" أثر التغيرات المجتمعية المعاصرة على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى "
" دراسة ميدانية لتأثير تكنولوجيا الأتصال الحديثة "

جمال محمد حماد (*)

ملخص

تدور هذه الدراسة حول أثر التغيرات المجتمعية المعاصرة وتحديدا فيما يتعلق بثقافة العولمة وتأثيرها على محددات وانماط الاستهلاك عند الشباب الجامعى فى المجتمع المصرى، وخاصة تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

وتنبع أهمية الدراسة من كون الثقافة الاستهلاكية هى مؤشر لنوعية الحياة والاطار الفعال والمؤثر للأفراد فى المجتمعات وخاصة فى الدول النامية .

وتتمحور أهداف هذه الدراسة فى التعرف على أهم مظاهرالثقافة الاستهلاكية ومحدداتها وانماطها عند الشباب الجامعى وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على هذه الثقافة .

وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة لأنه انسب المناهج فقد كان انسب المناهج للدراسة الحالية وخاصة الجانب الوصفى والتحليلى لمعرفة أثر التغيرات المجتمعية المعاصرة على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى، وقد اعتمدت الدراسة على 40 حالة ممثلة لمجتمع الدراسة المتمثل فى طلاب كليات جامعة المنوفية ، بمدينة شبين الكوم فى الفترة من مايو 2015 وحتى أغسطس 2015 .

وقد انتهت الدراسة الى عدد من النتائج منها على سبيل المثال :وجود مظاهر كثيرة وعميقة لتأثير تكنولوجيا الاتصال على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى .

بالاضافة الى انعكاس هذه التأثيرات على الهوية وخصوصية المجتمع المصرى من حيث القيم المجتمعية والحريات الشخصية والعلاقات الأجتماعية ، والانشطة الاقتصادية والثقافية والسياسية .

مما دعم فى نهاية الامر تعاظم ثقافة الاسنهلاك عند الشباب الجامعى فى المجتمع المصرى .

(*) مدرس علم الاجتماع – كلية الاداب – جامعة المنوفية

The Effect of Contemporary Social Changes on College Youth's Consumerist Culture: A field study on the effect of modern communication technology

Gamal Mohamed Hammad

Abstract

This Study Tackles The Contemporary Social Changes , Especially What Concerns Globalization Culture And Its Effects On De Terminators And Consumption Patterns Of College Youth In Egyptian Society Specifically About The Effect Of Modern Communication Technology.

The Importance Of This Study Comes From The Fact That Consumption Culture Is A Kind Of Indicator To The Quality Of Life And The Effective And Influential Frame Of People In Societies Specifically Developing Countries.

The Goals And Aims Of The Study Are About Identifying The Important Side Of Consumption Culture And Its De Terminators And Patterns In College Youth And The Effect Of Modern Communication Technology On This Culture.

This Study Relied On Case Study Method Because It Is The Suitable Method Of This Current Study Especially The Analytic And Descriptive Side, In Order To Know The Effect Of Contemporary Social Changes Of College Youth's Consumption Culture.

This Study Depended On 40 Case Representing Study Community As In The Students Of Law Of Menofia University, At Shebin El-Kom From May 2015 To August 2015 .

This Study Came Up With A Number Of Conclusions, Among Which: There Are Many Deep Appearances For The Effect Of Communication Technology On Consumption Culture Of College Youth.

In Addition To The Reflection Of These Effect On The Identity And Privacy Of Egyptian Society Concerning Social Values, Personal Freedom, Social Relations, And Political, Culture, Economical Activities, Which At The End Supported The Huge Consumption Culture Of College Youth In The Egyptian Society.

مقدمة :

شهد العالم في الحقب الأخيرة من القرن الماضي إعادة تشكيل نظام عالمي جديد اتضحت معالمه و آلياته تدريجيا حتى وصلت في تجلياتها العليا الى ما يطلق عليه العولمة ، التي أصبحت الإطار الذي يفترض أن تتحرك فيه و تتأثر به كل الظواهر المجتمعية على المستوى المحلي و الإقليمي و الدولي ، كما اعتبرت آلياتها هي الحاكمة لكل ما سبقها من انجازات المجتمع الدولي الاقتصادية و السياسية و الثقافية بحيث أصبحت هذه الانجازات الى حد كبير مسخرة لخدمة أهداف العولمة سلبية كانت أو ايجابية.

فقد تبلورت ظاهرة العولمة و تم تأسيسها و تقنينها على مدى الحقبتين الماضيتين من خلال عدد من السياسات التي من شانها أن تؤدي الى تحقيق الهدف الاستراتيجي لها ، و هو إعادة تشكيل النظام الاقتصادي لجميع الدول ، و تحويلها الى اقتصاد السوق بهدف إدماجها جميعا في اطار السوق العالمي ، و لتحقيق هذا الهدف الاقتصادي فقد شملت العولمة تجليات و آليات ذات أبعاد سياسية و اجتماعية و ثقافية و عسكرية ، إنعكست على الشعوب العربية من خلال تبني الحكومات لسياسات وبرامج العولمة ، وتحويلها الى سياسات عامة يؤثر تطبيقها على حياة المواطنين سلبا أو إيجابا[1] .

وإذا كان الاقتصاد هو بداية العولمة ومنطلقها الأول ، فان الثقافة هي نهايتها القصوى وغايتها النهائية . فلا يمكن عولمة الاقتصاد والسياسة والتربية والتعليم والمجتمع بشكل عام ، إلا بثقافة معولمة تغذي هذه الانتاجات وتتغذى منها في الوقت ذاته ، وفي ظل الإعلام المعاصر دخلت الثقافة ميدان العملية الاقتصادية – التجارية ، إذ تحررت من القيود الجمركية ، وأصبحت سلعة ينطبق عليها من الأحكام والإجراءات ما ينطبق على السلع المادية ، إلا أن مجال المنافسة في تسويقها بات ضيقا للغاية ، فأصبح لا يتسع إلا للقوى التي تملك قدرة تقنية عالية ، وإعلام قادر على أن يصل إلى العالم كله عبر قنوات ووسائل وشبكات اتصالية ومعلوماتية وتقنية متطورة (فضائيات ، انترنت ، صحف ومجلات وإذاعات ، لغة ومفردات) أحادية المصادر والرسائل والمضامين[2].

ومع تطور وسائل الاتصال وثورة المعلومات لم يعد الإعلام المعاصر مجرد أداة لتوصيل المعرفة أو نقل للأخبار أو مجرد وسيلة للترويح والتسلية ، بل أصبح أداة فاعلة في تشكيل العقل والسلوك البشري ،وإعادة هيكلته وتوجيهه ، فالإعلام بوسائله الحديثة والمتنوعة إنما يصدر عن تصورات وتوجهات وأفكار ومبادئ تعمل على إحداث تغيير مقصود في المجتمع .

هذا ومن خلال إطلالة عامة على الواقع الإعلامي المعاصر يظهر جليا أن تكنولوجيا الاتصال قد باتت من الأسس والركائز لمشروع عولمة فكرية وثقافية ، ومن ثم فإننا أمام واقع جديد فرض نفسه على عالمنا المعاصر ، أصبحت فيه حرية تدفق المعلومات عبر وسائل الإعلام ونظم الاتصال تصل مباشرة للمستقبل بدون وسيط ، وأصبحت هناك شركات عالمية إعلامية تتنافس لتقديم سلعتها إلى المستهلك

في إخراج مثير يضع المشاهد تحت وطأة إغراء لا يقاوم ، حيث يتم تكريس منظومة جديدة من القيم والمعايير ترفع قيمة النفعية والفردية ، والأنانية والنزعة المادية الغرائزية المجردة من أي محتوى إنساني ، هذا الواقع خلق حالة من عدم التوازن أثرت سلباً على الدول النامية بعامة والمجتمعات العربية خاصة ، حيث ما زالت الدول العربية في موقف المتلقي ، وما زال الإعلام العربي يتسم بالسطحية في تناوله للقضايا المجتمعية مما كان له انعكاساته الخطيرة على الواقع المجتمعي بشكل عام ، والأسرة والشباب بشكل خاص .

فعلى سبيل المثال نجد ان الأسرة العربية قد خضعت في العقدين الأخيرين – وتخضع حاليا - لمجموعة من التحولات والمتغيرات والأحداث على كافة الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية أثرت في تكوينها وبنيتها ووظائفها وأدوار أفرادها ، وفي العلاقات المتبادلة فيما بينهم ، وفي استقرارها وعناصرها غير المادية كالمعتقدات والقيم والاستعدادات السلوكية وأساليب الحياة ولقد كان للإعلام بوسائله المختلفة دورا محوريا في إدارة تلك الأحداث والمتغيرات ، ونظرا لأن الشباب يمثلون مرحلة حرجة في حياة الأسرة ، ويكتسبون عاداتهم واتجاهاتهم ومبادئهم الأخلاقية العامة والعليا لسلوكهم – أي هوية الجماعة التي ينتمون إليها – فهم نتاج لظروف مجتمعهم وأسرهم .

هذا ويمثل الشباب جيل اجتماعي ثقافى له أهميته ويزيد من هذه الأهمية أنهم الأكثر تأثراً خاصة فى ظل المتغيرات الدولية وما أحدثته من تحولات اجتماعية واقتصادية على الصعيد العالمى جسدت ما أصبح يعرف بالعولمة أي عولمة نمط أو نوعية الحياة الكائنة وتأثيراتها على منظومة القيم الأخلاقية.

وأنه بغض النظر عن انتماء شريحة الشباب فى العالم الثالث لمجتمعاتها فإنه لفهم السلوك والتفاعلات الشبابية لابد أن نعطى اعتباراً للبعد العالمى . بمعنى وضع الظاهرة فى سياقها الكلى والتعامل معها كنتيجة لعدد من المقدمات وليست كشئ معطٌ . ذلك لأن سلوك الشباب هو فى حد ذاته نتاج لعوامل بنائية أكبر رغم أن النظرة السطحية الجزئية تنظر إلى سلوك الشاب على أنه سلوك فردى يرتبط بالموقف أو الشاب ذاته إلا أن نتائج الدراسات تشير إلى ارتباطه بالمستوى الاجتماعى الاقتصادى وبالبطالة وعدم إشباع الحاجات الأساسية ومستوى التعليم المنخفض ... إلخ .

و غنى عن التأكيد أن الشباب أكثر عرضه لتأثيرات العولمة الاقتصادية والثقافية التى تكشف لهم عن حياة شباب آخرين وتدفع بهم نحو المقارنات . وتحديد موقعهم وموقفهم من تلك التأثيرات بين تبنى ما يفد إليهم أو الاكتفاء بموقف المتفرج . وبين التشبث بموقف المحافظة الرافضة . وهذا ما يجعل البعض يقابل سلوكيات الشباب فى عصرنا هذا بالإنكار أو الاستنكار وهما موقفان غير مقبولين إزاء ما نواجهه فى ظل العولمة ويستوى معهما موقف الاندفاع والهرولة للحاق بالركب دون فهم حقيقة ما يجرى .

والجدير بالذكر أن دراسة العولمة أصبحت جزءاً من الإدراك الاجتماعى

العلمى الأوسع بأن الوحدات التقليدية ومستويات التحليل الفردية والمحلية والمجتمعية والقومية والدولية ليست نطاقات أو جزر منعزلة عن بعضها البعض . وعلى هذا يمكن النظر للنظام العالمى على أنه نظام ينجم عن ترابط وتداخل المجالات الاقتصادية والسياسية والثقافية ويتم ادراكه والتعرف عليه عبر الممارسات الهامة للفاعلين الاساسيين فى تعاطيهم مع قوى العولمة . ويكمن المعنى الأعمق للعولمة ، الذى يعبر عنه " Alain Benoisty " فى هذا الفهم ويكون ظهوره ممكناً فقط من خلال الإدراك الواعى لكل النماذج المحددة [3].

هذا وقد ساهمت ثلاثة عوامل فى الاهتمام بمفهوم العولمة فى الفكر والنظرية، وفى الخطاب السياسى الدولى :

أ - عولمة رأس المال أى تزايد الترابط والاتصال بين الاسواق المختلفة حتى وصلت إلى حالة أقرب إلى السوق العالمى الكبير ، خاصة مع نمو البورصات العالمية .

ب - التطور الهائل فى تكنولوجيا الاتصال والانتقال والذى قلل – إلى حد كبير – من أثر المسافة ، وانتشار أدوات جديدة للتواصل بين أعداد أكبر من الناس كما فى شبكة الإنترنت .

جـ - عولمة الثقافة وتزايد الصلات غير الحكومية والتنسيق بين المصالح المختلفة للأفراد والجماعات ، فيما يسمى الشبكات الدولية Networking حيث برز التعاون استناداً للمصالح المشتركة بين الجماعات عبر القومية ، مما أفرز تحالفات بين القوى الاجتماعية على المستوى الدولى ، خاصة فى المجالات النافعة مثل : الحفاظ على البيئة ، أو فى المجالات غير القانونية كغسيل الأموال والمافيا الدولية للسلاح .

وفى الواقع فإنه على الرغم من ترحيب دعاة العولمة بزوال الحدود القومية ودعوتهم لإنهاء الدولة القومية ، والحد من الإغراق فى الخصوصية الثقافية والمحلية ، لكن الواقع الحالى يثبت وجود قوتين متعارضتين: التوحد والتجزؤ[4(20)].

هذا وتُعرف العولمة على أنها التكامل العالمى للمجتمعات والنظم الاقتصادية والتى تؤثر على العديد من أوجه حياة الشباب . فللشباب علاقة غامضة بالعالم المتعولم (الكونى) اقتصادياً وثقافياً . فمن ناحية ، نجدهم الأكثر مرونة وربما يكون الأقدر على التكيف والاستفادة من الفرص الجديدة المتوفرة . فهم الجيل المتعلم الذى عاصر التكنولوجيا الحديثة للمعلومات ، والذى استفاد من النمو الاقتصادى والرحلات العديدة للعمل حول العالم والدراسات وتبادل المشروعات ، وظهور الهواتف والإنترنت الذى مكنهم من البقاء على تواصل مع أصدقائهم وأقاربهم بالخارج . ومن ناحية أخرى ، فإن العديد من الشباب ، خاصة فى الدول النامية ، قد تُركوا معزولين عن حركة الحداثة تلك ولم تتوفر لهم القوة الاقتصادية التى تمكنهم الإفادة من فرص العولمة . وهناك أربعة آثار رئيسية للعولمة تؤثر على حياة الشباب بشكل أساسى وهى: توزيع فرص العمل والهجرة وثقافة الشباب الاستهلاكية والمواطنة العالمية وتفعيلها [5].

ويشير " محمود أمين العالم " إلى أن لكل إنسان ثقافته التى تتمثل فى رؤيته

الفكرية للعالم ، وسلوكه العملي والاجتماعي والوجداني فيه ، سواء كان واعياً بهذا أو غير واع وهذه الرؤية الثقافية التى تتجسد فى تصوراته وفى سلوكه العملى ومواقفه الاجتماعية رغم طابعها الشخصى الذاتى ليست مجرد رؤية شخصية ذاتية صنعها الإنسان لنفسه بنفسه ، مهما كانت عبقريته الفردية ، أو مهما كانت مشاركته الإبداعية ، وإنما قد امتص هذه الثقافة من الحقل المعرفى الاجتماعى الذى يعيشه ، فضلا عن موقعه الاجتماعى وممارساته وخبراته الحياتية فى مجتمعه الخاص وعصره عامة [6].

و هنا ينبغى التأكيد على أن الفكر هو الجانب الأساسى من الثقافة الذى يتعلق بما يطلق عليه " كارل مانهايم Karl Mannheim " الإطار المرجعى من قيم ومعايير وأساليب فى التفكير وفى إصدار أحكام تتجاوز الواقع المعاش ، وأن أحد تجليات الإطار المرجعى هذا ما يطلق عليه "تشومسكى" Chomskyحدود الفكر الممكن التفكير فيه ، فالمناخ الثقافى العام السائد الآن ، والأثر الطاغى لوسائل الإعلام والقيود التى تفرضها الطريقة التي نفكر بها أحيانا ، لا تحدد ما نستطيع أن نفكر فيه ونؤمن به فى ظل التغيرات الدولية أو ما أشار إليه "توماس كون " Toms coneإلى مفهوم البرادايم Paradigmatic shift [7].

