مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي

إعداد

أ/ شوق بنت علي الشريدة
باحثة ماجستير بقسم أصول التربية كلية التربية –جامعة القصيم
Shuo.shee02@gmail.com

د/ نورة بنت محمد المطرودي
أستاذ أصول التربية المشارك بكلية التربية بجامعة القصيم
n.almatroudi@qu.edu.sa

المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥م

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

الملخص

هدف البحث إلى التعرف على دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي، من خلال الكشف عن واقع دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي، وتحديد المعوقات التي تواجه الأسرة في تنمية هذا الوعي، وتقديم مقترحات لتعزيز دور الأسرة في توعية الأبناء من وجهة نظر خبراء التربية.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بنمطه المسحي، كما استخدمت استبانة طُبقت على عينة بلغ عددها (٤٦٥) من أولياء الأمور في منطقة القصيم، إضافة إلى استبانة مفتوحة مع (٦) ستة خبراء من خبراء التربية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء في ضوء تداعيات العصر الرقمي مُتحقِق بمستوى متوسط، وأن المعوقات التي تواجه الأسر في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء مُتحقِقة بمستوى متوسط، كما قدم الخبراء عدة مقترحات لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير برامج إرشادية وتوفير حوافز للأسر التي تساهم في تعزيز وعي أبنائها الاستهلاكي.

الكلمات المفتاحية: *الوعي الاستهلاكي – تنمية الوعي الاستهلاكي – الأسرة – العصر الرقمي*

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

The Family's Role in Developing Consumer Awareness among its Children in Light of the Digital Age

Abstract :

The Study Aimed To Identify The Role Of The Family In The Development Of Consumer Awareness Among Its Children In Light Of The Repercussions Of The Digital Age, By Revealing The Reality Of The Role Of The Family In The Development Of Consumer Awareness, Identifying The Obstacles Facing The Family In The Development Of This Awareness, And Making Proposals To Enhance The Role Of The Family In Educating Children From The Point Of View Of Educational Experts.

The Study Used The Descriptive Method With Its Survey Pattern, And Also Used A Questionnaire Applied To A Sample Of (465) Parents In The Qassim Region, In Addition To An Open Questionnaire With (6) Education Experts, And The Study Reached A Number Of Results, The Most Important Of Which Are: That The Role Of The Family In The Development Of Consumer Awareness Among Children In Light Of The Repercussions Of The Digital Age; Achieved At An Average Level, And That The Obstacles Facing Families In The Development Of Consumer Awareness Among Children Study The Need To Develop Guidance Programs And Provide Incentives For Families That Contribute To Enhancing Their Children's Consumer Awareness.

Keywords: *Consumer Awareness-Consumer Awareness Development-Family-Digital Age*

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

أولاً: توضيح ماهية المشكلة:

مُقدمة البحث

مع دخول القرن الحادي والعشرين وبروز الألفية الثالثة، شهد العالم تغيرات جوهرية بفعل التطور التكنولوجي السريع في مجالات المعلومات والاتصال، مما أثر على أنماط الحياة اليومية وجعلها أكثر سهولة ومتعة، إلا أن هذا التقدم أضاف أعباء جديدة على المستهلك؛ حيث أصبح العالم استهلاكيًا بشكل ملحوظ، مما أدى إلى تغييرات في القيم والعادات والسلوكيات، حيث تعاني الأسرة –باعتبارها الوحدة الاستهلاكية الأساسية– من تزايد الاحتياجات وضغوط المثيرات الحضارية؛ حيث تميل أحيانًا لشراء سلع بدافع التفاخر أو التقليد دون حاجة حقيقية (أحمد، ٢٠١٧).

يتسم العصر الحالي بالتغير والتطور السريع في شتى المجالات؛ إذ أصبحت ثورة تكنولوجية في مختلف قطاعات الحياة، وأصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحد أهم مقومات بيئة الأعمال التجارية في الوقت الراهن؛ وهو ما ساعد في ابتكار أساليب جديدة في تقديم الخدمات التجارية وانفتاح الأسواق مع زيادة الرغبة في الرفاهية، وتلقي عروض خاصة، وكذا الرغبة في التفرد عن الآخرين.

والتجارة الرقمية يطلق عليها عملية تبادل السلع والخدمات والمعلومات في الاقتصاد الرقمي من خلال عملية بيع أو شراء السلع أو الخدمات بطريقة رقمية من طرف مؤسسة، فرد، إدارة، وأية وحدة عامة أو خاصة بواسطة شبكة الإنترنت (كاترين فيو، ٢٠٠٨)؛ لذا بات ضروريًا أن يكتسب الفرد أساليب وضوابط البيع والشراء، ومعرفة المواقع المأمونة التي يمكن أن يتعامل معها، حتى لا يقع ضحية لأساليب الخداع المختلفة في المجتمع الرقمي؛ حيث أن البيع والشراء أصبح واقعًا في تزايد مستمر، ومن ثم لابد من تحقيق الوعي بالضوابط والقواعد التي يجب على الفرد في المجتمع الرقمي الالتزام بها، وقد شهدت المملكة العربية السعودية نموًا متزايدًا في أعداد المستخدمين والمتسوقين عبر الانترنت، وتشهد كذلك نموًا متزايدًا في المتاجر الالكترونية التي تبيع

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

للمستهلكين، وقد أتاحت الثورة الرقمية وتعدد وسائل الاتصال المتطورة والمتاحة للطفل فرص الانفتاح والاطلاع بسهولة وسرعة على كل ما يدور في العالم من مختلف النواحي الاقتصادية والتسويقية والسياسية والاجتماعية والترفيهية وغيرها بشكل يؤثر على عمليات تنشئته الاستهلاكية (المنوفي، ٢٠١٩).

وتعد الأسرة المؤسسة الأولى التي يتعلم فيها الفرد سلوكياته واحتياجاته الاستهلاكية؛ حيث تؤثر تفضيلات الأسرة وسلوكياتها الشرائية على تشكيل شخصيته واحتياجاته المستقبلية، ولذلك تعطي الدول المتقدمة أهمية كبيرة لدعم التنشئة داخل الأسرة باعتبارها عنصرًا أساسيًا في بناء المجتمع (عمر وعيسى، ٢٠٠٧).

إن تداعيات الثورة الرقمية في انتشار الثقافة الاستهلاكية من مركز النظم الرأسمالية إلى محيطات العالم الثالث قد أوجد أيديولوجية استهلاك قوامها النظر إلى الاستهلاك كهدف في حد ذاته وربطه بأسلوب الحياة وبأشكال التميز الاجتماعي، الأمر الذي جعل الناس يتدافعون نحو الاستهلاك عبر التسوق الإلكتروني بغض النظر عن حاجاتهم الفعلية (الأحمدي، ٢٠٢٠).

حينما تبدأ الأم بعرض نفقاتها لتكون نفقات من السلع والمواد الغذائية التي تأخذ جزء كبير من الدخل الشهري، والتي بدورها تنتقل عدوى التبذير إلى الأطفال؛ فينمو معهم انعدام الحس بقيمة الأشياء، فلا يحافظون على ألعابهم أو كتبهم، وفي ظل ذلك لا يعود التبذير والترف مسألة فردية، بل مظهرًا اجتماعيًّا، ولا يعود قضية وقتية حالية، بل مسألة تمتد إلى المستقبل يجب مراجعتها والتصدي لها.

مشكلة البحث:

مع تزايد تأثير العولمة والتطورات السريعة في العصر الرقمي، أصبح من الضروري تعزيز دور الأسرة في تربية الأبناء وتنشئتهم استهلاكيًا بشكل معتدل وحكيم، هذا التحدي يتطلب تربية مواكبة لتيارات العولمة ونتائج العصر الرقمي، وكذلك الألعاب الإلكترونية المتاحة بسهولة، هذه العوامل تؤدي إلى زيادة التعرض للإعلانات عبر الانترنت ووسائل

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

التواصل الاجتماعي، مما يؤثر بشكل كبير على رغبات الأطفال وتفضيلاتهم الاستهلاكية؛ حيث تستخدم الشركات استراتيجيات متقدمة لتحفيز الأطفال على الشراء وزيادة الطلب على المنتجات التقنية، وفي العصر الرقمي يزداد الطلب على الأجهزة الإلكترونية والألعاب التقنية، مما يؤدي إلى زيادة الاستهلاك والتوجه نحو التكنولوجيا (موسى، ٢٠٢٠).

في المقابل أدى التوسع في تكوين العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت إلى زيادة التفاعل بين الأطفال والمراهقين عبر منصات التواصل الاجتماعي، هذا التفاعل يعزز سلوكيات استهلاكية متأثرة بالتقليد والمحاكاة، مما يدفعهم إلى زيادة الشراء عبر الإنترنت بسبب سهولة الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، إضافة إلى ذلك يعد المشاهير الرقميون من أبرز المؤثرين في اختيارات الأطفال واهتماماتهم الاستهلاكية، لذلك تتزايد أهمية أن تقوم الأسرة بتعليم أبنائها مهارات استهلاكية صحية، تؤكد أن السعادة والرفاهية لا تتوقف على الاقتناء فقط، بل تشمل أيضًا قيمًا أخرى مثل العائلة والصداقة والتعلم (الخضر، ٢٠٢١).

وتتسارع الحاجة إلى تعزيز هذا الدور الأسري في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء من خلال تشجيع سلوكيات استهلاكية معتدلة ورشيدة، بعيدًا عن الإفراط أو التفريط، من خلال تفعيل مفاهيم الإنفاق الناضج والادخار كجزء من إعداد جيل قادر على التعامل مع تحديات العصر الرقمي بشكل موضوعي ومتوازن (الخضر، ٢٠٢١).

وتشير دراسات كلًا من طملية (٢٠١٢) وقمر الدين وآخرون (٢٠٠٨) إلى أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة في عملية التنشئة الاستهلاكية للأطفال والمراهقين مثل: نوعية الأسرة، حجمها، والنمط الأبوي في التواصل، بالإضافة إلى العوامل الاقتصادية والاجتماعية التي تؤثر في سلوك الأبناء الاستهلاكي.

تشير الدراسات أيضًا إلى تأثيرات الإعلانات والانترنت في الثقافة الاستهلاكية؛ حيث تؤثر هذه العوامل بشكل كبير على سلوكيات الأسرة في المجتمعات المختلفة، ومنها

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

الأسرة السعودية، التي تتأثر بالإعلانات وسهولة التسوق عبر الإنترنت، هذا التوجه يزداد مع ازدياد المستوى التعليمي ومكانة الأسرة الاجتماعية، مما يؤدي إلى نمط استهلاكي معين، ومن آثار ذلك تبذير الأموال وضعف قيمة المال لدى الأطفال (آل رشود، ٢٠١٨).

كما يؤكد الخريف (٢٠١٦) أن المجتمع السعودي قد أصبح استهلاكيًا بشكل متزايد نتيجة تأثير الطفرات الاقتصادية، مما أدى إلى ظهور ثقافة استهلاكية غير مرغوبة تتنافى مع القيم التقليدية للمجتمع. وقد أدت هذه الظاهرة إلى انتشار سلوكيات استهلاكية بعيدة عن قيم المجتمع، مما يعكس تأثيرًا سلبيًا على الأفراد والمجتمع بشكل عام.

ويبقى أن النزعة الاستهلاكية تلعب دورًا معوقًا في عملية التنشئة الاجتماعية والتنمية الشاملة، خاصةً إذا كانت هذه النزعة تؤثر على المجتمع من خلال نشر قيم الاستهلاك الفردي والأنانية، مما يضر بالقيم الاجتماعية المشتركة (الرماني، ٢٠٠٠).

وبناءً على ما سبق، تأتي مشكلة الدراسة الحالية في تناول دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء في ضوء تداعيات العصر الرقمي، بهدف فهم واقع هذا الدور وطرق تعزيز فعاليته لتوجيه سلوكيات الأبناء نحو استهلاك رشيد ومتوازن يتماشى مع القيم التربوية والدينية والاقتصادية في ظل العصر الرقمي المتسارع.

أسئلة البحث:

يمكن تحديد مشكلة الدراسة من خلال التساؤلات الآتية:

١. ما واقع دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أطفالها في ضوء تداعيات العصر الرقمي؟
٢. ما المعوقات التي تحد من دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي؟

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

٣. ما المقترحات التي يمكن أن تسهم في تعزيز دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أطفالها في ضوء تداعيات العصر الرقمي من وجهة نظر خبراء التربية؟

أهداف الدراسة:

١. التعرف على واقع دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي.
٢. تحديد المعوقات التي تحد من دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي.
٣. تقديم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تعزيز دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي.

أهمية الدراسة:

أولا: الأهمية النظرية:

١. تنبع أهمية الدراسة الحالية من أهمية مجتمع الدراسة، وهم الفئة المستهدفة (الأطفال) وخاصةً خصائص المرحلة العمرية لهم.
٢. الاهتمام بدراسة أنماط السلوك الاستهلاكي لدى الأبناء في ضوء تداعيات العصر الرقمي، وتنمية الوعي الاستهلاكي منذ الصغر؛ حيث يعمل ترسيخ هذا الاتجاه على إنشاء جيل مواكب لمستجدات العصر الرقمي ويحسن استخدامه والتصرف فيما لديه من موارد.
٣. التركيز على دور الأسرة التي تشكل أساس تنمية سلوكيات وقيم النشء الاستهلاكية الرشيدة التي تتناسب مع تداعيات العصر الرقمي، وتحديد معوقات قيام الأسرة بهذا الدور مع أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

ثانيا: الأهمية التطبيقية:

١. تبرز أهمية البحث عمليًا وتطبيقيًا في معرفة واقع دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء فعاليات استخدام التسوق الرقمي من خلال قيم ومهارات سلوكية تُرشّدُه.
٢. خروج الدراسة الميدانية بحقائق واقعية محددة حول معوقات دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي.
٣. تقديم البحث مقترحات لتقويم وتصحيح دور الأسرة في تربية النشء الاستهلاكي وسبل ترشيده، وتنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها، خاصةً في ظل تداعيات العصر الرقمي ووفرة إتاحة الأسواق الإلكترونية وتقلبات الأوضاع الاقتصادية المعاصرة محليًا وعالميًا.
٤. تتوقع نتائج البحث إفادة المسؤولين عن التنشئة والتربية الاستهلاكية الرشيدة والحد من مظاهر الاستهلاك غير المنضبط لدى الأبناء، وحسن استخدام مكتسبات الثورة الرقمية في الاتصال والتواصل والتسوق الإلكتروني، بدءًا من دور الأسرة إلى المدرسة، مرورًا بالمكتبات ووصولًا لمتخصصي رعاية الطفولة.

