



**متطلبات تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة
على ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة**

**Family role activating in rational consumer
upbringing Requirements In light of
contemporary societal changes**

إعداد

د/ جملات محمد أحمد علي عميرة

مدرس أصول التربية

كلية التربية- جامعة أسيوط

متطلبات تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة**على ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة****ملخص البحث:**

يعد الاستهلاك أحد القضايا الراهنة في وقتنا المعاصر، وذلك لإرتباطه بالعديد من الأبعاد الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية، والثقافية، وغيرها، وتتشكل ثقافة الفرد الاستهلاكية من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتعتبر الأسرة المؤسسة الأولى لعملية التنشئة الاجتماعية، فأساليب التنشئة الأسرية السليمة لها دورًا كبيرًا في تشكيل منظومة القيم لدى الطفل، وخاصة قيم الثقافة الاستهلاكية، وتراجع دور الأسرة اليوم بشكل كبير بحدوث جملة من التغيرات التي طرأت على المجتمع ككل في جميع الميادين، وأصبح هناك تناقض في القيم بين ما يتلقاه الطفل من الأسرة، وما يتلقاه من جماعة الرفاق أو وسائل الإعلام؛ لذا استهدف البحث الحالي تحديد متطلبات تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة على ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة، وقد استخدم البحث المنهج الوصفي؛ لملاءمته لموضوع البحث وأهدافه.

وقد توصلت نتائج البحث إلى تحديد المتطلبات اللازمة؛ لتفعيل دور الأسرة في عملية التنشئة الاستهلاكية، وقد تمثلت هذه المتطلبات في تعديل البنية المعرفية للطفل، وتربيته على القيم المستمدة من القرآن الكريم، والسنة النبوية الشريفة، وتدريبه على الإنفاق في أوجه الخير ابتغاء مرضاة الله تعالى، والتثقيف الاستهلاكي للطفل، والعمل على وجود القدوة الحسنة داخل محيط الأسرة، وتدعيم السلوك الإيجابي للطفل، وتهيئة فرص التطبيق الاستهلاكي له، وحثه على الرقابة الذاتية الموجهة، وحمايته كمستهلك وتوعيته، بالإضافة إلى اختيار الأسلوب المعيشي الملائم لأفراد الأسرة.

الكلمات المفتاحية:

المتطلبات- دور الأسرة- التنشئة الاستهلاكية- التغيرات المجتمعية المعاصرة.

Family role activating in rational consumer upbringing Requirements In light of contemporary societal changes

Abstract :

Consumption is one of the current issues in our contemporary time, because it is linked to many economic, social, environmental, cultural, and other dimensions. An individual's consumer culture is formed through the process of socialization, and the family is considered the first institution of the socialization process. Sound family upbringing methods play a major role in Forming the values child's system, especially consumer culture values ,the family role has declined significantly today because a number of changes that have occurred in society as a whole in all fields. There has become a contradiction in values between what the child receives from the family, and what he receives from the group of friends or the media. Therefore, the current research aimed to determine the requirements for activating the role of the family in rational consumer upbringing in light of contemporary societal changes. The research used the descriptive approach. Due to its suitability to the research topic and purpose.

research results identified the necessary requirements, To activate the family role in the consumer upbringing process, these requirements were represented in modifying the child's cognitive structure, raising him on the values derived from the Holy Qur'an and the Noble Prophet's Sunnah, training him to spend in good causes seeking the pleasure of God Almighty, consumer education for the child, and working on the presence of a good role model. Within the family environment, supporting the child's positive behavior, creating consumer opportunities for him, urging him to engage in directed self-monitoring, protecting him as a consumer and educating him, in addition to choosing the appropriate way of living for family members.

key words :

Requirements - family role - consumer upbringing - contemporary societal changes

الإطار العام للبحث:

مقدمة:

تسود العالم المعاصر تطورات تنموية سريعة ومتعددة شملت مناحي الحياة على تنوعها واختلافها، وكان لها الأثر على الحياة اليومية للأفراد، والجماعات مثل: وفرة الإنتاج، وسرعة التوزيع، وزيادة الدخل، وتقدم وسائل الاتصالات، والاعتماد بشكل كبير على فعالية برامج الإعلان في الترويج، والتعريف بالسلع، والمنتجات، إضافة إلى التطورات التقنية المتسارعة وغيرها من المجالات الناجمة عن جهود الإنسان، وعلمه، وإبداعاته.

ولهذه التطورات آثار سلبية تمس حياة الأفراد والجماعات، ومن هذه الآثار عادة الاستهلاك المتزايد لدى الأفراد، كما أن العالم تسوده نزعات، وثقافات استهلاكية متنوعة تبدو واضحة في سلوكيات التباهي، والتفاخر، والتقليد، والاستمتاع، والميل إلى الراحة، والاسترخاء وغيرها.

ويعد الاستهلاك من الموضوعات التي تمثل جانباً للثقافة من الصعب تجاهله، حيث أن أنماط الاستهلاك، واتجاهات الأفراد تجاه الإنفاق، والإدخار تلقي الضوء على مدى ما يسود بين هؤلاء الأفراد من وعي، وقيم، وتصورات انتقلت إليهم عن طريق التنشئة الاجتماعية، وما يتضح لديهم من رشد وعقلانية في ممارسات الاستهلاك المختلفة، أو من بذخ، وترف، وتظاهر باقتناء الكماليات، وبهذا يرتبط الاستهلاك بمساحة ثقافية واسعة، جزء منها يرتبط بالمخزون الثقافي المكتسب من المحيط الاجتماعي، ويرتبط الآخر بأبعاد السلوك الإنساني في الوقت الحاضر، وتوقعات ما يمكن أن يحدث في المستقبل أو التنبؤ بأنماط الاستهلاك التي تسود لدى هؤلاء في المستقبل. (علام، ٢٠٠٢، ٣٣)

وفي مطلع القرن التاسع عشر ظهرت عدة مفاهيم أضافت إلى التربية العامة، وتربية الطفل خاصة قيماً جديدة؛ لمواجهة التغيرات التي طرأت على المجتمع، وعلى الأسرة، وعلى الأفراد، وغيرت بشكل كبير في سلوكهم ومن هذه المفاهيم تلك المتعلقة بثقافة الاستهلاك.

ومما لاشك أن مصر، والدول العربية تعاني من المشاكل الاستهلاكية على مختلف المستويات؛ مما يستوجب تنمية هذه المفاهيم بما لديها من القائمين على تربية الطفل؛ لمواجهة التغيرات المتتالية التي تحدث في هذا العصر، والتي انعكست بشكل ملحوظ في سلوكيات الأفراد، والمجتمع، وأحدثت بها الكثير من التغيرات. (محمد، ٢٠١٢، ٢٥١)

ويتميز السلوك الاستهلاكي بقابليته للتغير من سلوك غير رشيد إلى سلوك رشيد والعكس، ومن هذا المنطلق تأتي أهمية التنشئة الاستهلاكية، ويأتي دور الأجهزة المختلفة التي يمكن أن تسهم في تربية السلوك الاستهلاكي بتحويله من عدم الرشد إلى الرشد أو المحافظة عليه إن كان رشيداً حتى لا ينحرف عن هذا الرشد. (عطايا، ٢٠٠١، ١١٩)

فالتنشئة الاستهلاكية الرشيدة تكسب الفرد وعياً استهلاكياً يجعله رشيداً في اتخاذ قراره الاستهلاكي، غير أن هذا الوعي الذي توفره هذه التنشئة قد يضعف أو يقل فيقع الفرد في شرك الإسراف أو التبذير أو التقدير مما يؤثر على المجتمع في النواحي الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، وهنا لابد من علاج يتمثل أساساً في التذكير بالضوابط، والقيم الإسلامية التي تحكم الفرد في استهلاكه، ولا يمكن أن تقوم جهة منفردة بمهمة التعليم، والتوعية وإنما لابد أن تقوم الأسرة، والروضة، والمدرسة، والإعلام، والمؤسسات الدينية وما شابهها من مؤسسات مجتمعية بتوعية الأفراد، وتوفير المعلومات، وإتاحة الخبرات التي عن طريقها يكتسب الطفل مهارات جديدة في الاستهلاك الرشيد.

وتؤدي الأسرة الدور الأكبر في تنشئة الأطفال تنشئة استهلاكية سليمة، فيتجسد أمام الطفل ما يسمى القدوة الاستهلاكية من خلال سلوك الأب وسلوك الأم، والتنشئة عملية شاملة تحتوي الأخلاق، والإيمانيات والحلال والحرام، وكذلك القيم الاقتصادية، وكلما تم غرس القيم مبكراً كانت أثبت، وأنفع لدى الأبناء، فالتربية في الصغر كالنقش على الحجر، ومن شب على شيء شاب عليه، ولقد اهتم سلفنا الصالح بذلك، بل كانوا يديرون الأولاد منذ صغرهم على كيفية الكسب، وكيفية الإنفاق، وكيفية إدارة الأعمال، وهذه المفاهيم الاقتصادية تنمي لدى الأبناء منذ الصغر الرقابة الذاتية، والخشية من الله، فإذا شب الطفل على هذه القيم، وطبقها في جوانب

حياته كان فردًا مستقيمًا منضبطًا بشرع الله في كل معاملاته ومنها الاستهلاكية، ويعتمد عليه فيما بعد لإدارة اقتصاد بيته، واقتصاد مجتمعه على أسس صحيحة. (بالظاهر، غرغوط، ٢٠١٨، ٦٨ - ٦٩)

وفي ضوء ما تقدم يتضح أن التربية السلمية تتطلب إكساب الطفل حقائق، ومهارات، واتجاهات معينة، منها الإتجاه نحو ترشيد الاستهلاك، وحيث إن كثيرًا من المعلومات، والبيانات المتعلقة بترشيد الاستهلاك، وتوجيه المستهلك، وتكوين الاتجاهات السليمة لديه ليست فطرية وإنما هي مكتسبة، فلا بد من دراستها وممارستها وربطها بجوانب الحياة اليومية ومتطلباتها الأساسية، وحيث إن الطفل فردًا في أسرة، مستهلك للغذاء، والملابس، واللعب، والمصروف، وممتلكات الأسرة من أجهزة، وأدوات؛ لذا فإن الاهتمام بمراقبة الطفل، وتوجيه سلوكه أمر ضروري حتى يمكنه أن يشارك بنصيب من الجهد، والعمل في تنظيم الاستهلاك، وفي هذا البحث تحاول الباحثة تسليط الضوء على المتطلبات اللازمة لتفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة في ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة.