فالتكنولوجيا على مدى التاريخ محركا أساسيا للتغيير الثقافى والحضارى وإفرازا له فى الوقت نفسه ، إلا أن تكنولوجيا المعلومات هى التى جعلت من الثقافة صناعة قائمة بذاتها لها مؤسساتها وسلعها وخدماتها ، وأضافت إلى قاموس الثقافة مفاهيم جديدة مثل : صناعة الأخلاق ، أمية الكمبيوتر ، الطبقة المعلوماتية ، الرأسمالية الفكرية .... الخ [8].

ولذلك اتجه الباحث الى موضوع الدراسة الحالى لما له من أهمية كبرى وتأثيرات عميقة على الشباب ، وخصوصا الجامعى فى المجتمع المصرى ، لرصد وتحليل وتفسير العلاقة ما بين التكنولوجيا فى إطارها الاجتماعى الراهن ، والثقافة الإستهلاكية للشباب الجامعى .

1- مشكلة الدراسة :

حظي موضوع الاستهلاك باهتمام كبير من قبل الباحثين في أكثر من علم من العلوم الاجتماعية ، فهو ميدان أساسى اجتمع فيه باحثون من تخصصات مختلفة ، تقع ما بين علم الاجتماع إلي علم الاقتصاد إلي علم النفس والانثربولوجيا ، حتي أنه أتاح الفرصة للالتقاء بين علماء لم يجمعهم في الوقت السابق أي اهتمام مشترك ، مثل علماء الاجتماع والأجناس[9].

ولعل الاهتمام الأكبر الذي حظي به الموضوع كان في نطاق علم الاقتصاد ,فالاستهلاك ظاهرة _ أو عملية _ ذات طابع اقتصادي في المقام الأول ، ولعل الاهتمام الكبير الذي حظي به الاستهلاك من قبل علماء وباحثي علم الاقتصادي يدلل علي أهمية العملية ذاتها ، وما يرتبط بها من قضايا؛ بعضها اقتصادي مثل: العرض والطلب ومعدل الإنتاج وجودة الإنتاج والمنافسة .... الخ من قضايا ذات طابع اقتصادي ، والبعض الأخري ذو صبغة اجتماعية مثل : المستوي الاجتماعي

_ الاقتصادي ، فموضوع الاستهلاك مركزى و له أهمية كبيرة في العلوم الحديثة حيث أن الدراسات في موضوع الاستهلاك والجديرة بالعناية ، أكثر من أن تحصي من قبل باحث واحد أو حتي مجموعة من الباحثين[10].

و يؤكد" روجرز" Rogers في مقدمته لكتابه: " عندما تنفد الأشياء التى نرغب فيها، وذلك بامتلاكها هل سنفقد الأشياء التى نرغب فيها؟ أم يكون قد فات الأوان لإنقاذ أنفسنا من دافع الامتلاك إلى جانب إنقاذ بقية العالم الذى لوثناه؟ ومع تحليل هذه العبارة نجد أن روجرز يشير الى محاكاة المجتمعات السكانية الشرقية للنزعة الاستهلاكية الغربية ، ويؤكدعلى فكرة الإشباع الفردى المطلق للنزعة الاستهلاكية ، و إصابة الثقافات الأخرى التى تتوجه أكثر للعمل معا، كم أكد على أن هناك طريقة واحدة للبدء فى فهم هذا الدافع الواسع والممتع والمؤلم ، وأخيراً المدمر ، وهو أن نفهم أن لدينا رغبة!، وكل الأشياء تدور حول الرغبات ، فليس هناك شيء يمنح المرء الشعور بالإهتمام بالذات كما يفعل الاستهلاك "[11].

مما يوضح تأثير الثقافة الاستهلاكية على النفس البشرية من خلال تحقيق رغبة الامتلاك والاشباع ، و يؤكد على أهمية ودور الثقافة الاستهلاكية على فئات المجتمع وخاصة فئة الشباب . فلقد جعلت الثورة العلمية والتكنولوجية العالم أكثر اندماجاً ، وسهلت حركة الأفراد ورأس المال والسلع والخدمات ، وانتقال المفاهيم والأذواق والمفردات فيما بين الثقافات والحضارات، فهى الطاقة المولدة المحركة للقرن الحادى والعشرين فى كل سياقاته الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتربوية ، فهذه الثورة أحدثت تغيرات أساسية فى الطريقة التى ينظر الناس بها إلى أدوارهم ، و من أبرز جوانب الثورة العلمية كانت فى الحاسوب والإنترنت [12].

وقد أثرت الثورة العلمية والتكنولوجية على الشباب وكان من أبرز آثارها عدم القدرة على الاستقرار فى القيم الموروثة والمكتسبة ، وضعف القدرة على الاختيار بين القيم المتضاربة، والعجز عن تطبيق ما يؤمنون به من قيم، مما سبب لهم أزمة قيمية ، دفعت بهم للثورة على قيم المجتمع ، وإغترابهم عن القيم التى جاءت بها الثورة العلمية والتكنولوجية [13].

و كان الناتج على أرض الواقع إنتشار ظواهر مجتمعية لفئة الشباب – ربما تكون إلى حد كبير - مشتركة ، منها الثقافة الاستهلاكية ، و أغنيات شبابية، و ملابس عالمية، وأفلام عنف، و تنميط الأذواق، و تقولب السلوك، و ثقافة المخدرات، مما أفرز مشكلات عديدة منها انتشار الجرائم، البلطجة، وتدهور مستوى المعيشة [14].

وغنى عن البيان أن الإعلام بما يملكه من قوة تأثير كبيرة ، وخاصة بعد ظهور الفضائيات ، وما يسمى بالسماوات المفتوحة على قيم الشباب، وقد ساهم الإعلام فى نشر أنماطاً وقيماً أخذ بعضها طابعاً عالمياً وجاوز حدود حضارته التى أفرزته من خلال انتشار ثقافة الصورة، وقد أثر الإعلام على تشكيل وعى الشباب بتأكيد القيم النفعية والفردية، وانتشار ثقافة الاستهلاك نتيجة الانفتاح، والهجرة للخليج ، وتمجيد كل ما هو أجنبى وتحول الشباب إلى إطار عالمى متحرر من كافة القيم

والأعراف والتراث والخصوصية الثقافية الخاصة بكل مجتمع[15].

و معنى هذا أننا أمام تغيرات حقيقية أصابت البناء الاجتماعى برمته ، تمثلت فى ثورة علمية وتكنولوجية معاصرة جعلت من هذا العالم عالما متعولماً و مفتوحاً لكل الثقافات ، بما أنتجته هذه الثورة من وسائل للإتصال الحديثة والسريعة ، جعلت الشباب فى صدارة هذا الواقع المتغير والمعاصر، بوصفه الفئة الأكثر ديناميكية فى إستقبال هذا التغير ، و الإندماج معه سريعاً ، لذلك صممت هذه الدراسة كمحاولة لرصد أثر التغيرات المجتمعية المعاصرة ، وخصوصا على الثقافة الإستهلاكية للشباب الجامعى نتيجة تأثير تكنولوجيا الإتصال الحديثة .

2- أهمية الدراسة :

1- تنبع اهمية الدراسة من تصاعد حدة تاثير التغيرات العالمية على الثقافة الاستهلاكية السائدة حيث أصبحت هى الاطار الفعال والمؤثر لشعوب الدول النامية.

2- إن الثقافة الاستهلاكية هى مؤشر لنوعية الحياة فى أى مجتمع لأنها انعكاس للأسلوب الذى يعيش به الفرد وفى ظل التحولات التى طرأت على المجتمع تعد الثقافة السلوكية نوعاً ثابتاً من الضغوط الاجتماعية المؤثرة فى السلوك الاستهلاكى.

3- إن أهمية الدراسة ترجع إلى أهمية الموضوع الذى تتصدى له الدراسة حيث يلاحظ من البحوث والدراسات العربية والأجنبية التى أجريت فى مجال الثقافة الاستهلاكية أن دراسة الثقافة الاستهلاكية للشباب لم تحظ باهتمام الكثير من الباحثين إذا ما قورنت بعدد الدراسات التى أجريت فى مجال الثقافة بصفة عامة.

4- تهتم هذه الدراسة بالشباب حيث إنه يعتبر المستقبل فى المجتمع فهم قادة المجتمع والاهتمام بدراسات الشباب من اولويات علم الاجتماع الاستشرافى الذى يحدد ملامح المستقبل لأى دولة وبالتالى برامج التنمية والاقتصاد فيها .

3- أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى :-

1- التعرف على عادات وانماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لدى الشباب الجامعى .

2- التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعى لتكنولوجيا الاتصال الحديثة .

3- التعرف على آليات وأنماط الأستهلاك المستحدثة لتكنولوجية الإتصال الحديثة للشباب الجامعى .

4- معرفة أهم محددات وخصائص الثقافة الاستهلاكية المعاصرة للشباب الجامعى.

5- تحديد التأثيرت المجتمعية للثقافة الاستهلاكية المعاصرة وأرتباطها بتكنولوجيا الاتصال الحديثة .

6- وضع تصور ربما يفيد متخذى القرار فى حل ظاهرة استهلاك الشباب الجامعى بتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

4- تساؤلات الدراسة :-

1- ما هى عادات وانماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لدى الشباب الجامعى؟ .

2- ما أهم دوافع استخدام الشباب الجامعى لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟ .
3- ما هى آليات وأنماط الأستهلاك المستحدثة لتكنولوجيا الإتصال الحديثة للشباب الجامعى ؟ .
4- ما أهم محددات وخصائص الثقافة الاستهلاكية المعاصرة للشباب الجامعى ؟ .
5- ما هى التأثيرت المجتمعية للثقافة الاستهلاكية المعاصرة وأرتباطها بتكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟ .
6- ماهى ملامح رؤية حل ظاهرة استهلاك الشباب الجامعى بتأثير تكنولوجيا الإتصال الحديثة ؟ .

5- مفاهيم الدراسة :

1- مفهوم التغيرات المجتمعية المعاصرة :

تدل كلمة التغير فى اللغة على التحول والتبدل كما انها تعنى الاشياء واختلافها وتشير كلمة تغير فى اللغة الى التنقل من حال الى اخر ومن موضع الى اخر[16]

ويعرف "عاطف غيث " التغير الاجتماعى بانه" تحول فى التنظيم الاجتماعى خلال فترة زمنية معينة والتغيير على هذا النحو ينصب على كل تغير يقع فى تركيب المجتمع وفى بنائة الطبقى او فى نظمة الاجتماعية " .[17]

ويعرف " فريدمان " Freidman التغير الاجتماعى بانه " تحول غير متكرر يقع فى اشكال السلوك الظاهر فى جماعة او مجتمع محدد ".[18]

ويحل المفهوم الاجتماعى لمصطلح التغيرات المجتمعية محل مصطلحات اخرى مثل التطور والنمو كما يستخدم كبديل لفكرة التقدم progress ، كما تشير التغيرات المجتمعية الى " كل تحول يقع فى التنظيمات المجتمعية سواء فى بنائها او وظائفها خلال فترة زمنية ، وبذلك ينصب التغيير المجتمعى على كل تغير يقع فى التركيب السكانى للمجتمع ، او فى بنائة الطبقى ، او فى نظمة الاجتماعية والاقتصادية ، او فى القيم والمعايير التى تؤثر فى سلوك الافراد، او التى تحدد مكانتهم وادوارهم فى مختلف التنظيمات المجتمعية التى ينتمون اليها " .[19]

و يشير مفهوم التغير الى الفرق ما بين حالة جديدة واخرى قديمة او اختلاف لشىء عما كان علية خلال فترة معينة ، وقد لا يكون هذا التغير بالانتقال الى حالة افضل ، فالتغير المجتمعى هو التبدل الذى يصيب المجتمع ويؤثر فى بنائه الاجتماعى خلال فترة من الزمن [20] .

وقد تم تعريف التغيرات المجتمعية بدائرة المعارف الاجتماعية على انه " تحول مهم يصيب الابنية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية ، ويشمل هذا نتائج و استيضاحات لمثل تلك الابنية تتجسد فى المعايير Norms ، والقيم Values، والنواتج الثقافية products Cultural ، والرموز symbols " [21].

كما تعنى التغيرات المجتمعية " مجموعة التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية المخطط لها او التلقائية التدريجية او الفجائية التى تحدث فى المجتمع ويكون لها تاثيرها الواضح على بناء المجتمع[22].

ونخلص من هذا الى ان التغيرات المجتمعية هى " عملية ديناميكية غير مقصودة تشمل كافة انساق البناء الاجتماعى ، ويحدث نتيجة التدخل الارادى لمجموعة من العوامل، و تعد التحولات العالمية الاخيرة من ثورة اتصالات واقمار صناعية وعولمة بكل ابعادها الثقافية والاجتماعية والسياسية الان اكثر العوامل التى ادت وتؤدى الى تغيير انماط السلوك والاتجاهات والقيم الاجتماعية[23].

التعريف الاجرائى للتغيرات المجتمعية المعاصرة :

تشير التغيرات المجتمعية المعاصرة فى الدراسة الراهنة الى " جملة التغيرات التى طرأت على المجتمع المصرى فى السنوات الاخيرة ، وهى تحولات بنائية شاملة وجذرية فى بنية المجتمع خلال فترة زمنية محددة وتعد ثورة الاتصالات والفضائيات والعولمة بابعادها السياسية والاقتصادية والثقافية والايديولوجية ؛ اكثر العوامل التى أدت الى هذه التغيرات المجتمعية المعاصرة والتى قد تنعكس على تشكيل القيم و المعايير وانماط السلوك وتحديدا الثقافة الاستهلاكية بين افراد المجتمع وخصوصا فئة الشباب الجامعى .

2- مفهوم الشباب الجامعى :

توجد ثمة تعريفات عدة لمفهوم الشباب حيث نجد من يتناولها من منظور العمر أو على أساس المعيار الزمني فيكون الشباب هم تلك المرحلة العمرية التي تتراوح ما بين " 16-30 سنة " ، والبعض الآخر ينظر لها من منظور اجتماعي على أساس أن الشباب مرحلة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة ، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة ، ونظرا للتماثل بين طبيعة الشباب ومضامين التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي تحدث في المجتمع فهم أكثر الشرائح الاجتماعية تأثرا بهذه التحولات وهم الأكثر تفاعلا معها[24].

ويعرف علماء النفس الشباب بأنها حالة نفسية يمر بها الإنسان تتميز بالحيوية وترتبط بالاستعداد والرغبة والقدرة على التعلم ومرونة العلاقات الإنسانية وتحمل المسئولية ، وهي المرحلة التي ينتقل فيها الشخص من مرحلة كان يعتمد فيها على الآخرين ، إلى مرحلة يصبح فيها معتمد على نفسه [25] .

ويرى البعض ضرورة الأخذ في الاعتبار طبيعة الاختلاف والتفاوت بين المجتمعات في تحديد مفهوم الشباب فخصائص المجتمع الذي ينتمون إليه سوف تنعكس بالضرورة على تكوينهم الشخصي ومواقفهم من الحياة ، ورؤيتهم للكون ومن ثم مدى مشاركتهم في المواقف المختلفة وعلى الأصعدة المختلفة ، وتجاوبهم مع مضامين الجوانب الاجتماعية والثقافية بمجتمعهم [26].

وإذا أخذنا في الاعتبار تلك الرؤى جميعها يمكن القول بأن مرحلة الشباب هي مرحلة تغير كمي ونوعى في ملامح الشخصية تتميز بدرجة عالية من التعقيد إذ تختلط فيها الرغبة في تأكيد الذات مع البحث عن دور اجتماعي والتمرد على ما سبق انجازه ، إلى جانب الإحساس بالمسئولية والرغبة في مجتمع أكثر مثالية مع

السعي المستمر إلى التغير ، والذي يتم من خلاله ضبط حركة الفرد في السياق الاجتماعي والمحيط الذي يعيش فيه .