مصطلحات الدراسة:

تتمثل مصطلحات البحث الحالي فيما يلي:

ـ الوعي الاستهلاكي:

يُعرف الوعي بأنه: "الدراية بأساليب الحياة وإدراك الإنسان لما يختلج في نفسه وما يحيط به، وامتلاك العلم والمعرفة في أمور كثيرة وبقدر واسع" (رضوان، ٢٠٢٠). وعرفه اللقاني والجمل (٢٠٠٣) بأنه "شحنة عاطفية ووجدانية قوية تتحكم في كثير من مظاهر السلوك لدى الفرد، ويتم تكوينه من خلال مراحل العمل التربوي في مختلف مراحل التعليم، وكلما كان الوعي أكثر نسجًا وثباتًا كان أكثر قابلية لدعم وتوجيه السلوك الرشيد في الاتجاه المرغوب."

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

ويعرف البحث الحالي الوعي الاستهلاكي إجرائيًا على أنه: المعلومات والاتجاهات والعادات والسلوكيات السليمة والمنضبطة والرشيدة التي يكتسبها الأبناء من الأسرة في إشباع حاجاتهم بالحصول على السلع والمنتجات والخدمات واستخدام الموارد المتاحة مقابل ما سيدفع من أموال، ويحفظ الحقوق المادية والصحية أيضا، وذلك خلال جميع الأنشطة الحياتية، خاصةً عمليات شراء السلع والمنتجات واستخدام الخدمات والألعاب التي تتم عبر التسوق الرقمي على شبكة الإنترنت.

ـ السلوك الاستهلاكي:

هو "جميع الأفعال والتصرفات المباشرة وغير المباشرة التي يقوم بها الأفراد في سبيل الحصول على سلعة أو خدمة معينة من مكان معين وفي وقت محدد" (المؤذن، ٢٠٠٢)، ويُعرف بأنه: "ذلك الموقف الذي يبديه الفرد عندما يتعرض لمنبه داخلي أو خارجي والذي يتوافق مع حاجة غير مشبعة لديه" (العمر، ٢٠٠٥)، كما يُعرف بأنه: "العمليات العاطفية والأنشطة الطبيعية التي يمارسها الأفراد عندما يقومون باختيار وشراء واستخدام وكذلك التخلص من المنتجات أو الخدمات التي تشبع احتياجات ورغبات معينة" (الصحن وعباس ٢٠٠٤). ويعرفه زرقان (٢٠١٤) بأنه: "التصرف الذي يبرزه شخص نتيجة تعرضه إلى منبه داخلي أو خارجي ينطوي عليه استخدام المنتجات، من سلع وخدمات أو التمتع بها لإشباع أغراض الاستهلاك."

ويعرف البحث الحالي السلوك الاستهلاكي إجرائيًا بأنه: السُلوك المتوقَّع من أولياء الأمور في توعية وترسيخ الفهم والإدراك وتوجيه الأبناء نحو المعلومات والاتجاهات والعادات والسلوكيات السليمة والمنضبطة والرشيدة في إشباع حاجاتهم بحكمة في الحصول على السلع والمنتجات والخدمات واستخدام الموارد المتاحة، مقابل ما سيدفع من أموال، ويحفظ الحقوق المادية والصحية أيضا، وذلك خلال جميع الأنشطة الحياتية، خاصةً عمليات شراء السلع والمنتجات واستخدام الخدمات والألعاب التي تتم عبر التسوق الرقمي على شبكة الإنترنت.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

ـ العصر الرقمي:

يعرف العصر الرقمي على أنه "هو الذي يدل على سيطرة الوسائل الرقمية الحديثة على غيرها في مجال الاتصال ومعالجة وتبادل المعلومات، ويتسم هذا العصر بعدة سمات ترجع إلى مزايا الوسائل الرقمية، وهي السرعة والدقة وتقريب المسافات وإلغاء الحدود" (مسلم، ٢٠٠٧).

ويعرف البحث الحالي العصر الرقمي إجرائيًا بأنه : الحقبة الزمنية التي تميزت بالتحول الشامل نحو استخدام التكنولوجيا الرقمية في مختلف جوانب الحياة، وتشمل هذه الحقبة الانتشار الواسع للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى تغييرات جذرية في الأنظمة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وأصبحت المعلومات العنصر الأساسي للتحكم والتأثير؛ حيث يتم تحويلها وتبادلها بطرق رقمية عبر شبكات وأجهزة إلكترونية متطورة، هذا التحول أتاح فرصًا غير مسبوقة للتفاعل والتواصل والتعليم، وساهم في إعادة تشكيل الأنماط السلوكية والممارسات اليومية للأفراد والمجتمعات.

حدود البحث:

وتتحدد الدراسة الحالية بالحدود التالية:

- الحدود الموضوعية: التعرف على واقع دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي، وتحديد معوقات القيام بدورها، وتقديم المقترحات التي تسهم في تفعيله، وذلك من خلال معرفة مستوى الوعي المعرفي.
- الحدود المكانية: ستقتصر الدراسة على عينة ممثلة لأسر سعودية لديها أبناء في المرحلة الابتدائية من ٩-١٢ سنة (الطفولة المتأخرة) بمنطقة القصيم.
- الحدود البشرية: أولياء الأمور (الآباء والأمهات) لأبناء في المرحلة الابتدائية من ٩-١٢ سنة (الطفولة المتأخرة) بمنطقة القصيم، والخبراء المتخصصين لتقديم مقترحاتهم التي تسهم في تعزيز دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أطفالها في ضوء تداعيات العصر الرقمي.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

- الحدود الزمنية: طُبقت هذه الدراسة في الفصل الدراسي الأول للعام ١٤٤٦هـ/٢٠٢٥م.

الدراسات السابقة:

1. دراسة الأحمدي (٢٠٢٠) التي استهدفت التعرف على تحديد ضوابط التربية الإسلامية في ترشيد الاستهلاك والمستنبطة من توجيهات الكتاب والسنة، والوقوف على واقع قيام الأسرة بواجبها نحو تربية أولادها على ترشيد الاستهلاك في ضوء ضوابط التربية الإسلامية من وجهة نظر أولادها، والتعرف على ما إذا كان هناك فروق لتقدير الطلبة تعود إلى متغير الجنس، وقد استخدمت المنهج الوصفي لجمع المعلومات، واستخدم الاستبانة كأداة، وتكونت العينة من (٥٣٠) طالباً وطالبة من طلبة جامعة الملك عبدالعزيز بفرع رابغ، ومن أبرز نتائج الدراسة: أهمية قيام الأسرة بواجبها نحو تربية أولادها على ترشيد الاستهلاك في ضوء ضوابط التربية الإسلامية، وأن درجة قيام الأسرة بتربية أولادها على ترشيد الاستهلاك في محور ضابط المشروعية جاء بدرجة (عالية جداً) في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (٤.٢٧)، وأن درجة قيام الأسرة بتربية أولادها على ترشيد الاستهلاك في محور ضابط ادخار جزء من المال جاء بدرجة (عالية) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي (٣.٥٩)، وأشارت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول تقديرهم لقيام الأسرة بتربية أولادها على ترشيد الاستهلاك في ضوء ضوابط التربية الإسلامية تعود لاختلاف نوع العينة.

٢. دراسة رضوان (٢٠٢٠) التي سعت إلى تنمية الوعي الاستهلاكي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، وذلك ببناء برنامج تعليمي قائم على التأصيل الإسلامي للتربية الاستهلاكية وبيان مدى فاعليته في ذلك، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي بتصميم المجموعة الواحدة ذات التطبيق القبلي والبعدي والمتابعة، واعتمدت الدراسة على مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء التأصيل الإسلامي (إعداد الباحث)، وتمثلت عينتها في مجموعة تجريبية مكونة من (٤٠) تلميذًا بالمرحلة الإعدادية موزعين وفق متغيري النوع

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

والحالة الاقتصادية للأسرة، وأشارت النتائج إلى وجود مستوى منخفض من الوعي الاستهلاكي في ضوء التأصيل الإسلامي لدى عينة الدراسة في التطبيق القبلي للمقياس، بينما وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة في مستوى الوعي الاستهلاكي في التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة في مستوى الوعي الاستهلاكي في التطبيقين البعدي والمتابعة، وأشارت النتائج بصفة عامة لفاعلية البرنامج التعليمي المقترح وأثاره الإيجابية في تنمية مستوى الوعي الاستهلاكي لدى عينة الدراسة.

٣. دراسة آل مشاري (٢٠٢٠) التي كشفت عن العلاقة بين أنماط التنشئة الأسرية (الديمقراطي، السلطوي، الإهمالي) وعلاقته بتعزيز ثقافة الادخار والاستهلاك لدى الطلبة، وكذلك الكشف على الفروق بين أنماط التنشئة الأسرية (الديمقراطي، السلطوي، الإهمالي) وعلاقتها بتعزيز ثقافة الادخار والاستهلاك لدى الطلبة تبعًا لمتغيري (الجنس والمرحلة الدراسية)، والكشف على العلاقة بين أنماط التنشئة الأسرية (الديمقراطي، السلطوي، الإهمالي) كما يدركها الطلبة تبعا لمتغير الجنس لدى (الأب– والأم)، وتكونت عينة الدراسة (٤١٧) من الطلبة بمدينة جدة، وقد استخدمت منهج المسح الاجتماعي، ولجمع المعلومات أداة الاستبانة حيث تم توزيع أداة الدراسة عليهم، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط التنشئة الأسرية (الديمقراطي، السلطوي، الإهمالي) وتعزيز ثقافة الادخار والاستهلاك لدى الطلبة عند مستوى دلالة إحصائية (٠.٠٥)، وأن نسبة تأثير أنماط التنشئة الأسرية في تعزيز ثقافة الادخار والاستهلاك لدى الطلبة مرتفعة بشكل عام، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أنماط التنشئة الأسرية (الديمقراطي، السلطوي، الإهمالي) وعلاقتها بتعزيز ثقافة الادخار والاستهلاك تبعًا لمتغير (الجنس والمرحلة الدراسية) لدى الطلبة عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠٥، وتوجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين أنماط التنشئة الأسرية

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

(الديمقراطي، السلطوي، الإهمالي) كما يدركها الطلبة عند الأبوين بمستوى دلالة إحصائية ٠.٠٥، وأهم ما توصلت له الدراسة: ترسيخ النمط الديمقراطي في الأسرة من خلال النمذجة، وضبط السلوك الاستهلاكي لدى الأبناء في الأسرة، وزرع وتعزيز وتنمية العادات الادخارية والاستهلاكية السليمة لدى الأبناء.

٤. دراسة التويجري (٢٠١٩) التي أشارت إلى التعرف على العوامل الأسرية والثقافية ذات العلاقة بتكوين الاستهلاك الترفي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية من وجهة نظر المرشدين ودور الأسرة والمدرسة في ترشيده، واتبع البحث المنهج الوصفي المسحي. أداته: الاستبانة. وطبقت على جميع مرشدي المرحلة الابتدائية، وخرجت نتائج البحث لتؤكد على أن من أهم العوامل الأسرية ذات العلاقة بتكوين الاستهلاك الترفي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية كثرة الاستهلاك المبني على المحاكاة والتقليد، واستناد الأسرة على العاطفة في تلبية رغبات أطفالها الاستهلاكية. من أهم العوامل الثقافية ذات العلاقة بتكوين الاستهلاك الترفي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية: متابعة التلاميذ لمشاهير وسائل التواصل الاجتماعي والتأثر بسلوكياتهم الاستهلاكية المترفة، وتعزيز ربط السعادة بالماديات من خلال ما يتابعه التلاميذ في وسائل التواصل الاجتماعي من التركيز على ذلك. من أهم سبل ترشيد سلوك الاستهلاك الترفي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية المتعلقة بدور الأسرة: إبراز القدوة في السلوك الاستهلاكي المعتدل من سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم والسلف الصالح، وغرس القيم التي تساهم في الوقاية من الاستهلاك الترفي كأهمية الادخار. من أهم سبل ترشيد سلوك الاستهلاك الترفي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية المتعلقة بدور المدرسة: تزويد التلاميذ بالمعارف الشرعية التي تنبذ الإسراف والتبذير، وتضمين المقررات الدراسية أنشطة تنمي احترام المال لدى التلاميذ وأساليب كسبه وإنفاقه.

٥. دراسة Zarouali, B. (2019) التي هدفت إلى فهم تفاعلات المراهقين وانخراطهم مع الإعلانات المستهدفة على مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

على المنهج المسحي، وشارك في الدراسة (٣٧٤) مراهق تتراوح أعمارهم بين (١٢-١٧) عامًا بمدرسة ثانوية، وعدد (٤٦٩) بين (١٨-٢٥) عامًا من طلاب الجامعة، وتمثلت في استبيان ومجموعات التركيز والمقابلات، وتم التوصل إلى النتائج التالية: يفتقر المراهقون إلى المهارات الخاصة بالإقناع، ولهذا يتم اعتبارهم أدوات تطوير للإعلانات المستهدفة لهم، ويجب العمل على زيادة هذه المهارات لديهم،-المراهقون غير قادرين على فهم الدوافع التجارية للتسويق الرقمي، وأن للأقران تأثير على طريقة استجابة المراهقين للإعلانات التي يواجهونها على مواقع التواصل الاجتماعي،- تحكم المراهقين في الخصوصية أدى إلى زيادة الكفاءة الذاتية وتباعًا القدرة على التقييم النقدي للإعلانات المستهدفة وتفسيرها.