الدراسات السابقة:

يتم عرض الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية ذات الارتباط بموضوع البحث تبعًا لترتيبها الزمني من الأحدث إلى الأقدم ثم يلي ذلك تعقيب عام عليها جميعًا. هدفت دراسة العزي (٢٠٢٣) تعرف أهمية التربية الاستهلاكية، وتأثيرها على سلوك المستهلك، وترشيده، وكيفية تنمية الوعي الاستهلاكي، وأهميته لدى الأفراد كما حددها الإسلام، حيث استخدمت المنهج الوصفي الاستقرائي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن من واجبات الأسرة غرس مفهوم ترشيد الاستهلاك الذي يضبط سلوك المستهلك، وأن الوعي الاستهلاكي من أهم العمليات العقلية التي يجب أن يهتم الفرد بتنميتها، وأن المتغيرات المعاصرة كالعوامل الثقافية، والاقتصادية الحديثة، وأسعار السلع، والخدمات، وطريقة الدعاية والإعلان أثرت تأثيرًا كبيرًا على سلوك المستهلك مما أدى إلى زيادة نوع وكمية الاستهلاك للسلع، والخدمات مما يختلف عن الاستهلاك سابقًا.

واستهدفت دراسة محمد (٢٠٢١) تعرف دور الأسرة في تنمية الوعي الإقتصادي لطفل الروضة، وتم استخدام المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن الأسرة تؤدي دورًا مهمًا في تحقيق الوعي الإقتصادي للطفل من خلال ما تقدمه من مواقف، وتوجيهات تخدم عملية غرس عادات الاستهلاك الرشيد بداخله، وتنقيفه اقتصاديًا، وتدريبه على تنظيم وقته من خلال مساعدته على الممارسة العملية، واتباع نموذج القدوة الذي يدعم إكسابه القدرة على اتخاذ قرارات مناسبة في مختلف المجالات الاقتصادية.

وسعت دراسة إبراهيم (٢٠٢٠) تعرف تأثير تفاعل الطفل في ضوء الاستقلالية التي يتيحها له الوالدين مع وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيرها وارتباطها بسلوكه الاستهلاكي وفقا لإطار عملي يؤكد أن الذكاء المتعلق بالطفل له دور في عمليات الاستهلاك الشرائي للأسرة، وتم إجراء الدراسة بالتطبيق على عينة قوامها (٣٤٨) طفلاً، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تفاعل الطفل مع شبكات التواصل الاجتماعي، والقدرة على التوصل لقرار شراء مرضي.

وهدفت دراسة الصياد (٢٠١٦) إلى تشخيص ظاهرة تغير الاستهلاك وتحديد محاورها، وتفسير ظهورها، وأسلوب التصدي لآثارها، ونتائجها السلبية على الأسرة الحضرية، والريفية مع التأكيد على وضع حلول سوسولوجية لحماية الأسرة، والمجتمع، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: تراجع قيم الإيداع، والاستثمار، وقيمة العملة المحلية لدى معظم الأسر خاصة في الحضر، علاوة على تغير ثقافة الاستهلاك في الريف والحضر، وزيادة نسبة التغير في الحضر عنه في الريف من حيث زيادة حجم السلع، وتنوعها، والتركيز على السلع الكمالية، وشراء أجهزة المحمول وكروت الشحن مما أثر سلباً على كيان الأسرة، والعلاقات الاجتماعية، وضياح الوقت، والضغط على ميزانية الأسرة.

وهدفت دراسة طمليّة (٢٠١٣) تعرف العوامل المؤثرة على عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل الأردني، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة قياس، ووزعت على (٥٠٠) طفلاً من عمر

(١٠ - ١٦) سنة، وخلصت الدراسة إلى أن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل الأردني تتأثر بمجموعة من وكلاء التنشئة منها: الأسرة، والأقران، والإعلان التجاري على القنوات التلفزيونية. وتناولت دراسة (Lawlor & Prothero (2011) طريقة تعامل الآباء مع إلحاح أبنائهم على شراء منتجات معينة، ومدى استجابتهم لذلك كشكل من أشكال التنشئة الاستهلاكية للطفل، كما تناولت الدراسة الأسلوب الذي يتبعه الأطفال في حال رفض الآباء الاستجابة لطلباتهم الشرائية، مثل الإلحاح وإظهار الغضب، وعدم السعادة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الأطفال يدركون الاستجابات المختلفة لآبائهم نحو طلباتهم الشرائية مثل الموافقة، والرفض، والمماطلة والتفاوض، ويعتبرها الأطفال لعبة طبيعية، ومسلية بينهم، وبين آباءهم ومعرفة اختيار إرادات بين الآباء، والأبناء حول تلبية الرغبات الشرائية للأطفال، في حين اعتبرت الدراسة من وسائل التنشئة الاستهلاكية للطفل أكثر منها مجرد إلحاح، وإزعاج من الطفل لآبائه.

وسعت دراسة (Harari & Hornik (2010) إلى تعرف تأثير مجموعة من العوامل على درجة اهتمام الأطفال والمراهقين بالمنتجات، واختيرت الدراسة العوامل الآتية: العمر، والمعلومات غير الموضوعية المتوافرة لدى الطفل عن المنتج، تأثير الأداء، وتأثير الأقران، إضافة إلى فئة المنتج، وأجريت الدراسة على ٢٥٢ طفلاً من عمر ٤ - ١٥ سنة، وأشارت النتائج إلى أن أفراد العينة جميعهم تأثروا بجميع المتغيرات السابقة، أما درجة التأثير اختلفت باختلاف الفئات العمرية، فالأطفال الصغار كان التأثير الأكبر عليهم للوالدين، والأقران، أما الأطفال الأكبر فكان التأثير الأكبر للأقران، وفئة المنتج، في حين أن المراهقين كان التأثير الأكبر على درجة اهتمامهم بالمنتجات هو المعلومات غير الموضوعية المتوافرة لديهم عن المنتج، وفئة المنتج.

وتوصلت دراسة (Anup (2008) إلى أن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل تتأثر بمجموعة عوامل منها: عمر الطفل، ودخل الأسرة، والتعرض لوسائل الإعلام، ومناقشة الإعلانات، وشؤون الاستهلاك بين الآباء وأطفالهم.

وتوصلت دراسة (Kamaruddin & Mokhlis (2008) إلى أنه توجد مجموعة من العوامل المؤثرة على عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل والمراهق منها: نوع الأسرة وحجمها، والنمط الأبوي السائد في الأسرة، وحجم الإتصال بين الآباء والأبناء ونوعيته، وعمر الطفل وجنسه، وترتيب الطفل في الأسرة، والمتغيرات الاقتصادية للأسرة. وهدفت دراسة (Sidin et al. (2008) تعرف تأثير عمر الطفل، وجنسه، ومكان سكنه في سلوكه الاستهلاكي، ونواياه الشرائية، وأجريت الدراسة على ٣٠٠ طفل في الفئة العمرية (٩-١٤) من المقيمين في أربع مدن ماليزية، واتبعت الدراسة أسلوب العينة الهادفة والموجهة، وأشارت النتائج إلى أن عمر الطفل، ومكان سكنه هما العوامل المؤثرة على سلوكه، وإتجاهاته الاستهلاكية.

وسعت دراسة (Jason & Finney (2007) تعرف تأثير وكلاء التنشئة الاستهلاكية المؤثرين على تنشئة الطفل مثل أقران المدرسة، ووسائل الاعلام على إدراك الطفل للعلامة التجارية، كما هدفت الدراسة إلى اختبار كيف تؤثر عملية التنشئة الاستهلاكية على أنماط القرارات الشرائية للمراهقين؛ من خلال تأثير التفاعل بين المراهق، وبين التنشئة الاستهلاكية الآتية: الآباء، الأقران، ووسائل الإعلان المطبوع، والإعلانات التجارية التليفزيونية إضافة إلى تأثير المدرسة، واختبرت الدراسة هذا التأثير باختلاف متغيرات الهياكل الاجتماعية الآتية: الطبقة الاجتماعية، والجنس، والجنسية والعرق، ومكان الإقامة، والدين. وأجريت الدراسة على عينة من ٩٣٤ مراهقاً من عمر ١٦-١٩ عاماً. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيرات الهيكل الاجتماعي للمراهق، وبين عملية التنشئة الاستهلاكية له، كما أظهرت الدراسة أن الأقران هم الأكثر تأثيراً على المراهق فيما يتعلق بالتنشئة الاستهلاكية، كذلك وسائل الإعلام المطبوعة، والإعلانات التجارية التليفزيونية، وأكدت الدراسة على أن الآباء ليس لديهم التأثير الكبير على القرارات الشرائية لأبنائهم المراهقين.