اما مفهوم الشباب من وجهة نظر علماء الاجتماع هم الفئة التى استوعبت مجموعة التوجيهات القيمية التى يشتمل عليها السياق الاجتماعى ، من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التى تقوم بها نظم اجتماعية عديدة، تعمل على المواءمة بين التوجيهات القيمية وبين اشباع الحاجات والاهتمامات الاساسية للشخصية فى مستوياتها الوجدانية ، بحيث تؤدى هذة المواءمة الى شغل الشباب لمكانة اجتماعية معينة ، وتأديتهم أدوارا فى السياق الاجتماعى .

التعريف الاجرائى للشباب الجامعى:

يتحدد تعريفنا الاجرائى لمفهوم الشباب الجامعى هو جيل اجتماعي ثقافى مازال يدرس في مرحلة التعليم الجامعي ويقع في الفئة العمرية من 18-22 عاما ، وهى السنوات التى تدور حولها الدراسة الجامعية فى مصر ، و حصل على ثقافة أكاديمية من الجامعة تؤهله للقيام عند التخرج بدور وظيفى فى المجتمع يستطيع من خلاله تحمل مسئولية القيادة والبناء والتنمية حيث يكون قد اجتاز مرحلة المراهقة وبدأت مرحلة النضج أكثر وضوحاً عليه ، وهى فئة ما زالت ناقصة فى تكوينها الاجتماعى ، وذلك ما يبرر لها كثير من المظاهر التى تعبر عن عدم الاستقرار ورفض التكيف مع المجتمع وسرعة التاثير الخارجى عليها ،

3- مفهوم ثقافة الاستهلاك :

تعتبر الثقافة من المفاهيم السوسيولوجية التي لقيت اهتماماً واسعاً في الوقت الحاضر، فقد استخدمه الأديب والفيلسوف والسياسي ، كما إستخدمه الأنثربولوجي والمؤرخ وعالم الاجتماع وفق المنظور الذي يناسب تخصصه ، ونظراً للعلاقة الوظيفية بين الثقافة والمجتمع فقد شكل مفهوم الثقافة أحد المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع ، ولكن نظرا لإتساع ميدان علم الاجتماع في الوقت الحاضر، وكثافة البحوث الميدانية والنظرية على مستوى مختلف فروعه التخصصية ، فقد بدأت بعض مفاهيمه تتخذ لنفسها قنوات مستقلة أو فروعاً تخصصية في نطاق علم الاجتماع العام ، وفي مقدمتها مفهوم الثقافة .

أما مفهوم الإستهلاك فيختلف مفهومه بإختلاف التخصصات ، فالبعض يعتبره ظاهرة اجتماعية ، وآخرون يؤكدون أنه ظاهرة اقتصادية ، وجزء أخر ينظر الى الإستهلاك بوصفه ظاهرة سيكولوجية ، مما يجعل من الصعب تحديد مفهوم له .

وعن مفهوم الإستهلاك فى اللغة فيعرف بأنه " هلك على وزن ضرب و منع وعلم وإستهلك المال أى أنفقه [27].

ويرى " دايتون " Dayton أن الاستهلاك هو " الهدف والغاية الوحيدة لكل إنتاج ، وله تأثير على كل المتغيرات الاقتصادية كالانتاج والدخل و الإدخار والإستثمار ومعدل الاسعار[28].

أما ثقافة الاستهلاك فتشير إلى " الى الجوانب الثقافية المصاحبة لعملية الاستهلاك ، أى مجموعة المعانى ، والرموز ، والصور المصاحبة لعملية الاستهلاك

اليومية ، وبالتالى لا تفهم الجوانب المادية للإستهلاك إلا فى ضوء الجوانب المعنوية المتصلة بها .

تعرف ثقافة الاستهلاك بأنها" ترابط الانشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية ، وهذه الممارسات يمكن تمييزها وتحديدها عن طريق دورة رأس المال ، والحالة السيكولوجية للمستهلكين " [29] .

ويرتبط مفهوم ثقافة الاستهلاك ببعض المفهومات الاخرى مثل [30]:

1- مفهوم النزعة الاستهلاكية والذى يعنى " تحول معانى ، ورموز الاستهلاك الى هدف فى حد ذاته ".

2- مفهوم رموز الاستهلاك ويشير الى " تحول الاستهلاك الى لغة يخاطب بها الافراد بعضهم بعضا ، ويكونون رصيد رمزى يحدد مكانتهم ونطاق تفاعلهم ".

3- مفهوم استهلاك الصور " حيث يرتبط استهلاك سلعة معينة بصورة ذهنية تلتصق بهذه السلعة من خلال العرض أو الاعلان عنها .

المفهوم الاجرائى لثقافة الاستهلاك : تشير الى الإسراف فى استهلاك الثروة والسلع والخدمات الباهظة الثمن ، من أجل التظاهر والتفاخر والمكانة الاجتماعية ، عن طريق التقليد والمحاكاة ، وهى ثقافة إرتبطت بالإستخدام الواسع والضخم لكل أدوات التكنولوجيا الحديثة من التليفون المحمول و الإنترنت والفضائيات و التى أثرت على قيم وأنماط وسلوك الفرد الاستهلاكي .

4- مفهوم التكنولوجيا :

أ- تعريف التكنولوجيا

يرجع أصل التكنولوجيا إلى الكلمة اليونانية التي تتكون من مقطعين هما (Techno) تعني التشغيل الصناعي، والثاني (Logos) أي العلم أو المنهج، لذا تكون وتعرف بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي[31].

و يمكن تعريفها من جهة التحليل الاقتصادي بأنها "مجموعة المعارف والمهارات والخبرات الجديدة التي يمكن تحويلها إلى طرف إنتاج أو استعمالها في إنتاج سلع وخدمات وتسويقها وتوزيعها، أو استخدامها في توليد هياكل تنظيمية إنتاجية" ، و يمكن تعريف التكنولوجيا أيضا على إنها :"تطبيق الإجراءات المستمدة من البحث العلمي والخبرات العلمية لحل المشكلات الواقعية، ولا تعني التكنولوجيا هنا الأدوات والأماكن فقط بل أنها الأسس النظرية والعلمية [32].

وتعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها : "خليط من أجهزة الكمبيوتر و وسائل الاتصال ابتداء من الألياف الضوئية إلى الأقمار الصناعية و التقنيات المصغرة و الفلمية، و الاستنساخ، و تمثل مجموعة كبيرة من الإختراعات التى تستخدم المعلومات خارج العقل البشري " ، وتعرف تكنولوجيا المعلومات كذلك على أنها " القاعدة الأساسية التي تبنى في ضوئها المنظمات الإدارية و المنشآت ميزتها التنافسية [33] ".

المفهوم الإجرائي للتكنولوجيا :

يقصد بالتكنولوجيا كل أنواع المعرفة الفنية و العلمية والتطبيقية التي يمكن أن تسهم في توفير الوسائل، والمعدات، والآلات، والأجهزة الميكانيكية و الإلكترونية ذات الكفاءة العالية ، والأداء الأفضل التي تسهل للإنسان الجهد و توفير الوقت ، و تحقق للفرد أهدافه النوعية و الكمية بكفاءة و فاعلية" .

5- مفهوم الإتصال :

يشير مصطلح الإتصال في اللغة العربية و المعاجم الى " الوصول إلى الشيء أو بلوغه و الإنتهاء إليه " . و كلمة إتصالات communications مشتقة من الأصل اللاتيني communise بمعنى commue أي عام ، و " فعلها " communicareأي يذيع أو يشيع.[34]

وهناك عدد من التعريفات العديدة التى ظهرت لمفهوم الإتصال من قبل الباحثين و المختصين في علوم المعلومات و الإتصال عبر الزمن ، أظهرت في معظمها أهمية مفهوم الأتصال ، و دوره في الحياة الإنسانية ، أو أظهرت العناصر الأساسية لعملية الإتصال ، و منها : أنه "ظاهرة اجتماعية تتم غالبا بين طرفين لتحقيق هدف أو أكثر بينهما بصورة شخصية أو غير شخصية ، بما يحقق تفاهم متبادل بينهما و يتم ذلك من خلال عملية إتصالية" ، وكذلك تم تعريفه على أنه "عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار و معلومات معينة إلى رسالة شفهية أو مكتوبة، تنقل من خلال و سيله إتصال إلى الطرف الآخر"[35].

المفهوم الإجرائى للإتصال :

" هو عبارة عن عملية أو فن نقل وتوصيل وتبادل الأفكار بين الطرفين باستخدام مختلف الأساليب مثل الكلام، الكتابة، الإشارات ، وغيرها من الاساليب.

6- مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة :

يعد مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال مفهوماً متداخلاً بعض الشيء نظرا للتطور الذي شهدته، فمعظم هذه التكنولوجيا كانت موجودة منذ أكثر من ثلاثين سنة ماضية . و ما يمكن إعتباره جديد بدرجة كبيرة هو العمل الشبكي و خاصة الانترنت. فلقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مرتبطة بتطور المجتمعات في عصرنا الحاضر، فهي تعتبر الوسيلة الأكثر أهمية لنقل المجتمعات النامية إلى المجتمعات الأكثر تطورا، حيث تساهم بطريقة مباشرة في بناء مجتمع جديد ينطوي على أساليب و تقنيات جديدة للإقتصاد الرقمي الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، و مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) ليس مفهوما وحيد المعنى والتخصص، فهو يندرج تحت إهتمامات عدة تخصصات منها : الرياضيات، الإعلام الآلي، الاتصال، الأدب، علم الإجتماع، علم النفس، هندسة الاتصالات، الفلسفة وغيرها من التخصصات .

و تعرف تكنولوجيا المعلومات و الإتصال بأنها : "جمع وتخزين ومعالجة وبث باستخدام المعلومات ولا يقتصر ذلك على التجهيزات المادية hardware أو البرامج

software ولكن بتصرف كذلك إلى أهمية دور الإنسان و غاياته التي يرجوها من تطبيق و إستخدام تلك التكنولوجيات و القيم و المبادئ التي يلجا إليها لتحقيق خبراته، و تعرف كذلك بأنها : "عبارة عن ثورة المعلومات المرتبطة بصناعة المعلومات و تسويقها و تخزينها و استرجاعها و عرضها و توزيعها من خلال وسائل تقنية حديثة[36].

المفهوم الاجرائى لتكنولوجيا الاتصال الحديثة :

من خلال ما سبق يتبين أن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال هي مجموعة من الأدوات التقنية الحديثة والمتطورة تعمل على جمع وتخزين ومعالجة المعلومات واسترجاعها وإيصالها باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة المتطورة و السريعة، ذلك من خلال الإستخدام المشترك للحاسبات و نظم الإتصالات الحديثة" . وقد تم قياس آليات تكنولوجيا الاتصال الحديثة من خلال عدة مؤشرات فى الدراسة الراهنة فيما يلى :-

1- القنوات الفضائية.
2- مواقع الإنترنت.
3- الهاتف المحمول (الموبايل).

6- الاتجاه النظرى للدراسة :

إن الاستهلاك كمتغير اقتصادى وأجتماعى قد احتل مكانة هامة فى التحليلات النظرية الاقتصادية والاجتماعية ، حيث أنه يعتبر أحد التغيرات والظواهر الثابتة فى العلوم الاقتصادية ، وله أثار متباينة على الواقع الاجتماعى بأبعاده المتشابكة – الاجتماعية والثقافية والنفسية وغيرها – هذا بالإضافة إلى أنه أحد المؤشرات الهامة لقياس نوعية الحياة ، وقياس السياسات الإجتماعية والاقتصادية .

لهذا يعتبر الاستهلاك ميدان أساسى للدراسة ، وخصوصا داخل فرع علم الاجتماع الاقتصادى ، وبإستقراء التحليلات النظرية لهذه الظاهرة ، وخصوصا فيما يتعلق بثقافة الإستهلاك ، فنجد أن هناك رؤيتين هما الأكثر شيوعا ، وهماالتحليل النظرى الماركسى ، والتحليل الوظيفى، وفيما يلى إطلالة سريعة عليهما :-

لقد ارتكزت رؤية ماركس علي مقولاته الأساسية المرتبطة بتقسيم المجتمع عنده الى بناء تحتي وبناء فوقي ، و قد فسر حركة المجتمع وتطوره من منظورة المادي التاريخي ، و هذا المنظور المادي اشتمل على كافة ظواهر المجتمع وقضاياه، و قضية الاستهلاك احدى هذه الظواهر ، ويمكن اعتبار رؤية ماركس المادية حول الاستهلاك هى البداية الحقيقية في بحث وتحليل ظاهرة الاستهلاك ، حيث جمع ماركس في تصوره لتطور المجتمع بين ما هو اجتماعي وما هو اقتصادي ،وبالتالى ظهر تفسيره للتطور التاريخي للمجتمع ، مؤسس علي تحليله المادى التاريخى لتطور النظام الاقتصادي ، ولقد كانت آراء ماركس حول الاستهلاك بوصفه ظاهرة اقتصادية ، هى جزء من الثقافة الرأسمالية ، أو هى شكل أخر لعملية الإنتاج الرأسمالية المبني علي تدعيم قيمة الاستهلاك ، بغرض الحصول

علي أكبر قدر ممكن من الربح ، فتعاظم الاستهلاك يعني في النهاية تعاظم الأرباح[37].

و الاستهلاك كمتغير اقتصادي قد احتل مكانة هامة فى التحليل الماركسى ، فلقد ركز ماركس في تحليله للاستهلاك علي الاستهلاك الضروري ، باعتباره شرطاً أساسياً للمحافظة علي مستوي الإنتاج القائم ، وهو استهلاك يتألف من نمطين ، الأول شخصي يحافظ علي بقاء المنتجين واستمرارهم في الإنتاج ، والثانى استهلاك إنتاجي ، يحافظ علي وسائل الإنتاج من حيث صيانتها وتجريدها ، كما تتحدد العلاقة بين قيم الإنتاج والاستهلاك بنمط تقسيم العمل الاجتماعي، ومستوي تطوره ، ففي المجتمعات البسيطة كانت هناك وحدة واتصال بين قيم الإنتاج والاستهلاك في إطار قيم جماعية ، و غالبا بسبب جماعية الإنتاج والاستهلاك ، والاتصال المباشر بين المنتجين والمستهلكين ، وفي حالات غير قليلة كان المنتجون هم المستهلكون لما ينتجونه ، أما في المجتمع الرأسمالي فقد تطور تقسيم العمل ، ومن ثم انفصل المنتجون عن المستهلكين ، ووجد سوق للعمل ، وسوق للسلع والخدمات[38].

وأكد ماركس إلي أن الاستهلاك يحدث نتيجة لاستحواذ أرباب الأعمال على نصيب متزايد من الدخل القومي وعملهم على استثمار معظم نصيبهم ، وما يؤدى إليه هذا من نمو فى الناتج من السلع بشكل مستمر وبمعدلات متزايدة ، مما يجعل المجتمع يتعرض للاضطرابات الاجتماعية التي تغير المجتمع ، وخاصة أن غالبية أفراده من الطبقة الدنيا ، والتى تنعدم قدرتها على شراء متطلبات الحياة بسبب عدم العدالة فى توزيع الدخل[39].

ومن هنا يذهب ماركس الى أنه يجب زيادة القوة الشرائية للطبقة العاملة حتى تستطيع أن تزيد من الاستهلاك ، وحتى لا تحدث أزمات ، وإفراط في الإنتاج ، فالاستهلاك لا يقل أهمية عن الاهتمام بالإنتاج فهما متكاملان ، فالإنتاج تكون وظيفته الأساسية فى خلق السلع اللازمة للاستهلاك ، أما الاستهلاك فوظيفته الاولى خلق الأحتياجات ، أى الاهتمام بالإنتاج ، ويرى ماركس أن عملية توزيع الناتج تخضع لظروف وأوضاع اجتماعية تؤدى إلى نقص الاستهلاك فى الوقت الذي تؤدى فيه الظروف والأوضاع الاقتصادية إلى تضخيم الإنتاج .