٦. دراسة Sandberg, Gidlöf, & Holmberg (2019) التي أشارت إلى النظر بعمق في التسويق الرقمي الموجه للمراهقين السويديين والتفاعل المرئي معها، مع دراسة تتبع العين التي تركز على رسم خريطة المشهد الإعلاني على مواقع الويب التي يزورها المراهقون، بالإضافة إلى قياس أنواع تعرض المراهقين للإعلانات وتصوراتهم على الإنترنت، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت العينة في دراسة استكشافية لمراهقين سويديين بالصف الدراسي التاسع بعمر ١٥ عامًا من مدرستين بإجمالي ٣٩ طالب مقسمين لـ٢٠ فتاة و١٩ ولد، وتمثلت أدوات الدراسة في الاستبيان، والمقابلات الفردية المتعمقة، وتم التوصل إلى النتائج التالية: تمكّن بعض المراهقين من تجنب الإعلانات، أثر تصفحه المستمر لمواقع الإنترنت وتكوين تمثيل عقلي لبنية المواقع وتوقّع ظهور الإعلانات،- استحوذت إعلانات الطعام والشراب على الاهتمام البصري للمراهقين،- تأثر المراهقين بالتسويق الرقمي بطريقة ما دون التوصل لأي استنتاجات حول نوع التأثير، وأظهر المراهقون عينة الدراسة إلى وعي منخفض للإعلانات التي تعرضوا لها، يترك التسويق الرقمي بصمة على المراهقين بغض النظر عن مدى سلبيتهم تجاهها.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

٧. دراسة Krypton, Arius (2018) التي سعت إلى فحص السلوك الاستهلاكي الذي يظهره الأطفال تجاه الإعلان الرقمي، أجرت الدراسة مسوحات للطلاب في المدارس الابتدائية الإندونيسية في SDN Cirimekar في منطقة Cibinong في جاوة الغربية. تم اختيار مجموعة ٢٥٢ طفلا إندونيسيًا تتراوح أعمارهم بين ٧-١٢ عامًا بشكل عشوائي للمشاركة في الدراسة. وقد أوضحت نتائج الدراسة أن الأطفال الإندونيسيين على دراية بالعروض الترويجية على YouTube وأنهم يؤثرون في قرارات الشراء التي يتخذها أولياء أمورهم. ويعتبر هذان العاملان من المؤشرات الحاسمة لسلوك الأطفال فيما يتعلق بالإعلانات التلفزيونية. على الرغم من أن تأثير الترويج على YouTube ليس هو التأثير الأساسي على قرارات الشراء التي يتخذها الصغار، إلا أن القناة تمس سلوك المستهلك وممارساته، سواء كان ذلك في شكل عملية شراء خاصة بالطفل أو عملية شراء تم إجراؤها نتيجة حث الوالدين على ذلك. وقد ثبت أيضًا أنه كلما كان الأطفال أصغر سنًا وكلما تدنت خلفيتهم الاجتماعية والاقتصادية، زاد تعرضهم لتأثير الإعلانات السمعية البصرية.

٨. دراسة حماد (٢٠١٧) التي كشفت عن العلاقة بين دور ربة الأسرة في إكساب الأبناء بعض القيم الاقتصادية وعلاقته بسلوكهم الادخاري لمرحلة الطفولة المتأخرة من (٩-١٢) سنة من خلال دراسة طبيعة الفروق بين ربات الأسر الريفيات والحضريات في إكساب الأبناء بعض القيم الاقتصادية ودراسة طبيعة الفروق بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات لتفعيل دورهن في إكساب الأبناء بعض القيم الاقتصادية وعلاقته بسلوكهم الادخاري لمرحلة الطفولة المتأخرة. الكشف عن العلاقة بين دور ربة الأسرة في إكساب أبناء مرحلة الطفولة المتأخرة بعض القيم الاقتصادية وبعض متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي، وللتحقق من هذا الهدف تم استخدام عدة أدوات من إعداد الباحثة وهي استمارة بيانات عامة، استبيان القيم الاقتصادية وتتضمن أربعة أبعاد (قيمة الاستهلاك، قيمة الإنفاق، قيمة الادخار، قيمة المحافظة على الممتلكات العامة)

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

واستبيان السلوك الادخاري للأبناء. واشتملت عينة الدراسة الميدانية على ٢٤٥ طفل من الريف والحضر بمحافظتي المنوفية وكفر الشيخ متمثلة في (منوف، الحامول، سرس الليان) وكفر الشيخ متمثلة في (مدينة كفر الشيخ) وتم اختيار العينة بطريقة غرضية صدفية حيث يشترط أن يتراوح سن الأبناء من ٩-١٢ سنة ومن مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة. وأتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تحليل البيانات باستخدام المنهج الوصفي من خلال النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكذلك المنهج التحليلي من خلال معامل ألفا كرونباخCronbach Alpha ، اختبارT.test ، حساب تحليل التباينOne Way Anova ، وتم جمع البيانات عن طريق المقابلة الشخصية من شهر أكتوبر – نوفمبر ٢٠١٦، وكانت من أهم نتائج البحث وجود تباين دالٍ إحصائيًا بين متوسط درجات ربات الأسر عينة الدراسة في إكساب الأبناء بعض القيم الاقتصادية تبعا للمستوى التعليمي لربة الأسرة، وجود فروق غير دالة بين متوسطات درجات ربات الأسر من العاملات وغير العاملات في إكساب الأبناء القيم الاقتصادية، وجود علاقة بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في إجمالي إكساب الأبناء القيم الاقتصادية والسلوك الادخاري للأبناء، وتوصي الدراسة بزيادة توجيه وعي ربات الأسر بالقيم الاقتصادية لتحقيق مستوى أفضل من المعيشة من خلال برامج إرشادية مقننة وبصورة دورية وكذلك أهمية غرس القيم الاقتصادية والعادات المالية الرشيدة لدى النشء الرشيد في سن مبكرة.

ثانياً: التعليق على الدراسات السابقة:

يتفق البحث الحالي مع الدراسات السابقة في تناوله لموضوع الوعي الاستهلاكي لدى الأطفال والمراهقين، مع التركيز على دور الأسرة في تشكيل السلوك الاستهلاكي؛ حيث تتفق مع دراسة الأحمدي (٢٠٢٠) وآل مشاري (٢٠٢٠) في إبراز أهمية الأسرة كعامل رئيس في تشكيل القيم والسلوكيات الاستهلاكية؛ حيث بيّنت هاتان الدراستان أن نمط التنشئة الأسرية –خصوصًا النمط الديمقراطي– يرتبط إيجابيًا بثقافة الادخار والسلوك

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

الاستهلاكي المعتدل كما تتفق مع دراسة رضوان (٢٠٢٠) في أهمية البرامج التوعوية ودورها في تعزيز الوعي الاستهلاكي، وهو ما يدعم الاتجاه الذي تسلكه الدراسة الحالية في التركيز على سبل تعزيز الترشيد لدى النشء.

يتشابه البحث الحالي مع غالبية الدراسات السابقة في الاعتماد على بناء أداة الاستبانة لجمع البيانات حول موضوع الدراسة، واختلفت الدراسة الحالية مع دراسة حماد (٢٠١٧)، حيث اعتمدت الدراسة المقابلة الشخصية لجمع البيانات.

كما تختلف بعض الدراسات مثل Zarouali (2019) و Sandberg et al (2019) عن الدراسة الحالية في كونها أجريت في بيئات مختلفة ثقافياً (بلجيكا والسويد) واستخدمت أساليب تحليل متقدمة مثل تتبع العين، بينما تركز الدراسة الحالية على السياق المحلي، مما يتيح فهمًا أعمق للخصوصيات الثقافية المؤثرة في سلوك الاستهلاك.

أما من حيث الفئة العمرية، تتنوع الدراسات بين من ركزت على الأطفال(Krypton رضوان)، وأخرى على المراهقين(Zarouali) ، (Sandberg، بينما تسعى الدراسة الحالية لتغطية الفئتين معًا لقياس مدى تطور السلوك الاستهلاكي باختلاف العمر.

ومن حيث المنهج المستخدم، فقد تنوعت المناهج بين الوصفي (الأحمدي، آل مشاري)، والتجريبي (رضوان)، والكمي والنوعي معًا(Zarouali) ، مما يعكس تنوعًا في الرؤى والمنهجيات، بينما تبنى البحث الحالي المنهج الوصفي بنمطه المسحي.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

الإطار النظري:

مفهوم الأسرة:

يعتبر مفهوم الأسرة من المفاهيم التي تستخدم في الكثير من التخصصات، مثل: علم الاجتماع وعلم القانون وعلم الاقتصاد وغيرها. وتعرف الأسرة بأنها وحدة بناء المجتمع، ويظن الجميع أنهم يفهمون ويدركون المعنى الأقوى لمفهوم الأسرة، ولكن بالرغم من تعدد التخصصات، إلا أن العلماء اختلفوا في إعطاء وصف شامل ودقيق للأسرة، وذلك لتنوع حجمها وتعقيد وظيفتها وبنيتها وأهدافها من مجتمع لآخر وتنوع أدوارها حسب المتغيرات البيئية المحيطة بالفرد.

وتعرف الأُسْرةُ اصطلاحًا بأنها: "الخلية الأولى للمجتمع، والبيئة الطبيعيةُ التي تتعهدُ الطفل بالرعاية في سنواتهِ الأولى، والوعاءُ الثقافي الذي يكسبهُ الاتجاهات، والقيم، ومعايير السلوك، والسمات الاجتماعية" (الخطيب، ١٤٢١، ص. ١٦٠.(

- **أهمية الاسرة:**

يرى (قنديل، شلبي، ٢٠٠٦) أن للأسرة أهمية كبيرة تتمثل في:

١. تعتبر الأسرة الأساس الاجتماعي الذي يمنح الطفل أول معارفه ومهاراته ومن خلالها يكتسب القيم والعادات الاجتماعية، وتكون الأسرة هي المرشد للأبناء، توجه تصرفاتهم وتحدد سلوكياتهم، ويتعلم من خلالها معايير الصواب والخطأ.
٢. يستمد الطفل قيمته الاجتماعية بناءً على البيئة التي يوفرها له الوالدان من حيث المستوى الثقافي والقيم التي يستمدها من الأسرة.
٣. أن الأسرة هي القناة التي من خلالها تنتقل القيم والعادات من جيل الآباء إلى جيل الأبناء.
٤. يكوّن الطفل خبراته الأولى من خلال أسرته وتفاعله معها.
٥. من خلال الأسرة يتعلم الطفل المعايير الاجتماعية والتربوية التي تعتبر حجر الأساس في تشكيل هويته، فهي الجماعة الأولى التي يتفاعل معها الطفل مباشرة.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

– ماهية الوعي الاستهلاكي:

يشير صبيح (٢٠٢١) إلى أن الوعي الاستهلاكي هو إدراك المراهقين للمخاطر المحتملة المرتبطة بالتسويق الرقمي عبر مواقع التسوق الإلكتروني، وفهمهم لكيفية تأثير هذه المخاطر على سلوكهم الاستهلاكي، مما يمكنهم من اتخاذ قرارات شراء أكثر وعيًا وتفادي التأثيرات السلبية للتسويق الرقمي، إن المتتبع لكلمة استهلاك يجد أنها مأخوذة من الفعل هلك، ولذا تلاحظ أن كلمة استهلاك تأتي بمعنى النفاذ والتغيير والتبديل. ويذكر صديقي وميهوبي (٢٠٢١، ص. ١٦١) أن "الوعي الاستهلاكي ينعكس على قدرة الأفراد على التحكم في حاجاتهم ورغباتهم بعيدًا عن مظاهر التقليد، مما يساعدهم في تنظيم شؤونهم الاقتصادية والصحية بطريقة مسؤولة".

السلوك الاستهلاكي:

هو بداية استجابات الفرد للتعبير عن نفسه بصورة إيجابية أو سلبية تجاه موضوع معين، معتمدًا في ذلك على خبرته الشخصية المستمدة من البيئة التي يعيش فيها (الزهراني، ٢٠١٠)، ويعرفه بركات (٢٠٠٧) بأنه "التفاعلات والأنشطة التي يتجه المستهلكون نحوها خلال سعيهم للحصول على السلع والخدمات التي يحتاجون إليها بهدف إشباع حاجاتهم بها ورغبتهم فيها، وتقييمهم لها والحصول عليها واستخدامها والتخلص منها وما يصاحب ذلك من عمليات اتخاذ القرار."

–أنماط السلوك الاستهلاكي:

هناك عدة أنماط للسلوك الاستهلاكي لدى المراهقين، وهي (صبيح، ٢٠٢١):

المستهلك العقلاني: يتخذ قراراته الشرائية بناءً على تحليل منطقي وموضوعي للمعلومات المتاحة حول المنتجات أو الخدمات.

المستهلك المندفع: يقوم بالشراء دون تفكير معمق أو تخطيط مسبق، متأثرًا بالعوامل الخارجية مثل الإعلانات أو العروض الترويجية.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

المستهلك المتردد: يتسم بالتردد وعدم القدرة على اتخاذ قرار الشراء بسهولة، مما قد يؤدي إلى تأجيل أو إلغاء عملية الشراء.

المستهلك المتريث: يجمع المعلومات ومقارنة الخيارات قبل اتخاذ قرار الشراء، لضمان الحصول على أفضل قيمة مقابل المال.

المستهلك الجاهل: يفتقر إلى المعرفة أو المعلومات الكافية حول المنتجات أو الخدمات، مما قد يجعله عرضة للاستغلال أو اتخاذ قرارات شراء غير مناسبة.

المستهلك الثرثار: يميل إلى مشاركة تجاربه الشرائية مع الآخرين بشكل مفرط سواء كانت إيجابية أو سلبية، مما قد يؤثر على قرارات الشراء لدى المحيطين به.

مفهوم الوعي الاستهلاكي:

عرفه خلف (٢٠٠٨) بأنه "إدراك المستهلكين لكيفية اختيار السلع والخدمات وشرائها واستخدامها والعناية بها بشكل يضمن تحقيق أقصى استفادة ممكنة، مع تعزيز قدرتهم على استثمار مواردهم بوعي وحكمة، بما يحقق أفضل النتائج ويسهم في تحقيق أكبر قدر من الأهداف المنشودة". وقد عرفه الحديدي (٢٠٠٠) بأنه "القدرة على الاختيار الواعي والشراء المدروس والعناية المثلى بالسلع الاستهلاكية، لتحقيق أقصى استفادة ممكنة منها، سواء كانت غذائية أو ملبسية أو أجهزة منزلية"، وذكر أيضاً أنه إدراك الأسرة للتوليفة المثلى من السلع الاستهلاكية الضرورية لحياتها اليومية، بما يشمل الأغذية، الملابس، الأحذية، والأجهزة المنزلية، مع الحرص على تحقيق التوازن بين الاحتياجات وتجنب الإسراف أو النقص."

