فرد إلى آخر أو من فئة إلى أخرى .

كما أنه ليس هناك تعريفاً واحداً للاستهلاك ، حيث أن الاستهلاك يستخدم استخدامات مختلفة في العلوم الاجتماعية. فهو قد يعتبر الهدف النهائي لكل أنواع الإنتاج، أو هو استغلال السلع والخدمات.

وقد استخدم " آدم سميث " Adam smith المصطلح بالمعنى الأول حيث أن كل العمليات الاقتصادية كالإنتاج والتبادل والتوزيع تهدف في النهاية إلى الاستهلاك .

ومن الدراسات الأمبريقية التي تناولت الاستهلاك بحوث " جورج كاتونا " الذي حاول قياس اتجاهات عينات من الأفراد نحو الإنفاق أو الادخار، وتوصل إلى وجود ارتباطات بين الاتجاهات ومستوى الدخل ونمط الاستهلاك<sup>(١)</sup> .

وإيضاً هو الاستخدام المفيد من قبل الناس للأشياء ( السلع ) التي يحتاجون إليها وترتبط بحياتهم، وقد يكون هذا الاستخدام ( الاستعمال ) عقلياً أو مادياً. والأشياء قد تكون مادية أو أفكاراً أو علاقات ، ويمكن أن ينشأ هذا الارتباط من ملكية هذه الأشياء .

وترى الباحثة أنماط الاستهلاك بأنها الأساليب التي ينفق بها الأفراد نفودهم لمواجهة حاجات بيولوجية واجتماعية وثقافية

المدخل النظري للدراسة:

الاستهلاك من منظور اقتصادي

لقد سيطرت النظرة الاقتصادية في تعريف الاستهلاك إلى حد كبير على التعريفات التي قدمت للمفهوم حتى وقت قريب ، وربما يرجع ذلك - إلى أن المفهوم يعبر عن عملية اقتصادية في المقام الأول ، ففي الماضي كان ينظر إلى الاستهلاك من الناحية الاقتصادية البحتة ، وكأنه مسألة في عزلة عن غيرها من المسائل الاجتماعية الأخرى ، غير أن علماء الاقتصاد المحدثين يرون أهمية العوامل الاجتماعية في تشكيل نمط الاستهلاك ، إذ تقوم بدوراً مهماً وتؤثر في تشكيل نمط الاستهلاك على المدى البعيد ، وإن كان الدخل هو الذي يؤثر في النمط على المدى القصير .

لقد كان تركيز علماء الاقتصاد في تناولهم لظاهرة الاستهلاك ، منصّباً على علاقته بعدد من الموضوعات ذات الطابع الاقتصادي البحت ، مثل الإذخار ، والواردات ، وميزان المدفوعات ، والتضخم وغيرها ، حيث يعتبر الهدف النهائي للنشاط الاقتصادي هو إشباع حاجات الفرد من السلع والخدمات ، كما ربط آخرون الاستهلاك بالعملية الإنتاجية في حد ذاتها

ولعل ما قدمه الاقتصادي الشهير (آدم سميث) نموذجاً واضحاً على الصبغة الاقتصادية البحتة ، التي تناول من خلالها الاقتصاديون ظاهرة الاستهلاك ، فالاستهلاك من وجهة نظره ، هو الهدف والغاية الوحيدة لكل إنتاج ، فالاستهلاك بوجه عام يمثل وزناً كبيراً في إجمالي ميزانية الأسرة وفي إجمالي الإنفاق القومي ، كما أن للاستهلاك تأثيراً على كافة المتغيرات الاقتصادية مثل الإنتاج ، الدخل ، الادخار الاستثمار ، ومستوى الأسعار وغيرها من المتغيرات الاقتصادية المهمة ، لذا فإن عرض الإنتاج كله هو الاستهلاك .