وفى نهاية عرض رؤية ماركس حول مفهوم الاستهلاك نجد أنه يؤكد على أن الاستهلاك يكون غير كافياً لمواجهة الإنتاج االمتصاعد ، لكنه يتناقص بمعدلات سريعة ، وذلك بسبب زيادة التراكم الرأسمالي من فائض القيمة ، وهو ما يسبب حدوث الأزمات الاقتصادية التي يتعرض لها النظام الرأسمالي والتي تؤدى إلى انهياره فى النهاية [40].

مما يعنى أن الرؤية الماركسية ركزت فى تحليلها على الاستهلاك كمتغير أساسى يدعم الإنتاج ويقويه ، لأنه بدون إستهلاك تتوقف حركة الإنتاج ، ولم يتعرض ماركس مطلقاً لمناقشة ظاهرة الإستهلاك الترفى ، ولكنه حاول فى تحليله – وفق معطيات الإنتاج ووسائل الإنتاج – تدعيم الاستهلاك الأساسى للطبقة العاملة والفقيرة ، والجدير بالذكر أن ماركس لم يناقش ثقافة الإستهلاك ، فثقافة الإستهلاك

مصطلح حديث على العلوم الإنسانية ، ظهر تناوله بشكل علمى دقيق عندما تحول المجتمع إلى إعادة هيكلة أبنيته الأساسية بعد ثورة المعلومات والإتصالات ، وما صاحبها من منجزات ثقافية سواء إيجابية أو سلبية .

أما التحليل الوظيفي لظاهرة الإستهلاك فقد إتجه فى تفسيره إلى وحدة الإنتاج والاستهلاك بإعتبار أن الإنتاج هو الذي يؤدى إلى الاستهلاك ، و لم يركز على التطور فى مجال وسائل الإنتاج والانتقال عبر المراحل فحسب ، وهذا ما أكده " أدم سميت " Adam Smith " فى تفسيره " أن الاستهلاك هو الهدف الوحيد للإنتاج ، وأن رغبة المنتجين يجب أن تكون بالضرورة فى خدمة المستهلك.

ولقد أكد " ماكس فيبر " علي أن القيم والأفكار تؤثر بشكل أساسي في تشكيل الإنتاج والاستهلاك والسلوك الاقتصادي المترتب عليهما ، لما للأفكار والمعتقدات من دور فعال في تاريخ البشرية الاقتصادى وتطوره ، ويرى فيبر أن عالم القيم تخلقه الظروف الاجتماعية التاريخية ، لأنه يري أن القيم إختيارات فردية حرة مشروطة بشروط اجتماعية تاريخية ، تحددها أفكار الجماعات الاجتماعية ، وتصوراتها المتباينة [41].

أما "أميل دوركايم " فقد أكد على أن القيم الاجتماعية مثل : قيم الإنتاج والاستهلاك محددة لوجود الناس وعلاقاتهم الاجتماعية ، كما أنها مكونة للضمير الجمعي ، فهى تحتل مكانة بارزة من حيث أدوارها ووظائفها في المجتمع ، و تؤثر في غيرها من القيم الاجتماعية وتوجهها ، فالمجتمع في إجماله ظاهرة أخلاقية معيارية قيمية ، والإنسان بطبيعته أخلاقي ، لأنه يعيش في مجتمع تتغير قيمه ، وهو تغير يرتبط بعناصر مادية لها تجسيد خارجى عن الأفراد ، مثل : تقسيم العمل والاستهلاك والجريمة والإنتحار [42].

وإعتماداً على ما سبق نجد أنه تم التركيز علي الأبعاد الاقتصادية فقط في دراسة وتحليل الاستهلاك ، لكن الواقع يؤكد الأن أن العوامل الاجتماعية تلعب دور مهم فى تحديد نمط الاستهلاك ، حيث توجد مجموعة من العوامل تكمن وراء الحاجات الضرورية وتحديد طبيعة الطلب ، مثل التمييز الطبقى وخاصة لطبقة الاغنياء ، وتاريخ النظام الرأسمالي يؤكد علي أن عملية الاستهلاك بالمفهوم الغربي يربط النظام الرأسمالي بالإنتاج ، والإنتاج في حد ذاته لا يمكن لعجلته أن تدور بدون وجود استهلاك ضخم ، ومن هنا تشكلت الرأسمالية التجارية ثم الرأسمالية الاستعمارية، وأخيراً رأسمالية العولمة .[43]

فثقافة الاستهلاك ارتبطت برموز وصور ومعان للتفوق والرفاهية والمتعة , وقد لعبت وسائل الإعلام دوراً بالغ الأهمية ، وخاصة من خلال الإعلانات فى نشر وتدوين ثقافة الاستهلاك الغربية ، وإعلاء قيم الفردية ، والبحث عن المتعة من خلال الاستهلاك ، وهي القيم التي تؤكد عليها ثقافة الاستهلاك الغربي ذاتها ، و هي إنتشار ثقافة الاستهلاك عبر الإعلان ، وحب التملك ، والمحاكاة ، وتقليد الآخرين [44] .

وهو الأمر الذي ترتب عليه تشكل منظومة قيمية استهلاكية تتماشي وقيم الثقافة الغربية عموما ، حيث تظهر رغبات واحتياجات مصطنعة ، وغير

ضرورية، إلا أنها تتحول عبر آلية الإعلان ، وتفشى قيم الاستهلاك ، والرغبة فى تقليد الآخرين إلى احتياجات ، والمشكلة هي أن النهم الاستهلاكي لا نهاية له ، وبالتالي فإنه يخلق ضغوطاً اقتصادية مستمرة على الأسرة ، والمجتمع ككل ، وهو الأمر الذي يؤدي في النهاية إلي مزيد من الضغوط علي الظروف الاقتصادية لتلك المجتمعات [45] .

و يرى الباحث فى النهاية أن نمط الاستهلاك الغربي بدأ في الانتشار فى مختلف دول العالم ، وخاصة العالم الثالث ، وهذا مرتبط بالتطورات التي طرأت علي وسائل الاتصال التكنولوجى الحديثة، أو الثورة في مجال الاتصالات عموما مما ادى إلى زيادة الاستهلاك بشكل كبير ،ويؤكد الباحث أن هذه التغيرات العالمية قد ساهمت فى انتاج الفجوة الاستهلاكية بين الأفراد مما زاد الإنفاق الاستهلاكي على مختلف السلع والمنتجات ، مما أصبحت الثقافة الاستهلاكية هى الموجه الفكرى والمعنوى والمادى للمجتمعات وخاصة النامية منها .

وأخيراً فإنه لا يمكن إغفال أن ثقافة الإستهلاك ظهرت كمتغير أساسى موضوعى ، نتيجة عالم العولمة بآلياته ومنجزاته ، وغنى عن البيان العلاقة المشروطة بين العالم المتقدم ودول العالم الثالث ، والتى تفسر بوضوح فى نظرية التبعية - وما تلاها من تحديث - فالمجتمع المصرى جزء من هذا العالم الثالث الذى إندمج فى ثقافة إستهلاكية متعولمة ، تم تحديدها بعناية لكى يصبح التراكم الرأسمالى فى حالة جيدة ، إما لإحداث فائض له مرة أخرى ، أو حل مشكلاته المتعثرة فى بلاده .

7- الدراسات السابقة :

اولا - : الدراسات العربية :

- **دراسات اهتمت بتاثير التغيرات المجتمعية على القيم (ثقافة الاستهلاك) :**

1- دراسة أحمد أنور محمد "أنساق القيم الاجتماعية وتأثرها بالتغيرات الاقتصادية والاجتماعية: دراسة لحالة مصر فى الستينيات والسبعينيات 1992 [46]

ركزت هذه الدراسة على ما حدث لأنساق القيم من تغير وتحول، نظراً لما طرأ من تغير وتحول على الواقع الاقتصادى والاجتماعى المصرى. وقد اعتمدت الدراسة على عينة عمدية وفقاً لعدة محاور أهمها الدخل- التعليم- المهنة. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن رأسمالية الانفتاح هى أكثر الطبقات استهلاكاً على الرغم من أنها رأسمالية غير منتجة فهى لا تساهم فى العملية الإنتاجية ولكنها تستولى على فائض العملية الإنتاجية وتحقق أرباحاً هائلة، وأيضاً ارتفاع نسبة اقتناء السلع الاستهلاكية والترفيهية بين الرأسمالية الطفيلية مثل (السيارات والفيديوهات والبوتاجازات)، كما تؤكد النتائج الانخفاض الشديد فى نسبة اقتناء هذه السلع لذوى الدخل المنخفض- وأكدت النتائج تفضيل المنتج الأجنبى على المنتج المحلى، ولاشك أن ذلك يخلق مناخ خصب لتشجيع الاستيراد، ويعكس قيم استهلاكية لدى الأفراد.

2- دراسة سناء بدوى 1998 "التحولات البنائية وأثرها على التغير الثقافى فى المجتمع المصرى : دراسة سوسيولوجية تطبيقية على الأفلام فى الفترة من "1970- 1990" . [47]

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن التغيرات التى طرأت على قيم الثقافة الاستهلاكية، كما تهدف إلى الكشف عن التغيرات التى طرأت على القيم المرتبطة بالتعليم بفعل التحولات البنائية ، وقد أظهرت النتائج أن الطبقة الرأسمالية الطفيلية ساهمت فى تشكيل ثقافة قيم العمل غير المنتج والكسب السريع التى تدر ربحاً سريعاً فى أسرع وقت وبدون مجهود، ، وقد ساعد ذلك على انتشار قيم الفساد والانحراف كما أظهرت النتائج أن انتشار قيم الثراء السريع كان له تأثيره على قيم التعليم وتحصيل المعرفة ، كما أظهرت النتائج انتشار ثقافة العنف والتطرف ، وقد كان ذلك رد فعل لانتشار مظاهر الثقافة الغربية والإستهلاكية ، أو ما يسمى بالتغريب بعد إعلان سياسة الانفتاح الاقتصادى .

3- دراسة هالة منصور عبد الرحمن، أثر التحولات الاجتماعية على قيم التطرف والاستهلاك والانحراف فى المجتمع المصرى، دراسة تحليلية فى الفترة من (1970- 1991)[48].

هدفت إلى الكشف عن أثر التحولات الاجتماعية والاقتصادية التى مر بها المجتمع المصرى خلال فترة الانفتاح الاقتصادى ، وتحديد دورها فى ظهور منظومة القيم السلبية فى المجتمع ، مع التركيز على قيم التطرف والانحراف والاستهلاك ، وتحديد العوامل المسئولة عن انتشار تلك القيم ، وقد توصلت الدراسة إلى وجود عدة أسباب تؤدى إلى الانحراف، كالرغبة فى الكسب السريع ، والإحباط المسيطر على الشباب ، و ارتفاع حدة المشاكل المادية ، و بزوغ النزعة الإستهلاكية.

*** دراسات سابقة اهتمت بتاثير تكنولوجيا الاتصال :**

4- دراسة عزة مصطفى الكحكى عن القنوات الفضائية ، وانعكاستها على الهوية ، و أزمة القيم لدى عينة من الشباب العربى 2004 [49].

وتهدف الدراسة إلى التعرف على دور القنوات الفضائية فى التأثير على الهوية وأزمة القيم لدى الشباب العربى، وأجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها (200) مفردة من الشباب العربى (ذكور وإناث)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن من يشاهد القنوات الفضائية الأجنبية غالباً بنسبة 64.5% ، وأيضاً 50.5% من العينة يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية بصورة منتظمة، و نسبة 49.4% يشاهدونها بصورة غير منتظمة، وفيما يتعلق بالهوية ارتفع معدل تشتت الهوية بين عينة الشباب العربى حيث 49.5% وانخفض معدل إنجاز ليصل إلى 11% من إجمالى عينة البحث ، وفيما يتعلق بأزمة القيم فقد أسفرت النتائج عن معاناة 60% من العينة يعانون من أزمة القيم.

5- دراسة محمد عبد الله المنشاوى : جرائم الإنترنت فى المجتمع السعودى، (2003) [50].

هدفت الدراسة إلى الكشف عن حجم ونمط جرائم الإنترنت فى المجتمع السعودى ، حيث الجرائم الجنسية والممارسات غير الأخلاقية والجرائم المالية ، والإشتراك فى إنشاء المواقع المعارضة أو المعادية ، وجرائم القرصنة الأكثر شيوعاً التى يرتكبها من يستخدمون الانترنت فى المجتمع السعودى ، وتحديد أهم سمات وخصائص مرتكبيها، وإستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعى بالتطبيق على جميع مستخدمى الإنترنت فى المجتمع السعودى، كما إستخدم الاستبيان كأداة لجمع المعلومات ، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة يرتادون المواقع الجنسية، و منهم من قاموا بالتشهير بالآخرين ، وإنتحال شخصيات الآخرين أثناء التصفح. كما توصلت إلى أن بعض أفراد العينة قاموا بتدمير المواقع ، وإختراق مواقع حكومية وتجارية وشخصية ومحلية.

6- دراسة منى سليمان Mona Soliman عن الآثار الاجتماعية للهاتف المحمول فى مصر (2003) [51].

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية إندماج تكنولوجيا الهواتف المحمولة فى المجتمع المصرى، والكشف عن تأثير الهاتف المحمول على التقاليد والمعايير الاجتماعية للثقافة المصرية ، و أيضاً الكشف عن التغيرات التى حدثت فى أخلاق الناس نتيجة لاستخدامهم الهواتف المحمولة فى الأماكن العامة ، والتعرف على العادات الجديدة لاستخدام الهاتف المحمول عند الشباب وتوصلت الدراسة إلى أن 60% يرون أن الهاتف المحمول ذو الكاميرا يقتحم الخصوصية ، كما أدى إنتشار استخدام الهاتف المحمول فى المجتمع المصرى إلى إنجاز الأعمال بطريقة أسهل ، كما أنه أثر سلبياً على التفاعلات وجهاً لوجه وضعف من العلاقات الاجتماعية سواء على مستوى العائلات أو الأصدقاء.

7- مزيد النقيعى عن مقاهى الإنترنت والانحراف إلى الجريمة بين مرتاديها، دراسة ميدانية على مقاهى الإنترنت (2002) [52].

وتهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على أداة هامة من أدوات تكنولوجيا المعلومات ، وهى الإنترنت وأثرها على سلوكيات مرتاديها ، ومدى دورها فى دفعهم إلى الجريمة، واستخدم الباحث المنهج الوصف التحليلى، كما استخدم الاستبيان كأداة للدراسة الميدانية ، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية مرتادى مقاهى الإنترنت من الشباب الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة ، وأن الفراغ والتسلية من عوامل جذب الشباب لتلك المقاهى، وأدى التعامل مع الإنترنت إلى الدخول فى علاقات غير شرعية بين الجنسين ، كما توصلت إلى وجود آثار سلبية للتعامل مع الإنترنت على الانحراف السلوكى الجنائى للمرتادين على اعتبار أن الإنترنت يُعتبر تجمع شبابى يتأثر كل مرتاد بسلوك الآخر.

ثانياً : الدراسات الأجنبية :

8- دراسة سادى بلانت "Sadi Plant " عن تأثير الهاتف المحمول على الحياة الفردية والاجتماعية (2002) [53].

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الهاتف المحمول على الحياة الفردية والاجتماعية وذلك فى نطاق ثمانية مدن هى طوكيو، بيجين، هونج كونج، بانكوك، بيشاور، دبى، لندن، شيكاغو. وقد توصلت الدراسة إلى أن تكنولوجيا الهاتف المحول قد غيرت الطريقة التى يقوم بها الأفراد من مواصلة أساليب حياتهم اليومية ، وشملت متضمنات متعددة للمجتمعات ، وللثقافات وغيرت طبيعة الاتصال، وإقامة العلاقات وأثرت على الأنماط الاجتماعية ، والأنشطة الاقتصادية ، وأصبحت ذات مغزى وسلوك خاص بالنسبة إلى مفاهيم المستخدمين وعالمهم، وأكدت الدراسة وجود فروق إلى حد ما بين الذكور والإناث فى طريقة استخدام الهاتف المحمول ، وهذا يختلف باختلاف أماكن الدراسة، كما اتضح أن للهاتف المحمول تأثير على العواطف بين الناس، فأكد البعض على أن الهاتف جعل الكذب أسهل فيما يختص بالمشاعر والأحاسيس.