أهمية الوعي الاستهلاكي للأبناء:

- يُسهم في تعزيز فهم أعمق لقيمة المال والموارد.
- يساعد الأبناء على تعلم واتخاذ القرارات المالية الحكيمة وفهم الاقتصاد الشخصي، مما يؤثر إيجابيًا على سلوكهم مستقبلاً في مجال الاستهلاك وتكوين عادات صحيحة.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

- يساعد الوعي الاستهلاكي للأبناء على تطوير قدرات التفكير النقدي، مما يمكنهم من تقييم الاحتياجات والرغبات بشكل منطقي ومستنير.
- يعزز قدرة الأبناء على اتخاذ قرارات استهلاكية مستقلة ومسؤولة، والحكم الذاتي والاعتمادية.
- يساعد الوعي الاستهلاكي في تجنب الديون غير المستدامة؛ حيث يتعلم الأطفال أهمية الإدارة المالية وتجنب التسليف الذي قد يؤدي إلى مشاكل مالية في المستقبل، والتخلي عن الاحتياجات غير الضرورية وغير الهامة.
- يعزز الوعي الاستهلاكي المشاركة في القضايا الاجتماعية والاقتصادية المتعلقة بالاستهلاك والمشاركة المجتمعية والوعي بمسؤولياتهم كمستهلكين.
- يشجع الوعي الاستهلاكي على التفاوض الفعال وكيفية إدارة الموارد المالية.

كلما زاد الوعي الاستهلاكي للأبناء زادت قدراتهم على التمييز بين ما هو صواب وخاطئ، وتكوين شخصية سوية.

مفهوم العصر الرقمي:

يُعرف الخطيب (٢٠١٨، ص١١٥) العصر الرقمي بأنه: "فترة زمنية تتميز بانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما يؤثر في جميع جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، كما يتميز العصر الرقمي بالتطور التكنولوجي والانتشار الواسع للإنترنت، بالإضافة إلى أهمية التفاعل الاجتماعي والثقافي الذي يتيحه هذا العصر. كما يعرف Smith & Johnson (2020، p57) العصر الرقمي بأنه: "الانتشار الواسع للتكنولوجيا الرقمية وتأثيرها العميق والشامل على مناحي حياتنا المعاصرة، بما في ذلك أساليب التواصل، ومنظومة التعليم، والأنشطة الاقتصادية، والتفاعلات الثقافية". ويعتبر العصر الرقمي فترة تاريخية تميزت بتقدم التكنولوجيا الرقمية وانتشار الإنترنت، مما أدى إلى تحولات جذرية في العديد من المجالات الحياتية (Brown & Williams, 2018, p121.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

خصائص العصر الرقمي:

وفقًا لـ بن شمس (٢٠١٧)، يتميز العصر الرقمي بعدة خصائص رئيسية، منها:

١. تدفق المعلومات: يشهد العصر الرقمي نموًا هائلًا في كمية المعلومات المتاحة، وذلك نتيجة للتطورات العلمية والتكنولوجية الحديثة أدى هذا التدفق المعلوماتي إلى ظهور تخصصات جديدة وزيادة في حجم المعرفة المتاحة.

٢. اعتماد المجتمعات على المعلومات: أصبحت المجتمعات والمنظمات تعتمد بشكل كبير على المعلومات للتحكم في عملياتها وتحقيق الدقة والسرعة في إنجاز الأعمال. هذا الاعتماد جعل المعلومات عنصرًا أساسيًا في نجاح المؤسسات.

٣. تطور تكنولوجيا المعلومات: ظهرت تقنيات متطورة مثل شبكة الإنترنت، التي جعلت العالم قرية كونية صغيرة، حيث تم اختراق الحواجز الجغرافية والزمنية، مما سهل التواصل وتبادل المعلومات على نطاق عالمي.

٤. تعدد فئات المستفيدين: تتعامل فئات مختلفة من المستفيدين مع المعلومات، سواء كانت أفرادًا أو مؤسسات، وذلك وفقًا لتخصصاتهم ومستوياتهم وطبيعة أعمالهم. هذا التعدد أدى إلى تنوع في استخدامات المعلومات وأساليب الاستفادة منها.

٥. النشر الإلكتروني: انتشر النشر الإلكتروني للمعلومات بشكل كبير؛ حيث يتم نقل المعلومات عبر الحواسيب وشبكات الاتصالات، مما سهل الوصول إلى المعلومات بسرعة وبأقل جهد وتكلفة.

٦. اغتراب الإنسان: أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور ظاهرة اغتراب الإنسان؛ حيث أصبح الأفراد يعزفون عن المشاركة الإيجابية في المجتمع مقابل ظهور شخصيات وجماعات تقبل التغيير والتحديث.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

٧. تهديد الخصوصية: جعلت التكنولوجيا الحديثة خصوصية الأفراد في معلوماتهم الشخصية محفوفة بالخطر، رغم وجود التشريعات والهيئات المراقبة. هذا التهديد أصبح أحد التحديات الكبرى في العصر الرقمي.

٨. فوضى الاتصال: أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور فوضى في الاتصال؛ حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تهدد السيادة الوطنية من خلال السيطرة على مستوى الاتصال والتحكم فيه.

٩. الثورة الرقمية المتداخلة: تمثل الثورة الرقمية عدة ثورات متداخلة، مثل: ظهور الحاسب الآلي الشخصي، وشبكة المعلومات، وثورة الوسائط المعلوماتية السريعة. أدت هذه الثورات إلى تغييرات جذرية في كيفية التعامل مع المعلومات.

التسوق الالكتروني:

يعرف التسوق الالكتروني بأنه جميع جهود التسوق التي تستخدم جهاز إلكتروني أو شبكة الإنترنت، تستفيد الشركات من القنوات الرقمية في التواصل مع العملاء الحاليين والمحتملين .(Desai,2019,P98) وهو العملية التي يتم خلالها التواصل عبر شبكة الإنترنت بين أصحاب الخدمات والمنتجات والمستهلكين، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي جزء منه .(Guzenko,2019,p5) كما عرفه Buchann (2020) أنه الأنشطة الدعائية والترويجية التي تتم خلال مواقع الويب ورسائل البريد الإلكتروني، والرسائل النصية على الهاتف المحمول، وشبكات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات، والألعاب.

خصائص التسوق الإلكتروني:

يعد التسوق الإلكتروني من الظواهر المتزايدة بشكل ملحوظ في العصر الحالي، وهناك اتجاه متزايد لدى الأطفال نحو المشاركة في هذا التسوق، وهناك عدد من خصائص التسوق الإلكتروني نستطيع ذكر منها:(Radivojevic,2015, P604)

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

- القدرة على استهداف فئة محدودة، وتوجيه كافة الجهود الترويجية لها.
- تصميم عروض تقديمية للمنتجات تتسم بالإبداع تضم نصوصًا ورسومًا متحركة.
- توافر المعلومات المستمر وإمكانية الوصول في أي وقت وإتمام إجراءات الشراء.
- المرونة وتعديل المحتوى بما يتوافق مع رغبات وميول المستهلكين.
- الاتصال والتفاعل المباشر مع المستهلكين.
- توفير قدرات تفاعلية بين المسوق والمستهلك وزيادة التواصل، وبناء الثقة والالتزام.

الألعاب الإلكترونية:

تعرف الألعاب الالكترونية بأنها جميع أنواع الألعاب الالكترونية التي يمارسها الأطفال سواءً بشكل فردي أو جماعي، وتشمل ألعاب الانترنت وألعاب الفيديو PlayStation وألعاب الحاسب وألعاب الهواتف والأجهزة اللوحية (أحمد، ٢٠٢٢، ص١٠). وتعد الألعاب الإلكترونية من أبرز الظواهر الثقافية والترفيهية في العصر الحديث، فهي تجمع بين التكنولوجيا والترفيه، وتتفاعل مع عدد متزايد من الأفراد في جميع أنحاء العالم، وتهدف هذه الألعاب إلى توفير تجربة تفاعلية وترفيهية للمستخدمين، وتعتبر صناعة ضخمة تحقق أرباحًا هائلة؛ حيث تثير الألعاب الإلكترونية العديد من الأسئلة حول تأثيرها على النشء والمجتمع بشكل عام، وفي المملكة العربية السعودية ارتفعت إيرادات سوق الألعاب الإلكترونية في منتصف عام ٢٠١٨ بنسبة تقدّر بـ ١٥% عن العام الذي سبقه؛ حيث وصلت الإيرادات إلى ٦٤٧ مليون دولار في نهاية عام ٢٠١٧ وارتفعت إلى ٧٥٦ مليون دولار في منتصف عام ٢٠١٨، واحتلت المملكة العربية السعودية المرتبة الأولى عربيًا من حيث العائدات المالية في سوق الألعاب، وعلى إثر ذلك دخل ضمن قائمة الـ ٢٠ دولة بأعلى إيرادات عالميًا، وقد يكون هذا النمو المتسارع عائدًا لدخول منصات الكثير من الألعاب الإلكترونية على الأجهزة المحمولة بما فيها الهواتف الذكية (رشاد، ٢٠١٨؛ بايوني، ٢٠١٨).

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

مظاهر خطورة الألعاب الالكترونية على السلوك الاستهلاكي:

تتجلى مظاهر خطورة الألعاب الالكترونية في أن يسلك الأبناء سلوكًا يؤدي إلى هدر المال في شراء الأجهزة الإلكترونية والرقمية الحديثة المخصصة للألعاب الإلكترونية والتي تعتبر باهظة الثمن، وبسبب الضغوط الشخصية من أصدقائهم والمنافسة فيما بينهم، يدفع الأطفال أولياء أمورهم ويجبرونهم على شراء أحدث صيحات هذه الأجهزة الرقمية، الأجهزة التي تكون عمومًا أغلى بكثير من الألعاب. ويتم استخدام الأجهزة الإلكترونية بالطريقة القديمة، بالإضافة إلى ذلك فإنك تضيع الكثير من المال بشراء برامجك وألعابك الخاصة على أقراص مضغوطة، ثم تهدر الدخل المالي على صيانة وإصلاح هذه الأجهزة، حيث إنها تتضرر في كثير من الأحيان بسبب سوء استخدام الأجهزة، وهذا أمر بديهي ويجب أن تكون صيانتها باهظة الثمن، لأنها تحتوي على أجزاء معقدة ودقيقة وحديثة يصعب إصلاحها وصيانتها (قويدر،٢٠١٢ ص٩٣).

مظاهر خطورة التسويق الرقمي على السلوك الاستهلاكي:

- تكمن خطورة التسويق الرقمي في قدرة تأثيره على سلوك الأبناء. وفقًا لـ (Lupiañez–Villanueva, ٢٠٢٠)وجد أن الإعلانات التي تروّج للمراهقين تؤثر بشكل كبير على سلوكيات الأطفال الاستهلاكية، وأشار (Schwartz, ٢٠١٣) أن تسويق الطعام الموجه للمراهقين كان فعالًا للغاية وأحد أسباب سمنة الأطفال المنتشرة بالولايات المتحدة وتعزيز استهلاك الأطعمة غير الصحية.

- التصورات والأهداف السلوكية؛ حيث عزز التسويق الرقمي من موقف المراهقين تجاه المنتجات والعلامات التجارية وإقناعهم بها، وزيادة التعرض للمعلومات عنها أدى للتعلق بها، مع توفير كافة العوامل التي تدفعهم للشراء والاستخدام، وأشار (Surenderkumar, ٢٠١٩)إلى أن التسويق الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في أساليب اتخاذ القرار وفي تعديل سلوك المستهلكين واختياراتهم، وينقسم تأثير التسويق الرقمي على سلوك المستهلك لثلاث مجموعات: السلوك الذي يؤثر على نمط

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

الاستهلاك، وسلوك يتأثر بالآخرين فيما يتعلق بالاستهلاك، وسلوك يتأثر بوسائل التواصل الاجتماعي.

منهجية البحث:

استخدمت الباحثة في الدراسة الحالية المنهج الوصفي (التحليلي) المسحي، نظرًا لملاءمته لطبيعة البحث الحالي، باعتباره بحثًا وصفيًا وتحليليًا لدور الأسرة وسلوكها الاستهلاكي وأثر ذلك في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي.

والمنهج الوصفي المسحي هو: "ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، دون أن يتجاوز ذلك دراسة العلاقة أو استنتاج الأسباب" (العساف، ٢٠١٠، ص ١٩١) وهذا ما أكده القحطاني وآخرون (٢٠٠٤، ص. ٢٠٥) وأبو علام (٢٠٠٦، ص٢٥٣) والذي بدوره يتفق مع طبيعة وهدف الدراسة الحالية، والتي تهدف إلى تحليل دور الأسرة وسلوكها الاستهلاكي وأثر ذلك في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في:

1. أولياء أمور طلاب المرحلة الابتدائية من ٩-١٢ سنة (مرحلة الطفولة المتأخرة) بإدارة تعليم القصيم بمنطقة بريدة في المملكة العربية السعودية.
2. الخبراء التربويون المتخصصون في مجال البحث.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على بناء وتصميم أداة الاستبانة لجمع البيانات حول موضوع الدراسة، نظرًا لمناسبتها لطبيعة الدراسة وأهدافها، بحيث يستهدف الاستبيان أولياء أمور عينة من

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

الطلاب في المرحلة العمرية من (٩ إلى ١٢) ويهدف إلى التعرف على واقع دور الأسرة لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي.

وأيضًا استخدمت الدراسة الاستبيان المفتوح للخبراء للتعرف على مقترحاتهم لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء في ضوء تداعيات العصر الرقمي.