وتناولت دراسة (Moschis (2006) تأثير بعض المتغيرات الديمغرافية للطفل مثل العمر، والجنس، ودخل الأسرة، والطبقة الاجتماعية التي تنتمي إليها الأسرة على عملية التنشئة

الاستهلاكية للطفل، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القدرات، والمهارات الاستهلاكية للطفل تزداد مع زيادة المستوى الاجتماعي للأسرة. أما فيما يختص بجنس الطفل فتوصلت الدراسة إلى أن الأطفال الذكور يتمتعون بقدرة أعلى على السؤال، والاستفسار حول المعلومات المتعلقة بقرار الشراء من الأطفال الإناث، كما أن النمط الأسري القائم على المساواة بين الأبناء الذكور والإناث يؤثر إيجابياً على عملية التنشئة الاستهلاكية لهم.

وتوصلت دراسة (Schot Juliet 2006) إلى أن الآباء في الوقت الحاضر يفقدون سيطرتهم على عملية التنشئة الاستهلاكية لأبنائهم في ظل انشغالهم بالعمل خارج المنزل لساعات طويلة، واستهلاك الإعلانات التجارية التليفزيونية للأطفال ولمختلف أنواع المنتجات من مواد غذائية، وترفيهية، وألعاب، مما أدى إلى أن تصبح ثقافة الأطفال حالياً ثقافة استهلاكية مرئية مقارنة بثقافة الأطفال في القرن الماضي، نتيجة لتأثر ثقافة الطفل في الوقت الحاضر بوسائل الإتصال المرئية، والأقران، مما جعل الآباء في مأزق بين الانصياع لقرارات الطفل الشرائية المتأثرة بوسائل الإعلام المرئية، والأقران، وبين تعليم الطفل القيم، والإتجاهات، والمعلومات الاستهلاكية المستحبة من وجهة نظر الوالدين.

وبحثت دراسة (Singh 2006) في تأثير اختلاف الثقافات، والاختلافات العرقية على عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل، وأجريت الدراسة على ٤٠٢ طفلاً في مرحلة رياض الأطفال من خلال المقابلة المباشرة مع الأطفال؛ للتعرف إلى اهتماماتهم، ومعرفتهم، وميزانيتهم اليومية، والأنشطة الشرائية التي يقومون بها، إضافة إلى مصادر التأثير على سلوكهم الاستهلاكي. وبالاعتماد على تأثير المتغيرات الديموغرافية مثل: العمر، الجنس، والطبقة الاجتماعية، ونمط عائلة الطفل على عملية التنشئة الاستهلاكية، وتوصلت الدراسة إلى أن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل تعتمد على خصائصه الديموغرافية خاصة العمر.

وهدفت دراسة (Dotson & Hyatt 2005) تقديم تفسير عملي للكيفية التي ينشأ بها الطفل مستهلكاً في هذه الأيام، وقد أجرى الباحث استطلاعاً لعدد من الأطفال بلغ عددهم ٦٦٣ طفلاً مستخدماً التحليل العاملي لقياس اتجاهات الأطفال، وتفاعلهم مع وكلاء التنشئة

الاستهلاكية، ومتغيرات السوق بما فيهم التسوق، واستخدام وسائل الإعلام، وخلصت الدراسة إلى أن العوامل الخمسة الأكثر تأثيراً على عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل في الولايات المتحدة الأمريكية هي: العوامل الاجتماعية، التلفزيون، والعائلة، وعملية التسويق، والعلامة التجارية.

وأكدت دراسة (Kooper & Verma 2005) على أن الطفل يستجيب للإعلان التجاري التلفزيوني بطلب شراء معين، ومن علامة تجارية محددة بعد سن الثامنة، وأوصت الدراسة بأنه للتقليل من الأثر السلبي للإعلانات التجارية التلفزيونية لابد من مشاركة الآباء أبنائهم في مشاهدة بعض الإعلانات، ومناقشة مدى صدقيتها، ومدى الحاجة إلى المنتجات المعلق عنها، وإمكانية شرائها، كما اعتبرت الدراسة الإعلانات التجارية التلفزيونية مصدراً للمعلومات المؤثرة على عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل، كما أن الأطفال الذين يتعرضون بشكل أكبر للإعلانات يتشكل لديهم إتجاه إيجابي أكثر نحو الإعلانات.

وتناولت دراسة (Mukherji 2005) العلاقة بين أساليب التواصل الأسري، والإعلانات التلفزيونية المقدمة للأطفال، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وأشارت بيانات المسح من هذه الدراسة إلى أنه يمكن استخدام إطار الاتصالات العائلية لفهم المواقف الإعلانية، وأن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل تختلف باختلاف ثقافة المجتمع الذي ينشأ فيه.

وأكدت دراسة (Cotte & Wood 2004) على أن تأثير الآباء والأخوة الأكبر في الأسرة في عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل يزداد كلما كانت الأنماط الاستهلاكية لهؤلاء الآباء أو الإخوة الكبار تتميز بالإبتكار والتجدد، وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن الطفل الأصغر في الأسرة يتميز غالباً بسلوك استهلاكي أكثر تجديداً وابتداعاً من الأكبر منه.

وأشارت نتيجة دراسة عبود (٢٠٠٤) إلى أن الطفل يكتسب مجموعة من العادات الاقتصادية من الأسرة من بينها عادات الاستهلاك؛ مما يشكل حياته فيما بعد، كما تؤثر العادات الاستهلاكية الخاطئة للوالدين كالإسراف، والترف، وغيرها سلباً على نشأته ومستقبله.

وأشارت دراسة (Halan 2002) إلى أن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل تتم من خلال ملاحظة الأطفال المباشرة، وغير المباشرة لآبائهم في ممارسة سلوكيات استهلاكية رشيدة أو غير رشيدة، وبهذا يكتسبون مهارات استهلاكية منهم، وهذا يعتمد على الكيفية التي تمت بها عملية تنشئتهم الاستهلاكية ليتصرفوا كمستهلكين، والتي تختلف باختلاف شخصية الآباء، أدوار أفراد الأسرة باختلاف الجنس، وبإختلاف أنماط التواصل فيما بينهم، إضافة إلى إختلاف نوعية الأسرة من حيث كونها نووية أو ممتدة أو من حيث وجود أحد الأبوين أو كلاهما في الأسرة.

وتوصلت دراسة (Bhushan 2002) إلى أن الأطفال يتعلمون السلوك الاستهلاكي عن طريق ملاحظتهم للسلوك الاستهلاكي لآبائهم خلال عمليات التسوق سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وبالتالي يكتسبون مهارات التسوق، والاستهلاك المختلفة اللازمة لإعدادهم كمستهلكين، كما توصلت إلى أن دور الطفل في القرار الشرائي للأسرة يعتمد على عملية التنشئة الاستهلاكية التي مر بها خلال عملية إعداده كمستهلك في أثناء تفاعله مع وكلاء التنشئة والأسرة، والأقران، ووسائل الإعلان، دون إغفال تأثير العوامل الديمغرافية، والاجتماعية للأسرة مثل: النمط الأبوي السائد في الأسرة، والدور المرتبط بجنس الطفل، وأنماط الاتصال السائدة في الأسرة، وهيكل الأسرة (نووية أو ممتدة، أو أسر تعولها الأم) أم أسرة ذات دخلين، أو أسرة بأحد الأبوين، إضافة إلى أهمية دور مشاركة الآباء لأبنائهم في مشاهدة الإعلانات التجارية التليفزيونية التي تؤثر في عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استقراء الدراسات السابقة العربية، والأجنبية يمكن التوصل إلى مجموعة من النتائج، والمؤشرات التي تعد نقطة مهمة للبحث الحالي حيث اتجهت نتائج عديد من هذه الدراسات إلى التركيز على أهمية دور الأسرة في عملية التنشئة الاستهلاكية لتحقيق الاستقرار الأسري مثل: دراسة العزي (٢٠٢٣)، ودراسة محمد (٢٠٢١)، وأجمعت دراسة كل من عيود (٢٠٠٤)، والصياد (٢٠١٦) على تغيير ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة، وتراجع قيم الادخار والاستثمار، وأن العادات الاستهلاكية الخاطئة للأسرة تؤثر بالسلب على نشأة الطفل، كما أكدت

نتائج بعض الدراسات على أن السلوك الاستهلاكي للطفل يتأثر بمجموعة من العوامل، مثل دراسة (Mutherji 2005) التي أكدت على أن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل تختلف باختلاف ثقافة المجتمع الذي ينشأ فيه، ودراسة (Dotson & Hyatt 2005) والتي أكدت على أن أكثر العوامل المؤثرة على عملية التنشئة الاجتماعية العوامل الاجتماعية، والتلفزيون، والأسرة، وعملية التسويق.

كما أوضحت دراسة (Schot Juliet 2006) إلى أن الآباء في الوقت الحاضر يفقدون سيطرتهم على عملية التنشئة الاستهلاكية لأبنائهم في ظل انشغالهم بالعمل خارج المنزل لساعات طويلة، واستهلاك الإعلانات التجارية التلفزيونية للأطفال ولمختلف أنواع المنتجات من مواد غذائية وترفيهية وألعاب.