9- دراسة ليسلى هادن " Leslie Haddan " عن الآثار الاجتماعية للهاتف المحمول أسئلة محددة (2000)[54].

تهدف الدراسة إلى التعرف على الآثار الاجتماعية الناجمة عن استخدام الهاتف المحمول ، وقد توصلت الدراسة إلى أن الهاتف المحمول ساعد فى دعم الحرية الفردية للأبناء ، وتأكيد الخصوصية من خلال حريتهم في إرسال واستقبال المكالمات الخاصة بهم ، كما أوجد الهاتف المحمول صراع بين الآباء والأبناء فبينما نجد أن الآباء لديهم اهتمام بالغ فى معرفة من يتصل بأبنائهم ، وعن أى شئ يتحدثون ، فى المقابل نجد إصرار من الأبناء على ضرورة احتفاظهم بسرية هذه الأمور ، وقد أدى استخدام الهاتف المحمول فى الأماكن العامة إلى ظهور مستمر لردود أفعال وجدانية سلبية قوية من الذين لا يستخدمون هذه التكنولوجيا ، وذلك بسبب الإزعاج الذى تسببه المكالمات الصوتية فى حين يؤكد مستخدمى المحمول أنه بالرغم من ذلك ، إلا أنه يحافظ على الخصوصية ، وذلك من خلال صلاحية إستخدام الرسائل فى بعض الموضوعات التى تكون لها حساسية خاصة ، و لا يمكن مناقشتها بصفة علنية أمام الآخرين فى الأماكن العامة.

10- دراسة كاترينا ونيكولا "Nicola, Katharina and Paul " (2004) عن الاتصال بالهاتف المحمول بين الشباب الألمانى [55]

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام الشباب الألمانى الذين تتراوح أعمارهم بين 12- 18 عاماً الهواتف المحمولة فى البيت والمدرسة والأماكن العامة، و توصلت الدراسة إلى أن غير المستخدمين للهاتف المحول يرون أنه مصدر إزعاج، وجاءت نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور فى استخدام الهاتف المحمول، كما توصلت الدراسة إلى أن الشباب الذين لهم تجارب عاطفية هم أكثر المستخدمين

لهذا الجهاز للاتصال بالجنس الآخر، كما أن نظام الرسائل القصيرة المعروف بـSMS هو أكثر الوسائط استخداماً لإطلاق عبارات الغرام والإعجاب.

11- دراسة فرانز بريتشارد " Franz Prichard " عن الشباب والهواتف المحمولة الملاحظات والاستنتاجات(2004) [56].

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام الشباب للهاتف المحمول خاصة فى البيئة التعليمية ، و توصلت الدراسة إلى أن الطلاب يستخدمون الهاتف المحمول فى الغش أثناء الامتحانات ، وذلك عن طريق تخزين الأجوبة على نص جاهز ، أو من خلال استخدام الكاميرا ذات السماعات ، وذلك لحل المسائل الحسابية المعقدة ، أو عن طريق استخدام الرسائل الصوتية بين الطلاب على فترات متتالية فى أثناء الامتحان، بالإضافة لذلك وجدوا أن الاتصالات المزعجة ونغمات الهاتف المحمول تمثل مشكلة كبيرة أثناء الدرس ، مما أعطى هؤلاء الطلاب المزعجين الفرصة بإخلال النظام داخل الفصل الدراسى.

التعقيب على الدراسات السابقة :

- أن الدراسات السابقة التى تم عرضها ركزت على التحولات البنائية التى طرأت على القيم الثقافية، وصراع القيم الفردية، والتحولات الاجتماعية على قيم التطرف والاستهلاك والانحراف، القنوات الفضائية وانعكاستها على الهوية وأزمة القيم. و هى تتفق مع الدراسة الحالية فى تناولها لآليات العولمة وتأثيرها على القيم الاستهلاكية للشباب .
- وقد اتفقت نتائجها مع الدراسة الحالية على أن منجزات العولمة (القنوات الفضائية- الكمبيوتر والإنترنت- والمحمول) اقتحمت خصوصية المجتمع المصرى وأثرت على القيم الأخلاقية للشباب مما ساعد على حدوث الأزمة فقد أثرت سلبياً على التفاعلات وجهاً لوجه ، وأضعفت العلاقات الاجتماعية، والعواطف والمشاعر والأحاسيس بين الناس.
- فقد أثرت استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث من قبل الشباب على الغش أثناء الامتحانات وإرسال رسائل غرامية للإناث وتصوير الفتيات بالإضافة إلى إفراز العديد من المشاكل والمتمثلة فى الإزعاج فى الأماكن العامة والكذب والتعدى على الحرية الفردية، كما ساعد الإنترنت على الانحراف السلوك الجنائى والاشتراك فى مواقع جنسية والتشهير بالآخرين والدخول فى علاقات غير شرعية بين الجنسين .
- أما من حيث الأهداف فقد ركزت معظم الدراسات السابقة على التغيرات على طرأت على القيم وكذلك العلاقة بين التغير والقيم فى المجتمع، والتحولات الاجتماعية والاقتصادية وتأثيرها على منظومة القيم وخاصة القيم الاستهلاكية بتاثير استخدام آليات العولمة.
- من حيث العينة فقد اشتملت الدراسات العربية والأجنبية على شرائح وفئات مختلفة من الشباب من مستويات عمرية ومهنية وتعليمية مختلفة تتراوح الفئة العمرية من 20-35 سنة، وقد اختلفت مع الدراسة الحالية فى تحديدها لفئة الشباب الجامعى .

- من حيث الأدوات فقد استخدمت بعض الدراسات السابقة الاستبيان وبعض المقاييس البحثية الاخرى ، واختلفت عن الدراسة الراهنة فى استخدامها لأداة دراسة الحالة .
- من حيث النتائج فقد اتفقت معظم نتائج الدراسات السابقة مع بعض تساؤلات فى الدراسة الحالية ، وخاصة فى وجود مظاهر لتاثير تكنولوجيا الاتصال على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى .

8 - الإجراءات المنهجية للدراسة :

تعتبر الدراسة الراهنة من النوع الوصفي التحليلي Descriptive ،وذلك لمعرفة آثار التغيرات المجتمعية المعاصرة على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى، وذلك بتأثير تكنولوجيا الإتصال الحديثة .ولذلك فلقد كان أنسب المناهج للدراسة الحالية هو المنهج الوصفي التحليلى.

بالإضافة الى ذلك استخدمت الدراسة الحالية منهج دراسة الحالة كمنهج و أداة من خلال عمل دراسات حالة حول موضوع الدراسة لعدد من الحالات الممثلة من الشباب الجامعى فى جامعة المنوفية ، وذلك لطبيعة الظاهرة موضوع الدراسة.
وتمثلت عينة الدراسة فى40 حالة من طلاب وطالبات الكليات النظرية والعملية بجامعة المنوفية بمدينة شبين الكوم ، وقد روعى ان تكون العينة ممثلة لكل فئات مجتمع الدراسة من حيث النوع (ذكور – أناث) ، ومحل الاقامة (ريف وحضر) ، ومن حيث الفرق الدراسية المختلفة و تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة.
- وقد قام الباحث بإعداد استمارة دراسة الحالة كأداة لجمع البيانات .
- وقد تحدد المجال الزمني للدراسة الراهنة في فترة جمع البيانات من الميدان وتحليلها واستخلاص نتائجها والذي تحدد في الفترة من 6/1 حتى 2015/9/10 م.

النتائج الميدانية للدراسة :

اولا: الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لعينة الدراسة :

1 - فيما يتعلق بمتغير النوع بلغ عدد الذكور من الشباب الجامعى 20 حالة ، وبلغ عدد الاناث حوالى 20 حالة من حالات الدراسة ، وحاول الباحث ان تكون العينة متساوية الى حد ما وممثلة لفئة الشباب الجامعى من النوعين حتى تكون الاجابات معبرة عن الواقع ، ولم يتبين فروق كبيرة بين فئتى عينة الدراسة ، الا فى بعض الاستجابات التى تدور حول بض التفضيلات للاناث والتى تختلف عن بعض تفضيلات الذكور من حيث : تفضيل بعض قنوات المشاهدة ، نوعية البرامج ، بعض وسائل الاتصال التكنولوجى الحديث عن غيرها ، الخ ..... مما يظهر فى النتائج الميدانية التالية .
2 - اما فيما يتعلق بمتغير التخصص العلمى بين افراد عينة الدراسة فاشتملت العينة على التخصصات العملية والتخصصات النظرية ، حيث انقسمت العينة مابين الشعبة العمليةية والشعبة النظرية ، مع الوضع فى الاعتبار توزيع العينة بشكل ممثل لكل الفرق الدراسية المختلفة ، وذلك فى محاولة من الباحث لإظهار

الاختلافات فى الميول والرغبات طبقا للتخصص العلمى ، وتاثير ذلك على ثقافة استهلاك تكنولوجيا الاتصال الحديث ، من خلال استخدام مواقع الإنترنت، والقنوات الفضائية، وأجهزة الهاتف المحمول ، كما سوف يتضح لاحقا .

3 - اوضحت الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمحل إقامة الشباب الجامعى أن الباحث عمد الى إختيار متوازن بين أفراد العينة ما بين الريف والحضر ، وقد أختار ذلك حتى تكون الاستجابات متنوعة فيما يخص موضوع الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى ، من حيث الاختلاف الاجتماعى والاقتصادى والثقافى بين الريف والحضر ، وتأثير الأسرة والأصدقاء والعائلة على الاختيارات والرغبات الاستهلاكية للشباب الجامعى ، بتأثير من تكنولوجيا الاتصال الحديث ، والفروق الفردية مابين الريف والحضر.

4 - وفيما يتعلق بالدخل الشهرى لأسر الشباب الجامعى فقد تركزت الغالبية العظمى من الحالات فى الريف فى الفئة من (1000-حتى 2000) جنيه ، أما باقى العينة فى الريف وهى نسبة بسيطة فقد تركزت فى الفئة من (أكثر من 2000 وحتى 3000) جنيه ، أما الفئة أكثر من 3000 جنيه ، فقد جاءت ممثلة بصورة ضئيلة جدا ، اما فى الحضر فقد اختلفت الدخول الشهرية لأسر الشباب الجامعى حيث بلغت النسبة الأكبر فى الفئة من 3000 جنيه فأكثر ، وجاءت فئة أقل من3000 جنيه وحتى 2000 جنيه فى المرتبة التالية بنسبة منخفضة ، اما الفئة أقل من 2000 جنيه فجاءت ضئيلة جدا .

5 - مما سبق يتضح أهمية عرض الدخول الشهرية لأسر الشباب الجامعى حيث أن الأسرة هى المصدر الأساسى للدخل بالنسبة للشباب الجامعى بالأضافة الى انها المصدر الوحيد فى الانفاق والاستهلاك، ومازال الشباب الجامعى يعتمدون علي أسرهم في إشباع حاجاتهم الأساسية . مما يعكس التأثيرات المتبادلة بين الثقافة الاستهلاكية ودخل الأسرة ، وخاصة التأثيرات الإجتماعية للسلوك الاستهلاكى للشباب الجامعى ، والتى تتميز بأن السلطة المادية فيها تكون فى يد رب الأسرة .

6 - كذلك تؤكد الدراسة الميدانية من خلال بعض النتائج السابقة على الفروق الاقتصادية والمادية بين الريف والحضر، وبالتالى تظهر بعض الانماط الاستهلاكية المعاصرة فى الحضر والريف ولكن بدرجات متفاوتة ، على حسب محددات الثقافة الاستهلاكية المميزة لكل المجتمعين الريفى والحضرى ، وخاصة فى ظل وجود بعض مراكز التسوق (المولات – والمطاعم - و محلات التكنولوجيا والاتصالات الحديثة) فى الحضر .

ثانيا : عادات وانماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لدى حالات الدراسة :

7 - أوضحت الدراسة أنه بالنسبة لترتيب وسائل الاتصال الحديثة لدى الشباب الجامعى حسب الاكثر استخداما نلاحظ ان الهاتف المحمول يأتى فى صدارة التكنولوجيا الاكثر استخداما من طرف الشباب الجامعى ، حيث احتل الصدارة ، ثم تاتى شبكة الإنترنت فى المرتبة الثانية ، واخيراً تأتى القنوات الفضائية ،

وأرجعت حالات الدراسة ذلك الى سهولة الأستخدام، وتلبية الحاجات والرغبات، وسرعة الإيقاع بالنسبة للشباب الجامعى.

8 - أجمعت نتائج الدراسة الميدانية على أتفاق الذكور والإناث من حالات الدراسة على القنوات المفضلة على الفضائيات ؛ فقد أكدت حالات الدراسة على مشاهدة القنوات العربية والمصرية الفضائية ، وتعتبر من أكثر القنوات الفضائية العربية مشاهدة قنوات (MBC) بمختلف انواعها بسبب الافلام الاجنبية والمسلسلات والاعلانات ، ثم جاءت قناة الجزيرة الاخبارية فاحتلت المرتبة الثانية ، ويرجع ذلك الى الى ماتعرضه القناة من اخبار ومعلومات سياسية ورياضية واقتصادية ، ثم قنوات الاغانى، ثم جاءت القنوات المصرية الفضائية، ثم قنوات ناشيونال جغرافيك ، والتى تبث البرامج الوثائقية والعلمية وذلك بالنسبة لجميع حالات الدراسة .

9 - هذا وقد أظهرت النتائج الميدانية فروقا بالنسبة للذكور والإناث فى تحديد بعض القنوات المفضلة عند كل منهما، مثل : قناة الجزيرة الرياضية ، و هى تحتل مكانة مرموقة بالنسبة للشباب الجامعى ، بسبب ماتملكه من حقوق بث للبطولات العالمية الرياضية بشكل حصرى ، ثم تأتى قناة(FOX MOVIES) وهذا راجع لمحتوى الافلام ، وخاصة فئة الذكور، التى تفضل قنوات الاثارة والعنف والخيال والصراع والحركة فى تقديم أفلامها ، حيث تحتوى هذه القنوات على العديد من اللقطات الغرامية والجنسية ، وهوما يميل اليه بعض الشباب من الذكور .

10 – وفيما يتعلق بالنتائج الميدانية الخاصة بتفضيلات الإناث فى مشاهدة بعض القنوات الفضائية ، فقد فضلن بعضهن إختيار قناة روتانا ، وذلك بسبب محتواها من الافلام المصرية العربية مما يلبى رغبة الاناث فى هذا المجال ، لان محتويات هذه الافلام تركز على قصص العلاقات الغرامية والحب بين الجنسين .

11 – وقد تبين من اجابات حالات الدراسة فيما يتعلق بنوع البرامج المفضلة للشباب الجامعى عبر القنوات الفضائية فجاءت البرامج الرياضية ، ثم الافلام الاجنبية ، ثم البرامج الوثائقية ، ثم البرامج الاخبارية بالنسبة للذكور، لان هذه القنوات تلبى رغبة الشباب فى المشاهدة ، ولأن هذه البرامج اكثر استقطابا لفئة الذكور ، وذلك على عكس فئة الاناث التى كانت اختيارتهم اكثر تفضيلا لمشاهدة المسلسلات التركية ، ثم الاعلانات، ثم المسلسلات العربية ، ثم برامج الاغانى والموسيقا، اما البرامج الدينية فجاءت فى مرتبة متاخرة بالنسبة للجنسين .

12 - اكدت الدراسة الميدانية ان اغلب افراد العينة يشاهدون برامج القنوات الفضائية لمدة ساعة الى ساعتين كحد ادنى ، اما من تجاوز نسبة المشاهدة الى ثلاث ساعات وأكثر فقد كان نسبة صغيرة من حالات الدراسة ، اما من يشاهد هذه البرامج فى مدة اقل من ساعة فقد كانت نسبة ضيلة جدا من العينة.

13 - كشفت الدراسة الميدانية فيما يتصل بنوعية المواقع الالكترونية التى يفضلها الشباب الجامعى عن غيرها فقد احتلت المواقع العلمية والثقافية الصدارة ، ثم جاءت المواقع الرياضية ، ثم الاجتماعية ، فالفنية ، ثم الدينية ، وأخيرا جاءت المواقع الألكترونية الاخبارية .