صدق الاستبانة: تم التأكد من صدق الاستبانة بالطرق الآتية:

أ ـ الصدق الظاهري:

تم حساب صدق الاستبانة في البداية باستخدام الصدق الظاهري من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين، ذوي الاختصاص والخبرة للقيام بتحكيمها، وذلك من خلال إطلاع المحكمين على عنوان الدراسة وأسئلتها وأهدافها، مما ساعدهم في إبداء آرائهم وملاحظاتهم حول الاستبانة وبنودها، من حيث مدى ملائمة تلك البنود لموضوع الدراسة، وصدقها في الكشف عن المعلومات المستهدفة للدراسة، وكذلك من حيث ارتباط كل بند بالمحور الذي تندرج تحته، ومدى وضوح البند وسلامة صياغته باقتراح طرق لتحسينها بالحذف أو الإبقاء، أو تعديل العبارات الدالة على البند والنظر في مدى ملاءمتها وغير ذلك مما يراه الخبراء مناسبًا، وعلى هذا الأساس تم تعديل بنود الاستبانة، وتتنوع استبانة دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي في ضوء المحاور التالية:

- المحور الأول: دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى ابنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي، ويتكون من (١٧) مفردة.
- المحور الثاني: المعوقات التي تواجه الأسرة لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء تداعيات العصر الرقمي ويتكون من (١٧) مفردة.

ب ــ الصدق الذاتي للاستبانة:

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

تم حساب الصدق الذاتي لعبارات الاستبانة ككل باستخدام حساب الجذر التربيعي لمعامل ثبات ألفا كرونباخ–Cronbach's Alpha ، وكانت درجة الصدق الذاتي كما بالجدول التالي:

جدول (١) درجة الصدق الذاتي للاستبانة ن=٤٠

الصدق الذاتي لاستبيان دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي				
معامل ثبات ألفا كرونباخ	0.862	الجذر التربيعي لمعامل الثبات	0.894	صدق عال

ويلاحظ أن معامل الصدق الذاتي للاستبانة يقترب من الواحد الصحيح وهي درجة مقبولة إحصائيًا، وبذلك تتمتع الاستبانة بدرجة عالية من الصدق، ويمكن الاعتماد على نتائجها في الدراسة الحالية.

ج – صدق البناء:

تم التحقق من صدق الاستبانة؛ عن طريق صدق الاتساق الداخلي، وذلك باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient في حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة، والدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه العبارة؛ وذلك للتأكد من مدى تماسك عبارات كل بعد فيما بينها وتجانسها، فكانت معاملات الارتباط كما هي موضحة في الجدول التالي:

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

جدول (٢) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد

العبارة	دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي	العبارة	دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي	العبارة	دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي
1	0.862 **	2	0.788 **	3	0.804 **
4	0.781**	5	0.794**	6	0.875**
7	0.754**	8	0.756**	9	0.805**
10	0.891**	11	0.852**	12	0.796**
13	0.778 **	14	0.863 **	15	0.739 **
16	0.902**	17	0.841**	18	0.718**
19	0.625**	20	0.777**	21	0.682**
22	0.810**	23	0.718**	24	0.855**
25	0.745 **	26	0.807 **	27	0.769 **
28	0.756**	29	0.797**	30	0.741**
31	0.814**	32	0.763 **	33	0.852**
34	0.809**				

يتضح من جدول (٢) أن قيم معاملات الارتباط تراوحت بين (٠.٦٢٥و ٠.٩٠٢)، وكانت جميع قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه الاستبانة دالة عند مستوى (٠.٠٠١).

كما قامت الباحثة بحساب معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية، ويوضح الجدول (٣) معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية:

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

جدول (٣) معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية

م	الأبعاد	دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي	المعوقات التي تواجه الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي	الدرجة الكلية
1	دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي	1		
2	المعوقات التي تواجه الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي	*0.543	1	
	الدرجة الكلية	** 0.742	** 0.647	1

يتضح من الجدول (٤) أن قيم معاملات الارتباط تراوحت ما بين (٠.٦٤١ و ٠.٨٧٤) وأن جميع هذه القيم مقبولة إحصائيا، وبذلك تم التحقق من صدق البناء للاستبانة.

الثبات:

واستخدمت الباحثة لحساب الثبات الطرق التالية:

1. معامل ثبات ألفا كرونباخ:

استخدمت الباحثة لحساب الثبات على العينة الاستطلاعية معامل ثبات ألفا كرونباخ، حيث أن قيمة معامل ألفا كرونباخ بالنسبة لأبعاد الاستبانة تراوحت بين (٠.٧٦٩و ٠.٨٤٥) وبلغت قيمتها للدرجة الكلية (٠.٨٠٢)، وهي قيم ذات ثبات عال.

2. معامل ثبات ألفا بحذف درجة المفردة:

استخدمت الباحثة لحساب الثبات معامل ثبات ألفا بحذف درجة المفردة، ويوضح جدول (٥) معامل الثبات لاستبانة دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى ابنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي:

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

جدول (٥) قيم معامل ثبات ألفا بحذف درجة المفردة للاستبانة

العبارة	الدرجة الكلية- المحور الأول	العبارة	الدرجة الكلية – المحور الثاني
1	0.812**	18	0.794**
2	0.698**	19	0.715**
3	0.663**	20	0.787**
4	0.724**	21	0.739**
5	0.789**	22	0.704**
6	0.657**	23	0.777**
7	0.874**	24	0.738**
8	0.725**	25	0.718**
9	0.794**	26	0.798**
10	0.756**	27	0.737**
11	0.812**	28	0.807**
12	0.763**	29	0.769**
13	0.641**	30	0.787**
14	0.719**	31	0.791**
15	0.764**	32	0.736**
16	0.793**	33	0.747**
17	0.783**	34	0.808**

وباستقراء الجدول السابق (٦) يتضح ما يلي:

أن قيم معاملات الثبات تراوحت بين (٠.٧٤٨و ٠.٧٩٨)، وأن جميع هذه المعاملات قيم ذات ثبات عالي.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

الأساليب الإحصائية المُستخدمة:

في الدِّراسة الحالية تم استخدم العديد من الأساليب الإحصائية باستخدام الحزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS) كالتالي:

أولاً: للتأكد من صدق الاستبانة المُستخدمة في الدِّراسَة الحالية وثباتها أُستخدم:

- الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences (S.P.S.S)، لإجراء اختبار الثبات والصدق: باستخدام اختبار ألفا كرونباخCronbach's Alpha Scale ، ومعامل الصدق، وذلك لتحديد معامل ثبات وصدق أدوات الدراسة.

-معامل ارتباط بيرسونPearson Correlation ؛ للتأكد من الاتساق الداخلي لمعايير الاستبانة وعباراتها.

- معامل ثبات ألفا بحذف درجة المفردة.

ثانياً: للإجابة عن أسئلة الدِّراسَة استخدم:

-التكرارات Frequencies والنسب المئوية Percent والمتوسطات Mean والانحرافات المِعْيارية Std. Deviation ومعامل الاختلاف Coefficient of variance؛ لتحديد مدى تشتت استجابات أفراد العينة حول متوسطها الحسابي.

نتائج البحث:

الإجابة عن السؤال الأول:

ينص السؤال الأول على: "ما واقع دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي؟" وستعرض الباحثة النتائج الخاصة بواقع دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي، وللتحقق من هذا السؤال قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف وكذلك التكرار والنسب المئوية لبدائل كل فقرة من الفقرات وكشفت النتائج في جدول (٦) كما يلي:

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

جدول (٦) المتوسطات والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لبدائل فقرات المحور الأول دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدي أبنائها (ن= ٤٦٥)

رقم المفردة	معامل ثبات ألفا بحذف درجة المفردة	رقم المفردة	معامل ثبات ألفا بحذف درجة المفردة
1	0.769	18	0.789
2	0.748	19	0.758
3	0.798	20	0.789
4	0.758	21	0.758
5	0.798	22	0.779
6	0.789	23	0.748
7	0.748	24	0.786
8	0.784	25	0.798
9	0.782	26	0.748
10	0.769	27	0.758
11	0.748	28	0.785
12	0.786	29	0.785
13	0.794	30	0.798
14	0.769	31	0.765
15	0.769	32	0.769
16	0.748	33	0.748
17	0.769	34	0.778

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

أحيانا ١.٥٣ ٤.١٦ المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدي الأبناء في ضوء تداعيات العصر الرقمي

وعلى ضوء النتائج بالجدول السابق رقم (٦) يتضح أن العبارات الفرعية في هذا البعد مرتبة حسب درجة التحقُّق. كما جاء بالجدول يتضح أن:

دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدي أبناءها في ضوء تداعيات العصر الرقمي مُتحقِّقة بمستوى متوسط؛ حيث بلغ المتوسط الوزني للدرجات الكلية في هذا البعد (٤.١٦) بانحراف مِعْياري (١.٥٣).

وجاءت العبارات الفرعية في هذا البعد مرتبة حسب درجة التحقُّق كالتالي:

-جاءت العبارة الأعلى وفي الترتيب الأول من حيث المتوسط كالعبارة (٣) وهي "أُشجّع أبنائي على مقارنة الأسعار قبل الشراء" كان لها أعلى متوسط وقيمته (٢.٦٦) بانحراف معياري قيمته (٠.٥٢٨)، كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (٤) في المرتبة الثانية وهي " أُعلّم أبنائي كيفية التمييز بين الاحتياجات والرغبات" حيث كان لها ثاني أكبر متوسط وقيمته (٢.٦١) بانحراف معياري قيمته (٠.٥٢٤) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١) في المرتبة الثالثة وهي " أُشجّع أبنائي على طرح الأسئلة حول المنتجات والخدمات قبل شرائها" كان لها الترتيب الثالث من حيث المتوسط وقيمته (٢.٥٨) بانحراف معياري (٠.٥٧٥) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١٣) في المرتبة الرابعة وهي " أُعلّم أبنائي كيفية إصلاح الأشياء بدلاً من شراء أشياء جديدة" وبمتوسط قيمته (٢.٤٨) بانحراف معياري

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

(٠.٥٣٤) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١٠) في المرتبة الخامسة وهي "أُعلّم أبنائي كيفية استخدام الإنترنت بأمان عند التسوق عبر الإنترنت" وبمتوسط قيمته (٢.٤٧) بانحراف معياري (٠.٦٤٩) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (٦) في المرتبة السادسة وهي "أُشجّع أبنائي على قراءة مراجعات المنتجات قبل الشراء " بمتوسط قيمته (٢.٤٣) بانحراف معياري (٠.٦٣٢) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (٨) في المرتبة السابعة وهي "أُحدّد لأبنائي ميزانية محددة للإنفاق" بمتوسط قيمته (٢.٤٣) بانحراف معياري (٠.٦٠٥) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١٢) في المرتبة الثامنة وهي "أُناقش مع أبنائي الإعلانات الموجهة للأطفال" بمتوسط قيمته (٢.٤٠) بانحراف معياري (٠.٦٥٥) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١٥) في المرتبة التاسعة وهي "أُناقش مع أبنائي الإعلانات الموجهة للأطفال" بمتوسط قيمته (٢.٣٥) بانحراف معياري (٠.٦٣٢) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١٩) في المرتبة العاشرة وهي "أُناقش مع أبنائي تداعيات الاستهلاك المفرط على البيئة" بمتوسط قيمته (٢.٣٤) بانحراف معياري (٠.٦٤١) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

-وكذلك جاءت العبارة (٧) في المرتبة الحادية عشر وهي "أدرب أبنائي كيفية استخدام البطاقات الائتمانية بشكل صحيح " بمتوسط قيمته (٢.٣٣) بانحراف معياري (٠.٥٦٢) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (٥) في المرتبة الثانية عشر وهي "أُناقش مع أبنائي إعلانات المنتجات والخدمات " بمتوسط قيمته (٢.٣١) بانحراف معياري (٠.٥٨٦) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١٧) في المرتبة الثالثة عشر وهي "أعتقد أنني أؤدي دورًا فعالًا في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائي " بمتوسط قيمته (٢.٣٠) بانحراف معياري (٠.٥٢٢) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١١) في المرتبة الرابعة عشر وهي "أُدرب أبنائي على عادات شرائية صحيحة" بمتوسط قيمته (٢.١٨) بانحراف معياري (٠.٥١١) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (٢) في المرتبة الخامسة عشر وهي "أحرص على تعليم أبنائي أهمية الادخار والميزانية" بمتوسط قيمته (٢.٠٩) بانحراف معياري (٠.٤١٣) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١٦) في المرتبة السادسة عشر وهي "لا أُحدّد لأبنائي وقتًا لاستخدام الأجهزة الإلكترونية " بمتوسط قيمته (٢.٠١) بانحراف معياري (٠.٣٢٥) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-وكذلك جاءت العبارة (١٤) في المرتبة السابعة عشر وهي "لا أُشارك أبنائي في اتخاذ قرارات الشراء " (١.٧٧) بانحراف معياري (٠.٣٢٢) كما حصلت استجابة "موافق جدًا" على أعلى نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

يتضح مما سبق أن تضمين موضوع دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أطفالها في ضوء تداعيات العصر الرقمي كان له دور مهم وفاعل في تنمية الوعي الاستهلاكي لدي الأبناء، وهو ما يظهر أهمية الأسرة في زيادة وعي الأطفال الاستهلاكي وكيفية تنميته بطريقة منهجية موحدة تساعد في بناء إطار معرفي في ظل التطور الرقمي.

واتفقت النتيجة الحالية مع ما أشارت إليه دراسة طملية (٢٠١٢ kamaruddin, et.al) (2008)إلى أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة على عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل والمراهق، منها: نوع الأسرة وحجمها، النمط الأبوي السائد في الاتصال بين الآباء والأبناء، ونوعيته، عمر الطفل وجنسه، ترتيب الطفل في الأسرة، حجم الأسرة، المتغيرات الاقتصادية للأسرة، والطبقة الاجتماعية التي تنتمي إليها الأسرة، وأكدت دراسة موخيرجي (2005) Mukherjiإلى أن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل تختلف باختلاف ثقافة المجتمع الذي ينشأ فيه.