واتفق البحث الحالي مع الدراسات والبحوث السابقة في تأكيدها على أهمية دور الأسرة في عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل، حيث إن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل تتم من خلال ملاحظة الأطفال المباشرة، وغير المباشرة لأبائهم في ممارسة سلوكيات استهلاكية رشيدة أو غير رشيدة، وبهذا يكتسبون مهارات استهلاكية منهم. وهذا يعتمد على الكيفية التي تمت بها عملية تنشئتهم الاستهلاكية؛ ليتصرفوا كمستهلكين مثل دراسة إبراهيم (٢٠٢٠) ، ودراسة (Lawlor & Prothero 2011) ، ودراسة (Halan 2002) ، ودراسة (Bhushan 2002)

واختلف البحث الحالي عن الدراسات والبحوث السابقة في توجهه لدراسة المتطلبات اللازمة لتفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية للطفل في ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة.

كما استفاد البحث الحالي من الدراسات، والبحوث السابقة في تأصيل الإطار النظري، وتعرف دور الأسرة في عملية التنشئة الاستهلاكية، والعوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل، وأهم المتغيرات المجتمعية المعاصرة التي تؤثر على دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية، وتدعيم الشعور لدى الباحثة بضرورة دراسة متطلبات تفعيل هذا الدور.

مشكلة البحث:

حظي موضوع الاستهلاك باهتمام كبير من قبل الباحثين في أكثر من علم من العلوم الاجتماعية، فهو ميدان أساسي اجتمع فيه باحثون من تخصصات مختلفة، تقع ما بين علم الاجتماع إلى علم الاقتصاد إلى علم النفس، والأنثروبولوجيا، حتى أنه أتاح الفرصة للالتقاء بين علماء لم يجمعهم في الوقت السابق أي اهتمام مشترك، مثل علماء الاجتماع، والأجناس.

ولعل الاهتمام الأكبر الذي حظي به موضوع الاستهلاك كان في نطاق علم الاقتصاد، فالاستهلاك ظاهرة أو عملية ذات طابع اقتصادي في المقام الأول، ولعل الاهتمام الذي حظي به من قبل علماء، وباحثي علم الاقتصاد يدل على أهمية العملية ذاتها، وما يرتبط بها من قضايا؛ بعضها اقتصادي مثل: العرض والطلب، ومعدل الإنتاج، وجودة الإنتاج، والمنافسة... إلخ من قضايا ذات طابع اقتصادي، والبعض الآخر ذو صبغة اجتماعية مثل: المستوى الاجتماعي، والاقتصادي، فموضوع الاستهلاك مركزي، وله أهمية كبيرة في العلوم الحديثة؛ حيث إن الدراسات في موضوع الاستهلاك، والجديرة بالعناية، أكثر من أن تحصى من قبل باحث واحد، أو حتى مجموعة من الباحثين. (حماد، ٢٠١٦، ٨٣-٨٤)

كما أن قضية الاستهلاك من القضايا التي تهتم بها كافة الدول المتقدمة منها، والنامية على حد سواء؛ لإحداث نوع من التوازن بين الإنتاج والاستهلاك، وإذا لم يتم التوازن لحدثت عديد من المشكلات التي ترهق الدول، وستحتاج وقت طويل لعلاجها.

ويرتبط الاستهلاك من حيث حجمه، وأشكاله بمراد المجتمع؛ حيث يلعبان دوراً مهماً في تشكيل سلوك الفرد الاستهلاكي، والمجتمع المصري يواجه ضغوطاً اقتصادية نتيجة الموارد المحدودة مع الزيادة المستمرة في عدد السكان؛ مما أدى إلى تفاقم المشكلات المتصلة باستهلاك الغذاء، والملبس، والمياه، والكهرباء، ومستلزمات التعليم، والإسكان، كما يواجه قصوراً في الثقافة الاستهلاكية لأفراده؛ لذا أصبح رفع مستوى الثقافة الاستهلاكية، وحث الأفراد على تنظيم الاستهلاك الفردي، والأسري، والقومي من أهداف التنمية بشقيها الاقتصادي والاجتماعي. (الشيخ، ٢٠٠٤، ٤٤٥)

ويعد الاستهلاك غير المنتظم، وعدم وجود وعي استهلاكي مشكلة تواجه المجتمعات خاصة في الدول النامية التي ترغب في تحقيق التنمية الاقتصادية لتواكب الدول المتقدمة. ومن الملاحظ غياب التنشئة الاستهلاكية من حياتنا اليومية على صعيد المؤسسات كافة، وعلى رأسها الأسرة، فنحن نمارس عادات، وأنشطة كثيرة في جوانب متعددة من الشراء والبيع، وغير ذلك، ولكن معظمها بعيد كل البعد عن المنهج الاقتصادي السوي. وترشيد الاستهلاك من الأهداف التي تسعى المجتمعات لتحقيقها؛ فالدول تعمل على ترشيد استهلاك المواطنين، وتحضهم على تنظيم الاستهلاك الفردي، والأسري؛ لذا فإن نمط استهلاك الفرد يتوقف على مدى وعيه بأهداف الدولة، وسياستها، كما يتوقف على نوعية المعلومات، والعادات، والاتجاهات التي تكونت وتصلت لديه منذ الصغر بالممارسة اليومية. (الروماني، ٢٠٠٢، ٩٨) مما يظهر أهمية التنشئة الاستهلاكية للطفل من حيث منحه حرية إتخاذ القرارات الاقتصادية بشئون الحياة اليومية.

وتعتبر العوامل الأسرية، والعوامل الثقافية مؤشرات أساسية في سلوك الطفل، فالطفل يتأثر بمن يعيش معهم من الأفراد، وما يكتسبه من ثقافات في المجتمع من خلال تواجده في جماعات كجماعات الأصدقاء، والأقران، وشبكات العلاقة الاجتماعية في المجتمع؛ هذا بالإضافة إلى أن اكتساب المهارات الاجتماعية من خلال الأصدقاء أحياناً، وهذا يوضح جدوى السلوك المكتسب.

ويحدث السلوك الاستهلاكي للطفل نتيجة التفاعل بين معرفته كمستهلك بحاجاته، ورغباته، وبين معرفته بالمتوفر من السلع، والخدمات في السوق، ودرجة إشباعها بما يتلائم مع ما يمتلكه من نقود، والطفل كمستهلك رشيد لابد أن يستفيد بما لديه من معلومات متاحة عن السلع، وبدائلها وأن يكون له سلم أفضليات يستطيع أن يختار من خلاله وفقاً لترتيب أفضليتها بالنسبة له، ووفقاً لما يحققه من أقصى إشباع أو منفعة.

وتعد الأسرة من المؤسسات التربوية التي يقع عليها دور كبير في ضبط السلوك الاستهلاكي لدى أفرادها من أجل تعليم الأبناء المعارف، والمهارات الواجب اتباعها في

استهلاكهم لما هو متاح من موارد، وسلع دون إسراف أو تبذير، وكذلك دون بخل أو تقتير؛ حيث نجد أن السلوك الاستهلاكي الذي يتبعه الأبناء ينبع من التصور الذي يتكون لديهم داخل أسرهم، فإذا كانت الأسرة تتمسك بتعاليم، وأسس الاقتصاد الصحيح الخاص بالاستهلاك فينشأ جيل لديه وعي استهلاكي عالي، ويستطيع ترتيب حاجاته بما يتلائم مع الظروف البيئية التي يعيش فيها، ومن هنا تظهر أهمية التنشئة الاستهلاكية في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى أفراد الأسرة الواحدة.

وقد أكد عبود (٢٠٠٤) إلى أن الطفل يكتسب مجموعة من العادات الاقتصادية من الأسرة من بينها عادات الاستهلاك؛ مما يشكل حياته فيما بعد، كما تؤثر العادات الاستهلاكية الخاطئة للوالدين كالإسراف، والترف، وغيرها سلباً على نشأته ومستقبله، كما أكدت دراسة الصياد (٢٠١٦) على تغير الثقافة الاقتصادية للأسر، وانتشار السلوكيات الاستهلاكية السلبية بين أطفالها.

وبالرغم من هذا الدور الفاعل للأسرة في عملية التنشئة الاستهلاكية إلا أنه في ظل العولمة، والتغيرات المعاصرة التي يشهدها العالم تأثر الدور التربوي و الاقتصادي للأسرة سلباً، ومن ثم أثر ذلك على الوعي الاستهلاكي للطفل.

وأكدت دراسة Schot Juliet (2006) على أن الآباء في الوقت الحاضر يفقدون سيطرتهم على عملية التنشئة الاستهلاكية لأبنائهم في ظل انشغالهم بالعمل خارج المنزل لساعات طويلة، واستهلاك الإعلانات التجارية التليفزيونية للأطفال، ولمختلف أنواع المنتجات من مواد غذائية، وترفيهية، وألعاب؛ مما جعل الآباء في مأزق بين الانصياع لقرارات الطفل الشرائية المتأثرة بوسائل الإعلام المرئية، والأقران، وبين تعليم الطفل القيم، والإتجاهات، والمعلومات الاستهلاكية المستحبة من وجهة نظر الوالدين.

ونظراً لما تتعرض له الأسرة المصرية في وقتنا الحاضر من الكثير من المؤثرات السلبية التي تضعف من قدرتها على توجيه أبنائها بطريقة سليمة، ومن بين هذه المؤثرات السلبية افتقاد الأبناء التواصل مع الآباء، والأمهات، وأخواتهم؛ هذا بالإضافة إلى تقلص دور

الوالدين؛ لانشغالهم بأمورهم الحياتية اليومية، وما ينتج عنه من مشاكل للأبناء أبسطها ضعف الرقابة، وانهيار صورة النموذج، والقدوة أمام الأبن؛ فيصبح موجهًا لذاته دون رقيب، خاصة مع تعدد وسائل الإتصال المتطورة التي أفرزتها ثورة الإتصالات الحالية، والتي أتاحت للطفل فرص الإنفتاح؟ والاطلاع بسهولة، وسرعة على كل ما يدور في العالم من مختلف النواحي الاقتصادية، والتسويقية، والسياسية، والاجتماعية، والترفيهية وغيرها، بشكل يؤثر على عمليات تنشئته الاستهلاكية.