14 - والملاحظ من خلال الدراسة الميدانية ان الإختيارات تنوعت حسب النوع كالتالى: فئة الاناث فضلن إختيار المواقع الإجتماعية ، ثم العلمية ، ثم الثقافية ، وأخيرا المواقع الفنية ، مقارنة بالذكور الذين فضلوا المواقع الرياضية ، واشتركت كل الحالات الميدانية للدراسة فى أسباب تصفح المواقع الاجتماعية ، وكانت الدردشة و التعرف وتبادل الاهتمامات المختلفة من أهم الأسباب الرئيسية .

15 -أشارت الدراسة الميدانية الى ان الشباب الجامعى يقضى اوقاتا مختلفة أمام شبكة الانترنت ، وأوضحت إجابات غالبية الحالات الميدانية للدراسة ، أن الوقت المخصص لإستخدام شبكة الإنترنت تراوح من ساعة الى ساعتين فى الجلسة الواحدة فى اليوم ، وان نسبة الذين يدخلون على شبكة الإنترنت ويقضون من ساعتين الى ثلاث ساعات قدر بنسبة صغيرة من عينة الدراسة ، اما من تراوح استخدامه لشبكة الانترنت اكثر من 4 ساعات فى اليوم كان نسبة ضئيلة جدا .

16 – لاحظ الباحث عدم وجود فروق كبيرة بين الجنسين فى مدة استخدام شبكة الإنترنت ، غير أن هناك بعض الحالات البسيطة من الشباب الجامعى من الإناث ، قد أكدن على أختيارهم فئة (3-4) ساعات ، يرجع ذلك الى ان هؤلاء الحالات يجدن بعض الصعوبا ت فى عملية البحث عن المواقع ، واختيار المفيدة منها ، على عكس بعض الذكور الذين اظهروا مرونة اكبر فى التحكم فى استخدام الانترنت والبحث فى مواقعها ، وذلك على حد قول حالات الدراسة .

17 - اتضح من الدراسة الميدانية ان اغلبية حالات الدراسة يقضون فى مكالمتهم الهاتفية أقل من ساعة فى اليوم ، اما فيما يخص حالات الدراسة الذين يقضون أوقاتا طويلة فقد جاءت نسبة ضئيلة جدا من حالات الدراسة ، ويمكن تفسير ذلك بالمستوى المادى الاقتصادى للشباب الجامعى ، ومستوى دخول اسرهم ، بالاضافة الى ادمان العديد من الشباب فى التحدث فى الهاتف المحمول، وخصوصا فى ظل المنافسة الشديدة بين شركات الاتصال وعروضها الجذابة .

18 - وأشارت الدراسة الميدانية من خلال اجابات غالبية حالات الدراسة حول كيفية استخدام وسائل تكنولوجيا الأتصال ان اغلبية الشباب الجامعى يفضلون استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمفردهم ، وتاتى استخدام هذه الوسائل مع الاصدقاء فى المرتبة الثانية ، أما إستخدام وسائل تكنولوجيا الإتصال الحديثة مع العائلة فقد أحتل المرتبة الأخيرة ، ويلاحظ بصفة عامة ان فئة الذكور هى الاكثر استخداما لوسائط الاتصال الحديثة بمفردهم وخاصة ان الذكور يمتلكون

حرية أكثر من الاناث ، وهناك مؤشرات توحى بالميل الشديد نحو الاستخدام المنفرد ؛ حيث اختيار القنوات والمواقع والوسائل التى تلبى الرغبات الشخصية بصرف النظر عن المحيط الإجتماعى .

19 - كذلك بينت الدراسة الميدانية أن استخدام وسائط التكنولوجيا الحديثة مع الاصدقاء جاءت من نصيب الاناث بنسبة أكبر من الذكور ، ويرجع ذلك الى ان الطالبات الجامعيات اكثر ميلا للعمل الجماعى ، و خاصة فى تحضير الابحاث العلمية فى مجال الدراسة الجامعية ، وتبادل المعلومات والصور والأغانى والأفلام ، اما استخدام وسائط التكنولوجيا الحديثة مع العائلة فقد جاء فى المرتبة الاخيرة وخاصة بالنسبة للذكور، وذلك على عكس الإناث اللاتى فضلن مشاهدة القنوات الفضائية مع العائلة ، ، كما اكدن على ان المشاهدة العائلية تخلق مناخ عائلى يتم فيه الحوار الإيجابى حول محتوى هذه القنوات.

ثالثا : دوافع استخدام الشباب الجامعى لتكنولوجيا الاتصال الحديث:

20 - يتضح من خلال الدراسة الميدانية أن من أهم دوافع مشاهدة برامج القنوات الفضائية لدى الشباب الجامعى هى الترفيه والتسلية ، يليها فى المرتبة الثانية التثقيف ولتعليم ، أما التعرف على أفراد وثقافات وأهتمامات جديدة ومتنوعة جاء فى المرتبة الثالثة ، واحتل معرفة الأخبار والمعلومات المرتبة الرابعة ، وجاء فى الترتيب الأخير بنسبة ضئيلة محاولة اشباع الرغبات الجنسية ، وخاصة عند الذكور من خلال مايعرض فى القنوات الفضائية من برامج وأفلام ، وذلك حسب بعض أقوال الحالات عن رغبتهم فى الرؤية والمشاهدة لصورة المرأة من خلال (العرى والأختلاط ومشاهد الحب) .

21 - وقد أكدت الدراسة الميدانية على بعض الفروق الكيفية ذات الدلالة فيما يخص النوع و التخصص العلمى لدى الشباب الجامعى ، حيث أكدت أقوال الحالات فيما يخص دوافع مشاهدة القنوات الفضائية ، على أن الشباب الجامعى من أصحاب التخصصات العلمية أكثر أقبالا على المشاهدة بدافع التثقيف والتعليم عن الشباب الجامعى من أصحاب التخصصات النظرية ، وأظهرت النتائج أن نسبة مشاهدة الإناث ارتفعت تجاه برامج التسليه والترفيه ، وانخفضت نسبة المشاهدة لديهن بدافع الحصول على الاخبار والمعلومات بشكل عام عن فئة الذكور .

22 - بينت الدراسة الميدانية ان من أكثر استخدامات شبكة الانترنت بنسبة كبيرة لدى الشباب الجامعى هى الدردشة عبر الشبكات الاجتماعية ، وجاء البحث العلمى وتحميل الكتب فى المرتبة التالية بنسبة متوسطة ، ثم جاءت تحميل الصور والموسيقى والأفلام فى المرتبة الثالثة ، ثم استخدامه فى الألعاب والتسلية فى المرتبة الرابعة ، ثم جاء فى المرتبة الخامسة قراءة الصحف والمجلات الإلكترونية ، وجاء فى الترتيب الأخير الدخول الى بعض المواقع الجنسية .

23 - ويلاحظ من النتيجة الميدانية السابقة وجود بعض الفروق والإختلافات المتوسطة بين حالات الدراسة تمثلت فى أن الشباب الجامعى من أصحاب التخصصات العلمية (ذكور وأناث) من أكثر الفئات استخداما للأنترنت بدافع خدمة إنجاز البحوث العلمية ، والدراسات الأكاديمية بنسبة متوسطة عن الشباب الجامعى من أصحاب التخصصات النظرية، و كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن عدم وجود فروق كبيرة بين الذكور والإناث ، حول استخدام شبكة الانترنت فى مجال البحث العلمى ، وذلك بسبب تعدد وحرية المصادر والمعلومات فى كل التخصصات للجنسين .

24 - وأوضحت الدراسة الميدانية وجود فروق وإختلافات من حيث النوع (ذكور- إناث) بالنسبة للدردشة عبر الشبكات الأجتماعية ، وتحميل الصور والموسيقى فقد كانت فئة الذكور هى الأكثر استخداما لها ، ويرجع ذلك إلى سهولة تشكيل علاقات عاطفية دون مشاكل فى التعارف ، أو خجل من مواجهة الجنس الأخر ، حيث أن فئة الذكور فى المجتمع تمتلك حريات أكثر من فئة الإناث فى استخدام الإنترنت ، ولساعات أطول وخارج المنزل فى بعض مقاهى الإنترنت وخاصة فى ظل تطور التكنولوجيا الاتصال الحديثة ، مما ساعد على تناولها وإنتشارها بين الشباب الجامعى بشكل كبير .

25 - كما أكدت الدراسة أن الدافع الأول لإستخدام الهاتف المحمول من قبل الشباب الجامعى هو الإتصال بالأسرة والأصدقاء للإطمئنان عليهم ، ومعرفة أحوالهم وأخبارهم ، ولم يجد الباحث فروق ذات دلالة كيفية بين الذكور والإناث فى هذا الدافع ، أما الدافع الثانى فكان فى الإتصال بأصدقاء الدراسة لمتابعة الدراسة والمحاضرات وأهميته فى الحياة العلمية الأكاديمية ، وكانت فئة الإناث أكثر استجابة لهذا الدافع ، وجاء دافع إقامة علاقات مع الجنس الأخر من خلال استخدام الهاتف المحمول فى المرتبة الثالثة ، وذلك بسبب الحرية الكبيرة التى يتيحها الهاتف المحمول بعيدا عن رقابة الأسرة وخاصة عند الإناث ، أما دافع الترفيه والتسلية فجاء فى المرتبة الرابعة ، ولاحظ الباحث أن الذكور أكثر إستجابة لهذا الدافع .

رابعا: آليات و أنماط الأستهلاك المستحدثة لتكنولوجيا الإتصال الحديثة للشباب الجامعى:

26 - أكدت الدراسة الميدانية أن الإعلانات كألية من أليات تكنولوجيا الاتصال الحديث ، والتى تمثلت فى إعلانات القنوات الفضائية هى من أهم أنواع الإعلانات متابعة ومشاهدة من قبل الشباب الجامعى ، وذلك بسبب تأثيرها الهام فى الترويج للسلع والإستهلاك بوجه عام، و التعرف على السلع والمنتجات ، يليها إعلانات الإنترنت ، وذلك بسبب إنتشار إستخدام الإنترنت بين الشباب الجامعى ، وإعتبارها من الوسائل الإعلانية الأكثر إنتشارا ورواجا ، ثم جاءت إعلانات الصحف والمجلات بعد ذلك فى أنواع الاعلانات متابعة ومشاهدة من قبل الشباب الجامعى ، ثم بعد ذلك جاءت إعلانات الطرق ، مما يؤكد على دور

الإعلانات التجارية من خلال وسائل الاتصال الحديثة بوجه عام فى الترويج للثقافة الإستهلاكية بين الشباب الجامعى .

27 - مما سبق يتضح ميدانيا تأثير الإعلانات على الشباب الجامعى فيما يخص الثقافة الاستهلاكية من خلال زيادة الاتجاه نحو الإستهلاك ، وزيادة النزعة الاستهلاكية بين الشباب الجامعى ، وتمثلت فى تقليد الشباب الجامعى لنجوم الفن والرياضة، ومحاكاة الثقافة الغربية ، بالاضافة الى تداول الالفاظ الغريبة والهابطة ، وابراز صورة المرأة الجسدية فى الترويج للسلع ، وكذلك زيادة الشعور بالحرمان والإحباط لدى بعض طبقات الشباب الجامعى الفقير ، حيث عبرت بعض حالات الدراسة الميدانية عن استيائها وعدم رضاها عن أوضاعها الطبقية مما قد ينعكس على انقسام المجتمع ، وتوتره وعدم استقراره.

28 - أكدت الدراسة الميدانية على أهمية تأثير وسائل الاتصال الحديثة فى انتشار النزعة الاستهلاكية من خلال أنماط التسوق المستحدثة ، عبر الانترنت والقنوات الفضائية أو الهاتف المحمول فى استهلاك العديد من السلع والمنتجات الاستهلاكية ، وذلك بسبب سهولة استخدام الأنترنت ، وممارسة أنماط التسوق الحديث عبر مشاهدة إعلانات القنوات الفضائية ، أو الاتصال التليفونى بالشركات التجارية سواءالعالمية أو المحلية ، مما يدل على أختراق الاعلانات للثقافة الاستهلاكية التقليدية للمجتمع ، وتأثيرها على رغبات المستهلكين من الشباب الجامعى عن طريق وسائل الاتصال الحديث .

29 - كشفت الدراسة الدراسة الميدانية عن دور وسائل الاتصال الحديثة عن طريق الاعلان فى فرض أنماط مستحدثة من الاستهلاك العالمى على الثقافة التقليدية للشباب الجامعى ، وأختراق الثقافة الاستهلاكية العالمية للخصوصية الثقافية فى المجتمع المصرى عامة ، والشباب الجامعى على وجه الخصوص، وتمثلت هذه الانماط الاستهلاكية فى شراء أنواع معينة من السلع مثل: الاجهزة الإلكترونية وأدوات التجميل و الملابس المستوردة ذات الماركات العالمية ، والمنتجات الغذائية الحديثة ، والادوات الرياضية، ولعب الأطفال .

30 - خلصت الدراسة الى أن أختراق الأنماط الاستهلاكية المستحدثة عن طريق الاعلان أثر تأثيرا كبيرا على أذواق وأختيارات الشباب الجامعى فى استهلاك وشراء أنواع معينة من السلع ، وكان التأثير عن طريق عنصر التشويق والجذب والاثارة ، فى الترويج للسلع الإستهلاكية من خلال عروض التخفيضات والارباح والجوائز ، التى تعمل على أثارة الغرائز الاستهلاكية ، والتفاخر و التباهى ، واظهار المكانة الاجتماعية ، بالإضافة الى التأثير على المستهلكين من الشباب الجامعى من خلال التعبيرات اللفظية ، والمؤثرات السمعية ، و البصرية مما ساعد على انتشار نمط الاستهلاك الترفى عند الشباب الجامعى .

31 - أظهرت الدراسة الميدانية من خلال أقوال بعض حالات الدراسة أن تركيز الاعلانات التجارية يكون فى الفترة المسائية ، وخاصة فى اعلانات القنوات

الفضائية ، بسبب تجمع أعداد كبيرة من المستهلكين من الشباب الجامعى أمامها، بهدف ذيادة فرص التأثير التسويقى ، واحراز النجاح التسويقى والاعلانى عن السلع والخدمات الاستهلاكية ، والتأثير على الرغبات والتفضيلات الاستهلاكية للشباب الجامعى ، كما أوضحت الدراسة الميدانية زيادة حجم ونوع التسوق الاستهلاكى فى بعض الأوقات والمناسبات الاجتماعية والدينية المختلفة ، ممايزداد معها معدلات الاستهلاك المعتادة بهدف ابراز وأظهار علو المكانة الاجتماعية .

32 - أكدت الدراسة الميدانية على حرص المستهلكين من الشباب الجامعى على تفضيل واقتناء بعض السلع الاستهلاكية المعاصرة ، بناء على : الأسعار المناسبة ، و ومظهرها الجذاب ، ثم الجودة العالية و الماركات العالمية للسلع، وأسلوب عرض السلع ، وطرق تصميم ديكورات المحلات التجارية ، و موائمة الأنماط الحديثة للسلع العصرية وذلك عند ممارسة أنواع التسوق المختلفة .

33 - كما أكدت الدراسة الميدانية على وجود آليات ومحاولات للتكيف من قبل الشباب الجامعى مع الظروف الاقتصادية تحت تاثير الثقافة الاستهلاكية ، وتظهر ذلك من خلال الشراء بالتقسيط ،او الإستدانة ، أو الاكتفاء بمشاهدة السلع وعدم الشراء ، بالاضافة الى تاثير الاعلانات السلبى فى شراء سلع وأشياء لاتكون هامة أو مستخدمة بشكل كبير من قبل الشباب الجامعى ، مما يؤكد على الطابع الرمزى للإستهلاك من خلال الإعلانات فيما يتعلق بأسلوب الإعلان عن السلع .