ويبدو أن آباء عينة الدراسة أكثر وعيًا وحرصًا على تعليم أبناءهم أسس الاستهلاك، وتعليمهم السلوك السليم وتنميته، كما أن التدريب على كيفية استخدام التطور الرقمي بشكل ملائم هام جدًا وفعال في نتيجة الدراسة الحالية؛ حيث حددت دراسة آل رشود (٢٠١٨) أهم العوامل المؤثرة في الاستهلاك الترفي لدى الأسرة السعودية في مساهمة الإعلانات في شيوع ثقافة المحاكاة والتفاخر بين جمهور المستهلكين، وسهولة التسوق من المواقع الإلكترونية، سهولة الحصول على القروض، زيادة الدعاية الإعلامية عن السلع، أدى وارتفاع المستوى التعليمي لزيادة الرغبة في الاستهلاك، وأيضا المكانة الاجتماعية للأسرة تفرض أنماط استهلاك محددة. وأفادت بأن أهم الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفي للأسرة السعودية تمثلت في: تبذير الأطفال وضعف إحساسهم بقيمة المال، استنزاف موارد ودخل الأسرة دون عائد، وتحول الاستهلاك الترفي إلى نوع من الإدمان، وأوصت بشأن الحد من الاستهلاك الترفي للأسرة في: تعزيز ثقافة الادخار

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

والإنتاج والاستثمار، تربية الأبناء على ضرورة الاعتدال في الإنفاق اليومي، الدعوة للأخذ بأصول التربية الاقتصادية الرشيدة في المجتمع، تقوية الوازع الديني، تنمية السلوك الاستهلاكي الرشيد منذ مرحلة الطفولة، وإطلاق برامج تثقيفية في المدارس والجامعات حول ترشيد الاستهلاك علاوة على دور الأسرة الرئيس.

وفي السياق ذاته، أشارت دراسة الأحمدي (٢٠٢٠) إلى أن تعزيز القيم الاستهلاكية الإيجابية يبدأ من الأسرة، من خلال تقديم نماذج واقعية في التعامل مع الشراء، وتدريب الأبناء على التخطيط المالي، وهي نتائج تنعكس في العبارات المتعلقة بتحديد الميزانية، ومناقشة المصروفات مع الأبناء، كما دعمت نتائج طه (٢٠٢٢) ورضوان (٢٠٢٠) هذه التوجهات، حيث بيّنتا أهمية مشاركة الأبناء في الحوار حول القرارات الشرائية، وتدريبهم على تقييم المنتجات والمفاضلة بين البدائل، وهو ما تضمنته نتائج الدراسة الحالية في العبارات المرتبطة بقراءة المراجعات ودعم المنتجات الوطنية، وإصلاح الأشياء بدلًا من استهلاكها سريعًا.

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع ما توصل اليه الخريف (٢٠١٦م) حيث يرى أن المجتمع السعودي أصبح استهلاكيا أكثر من غيره نتيجة تأثير الطفرات الاقتصادية التي شهدتها المملكة، مما أوجد قيمًا استهلاكية غير مرغوبة، وأدى إلى ظهور ثقافة جديدة وسلوكيات استهلاكية بعيدة عن ثقافة المجتمع وقيمه، وهذا لا يتماشى مع طبيعة ما توصلت إليه النتيجة الحالية.

وعلى الرغم من المستوى الاقتصادي المتقدم إلا أن أفراد العينة لديهم وعي عالي بما يفعلون، 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. ومن ثَمَّ ينبغي وضع شعار ترشيد الاستهلاك موضع العناية الحقيقية، فالناس لا يتجهون للاستهلاك الرشيد، إلا إذا أحس عدد منهم بالرغبة في تغيير أنماط حياتهم، ولن يحدث هذا في يوم وليلة، كما لن يحدث بمرسوم أو

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

تشريع، وإنما يتطلب عملية تربوية وتعليمية طويلة الأمد، ولعلَّ هذه العملية تبدأ بدور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي من مرحلة الطفولة باعتبار أن المستقبل للأطفال (الرماني، ٢٠٠٠).

نتائج المحور الثاني (الإجابة عن التساؤل الثاني):

نص السؤال الثاني لهذه الدراسة على: "ما المعوقات التي تحد من دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي"؟

وستعرض الباحثة النتائج الخاصة بالمعوقات التي تواجه الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي:

لقد استخدمت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف وكذلك التكرار والنسب المئوية، وكشفت النتائج عن درجة التوافر المناظرة حول المعوقات التي تواجه الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي، وللتحقق من هذا الفرض قامت الباحثة بحساب المتوسط والانحراف المعياري كما يتضح بالجدول رقم (٧):

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

جدول (٧) المتوسطات والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لبدائل فقرات المحور الثاني المعوقات التي تواجه الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدي أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي (ن= ٤٦٥)

العبارة في الاستبانة	الترتيب	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		لا أوافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
			ك	%	ك	%	ك	%			
3	1	أُشجّع أبنائي على مقارنة الأسعار قبل الشراء	288	61.9	162	35	15	3.1	2.66	0.528	32.3
4	2	أُعلّم أبنائي كيفية التمييز بين الاحتياجات والرغبات	199	42.8	196	42.2	70	15	2.61	0.524	47.7
1	3	أُشجّع أبنائي على طرح الأسئلة حول المنتجات والخدمات قبل شرائها	217	46.6	181	39	67	14.4	2.58	0.575	51.1
13	4	أُعلّم أبنائي كيفية إصلاح الأشياء بدلاً من شراء أشياء جديدة	256	55	192	41.4	17	3.6	2.48	0.534	51.1
10	5	أُعلّم أبنائي كيفية استخدام الإنترنت بأمان عند التسوق عبر الإنترنت	233	50.1	175	37.6	57	12.3	2.47	0.649	33.6
6	6	أُشجّع أبنائي على قراءة مراجعات المنتجات قبل الشراء	249	53.5	160	34.4	56	12.1	2.43	0.632	32.1
8	7	أُحدّد لأبنائي ميزانية محددة للإنفاق	251	54	197	42.4	17	3.6	2.43	0.605	47.1
12	8	أناقش الأبناء في الميزانية وتخطيط المصروفات	165	35.5	186	40	114	24.5	2.40	0.655	31.7
15	9	أُناقش مع أبنائي الإعلانات الموجهة للأطفال	243	52.2	145	31.2	77	16.6	2.35	0.632	30.6
9	10	أُناقش مع أبنائي تداعيات الاستهلاك المفرط على البيئة	255	54.8	159	34.2	51	11	2.34	0.641	32.6
7	11	أدرب أبنائي كيفية استخدام البطاقات الائتمانية بشكل صحيح	266	57.2	185	39.8	14	3	2.33	0.562	44.5
5	12	أُناقش مع أبنائي إعلانات المنتجات والخدمات	198	42.6	125	26.9	142	30.5	2.31	0.586	45.8

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

43.5	0.522	2.30	4.7	22	35.5	165	59.8	278	أعتقد أنني أؤدي دورًا فعالًا في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائي	13	17
30.6	0.511	2.18	28.2	131	19.1	89	52.7	245	أُدرب أبنائي على عادات شرائية صحيحة	14	11
29.8	0.413	2.09	30.2	141	19.8	91	50	233	أحرص على تعليم أبنائي أهمية الادخار والميزانية	15	2
29.4	0.325	2.01	31.8	148	20.7	96	47.5	221	لا أُحدّد لأبنائي وقتًا لاستخدام الأجهزة الإلكترونية	16	16
27.5	0.322	1.77	37.8	176	18.3	85	43.9	204	لا أُشارك أبنائي في اتخاذ قرارات الشراء	17	14
1.53	4.16	المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدي الأبناء في ضوء تداعيات العصر الرقمي									

يتأثر الأبناء بالضغوط الاجتماعية والنماذج السلبية من الأقران في عمليات الشراء ١٧ ٦ أحيانا ١١.٢٢ ٤.١٦ المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول المعوقات التي تواجه الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدي الأبناء في ضوء تداعيات العصر الرقمي

وعلى ضوء ذلك جاءت العبارات الفرعية في هذا البعد مرتبة حسب درجة التحقُّق، باستقراء نتائج الجدول السابق يتضح أن:

المعوقات التي تواجه الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدي أبناءها في ضوء تداعيات العصر الرقمي مُتحقِّقة بمستوى متوسط، حيث بلغ المتوسط الوزني للدرجات الكلية في هذا البعد (٣.٠١) بانحراف مِعْياري (١.١٩)

وجاءت العبارات الفرعية في هذا البعد مرتبة حسب درجة التحقُّق كالتالي:

- جاءت العبارة رقم (١٢) في المرتبة الأولى من حيث المتوسط وهي "أجد صعوبة في تحذير أبنائي من مخاطر الاحتيال الإلكتروني بسبب قلة معرفتي" كان لها أعلى متوسط وقيمته (٣.٦١) بانحراف معياري قيمته (٠.٧٨٤)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

- وجاءت العبارة (٥) في المرتبة الثانية وهي "أواجه صعوبة في تشجيع أبنائي على مقارنة الأسعار قبل شراء أيّ منتج" كان لها ثاني أعلى متوسط وقيمته (٣.٥٦) بانحراف معياري قيمته (٠.٦٨٤)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.
- كما جاءت العبارة (١٤) في المرتبة الثالثة وهي "أجد صعوبة في أن أُوفّرُ لأبنائي بيئة منزلية تُعزّز الوعي الاستهلاكي" كان لها ثالث أعلى متوسط وقيمته (٣.٥٥) بانحراف معياري قيمته (٠.٧١٠)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.
- كما جاءت العبارة (٣) في المرتبة الرابعة وهي "أُواجهُ صعوبات في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائي بسبب قلة معرفتي بالممارسات الاستهلاكية السليمة" بمتوسط قيمته (٣.٥١) بانحراف معياري قيمته (٠.٦٥٩)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.
- كما جاءت العبارة (٤) في المرتبة الخامسة وهي "أتكاسل لضيق الوقت عن طرح الأسئلة على أبنائي حول المنتجات والخدمات قبل شرائها" بمتوسط قيمته (٣.٥٠) بانحراف معياري قيمته (٠.٦٨٨)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.
- كما جاءت العبارة (١٣) في المرتبة السادسة وهي "لا أملكُ معرفة كافية بالممارسات الاستهلاكية السليمة لأُعلّمها لأبنائي" بمتوسط قيمته (٣.٣٢) بانحراف معياري قيمته (٠.٦٩٦)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (٢) في المرتبة السابعة وهي "ليس لدي وقت لمناقشة الأمور المالية مع الأبناء بسبب المشاغل اليومية " بمتوسط قيمته (٣.١٩) بانحراف معياري قيمته

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

(٠.٦٠٥)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (٨) في المرتبة الثامنة وهي "لا أهتم بتعليم الأبناء كيفية التعامل مع الإعلانات الشرائية بشكل نقدي" بمتوسط قيمته (٣.١٤) بانحراف معياري قيمته (٠.٦٥٥)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (٧) في المرتبة التاسعة وهي "ليس لدي وقت لمراقبة أنشطة أبنائي الشرائية عبر الإنترنت" بمتوسط قيمته (٣.٠٦) بانحراف معياري قيمته (٠.٦٣٢)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (١٧) في المرتبة العاشرة وهي "أواجه صعوبة في أن أحدّدُ قواعد واضحة لإنفاق أبنائي للمال" بمتوسط قيمته (٢.٩٩) بانحراف معياري قيمته (٠.٦٤١)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (٩) في المرتبة الحادية عشر وهي "أواجه صعوبات في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائهم بسبب الضغوط الاجتماعية التي تُحفّز على الاستهلاك المبالغ فيه" بمتوسط قيمته (٢.٨٥) بانحراف معياري قيمته (٠.٥٦٢)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (١٥) في المرتبة الثانية عشر وهي "أواجه صعوبات في متابعة وتقييم السلوكيات الاستهلاكية للأبناء في ظل التطورات التكنولوجيا المتسارعة وانتشار المنصات الرقمية" بمتوسط قيمته (٢.٥٤) بانحراف معياري قيمته (٠.٥٨٦)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (١٠) في المرتبة الثالثة عشر وهي "مواجهة أفراد الأسرة صعوبات في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائهم بسبب سهولة الشراء عبر الإنترنت" بمتوسط

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

قيمته (٢.٥١) بانحراف معياري قيمته (٠.٥٢٢)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (١١) في المرتبة الرابعة عشر وهي "قلة البرامج التثقيفية التي تهدف الي تعزيز الوعي الاستهلاكي لدي أبنائهم بسبب سهولة الشراء عبر الانترنت " بمتوسط قيمته (٢.٤٢) بانحراف معياري قيمته (٠.٥١١)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (١٦) في المرتبة الخامسة عشر وهي " لا أجد دعمًا من الجهات المختصة بتقديم برامج توعوية حول الاستهلاك الرشيد" بمتوسط قيمته (٢.١٩) بانحراف معياري قيمته (٠.٤١٣)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (١) في المرتبة السادسة عشر وهي "قلة المعرفة لدى أفراد الأسرة بممارسات الاستهلاك السليمة" بمتوسط قيمته (٢.٠٧) بانحراف معياري قيمته (٠.٣٢٥)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

-كما جاءت العبارة (٦) في المرتبة السابعة عشر وهي "يتأثر الأبناء بالضغوط الاجتماعية والنماذج السلبية من الأقران في عمليات الشراء" بمتوسط قيمته (١.٩٩) بانحراف معياري قيمته (٠.٣٢٢)، كما حصلت استجابة "غير موافق" على أكبر نسبة مئوية بين بدائل هذه العبارة.