فمن الناحية الاستهلاكية، نرى أن ظاهرة الإسراف، والتبذير، والتقليد، والمحاكاة، والتباهي، والتفاخر، هي الظاهرة السائدة على مستوى الفرد، والمؤسسة، والدولة، وتشمل الإسراف، وتبذير السلع الاستهلاكية، والسلع الإنتاجية، والخدمات، والموارد الاقتصادية، والموارد المالية، وكذلك استنزاف طاقات الموارد البشرية، وعدم الاهتمام بها، وبالتالي عدم مراعاة موضوع البيئة، والذي يعتبر جزءًا لا يتجزأ من المنظومة الاقتصادية القائمة. (بالطاهر، غرغوط، ٢٠١٨، ٧٤)

وأكدت دراسة الصياد (٢٠٠٦) على تراجع قيم الإدخار، والاستثمار، وقيمة العملة المحلية لدى معظم الأسر المصرية خاصة في الحضر، علاوة على تغير ثقافة الاستهلاك في الريف والحضر، وزيادة نسبة التغير في الحضر عنه في الريف من حيث زيادة حجم السلع، وتنوعها، والتركيز على السلع الكمالية، وشراء أجهزة المحمول وكروت الشحن مما أثر سلبًا على كيان الأسرة، والعلاقات الاجتماعية، وضياح الوقت، والضغط على ميزانية الأسرة.

كما تواجه الأسر محدودة الدخل عديد من المشكلات الاقتصادية عند وضع ميزانيتها: كإنخفاض مقدار الدخل، وقيمتها نتيجة لإرتفاع الأسعار، وانخفاض القوة الشرائية للنقود، وبالتالي عدم استطاعتها الحصول على احتياجاتها الأساسية من الغذاء، والملبس، ومستلزمات التعليم، والأدوات الشخصية، والمياه، والكهرباء، وغيرها من حاجات بيولوجية، وخدمات أساسية؛ مما يجعلها مضطرة دائمًا إلى التفكير المنطقي الرشيد في الإختيار، والشراء، وكيفية الاستعمال

لكافة السلع، والخدمات. من هنا فإن زيادة الاهتمام بترشيد الاستهلاك للاستفادة بالموارد المتاحة إلى أقصى حد ممكن يعتبر أمراً ضرورياً. (الشيخ، ٢٠٠٤، ٤٤٥)

وبناءً على ما سبق يتضح تغير الثقافة الاستهلاكية للأسرة في ظل التغيرات الاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية، وانعكاس ذلك سلباً على دورها التربوي في الجانب الاستهلاكي للطفل، لذا تمثلت مشكلة الدراسة في ضعف دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية للطفل، والبحث عن المتطلبات اللازمة لتفعيل هذا الدور، وقد أمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما متطلبات تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة في ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة؟ ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

- ١- ما الإطار المفاهيمي للتنشئة الاستهلاكية الرشيدة؟
- ٢- ما العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية الرشيدة للطفل؟
- ٣- ما الإطار الفلسفي لدور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة؟
- ٤- ما التغيرات المجتمعية المعاصرة المؤثرة على دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة؟
- ٥- ما متطلبات تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة على ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة؟

أهداف البحث:

- ١- تعرف الإطار المفاهيمي للتنشئة الاستهلاكية الرشيدة.
- ٢- تعرف العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية الرشيدة للطفل.
- ٣- تعرف الإطار الفكري الفلسفي لدور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة.
- ٤- تعرف التغيرات المجتمعية المعاصرة المؤثرة على دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة.

٥- التوصل إلى متطلبات تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة على ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة.

أهمية البحث:

للبحث أهمية نظرية وأهمية تطبيقية تتمثل في الآتي:

الأهمية النظرية:

تتمثل فيما يقدمه البحث من معارف، ومفاهيم ترتبط بالتنشئة الاستهلاكية، والعوامل المؤثرة فيها، ودور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية، وتحديد المتطلبات اللازمة لتفعيل هذا الدور في ظل التغيرات المعاصرة.

الأهمية التطبيقية:

تتمثل القيمة التطبيقية لهذا البحث فيما يقدمه من تحديد للمتطلبات اللازمة لتفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية، مما يكون له أثر في تحقيق النفع للأسرة والمجتمع ككل من خلال الاسترشاد بهذه المتطلبات في ضبط سلوكيات الطفل والالتزام بها، هذا بالإضافة إلى إمكانية إفادة المعنيين بالتربية ومؤسساتها في توجيه أنظارهم، ولفت انتباههم إلى أهمية التربية في مجال الاستهلاك وترشيده، وترك مساحة له في المقررات، والمناهج الدراسية، وتوعية أفراد المجتمع به من خلال الوسائط التربوية المختلفة.

منهج البحث:

استخدم البحث الحالي المنهج الوصفي الذي يختص بدراسة وتقصي الظواهر التربوية، والمجتمعية والتعليمية من خلال تفسير الوضع القائم للظاهرة موضوع الدراسة بتحديد ظروفها وأبعادها، وتوصيف العلاقات بينها؛ بهدف الوصول إلى وصف علمي دقيق للظاهرة وقد تم تحديد إطار نظري للتنشئة الاستهلاكية وأهميتها وأهدافها، والعوامل المؤثرة فيها ودور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية، والتوصل لتحديد مجموعة من المتطلبات اللازمة لتفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة في ضوء التغيرات المعاصرة.

المصطلحات الإجرائية للبحث:**تمثلت أهم المصطلحات فيما يلي:****الدور:**

مجموعة من العمليات، والإجراءات، والأنشطة، والممارسات التي تقوم بها الأسرة لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى أبنائها.

الأسرة:

الوحدة الاجتماعية الأولى التي ينمو فيها الطفل، وتشبع حاجاته المادية، والمعنوية، وتكون اتجاهاته، ودوافعه، وعاداته الاستهلاكية الجيدة أو السيئة على حدٍ سواء .

التنشئة الاستهلاكية الرشيدة:

توجيه سلوك أفراد الأسرة نحو استعمال السلع، والخدمات لإشباع حاجاتهم وفق ضوابط محددة لترشيد الاستهلاك، وتعديله.

التغيرات المجتمعية المعاصرة:

جملة التغيرات التي طرأت على المجتمع المصري في السنوات الأخيرة، وهي تحولات بنائية شاملة، وجذرية في بنية المجتمع خلال فترة زمنية معينة وتعد ثورة الاتصالات والفضائيات، والعولمة بأبعادها السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والفكرية؛ أكثر العوامل التي أدت إلى هذه التغيرات المجتمعية المعاصرة، والتي تنعكس على تشكيل القيم، والمعايير، وأنماط السلوك، وتحديدًا السلوك الاستهلاكي بين أفراد المجتمع، وخصوصًا فئة الأطفال.

حدود البحث:

اقتصر البحث على التنشئة الاستهلاكية، ودور الأسرة في هذه التنشئة، ومتطلبات تفعيل هذا الدور في ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة.

خطة السير في البحث:

سار البحث الحالي بعد الإنتهاء من إطاره العام وفقًا للمحاور التالية:

المحور الأول: وتناولت فيه الباحثة السلوك الاستهلاكي من حيث مفهومه، وأنواعه، والعوامل التي تؤدي لزيادته، ومفهوم ترشيد الاستهلاك وجوانبه.

المحور الثاني: وتناولت الباحثة خلاله التنشئة الاستهلاكية الرشيدة من حيث مفهومها، وأهميتها، وأهدافها، وكذلك العوامل المؤثرة في التنشئة الاستهلاكية للطفل.

المحور الثالث: وتناولت فيه الباحثة دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة، والتغيرات المعاصرة التي تؤثر على هذا الدور.

المحور الرابع: وتناولت فيه الباحثة متطلبات تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة على ضوء التغيرات المعاصرة.

وعليه تصبح نقطة البدء في تحديد متطلبات تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية على ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة، هي التعرف على ماهية السلوك الاستهلاكي، وهو ما سيتم تناوله في المحور التالي:

المحور الأول: السلوك الاستهلاكي وترشيد الاستهلاك:

أولاً- السلوك الاستهلاكي:

(أ) مفهوم السلوك الاستهلاكي:

ويشير الاستهلاك إلى النشاط الذي يشبع به الإنسان حاجاته، ويتوقف على الدخل، والحاجات، والنزعات النفسية، وعادات الأفراد. (الشايب، ٢٠١٥، ٤١)

وعرف نوفل (٢٠٠٦، ٥٥) الاستهلاك بأنه استخدام المنتجات، واستنفادها في إشباع حاجات الإنسان إشباعاً مباشراً.

أما العزي (٢٠٢٣، ١١٠) فعرف الاستهلاك بأنه استعمال السلع، والمنتجات، والخدمات؛ لتوفير حاجة الإنسان، وتحقيق إشباع مباشر لها.

ويمثل السلوك الاستهلاكي الأنشطة، والتصرفات التي يقدم المستهلكون عليها أثناء بحثهم عن السلع، والخدمات التي يحتاجون إليها، بهدف إشباع حاجاتهم لها، ورغباتهم فيها،

وأثناء تقييمهم لها، والحصول عليها، واستعمالها، والتخلص منها، وما يصاحب ذلك من عمليات إتخاذ القرارات. (السيد، ٢٠٠٣، ٨٧)

ويعرف (قنديل، وآخرون، ٢٠١٠، ١٠) السلوك الاستهلاكي بأنه مجموعة الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الفرد؛ بهدف حصوله على مختلف السلع، والخدمات أو عند استخدامه الموارد المتاحة لديه.