خامسا : محددات وخصائص الثقافة الاستهلاكية المعاصرة للشباب الجامعى :

34 – كشفت الدراسة الميدانية عن دور وسائل الاتصال الحديثة المتمثلة فى (القنوات الفضائية – وشبكة الانترنت) فى تغيير الأنماط الغذائية التقليدية إلى الانماط الغذائية المستحدثة ، وتمثلت فى (الوجبات السريعة) ، ويرجع ذلك الى عدة عوامل منها : التعبير عن المكانة الاجتماعية ، وإظهار التقليد والتباهى والتفاخر بين الشباب الجامعى ، بالاضافة الى تغيير أنماط الملبس التقليدية ، والمرتبطة بالخصوصية الثقافية للمجتمع المصرى ، والاقبال على الملابس ذات الطراز الغربى ، مما يؤكد على انتشار وإختراق الثقافة العالمية داخل النسيج التقليدى للثقافة المصرية ، وتغيير القيم الاستهلاكية التقليدية ، والاعتماد على الاستهلاك المظهرى الترفى ، وقيم التربح السريع وغيرها من القيم المرتبطة بالثقافة الاستهلاكية الحديثة للشباب الجامعى .

35 – أكدت الدراسة الميدانية على دور وسائل الاتصال الحديثة المتمثلة فى (الهاتف المحمول) فى تغيير بعض الانماط الاستهلاكية للشباب الجامعى ، وذلك من خلال ثقافة إقتناء الهاتف المحمول فقد تبين عدة مؤشرات ميدانية أهمها : إقتناء أكثر من جهاز هاتف محمول ، بالإضافة الى زيادة عدد مرات تغيير جهاز الهاتف المحمول على فترات قصيرة فى العام الواحد ، و ارتفاع التكلفة الشهرية لإستخدام الهاتف المحمول ، كذلك الاهتمام بالاشتراك فى العروض

والخدمات المختلفة المقدمة من شركات الاتصال المختلفة ، ومن خلال هذه النتائج الميدانية يتضح أهمية تأثير وسائل الاتصال الحديثة على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى.

36 – وكذلك أوضحت الدراسة الميدانية على أهمية الاشتراك فى المسابقات المختلفة ، والبرامج الفضائية عن طريق الهاتف المحمول ، وذلك بالنسبة لعدد كبير من حالات الدراسة الميدانية من الشباب الجامعى ، مما يتضح معه أهمية وجود الهاتف المحمول لدى الشباب الجامعى ، وامتلاك معظم فئات الشباب الجامعى للهاتف المحمول دليل على أهميته سواء بصورته الرمزية أو المادية ، وذلك على الرغم من سوء وضعف الحالة الاقتصادية بالنسبة لأغلب طبقات المجتمع المصرى .

37 - كشفت الدراسة الميدانية عن أهمية وسائل الاتصال الحديثة فى تدعيم الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى ، وظهرت ذلك من خلال ثقافة استخدام شبكة الانترنت، فتبين زيادة الاستهلاك والتكلفة الشهرية لاستخدام شبكة الانترنت بالنسبة للشباب الجامعى ، كما أوضحت الدراسة الميدانية على تأثير الإنترنت كمجال واسع لعرض السلع و المنتجات الحديثة ، مما يؤدى الى تكريس المفهوم الاستهلاكى عند الشباب الجامعى من خلال العروض والتخفيضات ومعرفة السلع وعرضها بكل تفاصيلها ، فشبكة الإنترنت تعتبر بمثابة سوق تجارى الكترونى كبير ، يعمل على ترويج الثقافة الاستهلاكية بالنسبة للشباب الجامعى .

38 - أكدت الدراسة الميدانية على إهتمام الشباب الجامعى بمتابعة إعلانات السلع الاستهلاكية الجديدة سواء على القنوات الفضائية ، أو على شبكة الإنترنت ، أو من خلال الرسائل النصية للهاتف المحمول ، حيث تلعب هذه الإعلانات دورا هاما فى التأثير على الثقافة الإستهلاكية بالنسبة للشباب الجامعى من خلال توفر المعلومات الكاملة عن السلع الاستهلاكية ، مما أثر بشكل سلبى على تعزيز النظرة الإستهلاكية للشباب الجامعى ، وانتشار الأنماط الإستهلاكية المختلفة بتأثير وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، وتكريس الشكل المادى المظهرى فى حياة الشباب الجامعى .

39 - خلصت الدراسة الميدانية أن الشباب الجامعى هو من يتخذ قرارات الشراء لمستلزماته الشخصية داخل الأسرة ، على الرغم من عدم تحمله أى أعباء مادية مترتبة على هذا القرار ، وذلك بالنسبة لأغلب حالات الدراسة الميدانية ، وأكدت الدراسة الميدانية فى هذا الصدد على فقدان الأسرة دورها الرئيسى فى إتخاذ قرارات الشراء الخاصة بأبنائهم من الشباب الجامعى ، وذلك أمام إصرار حالات الدراسة ، و رغبتهم الشديدة فى الشراء ، و سيطرة السلوك الاستهلاكى عليهم ، و ظهرت هذه النتيجة بشكل أوضح بالنسبة للشباب الجامعى فى المناطق الحضرية ، وعلى الرغم من ضعف القدرة المادية على الشراء فى أغلب الأحيان .

40 - أوضحت الدراسة الميدانية أن السلوك الإستهلاكى للشباب الجامعى بتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة عليه يفرض أعباء مادية إضافية وضغوط على ميزانيات أسر الشباب الجامعى ، وذلك على الرغم من إختلافها فى المستوى الإقتصادى ، ويؤدى ذلك فى أغلب الأحيان الى إهدار ميزانية الاسرة ، لأن شراهة السلوك الاستهلاكى عند بعض الشباب ، ادى الى عدم قدرة بعض الاسر على مواجهة الأعباء المادية ، وحدوث خلل فى مستوى الانفاق العام للإسرة ، وذلك على مستوى كافة الفئات الاقتصادية ، مما يوضح غلبة النزعة الاستهلاكية فى المجتمع المصرى بصرف النظر عن وضعه الإقتصادى .

سادسا: التأثيرت المجتمعية للثقافة الاستهلاكية المعاصرة وأرتباطها بتكنولوجيا الاتصال الحديثة :

41 - أكدت حالات الدراسة الميدانية على وجود بعض المخاطر الناتجة من أستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الشباب الجامعى ، فهناك توافقا عاما في شعور أفراد حالات الدراسة بالعزلة الاجتماعية ، و شعورهم بالغربة عن الذات، والإغتراب الإجتماعي من خلال الاستخدام المستمر لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، بالإضافة أن متابعة الشباب الجامعى لتكنولوجيا الإتصال الحديثة تشعره بعدم الانتماء إلى مجتمعه ، وتحدث تشتت لهويته الثقافية والحضارية والاجتماعية.

42 - كما أوضحت حالات الدراسة الميدانية من الشباب الجامعى أن وجود الهاتف المحمول عمل على التقليل من الذهاب إلى زيارة أقاربهم ، وأنهم يفضلون الوحدة عند استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، وتقلص درجة التفاعل الاجتماعى فى الاسرة ، وإضعاف الروابط الاجتماعية ، وحدوث صراع قيمى بين القيم الاسرية والقيم التى تقدمها وسائل الاتصال الحديث .

43 - كشفت الدراسة الميدانية عن وجود شعور بانعدام المعنى عند الشباب الجامعى ، و شعور الشباب بالعجز والضياع ، حيث أكدت حالات الدراسة الميدانية أن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تعمل على تسلية الطالب تجاه الدراسة والحياة وهمومها ، ولا يوجد معنى للحياة عند الشباب الجامعى دون وجود هذه التكنولوجيا، وأن قواعد الحياة والمعيشة بالنسبة للشباب أصبحت تحددها ، وتضع قواعدها وسائل التكنولوجيا الحديثة ، وتعمل على وجود حالة من الضياع والتشرد الذهني .

44 - أوضحت الدراسة الميدانية تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى التأثير على قيم الضبط الاجتماعى فى المجتمع من خلال بث قيم غريبة عن القيم الإيجابية فى المجتمع مثل مظاهر الترف وتكريس النزعة الاستهلاكية بين الشباب ، وغرس قيم التربح السريع ، وإهدار قيم العمل المنتج بين الشباب الجامعى فلم يعد قادر على التفكير والتخطيط في مستقبله .

45 - أظهرت الدراسة الميدانية وجود بعض الايجابيات من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة – وذلك من خلال بعض أقوال حالات الدراسة تمثلت فى :

زيادة الاتصال الثقافى والاجتماعى بين الشباب بعضهم البعض ، وتعزيز بعض العلاقات الاجتماعية ، وإتاحة المساحة للتعبير عن الآراء بحرية من خلال المناقشات والحوارا ، والخدمات الالكترونية والبرامج المؤثرة فى مختلف مجالات الحياة .

46 - أكدت حالات الدراسة الميدانية على رؤيتهم ومقترحاتهم تجاه المخاطر الناتجة من أستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الشباب الجامعى عن طريق التمسك بالقيم الدينية والأخلاق السائدة في المجتمع ، و تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية مثل الأسرة والمسجد والجامعة ، و تنمية الوازع الديني عند الشباب الجامعى ، و توعية الشباب الجامعي بخطورة هذه التكنولوجيا على مجالات حياته المختلفة ، وتشريع القوانين المختلفة لمراقبة المعلومات والأفكار المختلفة من الثقافة العالمية ، بالإضافة الى تفعيل دور الإعلام الوطنى ، وأخيرا أكدت حالات الداراسة الميدانية على أهمية دور المراقبة الذاتية للسلوكات والأفعال الصادرة فى الحفاظ على المنظومة القيمية من الإنصهار في الثقافة السلبية للآخر.

خاتمة الدراسة (النتائج العامة والتوصيات) :

- **النتائج العامة للدراسة فى ضوء الرؤى النظرية والدراسات السابقة :**

1 - إن انتشار الثقافة الاستهلاكية من مراكز الثقافة العالمية الى مراكز الثقافة التقليدية ، قد أوجد أيديولوجية و فكر استهلاكى أساسه النظر إلى الاستهلاك كهدف في حد ذاته ، و ربطه بأسلوب الحياة ، وبأشكال التمايز الاجتماعي، مما أوجد عند الشباب الجامعى ثقافة استهلاك زائفة ،غير مرتبطة بالإحتياجات الفعلية ، فأصبح الشباب في ظلّ أيديولوجيا الاستهلاك هذه أكثر تأثُرًا بالثقافة العالمية وبمتغيرات السوق ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "أحمد مجدى حجازى " في أن الثقافة الإستهلاكية فى ظل آليات الهيمنة العالمية تتحول الى آلية لتشويه الثقافة التقليدية ، وتؤدى إلى إغتراب الفرد ، وذلك بهدف السيطرة عليه ، وإخضاعه للقوى العالمية ، وبذلك يصبح الفرد مستهلكا غير منتج ، ينتظر ما ينتجه الآخرون من سلع ، ويجود به الغرب من أشياء ، بل يفتخر بما لا ينتجه هو بيديه[57].

2 - فتحولت ذوات الشباب تحت تأثير الاستهلاك المادي والمعنوي إلى ذوات تابعة ، فالنزعة الاستهلاكية تهدف إلى نشر قِيَم الاستهلاك وقيم التعامل النقدي، وإلى نشر الروح الفردية الأنانية وإيجاد الرغبة في التميز من خلال اقتناء أشياء استهلاكية مُعيَّنة، فضلاً عن إهدار قِيَم العمل ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة " سهير صفوت " والتى أكدت فيها أن الثقافة الاستهلاكية أوجدت نمطا جديدا من الشخصية ، وخاصة بين الشباب ، مما يؤثر على منظومة القيم الإجتماعية فى المجتمع المصرى ، وتعمل على انقسام المجتمع الى طبقتين ،إحداهما تملك ،

والأخرى تعانى الحرمان ، وتؤدى هذه الثقافة الى تقويض القيم الإنسانية ، وسيادة قيم الفردية والأنانية والماديةفى المجتمع عامة ، والشباب بخاصة [58].

3 - إن الثقافة الاستهلاكية في العصر الحالى قد صارت عنصرًا من عناصر كل ثقافة ، حيث الطموح فوق القدرات المالية و الاقتصادية للأسرة ، مما أثر ذلك على الصعيد الثقافي والقيمي داخل الأسرة ، وانعكس على سلوك الشباب الجامعى فى المجتمع ، فالطبقات العليا يستهلكون الجانب المادي للسلع بسبب قدرتهم المالية المرتفعة ، أما الطبقات الدنيا فيستهلكون الصور فقط لعجزهم المادى .

4 - ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى تشكيل وعي الشباب بضرورة التكيف مع ثقافة العولمة ، سواء استند هذا التكيف على نمط الاستهلاك المادي للسلع ، أو اكتفى بالاستهلاك المعنوي للصور والمعاني ، وهو ما يؤكد أنتشار الوعي الزائف الذي يقف حائل أمام نمو الوعي الموضوعي ، وتتفق هذه الدراسة مع دراسة " الخواجة " ، والتى أكدت على وضوح الطابع الرمزى للإستهلاك من خلال أسلوب وصورة السلع ، مما يؤثر فى إستهلاك الشباب المادى أو المعنوى ، والوصول إلى الشعور بمتعة التسوق ، وغزارة الإستهلاك المظهرى [59].

5 - إن انتشار ثقافة الصورة بين الشباب الجامعى من خلال تكنولوجيا الإثارة والتشويق ، و تقديم موادها للشباب فى شكل يبهر العين ويجذب الانتباه ويلغى العقل و يثير الغرائز والشهوات ، لذا فان التوجه الاستهلاكي للإعلام المعاصر جعل من الإعلان مصدرا رئيسيا لميزانية كثير من القنوات الفضائية ، ومن ثم نشر ثقافة وقيم الاستهلاك في المجتمع ، و خصوصا بين الشباب الجامعى ، وتتفق هذه النتيجة مع ما ذهب إليه " أحمد أنور " من أن الثقافة الإستهلاكية العالمية تقوم بتوظيف وسائل الإعلام ، كأحزمة ناقلة تروج للقيم الغربية ، ممايتسبب فى اضطراب شديد فى منظومة القيم التقليدية فى المجتمع ، ويؤدى فى النهاية إلى تكريس وتعزيز الثقافة السلبية الاستهلاكية العالمية [60].

6 - إن العولمة تسعى في إختراق القوميات والمجتمعات ، من خلال شركات متعددة الجنسيات عملاقة ومستبدة يحكمها بالأساس الاهتمام بالربح وتوجيه الجمهور – وخاصة الشباب - إلى استبدال ثقافة الكلمة بثقافة الصورة ، فالكلمة تعمل على التأمل والخيال ، و تطوير الجوانب الروحية والمعنوية والارتفاع بالمستوى الإنسانى ، أما الصورة فتدعم الاستهلاك ، وتستفز الغرائز، وتحجب عن الشباب رؤية المعاني المثالية ، وتعمل على الهبوط بالشباب الى المستوى الغرائزى الشهوانى ، وتتفق هذه النتيجة مع ما أكده "هانس بيترمارتن، وهارالد شومان من أن التغيرات العالمية (العولمة) هى عملية الوصول بالبشرية إلى نمط واحد فى التغيير ، والأكل ، والملبس ، والعادات ، والتقاليد [61].

التوصيات :

1 - تعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك ، والتعريف بمخاطر التغيرات المجتمعية - وخاصة العولمة - عند الشباب الجامعى من خلال وسائل الإعلام المختلفة ، وإظهار تأثيراتها السلبية التى تمثلت فى غزو المجتمع بشعاراتها البراقة .

2 - يجب إعداد برامج ارشادية اجتماعية ترتقي بالشباب الجامعى في كيفية الاستفادة من الوسائل التكنولوجية الحديثة (كالإنترنت والهاتف المحمول والفضائيات) ، وذلك للإستفادة من الجوانب الايجابية التي تفيدهم ، وتجنب كل ماهو ضار بهم من قيم واخلاق.

3 - قيام المؤسسات التربوية والدينية والاجتماعية بدور فعال في نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك من خلال الخطط والبرامج والنشاطات التوعوية والتربوية والإرشادية التي تنفذها للشباب الجامعى .