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع مجموعة كبيرة من الدراسات السابقة التي أكدت وجود معوقات حقيقية تحد من قدرة الأسرة على أداء دورها في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء، خاصةً في ظل التحول الرقمي المتسارع، فقد دعمت هذه النتائج ما توصلت إليه دراسة الأحمدي (٢٠٢٠) التي أشارت إلى أن تعرض الأطفال للإعلانات الرقمية بدون توجيه أسري قد يؤدي إلى تكوين مفاهيم استهلاكية غير رشيدة، مما يعزز الحاجة إلى

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

دور واضح وفعّال للأسرة في التوجيه، كما أظهرت نتائج الدراسة الحالية انسجامًا مع دراسة رضوان (٢٠٢٠) التي أثبتت فاعلية برنامج إرشادي في تحسين مستوى الوعي الاستهلاكي لدى الطلاب، مما يؤكد أن التدخل التربوي يمكن أن يقلل من أثر المعوقات عند توافره، وفي السياق نفسه أظهرت دراسة آل مشاري (٢٠٢٠) أن للنمط الديمقراطي في التنشئة الأسرية دورًا مهمًا في ترسيخ مفاهيم الادخار والاستهلاك السليم، وهو ما ينعكس في الحاجة إلى تحسين أساليب التنشئة داخل الأسرة كما ورد في نتائج هذه الدراسة، وأكدت دراسة العزي (٢٠٢٣) كذلك على الدور المحوري للأسرة في التربية الاستهلاكية، خاصةً في ظل المستجدات الرقمية والثقافية، داعية إلى ترسيخ مفاهيم الترشيد بشكل مبكر. هذا الاتجاه دعّمته أيضًا دراسات مثل أحمد (٢٠١٨) وحماد (٢٠١٧)، والتي بيّنت أن انشغال الوالدين وضعف المعرفة الاستهلاكية وقلة التفاعل مع الأبناء في القضايا المالية من أبرز معوقات التوجيه، وتتقاطع هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات أجنبية مثل

Lawlor & Prother(2011)، و Cotte & Wood (2004)، و Zarouali(2019) ، و Williams & Willick (2023)، التي أكدت على أن غياب الرقابة الرقمية والتوجيه الأسري في ظل بيئة استهلاكية رقمية مفتوحة يضعف من قدرة الأسرة على توجيه سلوك الأبناء الشرائي، ويجعلهم أكثر عرضة للتأثر بالإعلانات والمغريات الرقمية.

رغم اتفاق عدد كبير من الدراسات السابقة مع ما توصلت إليه الدراسة الحالية حول وجود معوقات متعددة تُضعف من قدرة الأسرة على تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء، إلا أن بعض الدراسات خالفت هذه النتائج جزئيًا من حيث طبيعة المعوقات أو درجة تأثيرها، فقد أوضحت دراسة التويجري (٢٠١٩) أن من أبرز العوامل المؤثرة في سلوك الاستهلاك الترفي لدى الأطفال هو اعتماد الأسرة على العاطفة والميل للمحاكاة والتقليد، دون أن تُبرز المعوقات التقنية أو التربوية بشكل صريح، كما ركزت على حلول

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

قائمة على النمذجة الدينية والتنشئة الأخلاقية، مما يُعد توجهًا مختلفًا عن التركيز الرقمي الذي تبنته الدراسة الحالية.

كذلك بينت دراسة أحمد (٢٠١٨) وجود فروق بين طلاب الريف والحضر في وعيهم المالي وسلوكياتهم الاستهلاكية، مما يُشير إلى دور السياق الاجتماعي والاقتصادي في تشكيل السلوك، وهو ما يختلف عن نتائج الدراسة الحالية التي ركزت على المعوقات ذات الطابع الرقمي والمعرفي داخل الأسرة، دون التطرق للفروقات البيئية أو الطبقية.

❖ الإجابة عن السؤال الثالث:

نص السؤال الثالث لهذه الدراسة على: "ما المقترحات التي يمكن أن تسهم في تعزيز دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أطفالها في ضوء تداعيات العصر الرقمي من وجهة نظر خبراء التربية؟

وللإجابة عن هذا السؤال قامت الباحثة بتحليل آراء الخبراء وفق منهجية التحليل الكيفي ومقترحاتهم القيمة وتوصلت للنتائج الآتية:

حيث قدم الخبراء عدة مقترحات لدور الأسرة لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى أطفالها في ضوء تداعيات العصر الرقمي من وجهة نظر خبراء التربية، بلغ عددها (٦٠ مقترحا) كان أكثرها تكرارًا المقترحات التالية مما يدل على أهميتها، وهي كما بالجدول التالي:

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

جدول (٣) أهم المقترحات لتنمية الوعي الاستهلاكي من وجهة نظر الخبراء

م	المقترح	عدد التكرارات	النسبة المئوية
1	ترشيد الاستهلاك بشكل عام	9	100%
2	تعزيز القيم الاستهلاكية الإيجابية	8	100%
3	أهمية التثقيف الاستهلاكي الرقمي	8	100%
4	إشراك الأطفال في عملية اتخاذ القرارات الاستهلاكية	8	100%
5	تعليم مهارات إدارة الوقت والموارد الرقمية	8	100%
6	تعزيز المراقبة والتوجيه	8	100%
7	إعداد برامج تدريبية وإرشادية للأسر	8	100%
8	تحفيز التفكير النقدي لدى الأطفال	7	90%
9	تشجيع الادخار	7	80%
10	تعزيز الوعي بحقوق المستهلك	7	80%
11	تشكيل الوعي الاستهلاكي لدي الآباء والأمهات من خلال وضع برنامج تدريبي أو تثقيفي عبر شبكة الانترنت لبيان العلاقة بين الأسرة والتنور الاستهلاكي وتحديد الميزانية الأسرية في ضوء الدخل السنوي والشهري والتخطيط للاستخدامات اليومية	6	70%
12	تعزيز دور الأسرة في اتخاذ القرارات المالية بشكل جماعي	5	60%
13	وضع قوانين مرنة للتعامل مع المتغيرات الرقمية التي تحدث باستمرار بحيث تسهم في بقاء الطفل ضمن الحدود الآمنة في عالم التقنية الحديثة	5	60%

كما وجدت مقترحات فردية عديدة تم تصنيفها بواسطة الباحثة، ففي ظل التحولات التي أفرزها العصر الرقمي، أصبح للأسرة دورٌ محوري في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أطفالها، ويمكن الإشارة إلى بعض المقترحات لتعزيز هذا الدور على النحو التالي:

1. ترشيد الاستهلاك بشكل عام:

-تحديد مصروف الطفل غير الضروري من سن مبكرة.

-وضع المصروف غير الضروري ولو كان قليلاً عند الطفل.

-دائماً هناك أولويات.

- 2تعزيز القيم الاستهلاكية الإيجابية:

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

-تقديم نموذج عملي للإنفاق الرشيد داخل الأسرة.

-غرس قيم مثل الاعتدال في الإنفاق، والتمييز بين الاحتياجات والرغبات.

3ـ أهمية التثقيف الاستهلاكي الرقمي:

-توعية الأطفال بكيفية تقييم الإعلانات الرقمية والمحتوى الترويجي.

-شرح آليات عمل الإعلانات الموجهة وكيف تؤثر على خيارات المستهلك.

-تعليم الأطفال أهمية مراجعة المراجعات والتقييمات قبل اتخاذ قرارات الشراء.

4ـ إشراك الأطفال في عملية اتخاذ القرارات الاستهلاكية:

-إشراك الأطفال في إعداد ميزانية الأسرة وإظهار أهمية التخطيط المالي.

-منحهم فرصة اتخاذ قرارات شراء صغيرة لتطوير مهاراتهم في إدارة الأموال.

-تعليمهم أهمية مقارنة الأسعار والجودة قبل الشراء.

5ـ تنمية مهارات إدارة الوقت والموارد الرقمية:

-تعزيز فهم الأطفال لتأثير الوقت الذي يقضونه على التطبيقات والمواقع التي تروج للاستهلاك.

-تقييد استخدام الأجهزة الذكية في أوقات محددة لضمان توازن الأنشطة اليومية.

-تنمية الوعي البيئي والاستهلاكي المستدام.

-توجيه الأطفال نحو اختيار المنتجات التي تحترم البيئة.

-تعليم الأطفال أهمية إعادة التدوير والتقليل من الاستهلاك غير الضروري.

6ـ تعزيز المراقبة والتوجيه:

-متابعة الأنشطة الرقمية للأطفال، خاصةً تلك المرتبطة بالتسوق عبر الإنترنت.

-توجيه الأطفال نحو المحتوى التعليمي والمفيد بدلاً من المحتوى الاستهلاكي المفرط.

-إعداد برامج تدريبية وإرشادية للأسر.

-توفير موارد تعليمية للأسرة عن أساليب التربية المالية والاستهلاكية.

7ـ تحفيز التفكير النقدي لدى الأطفال:

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

-تدريب الأطفال على التفكير النقدي تجاه العروض الترويجية والخصومات المبالغ فيها.

-مساعدة الأطفال على إدراك كيفية استخدام المعلنين لأساليب نفسية لجذب المستهلكين.

-8تشجيع الادخار:

-تعليم الأطفال أهمية الادخار وتأجيل الإشباع الاستهلاكي.

-إنشاء صناديق ادخار شخصية للأطفال لتعليمهم كيفية إدارة أموالهم.

9ـ تعزيز الوعي بحقوق المستهلك:

-تعريف الأطفال بحقوقهم كمستهلكين، مثل: حق الحصول على منتج بجودة مناسبة، وحق استرجاع السلع غير المرضية.

-تعليمهم كيفية تقديم الشكاوى وحماية أنفسهم من الاحتيال الرقمي.

10ـ تشكيل الوعي الاستهلاكي:

-عرض نماذج من المشكلات الاستهلاكية لدى الأسر وسبل حلها بالاستعانة بالخبرات المحلية والعالمية.

-عرض مقاطع فيديو تفاعلية عبر الانترنت وطرحها للمناقشات الجماعية لعينة من الأسر واستخلاص الدروس الاستهلاكية المستفادة منها وتلك التي يتعين التخلص منها.

11ـ مراجعة الجوانب التربوية المرتبطة بالسلوك الاستهلاكي لدى الأبناء:

-عمل برامج تدريبية وإرشادية للأبناء داخل المناهج التربوية.

-إبراز سبل إقناع الأبناء بسلوك استهلاكي معين دون التأثير على اتجاهات الأبناء نحو الآباء أو الأخوة والأخوات.

-الممارسة العملية للسلوكيات الاستهلاكية من خلال الانخراط في التسوق أو الابتياع من المحلات العامة وإظهار أن ليس كل ما نشاهده يستوجب الحصول عليه، وإنما هناك أولويات استهلاكية تبعًا للاحتياجات الفعلية.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

-عرض مستوى الدخل الخاص بالأسرة والمتطلبات الخاصة بها بكل صدق.

-إشراك الأبناء في وضع تصور عن كيفية الوفاء بالمتطلبات في ضوء الدخل المتاح.

-توعية الأبناء بمفاهيم الاستهلاك وتعزيز ثقافة التفريق بين الأساسيات والكماليات.

-التثقيف المالي لأفراد الأسرة (مخاطر الديون، كيفية الادخار) والأطفال عن طريق تطبيقات خاصة.

-العمل على تدعيم الشراء الذكي في الانترنت (تجنب الإعلانات المضللة، والتخطيط للشراء.)

-12وضع أهداف مالية للأسرة وأفرادها:

-الاستفادة من التكنولوجيا في استثمار أو توفير المال (تطبيق إدارة المال وغيرها.)

12ـ تعزيز دور الأسرة في اتخاذ القرارات المالية بشكل جماعي:

-القدوة الحسنة في التقليل من استخدام التكنولوجيا، حيث أنها أصبحت كجزء من أجزاء الجسم لا تفارق مستخدمها.

-التقنين من استخدامها وفرض ساعات معينة لمن هم أصغر سنًا ومنعها في الاجتماعات العائلية، حتى يتسنى التواصل الاجتماعي الواقعي الذي ينتج عنه الكثير من الفائدة، والقدرة على التعامل مع الآخرين ومهارات التواصل وفهم الآخرين.

-عقد دورات للأسرة من أجل زيادة الوعي لديهم بكيفية تنمية الوعي الاستهلاكي، وتبادل الأدوار بين الأهل وأطفالهم في التوعية الاستهلاكية لاستشعار المسؤولية.

13ـ المحاكاة في الترشيد والاستهلاك:

-وضع قوانين مرنة للتعامل مع المتغيرات الرقمية التي تتحدث باستمرار، بحيث تسهم في بقاء الطفل ضمن الحدود الآمنة في عالم التقنية الحديثة.

عرض ملخص نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة الحالية إلى عدة نتائج مهمة ومنها:

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

- دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها في ضوء تداعيات العصر الرقمي مُتحقِّقة بمستوى متوسط، حيث بلغ المتوسط الوزني للدرجات الكلية في هذا البعد (٣.٧) بانحراف مِعْياري (١.٢٤).
- المعوقات التي تواجه الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدي أبناءها في ضوء تداعيات العصر الرقمي مُتحقِّقة بمستوى متوسط، حيث بلغ المتوسط الوزني للدرجات الكلية في هذا البعد (٣.٠١) بانحراف مِعْياري (١.١٩).
- قدم الخبراء عدة مقترحات لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء بلغ عددها ٦٠ مقترحا مما يدل على أهميتها، وكان أكثرها تكرارًا: ضرورة تمكين الأسرة معرفيًا وسلوكيًا، ودمج مفاهيم الوعي الاستهلاكي من المناهج الدراسية، واستخدام التكنولوجيا الرقمية والإعلام التربوي كقنوات لنشر التوعية الاستهلاكية، بالإضافة إلى بناء شراكات تكاملية بين الأسرة والمدرسة والمجتمع، وكذلك بناء دليل إرشادي شامل للأسرة يحتوي على نماذج تطبيقية وعملية تساعد أولياء الأمور على تنمية وعي الأبناء الاستهلاكي في ظل التحديات المعاصرة.

توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج المقدمة حول واقع دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء، هناك عدة توصيات علمية مقترحة لتحسين الوضع الحالي وزيادة الوعي الاستهلاكي في ضوء تداعيات العصر الرقمي، يمكن عرضها فيما يلي:

- الاهتمام بتفعيل دور المدارس في دعم التوعية الاستهلاكية من خلال دمج مفاهيم الادخار، وترشيد الاستهلاك، والتسوق الآمن ضمن المناهج والأنشطة.
- العمل على إعداد برامج تدريبية موجهة للأسرة تُعزز من وعي الوالدين بكيفية تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء.
- تشجيع المؤسسات التربوية على إنتاج محتوى تثقيفي رقمي موجه للأسرة والأبناء حول السلوك الاستهلاكي الرشيد، مع مراعاة الجاذبية والبساطة والعمق التربوي.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

- دعم الأسرة من خلال توفير تطبيقات تسهل المتابعة للأبناء دون انتهاك خصوصية الأبناء.
- تفعيل دور الجهات الرقابية للعمل على منع الإعلانات التي تستهدف الأبناء بشكل غير مباشر دون رقابة أو إشراف تربوي.
- حث الباحثين حول التربية الاستهلاكية الرقمية والوعي الاستهلاكي على عينات متنوعة في بيئات مختلفة ومراحل عمرية مختلفة، للكشف عن التحولات السلوكية والتربوية التي أحدثها العصر الرقمي.
- التركيز على دور الوالدين كنماذج سلوكية كقدوة حقيقية في الممارسات الشرائية والمالية داخل المنزل.
- اقتراح شراكات بين الوزارات المختلفة للاتجاه إلى سياسات وطنية تدعم نشر الوعي الاستهلاكي للأبناء، والعمل على الحد من المعوقات التي تواجه الأسرة.