ويعرف الجريسي (٢٠٠٦، ٤٤) السلوك الاستهلاكي بأنه مجموعة التصرفات، والنشاطات التي يقوم بها الفرد المستهلك أثناء البحث عن السلع من أجل استخدامها، واستهلاكها لإشباع حاجاته المطلوبة لديه، ويمكن ملاحظة هذا السلوك في طريقة الحصول على السلع، والأشياء، وطريقة استخدامها، والتخلص من الفائض منها، وعليه فالسلوك الاستهلاكي جزء لا يتجزأ عن السلوك الانساني، فكافة البشر يمارسون السلوك الاستهلاكي بصورة دورية في حياتهم اليومية لأنه يعبر عن النشاطات التي يمارسها الأفراد للبحث، والحصول على احتياجاتهم من سلع، وخدمات لإشباع تلك الحاجات، ومن ثم التخلص من الفائض الذي يبقى لديهم، ويعتمد ذلك على إتخاذ مجموعة من القرارات التي يحددها الفرد. (عبد العال، ٢٠٢٢، ١٣٩).

(ب) أنماط السلوك الاستهلاكي:

تتعدد أنماط الاستهلاك التي يمارسها الفرد من أهمها:

(١) السلوك الاستهلاكي لإشباع الحاجات الضرورية:

ويقصد بهذا النوع من السلوك سد الاحتياجات الأساسية اللازمة لحفظ الكيان الطبيعي للإنسان، ويمثل المكانة الأولى في ميزانية الأسرة، والاستهلاك العائلي، ويقوم على أساس إشباع احتياجات كل فرد إشباعاً كاملاً دون تفريط أو إفراط.

(٢) السلوك الاستهلاكي الإِتلافي:

وهو أخطر أنواع الاستهلاك، وفيه نجد أن الأسرة تسئ استعمال كل مالديها فلا يعود عليها، وعلى الدولة إلا بالخسارة، وخاصة في سلوكها الاستهلاكي للغذاء. (عقوب، ٢٠٢١، ٤٢٤)

(٣) السلوك الاستهلاكي بهدف التقليد:

وهو سلوك هدام أيضاً، تقع فيه معظم الأسر المصرية لسوء فهمها لواقع الحياة، فالتقليد له آثار واضحة على زيادة الاستهلاك، ويعد من أهم أسباب إختلال ميزانية الأسرة، ويتسبب عنه عدم قدرة الأسرة على سد احتياجاتها الضرورية، وقد تضطر إلى الاستدانة أو إلى استهلاك مدخراتها. (عقوب، ٢٠٢١، ٤٢٤)

(٤) السلوك الاستهلاكي الترفي:

يظهر السلوك الاستهلاكي الترفي على وجه الخصوص في البلدان النامية، وهو سلوكاً مرضياً لمجموعة متفاعلة من العوامل داخل المجتمع والفرد، كما أنه في نفس الوقت يتسبب في ظهور أعراض مرضية أخرى داخل المجتمع والأسرة، ويتطور الاستهلاك الترفي بتطور المجتمع، ويعتبر الاستهلاك الترفي مفهوم نسبي يختلف باختلاف الزمان، والمكان، ويعبر عن خلل في العلاقات الاجتماعية، والإنتاجية في المجتمع. (عقوب، ٢٠٢١، ٤٢٣ - ٤٢٤)

(٥) السلوك الاستهلاكي التفاخري:

ويتم بقصد التفاخر، والتباهي، وحباً في الظهور دون الحاجة الماسة إلى الاستهلاك في حد ذاته، والرغبة في محاكاة الأغنياء أو التميز عند أفراد المجتمع. (المصري، ٢٠٠٦، ٢)

(ج) العوامل المؤدية إلى زيادة السلوك الاستهلاكي:

هناك بعض العوامل التي تؤدي إلى زيادة الاستهلاك: (عقوب، ٢٠٢١، ٤٢٧)

١- زيادة دخل الفرد: من العوامل المهمة التي لها تأثير كبير على انتشار النزعة الاستهلاكية، بالإضافة إلى ارتفاع المستوى التعليمي والثقافي.

- ٢- التقليد والتطلع للغير: له أثر كعامل من عوامل زيادة الاستهلاك، وذلك حين تقلد الفئات المحدودة الدخل الفئات العالية الدخل في أنماط استهلاكها.
- ٣- الميل إلى المظهرية في المجتمع: وذلك عندما يرتبط استهلاك سلع بعينها أو الاستفادة من خدمة معينة برموز خاصة في أذهان الناس مثل السفر، والسياحة، وامتلاك الأجهزة الحديثة وغيرها، بحيث أصبحت رموز تدل على المكانة، ودرجة الانفاق عليها.
- ٤- كثرة الأسواق، وقربها من محل الإقامة، وأسلوب عرض السلع، والتنزيلات من الأسباب الدافعة إلى الاستهلاك، أو تبني الاتجاهات الاستهلاكية.
- ٥- استحداث منتجات جديدة لم تكن موجودة من قبل، وذلك نتيجة للتنمية الاقتصادية، والاجتماعية، وما صاحبها من تحقيق معدلات مرتفعة من النمو.
- ٦- طوفان الإعلانات التجارية في وسائل الإعلام المختلفة، سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية، والمحاكاة لأنماط استهلاك من يقومون بها، مما يؤدي إلى تبديد جزء كبير لا يستهان به من الموارد، لإشباع حاجات غير ضرورية على حساب إشباع حاجاتهم الضرورية.

ثانياً: ترشيد الاستهلاك:

يعد ترشيد الاستهلاك لدى الأطفال ضرورة من ضرورات الحياة التي يجب الاهتمام بها، وأخذها بعين الاعتبار، بل لابد من تطبيقها كمنهج أساسي، وثابت في حياتنا، حيث أنها تعتمد على تنظيم تلك العمليات الخاصة باستخدام الموارد المائية أو الغذائية أو المالية أو الطاقة الكهربائية بما يعود بالفائدة على الفرد، والمجتمع بأكمله.

(أ) مفهوم ترشيد الاستهلاك:

يعرف الأزهرى (٢٠٠٢، ٢٠ - ٢١) ترشيد الاستهلاك بأنه العمليات والإجراءات التي تسهم في ضبط مستويات استهلاك، واستخدام الأفراد لما حولهم من موارد ومنتجات، وهي عملية تستهدف إخضاع سلوك المستهلك للملاحظة، ومن ثم تعديل ذلك السلوك لإكسابه السلوك السوي الذي يبعد عن الإسراف في استخدام ما حوله من موارد اجتماعية، وتعليمه طرق التوسط، والإعتدال في استهلاك ما يحتاج إليه فقط، والمستهلك الرشيد هو الذي يكون استخدامه

للموارد منطوي على الدخل الدائم الذي يحصل عليه بصفة دورية، وليس على الدخل الفعلي الذي يمكن أن يفنى، وينتهي مع كثرة الاستخدام.

وترشيد الاستهلاك كمفهوم لا يقصد به الحرمان من التمتع بملذات الدنيا، بقدر ما يقصد به العمل على تربية النفس حتى يتمكن الفرد من القيام بدوره وفقاً لقول الله تعالى " وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ " (الذاريات، الآية ٥٦)، وقال تعالى " يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ " (الأعراف، الآية ٣١) والمقصود الدعوة إلى الاعتدال، وعدم الإسراف، والاستفادة من نعم الله عز وجل، وبالتالي هي مرتبطة بالعبادة، والمسلم بحاجة إلى الرجوع إلى الأصل، وسيادة منهج التوسط، والإعتدال في حياتنا، وثقافتنا الاستهلاكية. (القيسي، ٢٠٠٨، ٢٧)

(ب) جوانب ترشيد الاستهلاك للطفل:

يشتمل ترشيد الاستهلاك جوانب عديدة منها: (واصف، ٢٠١٤، ٨٧-٩٠)

(١) ترشيد استهلاك الماء:

ومن أوجه ترشيد استهلاك الماء: التأكد من إغلاق الصنابير، وعدم ترك الصنبور مفتوحاً أثناء غسل الأيدي، وتنظيف الأسنان، وعدم استخدام خرطوم المياه عند غسل السيارات، وتنظيف الأرضيات، والممرات، وغسل الفواكه والخضروات في إناء مملوء بالماء بدلاً من غسلها تحت الصنبور.

(٢) ترشيد استهلاك الغذاء:

إن ترشيد استهلاك الغذاء هو محاولة الحد من الإسراف، والاستخدام الأمثل للمواد الغذائية؛ لتحقيق أفضل استفادة ممكنة، وعدم الإسراف، وتقليل الفاقد منها بقدر المستطاع، وحصول كل فرد علي احتياجاته الغذائية. وإذا كنا جميعاً علي يقين أن الأطفال هم المستقبل، وأن سلاح العلم هو ما يجب أن نسلحهم به فمن الضروري علينا تثقيف الطفل غذائياً من حيث أهمية الغذاء، وأساليب ترشيد استهلاك الغذاء.

(٣) ترشيد استهلاك الكهرباء:

ويقصد بترشيد استهلاك الكهرباء الاستخدام الأمثل لموارد الطاقة الكهربائية المتوفرة، واللازمة لتشغيل الأجهزة، والأدوات، والمنشآت، ويهدف ترشيد استهلاك الكهرباء إلي تخفيض قيمة فاتورة الاستهلاك، والمشاركة الفعالة مع شركة الكهرباء لاستمرار الخدمة الكهربائية بكفاءة عن طريق تخفيض الأحمال الذائفة.