هذا ما ذهب إليه ( سميث ) من خلال نظريته عندما قال أن مصلحة المنتج يجب أن تؤخذ في الاعتبار إذا كانت في مصلحة المستهلك فيما يرى أن هذه المصلحة تقود الفرد وهو يعمل لنفسه إلى خدمة المصالح الجماعية ، فالإنسان له مطلق الحرية في أن يعمل ويستغل رأس ماله كيفما شاء بشرط عدم الخروج على القوانين أو التعدي على حرية غيره ، بمعنى أن (سميث) يدعو إلى المنافسة الحرة<sup>(٢)</sup>

ويرى (سميث) أن هذا النظام يتفق مع مبدأ انسجام المصالح الخاصة مع المصالح العامة . ومع هذا يرى ضرورة تدخل الحكومة بطريقة مشروعة لحماية الأفراد ومساعدتهم على القيام بالمشروعات الاقتصادية . غير أنه اعترف بأن التجارة ، والصناعة لهما الأثر في عمليات الإنتاج ، وفي زيادة ثروة الأمم ، والأفراد .

إلا أنه ذهب إلى أنهما لا يقلان أهمية في الحياة الاقتصادية عن الزراعة ، ونظر إلي العمل على أنه عامل من عوامل الإنتاج<sup>(٣)</sup> ومراجعة ما قاله (سميث) عن الاستهلاك ، يظهر أنه قد أدرك أهمية بعض الأبعاد غير الاقتصادية في تحليل الظاهرة ، خاصة فيما يتعلق بروية للقيمة .

(١) نخبة من أساتذة قسم لاجتماع: المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية، الإسكندرية، دار المعرفة الاجتماعية، دت، ص ١٧ .

(١) مصطفى الخشاب : دراسات في علم الاقتصاد ، لجنة البيان العربي ، القاهرة ، ١٩٥٧ ، ص ٣١ .

(٢) آدم سميث : ثروة الأمم ، دار القاهرة للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٥٩ ، ص ٨ .

## المنظور الوظيفي :-

إذا كانت الماركسية انطلقت في تفسيرها لظاهرة الاستهلاك ، من مقولات المادية التاريخية ، فإن الوظيفية انطلقت من أبعاد أخرى مخالفة تماماً وها هو ( ماكس فيبر ) يؤكد على أن القيم والأفكار تؤثر بشكل اساسى في تشكيل الإنتاج والاستهلاك والسلوك الاقتصادي المترتب عليهما ، علي أساس أن الأفكار والمعتقدات لها دوراً فعالاً في تاريخ الإنسان ، خصوصاً تاريخ التطور الاقتصادي ( فيبر ) يرى أن عالم القيم تخلقه الظروف الاجتماعية التاريخية ، لأن للقيم اختيارات فردية حرة مشروطة بشروط اجتماعية تاريخية تحدها أفكار الجماعات الاجتماعية وتصوراتها المتباينة .<sup>(١)</sup>

وقد حظيت ظاهرة الاستهلاك أيضاً باهتمام مفكري علماء الاجتماع المعاصرين ، من هؤلاء المفكرين ثور تشلين فيبلن ( Thorstein Veblen ) والذي أكد علي أن العوامل الاجتماعية تلعب دوراً مهماً في تحديد نمط الاستهلاك حيث ركز علي مجموعة من العوامل تكمن وراء الحاجات الضرورية وتحديد ( طبيعية الطلب ) فعلي سبيل المثال أغنياء المجتمع ينفقون بثروتهم علي نحو يرمز لوضعهم الطبيعي لتغييرهم عن بقية أعضاء المجتمع .<sup>(٢)</sup>

غير أن ( فيبلن ) لم يضع أفكاراً بطريقة منظمة ، إلا أنه كان من أكثر من اهتموا بإبراز أهمية العوامل الاجتماعية في تحديد نمط الاستهلاك .<sup>(٣)</sup> وعلي هذا فإن الاستهلاك المظهري عند ( فيبلن ) هو الاستهلاك المفرط للسلع التي تعد دليلاً علي عضوية المستهلك للطبقة المترفة في المجتمع الرأسمالي وقد استخدم ( فيبلن ) هذا المصطلح في الدراسات الانثربولوجية للمجتمعات قبل الرأسمالية للإشارة إلي التباهي باستهلاك السلع بهدف اكتساب الهيبة .<sup>(٤)</sup>