مقترحات لدراسات مستقبلية:

يمكن اقتراح الدراسات والبحوث الآتية لاستكمال الجوانب المتعلقة بهذه الدراسة كالآتي:

- التعرف على أثر البرامج الإرشادية الرقمية الموجه للوالدين على سلوكيات الأبناء الاستهلاكية.
- الكشف عن العلاقة بين أساليب التنشئة الأسرية وأنماط الاستهلاك الرقمي لدى الأبناء في البيئة السعودية.
- إجراء دراسة لتحليل محتوى للإعلانات الرقمية الموجهة للأبناء عبر الانترنت، لتحديد الرسائل المضمَنة فيها وتأثيرها المحتمل على سلوك الأبناء.
- دراسة البرامج الرقمية لتعليم الأبناء أسس الوعي المالي والاستهلاكي في المرحلة الابتدائية.
- قياس أثر تضمين برامج التربية الاستهلاكية في المناهج التعليمية السعودية على ممارسات الأبناء الشرائية.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

- إجراء دراسة مقارنة بين الأسر في بيئات مختلفة لقياس مدى قدرتها على تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأبناء في ضوء التحول الرقمي.
- إجراء دراسة ترصد تطور سلوك الاستهلاك لدى الأبناء من سن ٧ إلى ١٥ سنة، وربطه بدور الأسرة ومصادر التوعية المختلفة.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

المصادر والمراجع:

أولا: المصادر والمراجع العربية:

- إبراهيم، ليلي محمد، وآخرون. (١٩٩٩). الاتجاهات الحديثة في علوم الأسرة. دار القلم، دبي.
- أبو علام، رجاء محمد. (٢٠٠٦). مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية. دار النشر للجامعات، القاهرة.
- أحمد أحمد، هبة عبد المحسن. (٢٠١٧). برنامج مقترح في الاقتصاد المنزلي قائم على بعض استراتيجيات ما وراء المعرفة وأثره في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى طالبات كلية التربية بسوهاج. الثقافة والتنمية، (١٢٣). جمعية الثقافة من أجل التنمية، سوهاج، مصر.
- أحمد، سناء محمد علي محمد. (٢٠١٨). أنماط التنشئة الأسرية وعلاقتها بثقافة الادخار وترشيد الاستهلاك لدى الأبناء: بحث ميداني على عينة من الطلاب الريفيين والحضريين بجامعة أسيوط. حوليات آداب عين شمس, ٤٦. كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- أحمد، محمد شرف. (٢٠١١). أثر أداء التسويق الإلكتروني على الخدمات المصرفية الإلكترونية. مجلة المصرفي, ٦٠, ١٠–٢٨.
- الأحمدي، عبد الله بن عطية الله. (٢٠٢٠). التربية الأسرية في ترشيد الاستهلاك في ضوء ضوابط التربية الإسلامية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعة. مجلة جامعة الطائف للعلوم الإنسانية, ٦(٢٣).
- آل رشود، سعد بن محمد بن سعد. (٢٠١٨). ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة السعودية: دراسة ميدانية. المجلة العربية للدراسات التربوية والاجتماعية، (١٢). معهد الملك سلمان للدراسات والخدمات الاستشارية، الرياض.
- بدوي، أحمد زكي. (١٩٩٣). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. مكتبة لبنان، بيروت.
- بركاني، رانة. (٢٠١٥). دور الوعي الاستهلاكي في ترسيخ متطلبات المسؤولية الاجتماعية: دراسة حالة. رسالة ماجستير، كلية العلوم التجارية، جامعة أم البواقي.
- بكّه، البرامج التعليمية. (٢٠٢٥). أهم العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك نفسيًا واجتماعيًا وثقافيًا. مركز بكّه للمعرفة https://bakkah.com/ar/knowledge-center/five-factors-influencing-consumer-behavior?utm_source=chatgpt.com .
- بن شمس، ندى علي حسن. (٢٠١٧). المواطنة في العصر الرقمي: نموذج مملكة البحرين. سمسمة دراسات. معهد البحرين للتنمية السياسية.

مجلة كلية التربية . جامعة طنطا
ISSN (Print):- 1110-1237
ISSN (Online):- 2735-3761
https://mkmgt.journals.ekb.eg
المجلد (٩١) العدد الثاني ج (٢) أبريل ٢٠٢٥

- بن عيسى، عنابي (٢٠٠٨). جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، الجزائر.
- التويجري، صالح بن عبد العزيز. (٢٠١٩). العوامل ذات العلاقة بتكوين الاستهلاك الترفي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية من وجهة نظر المرشدين وسبل ترشيده: دراسة ميدانية بمدينة الرياض. مجلة العلوم التربوية والنفسية، ١٣(٢). جامعة القصيم.
- جبر، نهاد محمد محمد. (٢٠١٩). برنامج قائم على الألعاب التعليمية لتنمية الوعي الاستهلاكي لدي طفل الروضة. مجلة كلية التربية، العدد ٢٠، المجلد ٧، كلية التربية، جامعة العريش، مصر.
- الجنيبى، محمد سالم محمد. (٢٠١٧). دور الأسرة الإماراتية الفعال في التنشئة الاجتماعية السليمة. شؤون اجتماعية, ٣٤ (١٣٣) ١٧١-١٨١.
- حجازي، نهاد فتحي سليمان. (٢٠١٦) الألعاب الإلكترونية وتأثيرها على الأطفال: دراسة مسحية. القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- الحديدي، منى سعد، وسلوى إمام علي. (٢٠٠٤). الاتصال ووسائل الإعلام في العشوائيات بين الواقع والمأمول المجلس القومي للمرأة.
- الحساني، عبد الله. (٢٠٢٢). مفهوم التنشئة الاجتماعية: دلالات فلسفية وسوسيولوجيا. المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، ١٨(٦), ١٢٧-١٣٤.
- حماد، وجيدة محمد نصر. (٢٠١٧). تفعيل دور ربة الأسرة في إكساب الأبناء بعض القيم الاقتصادية وعلاقته بسلوكهم الادخاري لمرحلة الطفولة المتأخرة من ٩-١٢ سنة. مجلة التربية النوعية والتكنولوجيا، العدد ١، كلية التربية النوعية، جامعة كفر الشيخ.
- الخريف، رشود بن محمد. (٢٠١٦). الأسرة السعودية ما بين ثقافة الاستهلاك وصعوبة الاستثمار. صحيفة الاقتصادية (السعودية)، نشر بتاريخ ٧ أغسطس . https://www.aleqt.com/2016/08/07/article_1075890.html
- الخطيب، محمد شحات، وآخرون. (١٤٢١هـ). أصول التربية الإسلامية (ط ٣). دار الخريجي للنشر، الرياض.
- خلف، أحمد محمد محمود. (٢٠٠٨). الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية، السعودية، ص١٣.
- الخولي، سناء. (١٩٨٢). الزواج والعلاقات الأسرية. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.

- الدوسري، نوف محمد. (١٤٢٦هـ). دور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية لمواجهة تداعيات عصر العولمة. [رسالة ماجستير، كلية التربية للبنات، الرياض، المملكة العربية السعودية.]
- رضوان، أحمد عبد الغني محمد. (٢٠٢٠). فاعلية برنامج تعليمي قائم على التأصيل الإسلامي للتربية الاستهلاكية في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية: دراسة تجريبية. العلوم التربوية، العدد ٤، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة.
- الرماني، زيد بن محمد. (٢٠٠٠). عولمة الاستهلاك في العالم الثالث. جريدة الجزيرة، (١٩٩٦ .). http://www.al-jazirah.com/2000/20000210/ec5.htm
- زرقان، وفاء. (٢٠١٤). تأثير السعر على قرار شراء السلعة. رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، الجزائر.
- زغير، سلام ساجت. (٢٠٢٢). أساليب الإقناع في الإعلانات الإلكترونية ودورها في تعزيز القدرة الشرائية للمرأة. مجلة كلية الإمام الكاظم، ٦(٣)، ٤٥٨-٤٧٠.
- الزهراني، عبد الرزاق بن حمود. (٢٠١٧). التغيرات الاجتماعية والاستهلاك في المجتمع السعودي: دراسة تاريخية اجتماعية. المجلة الاجتماعية، (١٣). الجمعية السعودية لعلم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

ثانيا – المراجع الأجنبية:

- Brown, R., & Williams, S. (2018). The digital age: A comparative study. Journal of Digital Studies, 10(2), 112–125. . https://doi.org/
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing. Routledge.
- Cotte, J., & Wood, S. (2004). Families and innovative behavior: A triad study of influence. Journal of Consumer Research, 31(3), 54–66.
- Dewinatalia, S., & Irwansyah, I. (2022). Digital marketing on young consumer behavior: A systematic literature review. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 5(3), 245–260. https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/6461
- Dotson, M. J., & Hyatt Major, E. M. (2005). Major influence factors in children's consumer socialization. Journal of Consumer Marketing, 22(1), 35–42.
- Dunlop, S., Freeman, B., & Jones, S. C. (2016). Marketing to teens in the digital age: The risks of digital marketing and prevention. Media and Communication, 4(3), 87–102.

- Dunlop, S., Freeman, B., & Jones, S. C. (2020). Marketing to teens in the digital age: The risks of digital marketing and prevention. Media and Communication, 6(10), 101–115.
- Gonzalez, L. M., Stein, G. L., & Huq, N. (2013). Cultural socialization and identity development in diverse youth. Journal of Cultural Psychology, 7(2), 150–170.
- Grusec, J. E., & Hastings, P. D. (2015). Handbook of socialization: Theory and research. Guilford Press.
- Kamaruddin, R., & Safiek. (2008). Consumer socialization, social structural factors and decision-making styles: A case study of adolescents in Malaysia. Sage Publications.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of marketing (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of marketing (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of marketing (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Wiley.
- Krypton, A. (2020). The consumer behavior of children toward digital audiovisual advertising. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 426, 1–10. https://www.atlantis-press.com/proceedings/icvhe-18/125938318
- Lawlor, M.-A., & Prothero, A. (2011). Pester power: A battle of wills between children and their parents. Journal of Marketing Management, 27(5–6), 639–656.
- Lueg, J. E., & Finney, R. Z. (2007). Interpersonal communication in the consumer socialization process: Scale development and validation. Journal of Marketing Theory and Practice, 15(1), 20–35.
- Lupiáñez-Villanueva, F., et al. (2016). Study on the impact of marketing through social media, online games and mobile applications on children's behavior [Report]. European Commission.

- Mukherji, J. (2005). Maternal communication patterns, advertising attitudes and mediation behaviors in urban India. Journal of Marketing Communications, 11(4), 247–262.
- Naumovska, L., & Milenkovska, A. (2017). Marketing to children: The impact of digital media. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 7(5), 50–66.
- New Webster's Dictionary. (1993). New Webster's Dictionary (p. 862). Lexicon Publications.
- O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. Pediatrics, 127(4), 800–804.
- Regnerus, M. D., Smith, C., & Smith, B. (2004). Religious socialization and adolescent outcomes: Evidence from a national study. Journal for the Scientific Study of Religion, 43(1), 23–40.
- Ryan, D. (2016). Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation. Kogan Page.
- Sandberg, H., Gidlöf, K., & Holmberg, N. (2019). Teens' exposure to digital marketing: Risks and protection mechanisms. International Journal of Communication, 5(22), 300–320.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer behavior (10th ed.). Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer behavior (10th ed.). Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer behavior (10th ed.). Prentice Hall.
- Schoenbachler, D. D., Ayers, D. J., & Gordon, G. L. (2006). Consumption symbolism: A consumer socialization perspective. Journal of Consumer Research, 11(March), 898–913.
- Shaffer, D. W. (2006). How computer games help children learn. Macmillan.
- Shim, S., Barber, B. L., Card, N. A., Xiao, J. J., & Serido, J. (2010). Financial socialization of first-year college students: The roles of parents, work, and education. Journal of Youth and Adolescence, 39(12), 1457–1470.
- Smith, J., & Johnson, M. (2020). The digital age in Western societies: A comparative study. Journal of Digital Studies, 8(2), 45–58.
- Smith, J., Johnson, K., & Williams, R. (2020). Sports socialization and team dynamics: An empirical study of youth athletes. International Journal of Sports Psychology, 15(4), 321–335.

- Solomon, M. R. (2020). Consumer behavior: Buying, having, and being (13th ed.). Pearson Education.
- Solomon, M. R. (2020). Consumer behavior: Buying, having, and being (13th ed.). Pearson Education.
- Solomon, M. R. (2020). Consumer behavior: Buying, having, and being (13th ed.). Pearson Education.
- Sumpf, J., & Hugues, M. (1973). Dictionnaire de sociologie. Larousse.
- Surender Kumar, C. V. (2019). A study on impact of digital marketing on adolescents in Malaysia: Risks and prevention [Doctoral dissertation, Tibrewala University].
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). Social media marketing. Sage.
- Webley, P., & Nyhus, E. K. (2013). Economic socialization, saving and assets in European young adults. Economics of Education Review, 33, 65–78.
- Williams, D. E., & Willick, B. (2023). Co-shopping and e-commerce: Parent's strategies for children's purchase influence. Electronic Commerce Research, 24, 1–15. https://doi.org/10.1007/s10660-023-09682-9
- Zarouali, B. (2019). Adolescents' interactions with digital marketing on social networking sites: Risks and prevention [Master's thesis, University of Antwerp].