ومن أوجه ترشيد استهلاك الكهرباء إطفاء المصابيح التي لا نحتاج إليها، وعدم الإسراف في استخدام المكيفات، والاستفادة من الطاقة الشمسية، واختيار أجهزة الإضاءة ذات الكفاءة العالية، والاستهلاك الأقل، وعدم وضع الأشياء الساخنة في الثلاجة.

(٤) ترشيد استهلاك الأجهزة والأدوات الإلكترونية.

ومن أوجه ترشيد استهلاك الأجهزة، والأدوات الإلكترونية ألا يستخدم الإنسان الآلات الإلكترونية إلا في وقت الحاجة إليها، وإطفاء الأجهزة بعد الإنتهاء من استخدامها، وعدم الإسراف في المكالمات الهاتفية لأنها تضيع الوقت والمال، وإهدار لعمر الإنسان فيما لا ينفع.

(٥) ترشيد استهلاك الورق:

ومن جوانب ترشيد استهلاك الورق عدم شراء الجرائد الورقية، وقراءة الأخبار إلكترونياً، وإعادة استخدام الورق القديم، وتوخي الدقة عند تنسيق الملفات علي أجهزة الحاسوب؛ لعدم طباعة الأوراق أكثر من مرة، وعدم ترك صفحات فارغة في الدفاتر.

(٦) ترشيد الإنفاق:

ويقصد بترشيد الإنفاق استخدام أقل نفقة ممكنة؛ لأداء نفس الخدمة، من خلال حسن التدبير، وعدم الإسراف والتبذير، والسعي إلى تحقيق أكبر عائد بأقل تكلفة ممكنة.

ومن أوجه ترشيد الإنفاق المحافظة علي الممتلكات العامة، والخاصة، والمحافظة علي الحاجات المادية للآخرين، والتعرف علي أضرار إهدار المال، والمشاركة في مساعدة المحتاجين لإدراك احتياجات الآخرين، والمحافظة علي الكتب المدرسية ليستفيد منها آخرون.

المحور الثاني: التنشئة الاستهلاكية الرشيدة:

لكي يصبح الطفل فردًا مستقلًا متكيفًا مع مجتمعه لابد أن يمر بما يعرف بعملية التنشئة الاجتماعية. وعملية التنشئة الاجتماعية هي عملية مستمرة لا نهائية مرافقة للفرد في جميع مراحل حياته، يمر بها الجميع دون استثناء، ولكنها تختلف من فرد لآخر باختلاف الجنس، وباختلاف الطبقة الاجتماعية للأسرة التي ينشأ فيها الطفل، وباختلاف المجتمعات، والثقافات. ولكي تكتمل عملية تنشئة الطفل، وإعداده فردًا مستقلًا، لابد من إعداده ليصبح مستهلكًا مستقلًا قادرًا على ممارسة السلوك الاستهلاكي الخاص به من خلال ما يعرف بالتنشئة الاستهلاكية.

أولاً: مفهوم التنشئة الاستهلاكية الرشيدة:

تعددت تعريفات التنشئة الاستهلاكية ومن هذه التعريفات ما ذكره الجريسي (٢٠٠٦)، (٤٢) بأنها العملية التي يقوم فيها الفرد بعدة أنشطة منها الحصول على المنتج، واقتناؤه ثم استخدام هذا المنتج ثم التخلص من الفائض الناتج عن الاستخدام، والفائض هو الجزء المتبقي الذي لا يمكن لأحد استخدامه مرة أخرى، وهو يسمى بالاستهلاك النهائي الذي يعرف بأنه: استهلاك المنتج استهلاكًا كليًا، ونهائيًا سواء كان سلعة أو خدمات أخرى؛ من أجل اشباع الحاجة لاستخدامه، وعدم تخلف سلعة أخرى أو منتج آخر يمكن استخدامه أو اشباعه لحاجة أخرى بعد ذلك الاستهلاك.

وعرف الأنصاري (٢٠١٧، ٢٨-٢٩) التنشئة الاستهلاكية الرشيدة بأنها العملية التربوية التي تسهم في تنظيم عمليات شراء المنتجات الاستهلاكية في حياة الفرد، وتساعد في تحديد احتياجاته، وأولوياته الشرائية عن طريق التدريب المستمر له بما يلبي احتياجاته، والسلوك الاستهلاكي لدى الأفراد يتميز بالتعديل، والتغيير من سلوك غير رشيد إلى سلوك رشيد، وذلك إذا فهم الفرد الجوانب المتعلقة بالتربية الاستهلاكية، وكيفية استخدام مهاراته، ومعارفه في استغلال الموارد المتاحة حوله، وعدم استهلاكها بصورة تؤثر عليها، فهو يؤثر في ترشيد الاستهلاك الخاص بالفرد، والجماعة.

كما عرف سعيد، المالك (٢٠٠٨، ١٨١) التنشئة الاستهلاكية بأنها: العملية التي يتعلم من خلالها الطفل المعارف، والمهارات، والاتجاهات لتكوين السلوك الاستهلاكي المتعلق بالحصول على المنتجات، واستهلاكها، والتعرف عليها في الحاضر والمستقبل.

ويشير كل من الجعفري، والجرواني (٢٠١١، ١٨٠) بأن التنشئة الاستهلاكية هي عملية مستمرة يتعلم من خلالها الطفل المعايير التي تحدد المهارات، والمعارف، والاتجاهات التي تناسب السلوك الاستهلاكي المتعلق بالحصول على الخدمات.

أما عزوز (٢٠١٣، ١١٣) فيعرف التنشئة الاستهلاكية على أنها العملية التي تنظم العملية الشرائية في حياة الفرد عبر تحكمه في أولوياته واحتياجاته الشرائية من خلال المران والتدريب المستمر.

وعرف العزي (٢٠٢٣، ١١١) التنشئة الاستهلاكية بأنها العملية التي تتم لتعليم الفرد الطرق، والمعارف، والمهارات التي تكون لديه السلوك الاستهلاكي الذي يتبعه من أجل استخدام، واستهلاك المنتجات المتاحة حوله في الحاضر، والمستقبل.

وبذلك يمكن تعريف التنشئة الاستهلاكية الرشيدة بأنها العملية التربوية المستمرة التي تعلم الطفل المعايير الصحيحة، والمهارات التي يستخدمها للحصول على الخدمات التي يرغب بها، والمواد التي يريد استهلاكها.

ولقد تمت مناقشة مفهوم التنشئة الاستهلاكية في الدراسات الامريكية منذ العام ١٩٧٠، وكان أول من ناقش هذا المفهوم الباحث Ward في عام ١٩٧٤، والتي قصد بها باختصار كيف يتعلم الفرد أن يصبح مستهلكاً، وعرف عملية التنشئة الاستهلاكية بأنها "عملية اكساب الطفل المهارات، والمعرفة، والاتجاهات ذات العلاقة بالأنشطة التي سيمارسها كمستهلك لما هو مطروح في السوق من سلع، وخدمات. (Ward, 1979)

ثم طور Moschis & chuthi (1979) أول نموذج لعملية التنشئة الاستهلاكية للفرد، والذي تكون من أربعة متغيرات هي: تأثير العمر، والهيكلي الاجتماعي الذي ينتمي إليه الطفل، ووكلاء التنشئة الاستهلاكية.

ويرى (Biurstrom & Hillevi (2000) أن وكلاء التنشئة الاستهلاكية هم الأفراد أو الجهات التي تكون على تواصل مع الطفل أو المراهق، وتؤثر على قيمه، وعاداته، ومعلوماته سواء الاجتماعية عموماً أم مهارات الشراء، والتسوق لديه، مثل الأسرة، والأقران، ووسائل الاتصال، ونجوم المجتمع.

واعتبر (Moschis & chuthi (1979) أن نموذج التنشئة الاستهلاكية للفرد مصدر التأثير على الطفل، إضافة إلى نوع التعلم الذي يشكل عملية التنشئة الاستهلاكية، وخلصا إلى أن عملية التنشئة الاستهلاكية تعتمد على التفاعل بين الفرد، وبين وكلاء التنشئة في ظروف اجتماعية معينة، كما يعتمد أيضاً على عدد مرات التفاعل بينهما، وطبيعة هذا التفاعل، وعلى ما يحصل عليه الفرد من تعزيز سواء بالثواب أو العقاب الناتج عن ممارسة سلوك استهلاكي معين.

وحاول (Biurstrom (2002) الإجابة عن تساؤلات كيف يصبح الطفل مستهلكاً؛ وهو ما يعرف في الأبحاث المعنية بسلوك المستهلك بالتنشئة الاستهلاكية المتأثرة بالعوامل الاجتماعية، والثقافية للمجتمع الذي يعيش فيه الطفل، وأوضح أن مفهوم التنشئة الاستهلاكية يرتبط بالمعرفة ذات العلاقة بالمنتجات، والأسعار، والاستهلاك، وحقوق المستهلك وغيرها. وهذا بدوره يشير إلى ضرورة تعريف الطفل منذ الصغر بحقوقه، وواجباته كمستهلك، ومن أهم هذه الحقوق، والواجبات مايلي:

(أ) حقوق المستهلك:

للمستهلك العديد من الحقوق يجب على المنتج الإلتزام بها من أهمها:

- **حق الأمان:** يعني حماية المستهلك من الآثار الضارة للسلع، والخدمات، أي أن هذا الحق يوفر الحماية القانونية للمستهلك من المنتجات الضارة، والهدامة لصحته، وحياته. (البرونجي، البرزنجي، ٢٠٠٤، ص ١٢٧)
- **حق المعرفة:** من خلال هذا الحق يجب إمداد المستهلك بجميع المعلومات، والحقائق التي يحتاج إليها عن السلع، والخدمات. (زغلول، ٢٠٠٧، ص ٣٤٦).