فبعض الناس يشتركون بعض السلع غالية الثمن ليس لأنها أجود من غيرها ، أو لأنها تشبع حاجة – بل لأنها غالية فحسب وهو ما يعنى " التباهي " بها أمام الناس .<sup>(٥)</sup>

وهذا يوضح لنا اختلاف الوظيفة الظاهرة Manifest للاستهلاك الاقتصادي وهي الانتفاع ، بينما يعد تحقيق الهيبة ، وتأكيد علي حد تعبير ( فيبلن ) أحد الوظائف الكامنة لهذا الاستهلاك .<sup>(٦)</sup>

## الدراسات المتعلقة بثقافة الاستهلاك

### ١- دراسة الاستهلاك والثقافة التقليدية – دراسة ميدانية بمجتمع محلي حضري ١٩٩٩ (٢٥)

هدفت إلى التعرف على أثر السياق البنائي للمجتمع المصري على تشكيل الثقافة الاستهلاكية وكذلك التعرف على رد فعل منشآت الاستهلاك التقليدية تجاه المنشآت الاستهلاكية الجديدة ذات الثقافة الوافدة.

فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن المنشآت التقليدية في ظل التغيرات العالمية استعارت بعض عناصر الثقافة الوافدة من أجل التأقلم مع آليات المنشأة الحديثة من خلال إدخال بعض التغيرات على شكل المنشأة التقليدية مثل عمل بعض الديكورات وأسلوب العرض وإدخال بعض الوجبات السريعة (التيك أواي) .... الخ.

### ٢- دراسة العولمة والثقافة الاستهلاكية الأشكال والآليات ٢٠٠١ (٦)

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة إلقاء الضوء على جانب من قضية العولمة والثقافة الاستهلاكية وذلك في إطار الاهتمام بدراسة الاستهلاك انطلاقاً مما نلاحظه في مجتمعنا في الآونة الأخيرة من افتتاح العديد من المنشآت الاستهلاكية المستحدثة والتي تتبع الشركات المتعددة الجنسيات وفي مقدمتها الشركات الأمريكية ومنها شركات استثمارية مصرية وتتميز تلك المنشآت بلامح غير مألوفة في الثقافة المصرية وتتخذ آليات من أجل تشكيل ثقافة استهلاكية موجهة نحوها . وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج الهامة وهي وجود عدة آليات تتوسل بها تلك المنشآت لجذب وترسيخ الثقافة الاستهلاكية بحيث تحقق الاختراق الثقافي وتغيير السلوكيات والعادات وتعمل على زيادة النهم الاستهلاكي من أجل خدمة أغراضها في الإنتاج والتوزيع ومزيد من الهيمنة .

(١) ماكس فيبر : الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية ، ترجمة محمد علي مقلد ، مركز الاتحاد العربي ، بيروت ، د.ت ، ص ص ١٦-١٩ .

(٢) المرجع السابق ، ص ١٢٦ .

(٣) أحمد أبو زيد : البناء الاجتماعي ، الجزء الأول ، دار الكتاب العربي للبحث والنشر ، الإسكندرية ، ١٩٦٧ ، ص ١٣ .

(٤) نيقولا تيمائشيف : نظرية علم الاجتماع وطبيعتها وتطورها ، ترجمة محمود عودة وآخرون ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٨٦ ، ص ٣٣٣ .

(٥) أحمد مجدي حجازي وآخرون : المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر ، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١ ، ص ١٠٠ .

(٦) أمال عبد الحميد محمد : العولمة والثقافة الاستهلاكية الأشكال والآليات ، في أحمد مجدي حجازي (محرراً) المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر أعمال الندوة السنوية لقسم الاجتماع كلية الآداب جامعة القاهرة . مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية ٢٢-٢٣-٢٠٠١ أبريل ، ص ١٣٢ : ١٧١ .