4 - توجيه الباحثين والدارسين لإعداد الدراسات النظرية والميدانية في موضوع ثقافة ترشيد الاستهلاك عند الشباب الجامعى لتصبح جزءاً من الثقافة الكلية في المجتمع ، ويتم ربطها بدائرة صناعة القرار.

5 - تفعيل دورالأسرة في تعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي تقوم بها، ومن خلال النموذج الصالح ، والممارسة العملية لمفاهيم ترشيد الاستهلاك أمام الأبناء بشكل يومي.

6 - تأكيد دور الجامعة فى حماية الشباب من خلال المحاضرات الثقافية ، وعبر برامج النشاطات الطلابية، والمعسكرات الصيفية ، فضلاً عن الورش العلمية واللقاءات التي تطرح فيها مفاهيم ثقافة ترشيد الاستهلاك.

7 - إعادة القراءة الصحيحة للخطاب الدينى المعاصر ، ونشره وتأويله تجاه القضايا المعاصرة للحياة اليومية ، بما فيها - العولمة والحداثة وما بعد الحداثة وغيرها – وبث ثقافة الترشيد من أجل التطور والتنمية فى المستقبل .

2 - نموذج دراسة الحالة لموضوع: أثر التغيرات المجتمعية المعاصرة على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى"
"دراسة ميدانية لتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة "

أولا : الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لعينة الدراسة الميدانية من حيث:
(النوع – والتخصص العلمى – ومحل الاقامة – والدخل الشهرى) ، وأثر هذه المتغيرات على استجابات حالات الدراسة فيما يتعلق بتأثير تكنولوجيا الاتصال على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعى .

ثانيا : عادات وأنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لدى الشباب الجامعى من حيث :
(الوسائل الأكثر استخداما – القنوات المفضلة لدى الشباب الجامعى – نوع البرامج المفضلة عبر القنوات الفضائية – نوع المواقع الإلكترونية التى يتصفحها الشباب الجامعى – مدة المشاهدة للقنوات الفضائية فى اليوم الواحد – المدة الزمنية لإستخدام الشباب الجامعى شبكة الانترنت فى اليوم الواحد – المدة الزمنية لإستخدام الهاتف المحمول – كيفية تفضيل الشباب الجامعى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة) ، تبعا للخصائص الاجتماعية و العلمية و المكانية لعينة الدراسة .

ثالثا: دوافع استخدام حالات الدراسة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة من حيث :

- دوافع مشاهدة القنوات الفضائية وأسبابها من خلال: الترفيه ، التسلية ، التثقيف ، التعليم ، البحث عن الأخبار والمعلومات ، إشباع الرغبات العاطفية ، أكتشاف العالم .
- دوافع استخدام الشباب الجامعى شبكة الإنترنت واسبابها من خلال : البحث العلمى ، الدردشة عبر الشبكات الاجتماعية ، تحميل الموسيقى والصور ، قراءة الصحف الإلكترونية والمجلات ، مشاهدة الإفلام والمحاضرات والندوات ، وممارسة الألعاب .
- دوافع استخدام الهاتف المحمول لدى الشباب الجامعى وأسبابها من خلال : الإتصال بالأصدقاء والأسرة ، المظهرية ، مسايرة الموضة ، الترفيه

والتسلية ، متابعة الدراسة العلمية والجامعية ، إقامة علاقات مع الجنس الأخر .

رابعا : أنماط الأستهلاك المستحدثة لتكنولوجيا الإتصال الحديثة لدى الشباب الجامعى من حيث :

(نوع الإعلانات - اهم أنواع الإعلانات متابعة من قبل الشباب الجامعى – مظاهر تأثير الإعلانات من خلال تكنولوجية الأتصال الحديثة على الثقافة الإستهلاكية للشباب الجامعى - دور الأعلانات فى شراء أنواع معينة من السلع - أساليب تأثير الإعلانات على الثقافة الإستهلاكية للشباب الجامعى – أوقات الإعلانات - المناسبات المختلفة المؤثرة على السلوك الإستهلاكى للشباب الجامعى- بعض آليات التكيف مع الظروف الاقتصادية تجاه النزعة الإستهلاكية للشباب الجامعى - أهم تأثيرات الإعلانات على استهلاك الشباب الجامعى).

خامسا : محددات وخصائص الثقافة الاستهلاكية المعاصرة للشباب الجامعى من حيث :

- دور تكنولوجية الإتصال الحديثة فى تغيير أنماط إستهلاك الغذاء والملبس التقليدية ، وأسباب ذلك .
- دور الهاتف المحمول فى تغيير بعض الأنماط الإستهلاكية للشباب الجامعى من خلال : عدد ملكية الأجهزة ، تكلفته الشهرية ، الفترة الزمنية للملكية ، عدد مرات تغيير الأجهزة ، كيفية وأسباب إستخدام التليفون المحمول ، مدى الإشتراك فى العروض والخدمات المقدمة من قبل شركات الإتصال المختلفة - مدى أهمية الإشتراك فى المسابقات الخاصة بالبرامج الفضائية ، وتكلفتها .
- دور شبكة الإنترنت فى تغيير بعض أنماط استهلاك الشباب الجامعى من خلال : تكلفة استخدامه ، مدد استخدامه ، تأثير شبكة الإنترنت فى عرض السلع وترويجها ، وفى تدعيم الثقافة الاستهلاكية المعاصرة.
- طبيعة إتخاذ قررات الشراء داخل الأسرة ، وأسباب ذلك ، و مدى فرض أعباء مالية على ميزانيات أسر الشباب الجامعى بسب الثقافة الاستهلاكية لأبنائهم .

سادسا : التأثيرت المجتمعية للثقافة الاستهلاكية المعاصرة وأرتباطها بتكنولوجيا الاتصال الحديثة من حيث :

(التأثيرات السلبية لإستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على قيم الضبط الاجتماعى فى المجتمع ، وتغيير القيم المجتمعية ، أنواع التأثيرات الإيجابية لإستخدام وسائل الاتصال الحديثة على الشباب الجامعى ، رؤية ومقترحات حالات الدراسة حول حماية الشباب الجامعى من أخطار تكنولوجيا الاتصال الحديثة) .

----------شكرا لحسن تعاونكم مع الباحث

الحواشي

[1] ناصر عويس عبد التواب : التحديات المعاصرة التي تواجه الشباب الجامعي وتصور لدور الخدمة الاجتماعية في مواجهتها ، المؤتمر العلمي الحادي عشر كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة القاهرة ، فرع الفيوم ، 2000م ، ص 69 .

[2] وجدي محمد بركات : المعلوماتية والخدمة الاجتماعية ، المجلس الأعلى للجامعات ، اللجنة العلمية ، القاهرة ، 2003م ، ص ص18- 19.

[3]Gary Browning and other, understanding contemporary society, thories of the present, sage publications, London, 2000. pp. 248-249.

[4] عمرو عبد الكريم ،مفهوم العولمة، ص1.

line. Net/iol-arabichttp://www.Islamon.

[5] World youth report, http/ IIwww.un.org/ esa/ socdev/ unyin/ wpay globalization htm, 2005.p. 59.

[6] محمود أمين العالم ، أزمة ثقافة أم أزمة حكم ؟ ، كتاب قضايا فكرية ، من الذى يحكم مصر، دار الثقافة الجديدة، الكتاب الأول ، يوليو 1985، ص ص9–15 .

[7] Welcome to the Globalcultures, Major and minor //www.humanities. aa.Edu/global_Cultures / faculty staffhtml 2006 .

[8] خلدون حسن النقيب ، الآفاق المستقبلية للفكر الاجتماعى العربى ، عالم الفكر ، المجلد 30 ، يناير – مارس ، الكويت ، 2002 ، ص 7.

[9] Helene Brembeck , Elusive Consumption , Berg , New York , 2004 , p., 1.

[10] Angus Deaton – author , Understanding Consumption , Oxford University , Oxford , 1992 , p., ix

[11] http://www.gulfup.com/Xs8dqyjhjvsgog Published 2011 by (المركز القومي للترجمة)

12 ضياء الدين زاهر، القيم والمستقبل، دعوة للتأمل، مجلة المستقبل، التربية العربية، العدد (2)، المجلد (1)، القاهرة، المركز العربى للتعليم والتنمية، 1995، ص7.

[13] المرجع السابق، ص8.

[14] حافظ فرج أحمد، مواصفات نظام تربوى مستقبلى يتفق ومستحدثات عصر العولمة، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمى السنوى الأول حول (مستقبل التعليم فى مصر بين الجهود الحكومية والخاصة)، المجلد (الأول)، كلية البنات، جامعة عين شمس، 2002، ص155.

[15] على ليلة، الثقافة العربية والشباب، القاهرة، ط1، المصرية اللبنانية، ط1، المصرية اللبنانية، 2003، ص ص31- 33.

[16] مجمع اللغة العربية ، المعجم الوسيط ، القاهرة ، 1985، ص 216.

[17] عاطف غيث : قاموس علم الاجتماع ، الهيئة المصرية للكتاب ، الاسكندرية ، 1975، ص 415.

[18] Freadman and others, principal of sociology (n.9) Hoitm Rinehart and Rinehart and unirton , 1992, p 320 .

[19] احمد زكى بدوى : معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، بيروت ، لبنان 1977، ص 382 .

[20] بلال العربى ، القيم والتغير الاجتماعى ، الشباب نموذجا ، مركز دراسات المستقبل ، مجلد دراسات مستقبلية ، اسيوط ، العدد السادس ، يناير 2001، ص 17.

[21] Fairchild , Dictionary of sociology New York Related sciences little Field Adms CO . 1985, P 20

[22] محمود الجوهرى واخرون : التغير الاجتماعى ، نقل وترجمة ، القاهرة ، دار المعارف ، سنة 1989، ص 25 .

[23] Scworrz Sholom, Human valus and Social lssues Journal of socialigs ves , winter 1994, p17.

[24] علي ليلة : الشباب العربي ، تأملات في ظواهر الإحياء الديني والعنف ، دار المعارف ، ط2 ، القاهرة ، 1993م ، ص ص 28-33.

[25] ماهر أبو المعاطي وآخرون : الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب ، دار الشرق للطباعة والنشر ، القاهرة ،1999م ، ص 25.

[26] محمود عودة : الطلاب والمشاركة الشعبية في التنمية المحلية ، الأعمال التمهيدية لتقرير التنمية البشرية 2002- 2003م ، المعهد القومي للتخطيط ، القاهرة ، مايو 2002م .

[27] ابن منظور : لسان العرب ، ج (1) ، دار صادر ، بيروت 1388 ه ، ص 507.

[28] Angus deaton :understanding consumption, oxford university press, u.s.a 1993 p. Ix .

[29] Michael Payne ,Jessica Rea Icbarbera " A Dictionary Of Cultural And Critical Theory, Blakwell, U.S.A.,2010.P116.

[30] Michael Payne ,Jessica Rea Icbarbera " A Dictionary Of Cultural And Critical Theory, Blakwell, U.S.A.,2010.P116.

[31] غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم و مداخيل تقنيات تطبيقات علمية)، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان،2006 ص 22.

[32] محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و صناعة و الإتصال الجماهيرى، دار العربي للنشر و التوزيع بدون مكان النشر، 1990 ص 39.

[33] محمد الهادي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، دار الشروق، القاهرة، 1989 ص 32 .

[34] غريب عبد السميع غريب، الإتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعية، الإسكندرية 1996 ص 12.

[35] احمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004/2003ص27.

[36] حسين محمد احمد عبد الباسط، التطبيقات و الأساليب الناجحة لإستخدام تكنولوجيا الإتصالات و المعلومات في تعليم و تعلم الجغرافيا، مجلة التعليم بالانترنت، جمعية التنمية التكنولوجية و البشرية، بدون مكان نشر العدد الخامس مارس 2005 ص3.

[37] Ben Fine – author , The Material and Cultural Revisited , Routledge , London 2002 , p. x.

[38] محمد يسرى إبراهيم ، اقتصاديات مجتمع الانفتاح ، دار أم القرى للطباعة والنشر الإسكندرية ، الإسكندرية ، 1997 ، ص 80 .

[39] المرجع السابق ص52 .

[40] إنعام عبد الجواد ، النسق القيمي في الريف المصري ، قيم الإنتاج والاستهلاك ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ، 1998 ، ص ص 1 – 2 .

[41] ماكس فيبر ، الأخلاق البروتستنتية وروح الرأسمالية ، ترجمة محمد علي مقلد ، مركز الأتحاد العربي ، بيروت ، (بدون تاريخ) ص ص 16 – 19 .

[42] أحمد زايد : المداخل النظرية في دراسة القيم ، نحو مدخل نظري لدراسة قيم العمل في المجتمع القطري ، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية ، الدوحة ، 1994 ، ص ص 81 – 101

[43] Rainer Winter , Global America ?The Cultural Consequences of Globalization , Liverpool University Press , 2003 , p., 121.

[44] Fuchen Lo – editor , Globalization and the Sustainability of Cities in the Asia Pacific Region , United Nations University Press , New York , 2001, p 19.

[45] Priyatosh Maitra – author , The Globalization of Capitalism in Third World Countries , PRAEGER Westport, Connecticut London , 1996 , p., 102.

[46] أحمد أنور محمد سيد، أنساق القيم الاجتماعية وتأثيرها بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، دراسة لحالة مصر فى الستينيات والسبعينيات، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس، كلية الآداب، 1992.

[47] سناء بدوى سيد، التحولات البنائية وأثرها على التغير الثقافى فى المجتمع المصرى: دراسة سوسيولوجية تطبيقية على الأفلام فى الفترة من 1970- 1990، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 1998.

[48] هالة منصور عبد الرحمن، أثر التحولات الاجتماعية على قيم التطرف والاستهلاك والانحراف فى المجتمع المصرى- دراسة تحليلية فى الفترة من 1970- 1991، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 1995.

[49] عزة مصطفى الكحكى، القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربى فى مرحلة المراهقة، المؤتمر العلمى السنوى العاشر، جـ1، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.

[50] محمد عبد الله المنشاوى، جرائم الإنترنت فى المجتمع السعودى، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الشرطية، مكة المكرمة، السعودية، 2003، فى :
http://www.minshawi-com/other/thbaity.

[51] Mona soliman, social Impact of mobile Telephony in Egypt, The American university In Cairo, Department Journalism and mass Communication, 2003.

[52] مزيد بن مزيد النفيعى، مقاهى الإنترنت والانحراف إلى الجريمة بين مرتاديها، دراسة ميدانية على مقاهى الإنترنت، رسالة ماجستير، السعودية،2002 .
http://www.minshawi.com/other/thbaity

[53] Sadi plant, on the mobile- the effects of mobile phone on social and individual life 2002 .
http://www. Socio.ch.

54 Timo Kopomaa, speaking mobile- the city in your pocket, 2000.
http://www.socio.ch.

55Nicola Daring, Katharina Hellwing and paul Klimsa, Mobile communication among German youth, 2004 .

56 Franz Prichard, youth and cell phones observations and Explorations February, 2004.
http://www.clarity-innovations. Com/files/youth and cell phones nd2.

57 احمد مجدى حجازى ، العولمة وتهميش الثقافة الوطنية ، رؤية نقدية من العالم الثالث ، سلسلة عالم المعرفة ، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ، المجلد (28) ، العدد (2) ، الكويت ، أكتوبر – ديسمبر ، 1999، ص 134.

58 سهير صفوت عبد الجيد ، القضايا النظرية لفكر العولمة : مع دراسة لواقع الثقافة المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية ، قسم الإجتماع ، جامعة عين شمس ، 2007.

59 محمد ياسر الخواجة ، العولمة وثقافة الإستهلاك ، دراسة ميدانية فى قرية مصرية ، مجلة كلية الآداب ، العدد (13) المجلد (1) ، جامعة طنطا ، 2000.

60 أحمدأنور، ثقافة العولمة ، دراسات فى آليات التشيؤ وسلعنة العالم ، المحروسة للنشر ، القاهرة ، 2006 ، ص 134.

61 هانس بيترمارتن ، و هارالد شومان : فخ العولمة – الإعتداء على الديمقراطية و الرفاهية ، ترجمة : عدنان عباس ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 238 ،المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ، الكويت ، أكتوبر 1998 ، ص55 .