### ٣- "دراسة الاستهلاك في المجتمع القطري أنماطه وثقافته" ١٩٨٩ (١)

وهي دراسة قام بها " أحمد زايد " عام ١٩٨٩ عن الاستهلاك في المجتمع الخليجي عموماً والمجتمع القطري بصفة خاصة وكيفية تجسيد هذه الظاهرة العالمية في تلك المجتمعات. وهي بعنوان [الاستهلاك في المجتمع القطري أنماطه وثقافته] وهي تهتم بالكشف عن الأبعاد الاجتماعية للاستهلاك من حيث ارتباطه بالمستوى الاجتماعي وبأسلوب الحياة ومن حيث وظائفه والرموز التي يحملها وهي اتجهت ليس فقط نحو فهم أنماط الاستهلاك بل اتجهت أيضاً إلى فهم ما يحيط بهذه الأنماط من ثقافة استهلاكية Consumer Culture أو نزعة استهلاكية Consumerism، تلك الثقافة التي تنتسلل إلى الأفراد والجماعات من خلال تكنولوجيا الاتصال وبرامجه الإعلامية والإعلانية وتسيطر على سلوكهم أينما كانوا إلى درجة أن البعض قد وصف هذه الثقافة الاستهلاكية بأنها ثقافة عالمية تناظر النسق العالمي للإنتاج، وانطلقت هذه الدراسة من فرضية عامة وهي أن التسليم بعمومية ثقافة الاستهلاك و عالميتها لا يعني بالضرورة أنها تأخذ صبغاً متشابهة في كل مكان فعندما تنتشر هذه الثقافة من مراكزها العالمية ويتم استقبالها في الحياة اليومية فإنها تتصهر مع العادات والتقاليد والممارسات المحلية بحيث تعاد صياغة هذه العادات والممارسات في ضوء الثقافة الاستهلاكية العالمية.

### ٤- دراسة التكيف الهيكلي والنزعة الاستهلاكية - دراسة حالة لقرية مصرية (٢)

تنطلق من فرضية عامة أن اتساع النزعة الاستهلاكية وانتشارها وتصدورها للسلم القيمي نتيجة لسياسات التكيف الهيكلي جعل من الاستهلاك رمز لتحقيق المكانة الاجتماعية صاحبت استنزاف فائض للإنتاج، وفي كثير من الأحيان استنزاف أجزاء من الأصول الرأسمالية .

وانتهت الدراسة إلى انتشار أنماط الاستهلاك العادي والضروري بين كل الشرائح الطبقيّة في القرية وهي غالباً ترتبط بالاستهلاك الشخصي الضروري والاستهلاك الإنتاجي الذي طرأ على بنوده بعض التغيير (السلع الجديدة ، مستلزمات إنتاج جديدة) .

كما كان الاستهلاك غير العادي أو غير الضروري أكثر انتشاراً في الطبقة العليا ثم الوسطى ويكاد ينعقد لدى فقراء الفلاحين وهذا يعني كما ذهبت الدراسة أن انتشار النزعة الاستهلاكية وما تتضمنه من قيم وتفصيلات ارتبطت بالوضع الطبقي.

### الأنماط الاستهلاكية لدى الرأسماليين الجدد ٣

### ٥- "دراسة ميدانية لعينة من الشريحة الصغرى للرأسمالية الجديدة" ٢٠٠١

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة هل أثرت التغيرات العالمية الجديدة على هذه الشريحة وهل أثر ذلك على تغيير أنماط استهلاكها ومعرفة ما هي أنماط الاستهلاك الشائعة والمشاركة بين أفراد هذه الشريحة.

من أهم النتائج الهامة التي توصلت إليها الدراسة هي أن هناك نمطاً استهلاكياً متميزاً لهذه الشريحة وهو كما يقولون التعبير الشائع محدثو نعمة أو محدثو ثروة.

### ٦- دراسة الاستخدام الإعلاني للتلفزيون المصري إيجابياته وسلبياته (٤)

#### دراسة تحليلية ١٩٨٧

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ما تتناوله الإعلانات التلفزيونية لمعرفة ما قد يحدث من آثار إيجابية أو سلبية على جمهور المشاهدين الذين يقدر عددهم بالملايين أطفال وكبار ، حضريين وريفيين واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح ودراسة العلاقات المتبادلة .

\* ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن جميع أفراد العينة يشاهدون التلفزيون ويتأثرون به أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى كما أسفرت الدراسة على أن أعلى الفترات كثافة إعلانية في التلفزيون هي فترة ما قبل المسلسل العربي الذي يذاع كل مساء مما يؤكد على شعبية الدراما حيث ترتفع نسبة المشاهدة يلي ذلك فترة ما قبل السهرة التي غالباً ما تشتمل على فيلم أو مسرحية أو سهرة منوعات .

١ احمد زايد وآخرون: الاستهلاك في المجتمع القطري "انماطه وثقافته" .الدوحة مركز الوثائق والدراسات الانسانية لجامعة قطر . ١٩٩١ .

(1) أماني عبدا لمنعم طولان. التكيف الهيكلي والنزعة الاستهلاكية دراسة منشورة في أنعام عبد الجواد ، من النسق القيمي في الريف المصري ، قيم

الإنتاج والاستهلاك ، القاهرة .المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجانبية . ١٩٩٨ . ص٤٨ .

٣ سامية قدرى ونيس : الأنماط الاستهلاكية لدى الرأسماليين الجدد ، دراسة ميدانية لعينة من الشريحة الصغرى للرأسمالية الجديدة ، في : أحمد مجدي

حجازي ( محررا ) المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر . أعمال الندوة السنوية لقسم الاجتماع كلية الاداب . جامعة القاهرة . مطبوعات مركز

البحوث والدراسات الاجتماعية . ٢٢-٢٣-ابريل ٢٠٠١ . ص ص ٢١٥ : ٢٢٨ .

(1)منى الحديدي وسلوى امام على :الاعلان التلفزيوني المصري . القاهرة . دار الفكر العربي . ١٩٨٧ .

## ٧- دراسة تأثير الإعلان التليفزيوني على مراحل السلوك الشرائي للمشاهد

" دراسة ميدانية " عام ١٩٩٣ (١)

هدفت الدراسة إلى معرفة إلى أي مدى يمكن القول بأن محتوى الرسالة الإعلانية التليفزيونية يؤثر على المشاهد لها في اتجاه تحركه خلال مراحل شرائه للسلعة موضوع الإعلان .

وأُسفرت الدراسة على العديد من النتائج أهمها ما يتعلق بالعلاقة بين مشاهدة الرسالة الإعلانية وبين الشراء للسلعة المعلن عنها وجد أن لا توجد علاقة بين مشاهدة للرسالة الإعلانية وبين شراء السلعة حتى ولو كانت تلك المشاهد متكررة وذلك لأن الإعلان أيا كانت وسيلة نشره ما هو إلا عامل واحد يؤثر مع غيره من العوامل التسويقية وغير التسويقية في تنشيط الطلب على السلعة المروج لها .

## ٨ دراسة : أبعاد الإعلان التليفزيوني وأثاره الإيجابية والسلبية على الأطفال ١٩٩٣ (٢).

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الآثار الإيجابية والسلبية للإعلان التليفزيوني على الأطفال واعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون في تحليلها لعينة عشوائية من الإعلانات عددها ١٥٠ إعلان من القناة الأولى والثانية للتلفزيون المصري وأجريت الدراسة في القاهرة .

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الإعلان له تأثير على الأطفال حيث يعمل على إقناعهم بالسلعة المعلن عنها . وأوضحت الدراسة مدى التأثير الإيجابي للإعلان على الأطفال من حيث تزويدهم بالمعارف كما أوضحت الدراسة الآثار السلبية للإعلان التليفزيوني على الأطفال والتمثلة في نشر القيم الاستهلاكية.

## ٩- دراسة الفقر والتكيف في الريف المصري ١٩٩٦ (٣):

وهدفت إلى معرفة أثر سياسات التكيف الهيكلي في أوضاع القرية المصرية عامة وفي قيم الإنتاج وقيم الاستهلاك بشكل خاص وانتهت الدراسة إلى تزايد الاعتماد على السوق لدى الأسر في مستلزمات الإنتاج وبيع المحصولات الغذائية وأيضاً الاعتماد على العمل المأجور النقدي لدى الغير وأن أهم المصاعب التي واجهت الأسرة المعيشية في محاولة تحقيقها لتفصيلاتها الإنتاجية والاستهلاكية انخفاض الدخل وزيادة الأسعار، التضخم والبطالة وارتفاع تكاليف التعليم وتكاليف الخدمات الصحية، وأنه ترتب على تطبيق سياسات التكيف الهيكلي انحصار فرص الإنتاج والاستهلاك في القريتين.

## ١٠- دراسة دور الإعلان التليفزيوني في تدعيم قيم العولمة الثقافية لدى الشباب: عام ٢٠٠١م (٤) :

هدفت إلى التعرف على دور الإعلان في استبدال المحلية بالعالمية ، والمجالات والأنماط السلعية المعلن عنها، ومعرفة المؤسسات المستفيدة من الإعلان ودور الإعلان التليفزيوني في نشر الثقافة الاستهلاكية .

وأوضحت نتائج الدراسة بالنسبة لدور الإعلان التليفزيوني في نشر الثقافة الاستهلاكية وذلك من خلال الترويج للمنتجات الاستهلاكية الجمالية الترفيحية وبعض الماركات الخاصة بالشركات متعددة الجنسيات مثل (كوكاكولا – بيبسي كولا – ماك دونالدز – كنتاكي – فاين فودز – بي إم دبليو ..... الخ)

وقد بينت الدراسات السابقة أن هناك مجموعة من العوامل تلعب دوراً أساسياً في تشكيل العملية الاستهلاكية لدى أطفال مجتمع الدراسة . وهي تتمثل في عرض السلع وانتشارها في السوق ، الأصدقاء ، الأسرة ، الإعلان التليفزيوني . وهي تختلف في ترتيبيها وتأثيرها وأهميتها طبقاً لنوع السلع كما يختلف تأثيرها على مستويات المجتمع الثلاثة المرتفعة ، المتوسطة ، المنخفضة .

وهذه العوامل متشابكة مع بعضها البعض في كثير من الأحيان عند التأثير والتحديد في نمط الاستهلاك داخل المجتمع ، ووضحت الدراسة أن الإعلان التليفزيوني يعتبر عامل مؤثر سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة وذلك من خلال اشتراكه مع بعض من هذه العوامل خصوصاً في مجتمع الدراسة .

(٢) دسوقي حامد أبو زيد (١٩٩٣) : تأثير الإعلان التليفزيوني على مراحل السلوك الشرائي للمشاهد : دراسة ميدانية ، مجلة الإدارة ، المجلد الخامس والعشرون ، العدد الثالث ، ص ص ٢٠-٣٨ .

(٣) فاطمة القلبي : أبعاد الإعلان التليفزيوني ، وأثاره الإيجابية والسلبية على الأطفال : في علباء شكري ، الأسرة والطفولة ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٣ ، ص ٣٥ .

(١) راي بوش:الفقر والتكيف في الريف المصري،دراسة منشورة في إنعام عبد الجواد،النسق القيمي في الريف المصري،قيم الإنتاج والاستهلاك،القاهرة،المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية،١٩٩٨،ص ٥١ .

(٢) فاطمة القلبي : دور الإعلان التليفزيوني في تدعيم قيم العولمة الثقافية لدى الشباب ، بحث منشور في محمود الكردي وآخرون: الشباب ومستقبل مصر، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية ، جامعة القاهرة، كلية الآداب ، ٢٠٠١



ويمكن القول في النهاية أن تحصين أبنائنا من النزعة الاستهلاكية يبدأ منذ السنوات الأولى وتشارك الاسره والمدرسة ووسائل الإعلام في تحمل المسؤولية .

أن أنماط الاستهلاك الترفي تنتشر في مجتمع الدراسة بجانب الاستهلاك الضروري والعادي وان الطفل يكتسب تلك الأنماط الاستهلاكية من المجتمع وما يحدث به من تغيرات وتطورات وانفتاح ، والأسرة وأيضا الإعلان التليفزيوني الذي يؤثر بطريقة مباشرة وغير مباشرة في شريحة الأطفال ، مما جعل مجتمع الدراسة مجتمع استهلاكي .

ومن هنا يتعين أهمية توجيه الجهود الرسمية وغير الرسمية والتركيز علي شريحة الأطفال لأنهم ركيزة المستقبل لترشيد استهلاكهم ، وذلك من خلال تقديم القدوة الصالحة في مجال الأنماط الاستهلاكية في الإعلان التليفزيوني وزيادة الدراسة والبحوث في هذا المجال وفي مثل هذه المجتمعات ( مجتمع جنوب الصعيد ) الذي يفتقد الكثير لمثل هذه الدراسات في هذا المجال حتى تساعده علي زيادة وعيها في ضرورة الترشيح الاستهلاكي .

## أولاً : المراجع العربية

### ( أ ) الكتب

أحمد أبوزيد ١٩٦٧: البناء الاجتماعي، الجزء الأول، دار الكتاب العربي للبحث والنشر، الإسكندرية.

أدم سميث : ثروة الأمم، دار القاهرة للطباعة والنشر، القاهرة.

أحمد ثابت ١٩٩٢: الدولة والنظام العالمي مؤثرات التبعية ومصر، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، مركز البحوث والدراسات ص ١٤١٣ .

أحمد زكي بدوي ١٩٨٧: معجم مصطلحات الرعاية والتنمية الاجتماعية، دار الكتاب المصري، القاهرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت ، ط ١،

أحمد مجدي حجازي أبريل ٢٠٠١: ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية في : المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر ، أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع – كلية الآداب – جامعة القاهرة – ٢٢-٢٣ .

أحمد مجدي حجازي وآخرون ٢٠٠١: المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة.

ألبرت بيرجس ٢٠٠٠، قلب نظرية النسق العالمي رأسا علي عقب في : ثقافة العولمة ، إعداد مايكل فيذر ستون ، ترجمة عيد الوهاب علوب ، القاهرة : المجلس الاعلي للثقافة .

صالح دياب هندي ١٩٩٠: أثر وسائل الإعلام علي الطفل ، ط ١ ، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة.

علا مصطفى وآخرون ١٩٩٨: الطفل في المناطق العشوائية، القاهرة، مطبوعات المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية،

غريب محمد سيد أحمد ١٩٧٢: الطبقات الاجتماعية ، الإسكندرية ، دار الكتب الجامعية.

ماكس فيبر ١٩٥٧: الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية، ترجمة محمد علي مقلدن مركز الإتحاد العربي، بيروت، دت.

مصطفى الخشاب: دراسات في علم الاقتصاد، لجنة البيان العربي، القاهرة.

نخبة من أساتذة قسم الاجتماع : المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، دت .

نيقولا تيماشيف ١٩٨٦: نظرية علم الاجتماع وطبيعتها وتطورها، ترجمة محمود عودة وآخرون، دار المعارف، القاهرة .

### ( ب ) :الدوريات العلمية

أحمد زايد يوليو سبتمبر ٢٠٠٣ : عالم الفكر : مجلة العدد ١ مجلد ٣٢ الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .

سوزان القليني صيف ٢٠٠٢ "وسائل الإعلام وثقافة الطفل العربي"، مجلة الطفولة والتنمية، ع ٦ ، المجلد الثاني.

### ( ج ) :الندوات والمؤتمرات

مصطفى كامل السيد وآخرون ١٩٩٨: تقرير التنمية الشاملة في مصر ، القاهرة ، مركز دراسات وبحوث الدول النامية ، جامعة القاهرة .

( د ) :الرسائل الجامعية

محمد منصور حسن سيف ١٩٨٦ : الهجرة الخارجية والتحويلات الاقتصادية والاجتماعية، رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس ، قسم الاجتماع .

وفاء حسين الزمر ١٩٧٢ : أثر العوامل الإجتماعية على نمط الإستهلاك، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، .

ثانياً: المراجع الأجنبية

Sandra barman 1996: Globalization , Communication and Translational Civil Society ,  
Cresskill, New Jersey Hampton Press , P 52 .