- **حق الاختيار:** يتضمن توفير الفرصة للمستهلك للاختيار الحر للمنتجات المختلفة، وبأسعار تنافسية غير احتكارية مع ضمان الجودة. (البرواري، البرزنجي، ٢٠٠٤، ص ١٢٧)
 - **حق سماع رأي المستهلك:** يتضمن هذا الحق إفصاح المجال أمام المستهلك للتعبير عن رأيه بالسلعة أو الخدمة، بحيث يصل ذلك الرأي للمعنيين بالأمر. (البكري، ٢٠٠١، ص ١٣٠).
 - **حق التعويض:** يضمن هذا الحق للمستهلك الحصول على تعويض عادل عن الأضرار الناجمة عن استخدام السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية. (الحمدى، ٢٠٠٣، ٤٠).
 - **حق التثقيف:** ينبغي أن يكون للمستهلك الحق في اكتساب المعارف، والمهارات التي تمكنه من ممارسة الاختيار الواعي بين السلع، والخدمات.
 - **حق المقاطعة:** يعني حق المستهلكين في مقاطعة أي سلعة أو خدمة أو فرد أو منظمة لا تلبى حاجاتهم المشروعة، أو لا تحترم حقوقهم كمستهلكين. (البرواري، البرزنجي، ٢٠٠٤، ١٣٣-١٤٥).
- (ب) واجبات المستهلك:**

ذكرت جمعية حماية المستهلك (١٤٣٠هـ، ٩-١٠) أهم الواجبات التي يجب على المستهلك الحفاظ عليها وهي:

- التأكد من مصدر المنتج بقراءة البيانات الخاصة ببلد المنشأ.
- طلب فاتورة الشراء الأصلية من البائع.
- التجول بالسوق لفترة كافية لإختيار السلعة المناسبة، والسعر المناسب.
- عدم الانسياق وراء الإعلانات المغرية في جميع السلع.
- التأكد من مضمون الضمان مع البائع قبل شراء السلعة.
- البحث عن مواصفات السلعة التي يرغب بشرائها.
- فحص السلعة، والتأكد من سلامتها قبل مغادرة المحل التجاري.

وأكد (Solomon 2009) على أن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل تبدأ من عمر مبكر منذ أن يبدأ الطفل بمرافقة والديه إلى مراكز التسوق، ويتعرض إلى المنبهات التسويقية المختلفة، وفي السنة الثانية من عمره يستطيع الطفل أن يطلب شراء منتج يرغبه، وعندما يبدأ الطفل بالمشي يستطيع أن يختار ما يرغب من المنتجات خلال تجوله مع والديه في السوبر

ماركت، وفي الخامسة من عمره يستطيع الطفل إتخاذ قرار شراء بمساعدة والديه، أما في الثامنة فيتمكن الطفل من إتخاذ قرار بشراء مستقل.

وهذا يوضح أن عملية التنشئة الاستهلاكية عملية لانهاية تستمر خلال جميع مراحل حياة الفرد تبدأ في مراحل الطفولة المبكرة ولا تنتهي؛ أي أنه من الصعب أن نصل إلى مستهلك تام التنشئة الاستهلاكية.

وقسم (Deborch 1999) عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل إلى مجموعة مراحل هي: من عمر ٣-٧ سنوات المرحلة الإدراكية، وتتصف بالإدراك الصامت لمواصفات المنتج، ولكن من الناحية العاطفية فقط، ومن عمر ٧-١١ سنة المرحلة التحليلية، ويعتمد على التفكير بالمعلومات حول خصائص المنتج والقدرة على تحليل الكلفة والمنفعة للمنتج، ومن عمر ١١-١٦ سنة المرحلة الانعكاسية أو التأملية، وتتميز بقدرة الطفل على إدراك العلامات التجارية للمنتجات المختلفة سواء الخاصة بالأطفال أم البالغين، ويمتلك القدرة على جمع المعلومات حول البدائل المختلفة من المنتجات المطروحة في السوق.

يتضح من ذلك أنه يمكن اعتبار التنشئة الاستهلاكية عملية تطويرية يمر بها الطفل، من أجل اكسابه المعارف، والقيم، والمهارات ذات الصلة بممارساته الشرائية.

يتضح من العرض السابق أن إكساب الطفل جوانب التنشئة الاستهلاكية المعرفية، والمهارية، والوجدانية تستوجب أن تتم بصورة منتظمة، وممنهجة بدءاً من الطفولة المبكرة؛ كونها من أبرز المراحل التعليمية التعلمية التي تسعى إلى تنمية جوانب شخصية الطفل جميعها؛ حيث إن جزءاً كبيراً من تربيته في هذه المرحلة تهدف ليصبح مواطناً صالحاً من خلال ممارسته لمظاهر التربية. ويعزى الإهتمام بالتنشئة الاستهلاكية في هذه المرحلة إلى كونها تعد القاعدة الأساسية لمراحل التعليم المختلفة. وتستند عملية التنشئة الاستهلاكية الرشيدة إلى مبدأ رئيس يسعى إلى إعداد الطفل ليصبح مستقلاً قادراً على ممارسة السلوك الاستهلاكي الخاص به بشكل صحيح؛ بمعنى أن التنشئة الاستهلاكية تهدف إلى تمكين الطفل من القيام بكافة السلوكيات الاستهلاكية بطريقة متزنة، وخالية من أي مبالغة في الإنفاق.

ثانيًا: أهداف التنشئة الاستهلاكية الرشيدة:

تتعدد أهداف التنشئة الاستهلاكية للطفل تبعًا لتعدد الجوانب التي تسعى لتحقيقها، حيث تشمل مظاهر الحياة من مأكّل، ومشرب، ومسكن، وملبس، وعلاقات اجتماعية، ومهارات حياتية، وحقوق الطفل وواجباته الاقتصادية، ومن هذه الأهداف ما يلي:

(محمود، ٢٠٢١، ٢٥-٢٦)

١- الكشف المبكر عن الميول الإبداعية للطفل في المجال الاستهلاكي؛ ومن ثم تهيئة البيئة التعليمية المناسبة له لتمكينه من الإبداع، وزيادة قدراته العقلية والمهارية في إيجاد الحلول للمشكلات الاقتصادية، والاستهلاكية التي يعاني منها المجتمع في المستقبل.

٢- تنمية كفاءة الطفل بتزويده بالخبرات العلمية، والأساليب، والأدوات الاقتصادية المعاصرة، إضافة إلى تزويده بالثقافة الاستهلاكية بشكل يدعم لديه السلوك الاستهلاكي السليم، ويكسبه اتجاهات إيجابية نحو المفاهيم الاقتصادية كالإدخار والإستثمار، والإنفاق، والاستهلاك، وما غير ذلك، وتمكينه من تأدية دوره المنوط به في النسق الإقتصادي، والاجتماعي في المستقبل.

٣- تنمية قيم الطفل الاقتصادية؛ من خلال تصحيح الأنماط الاستهلاكية الخاطئة التي توجد بها الوسائل التقنية بتعديل سلوكه إزاء الاستهلاك اليومي، وتوجيهه للبعد عن مظاهر الترف، وكيفية إنفاق مصروفه اليومي، وتشجيعه على الإدخار منه، وإحترام الوقت، وحرمة الكسب بدون عمل، وتدريبه على مراقبة سلوكه الاستهلاكي بصفة مستمرة.

٤- اكساب الطفل السلوك، والحكم الصحيح على الأشياء؛ من خلال التدريب على أساليب التفكير المنطقي، والتخطيط الجيد للمستقبل، مما يمكنه من القدرة على تحمل المسؤولية، والاستقلال الذاتي، والاعتماد على النفس؛ حيث يشعره بأهميته كإنسان له دور إيجابي في الحياة، مما يزيد لديه الإلتزام للمجتمع الذي يعيش فيه.

٥- استهداف رفع مستوى ثقة الطفل بذاته من خلال تنمية عديد من المهارات الحياتية التي تساعد في حياته اليومية، وتستمر معه حتى البلوغ مثل التفكير الناقد.

٦- تحقيق الرشد الاستهلاكي للطفل في مراحل نموه المبكرة؛ من خلال تنمية الثقافة الاستهلاكية لديه، والتي تعد جزءاً مهماً لتنمية الوعي الاستهلاكي، وتحتل الجانب الجوهري من أساس التفاعل الاجتماعي، وتحدد كيفية التسويق، والحد من الاستهلاك الترفي.

يتضح مما سبق أن التنشئة الاستهلاكية تهدف إلى اكساب الطفل المفاهيم، والمعارف، والمهارات، والسلوكيات، التي تمكنه من تكوين عقلية استهلاكية تستطيع التعامل مع المعاملات الاقتصادية البسيطة بشكل متوازن يحقق السلوك الاستهلاكي الإيجابي في المستقبل، وترشيد سلوك الطفل الاستهلاكي عن طريق اكسابه المفاهيم الاقتصادية المختلفة كالإستثمار والإدخار والاستهلاك والإنفاق.. وغيرها، و تنمية الوعي الاستهلاكي للطفل عن طريق الاستهلاك المنضبط الذي لا يضر بالإنتاج؛ مما يساعد على حماية المجتمع من المشكلات الاقتصادية، وتشجيع الطفل على المشاركة، واتخاذ القرارات الاقتصادية.

كما أن الجانب الاستهلاكي يعد مكملاً أساسياً لباقي الجوانب الجسمية، والعقلية، والنفسية لدى الطفل. والتنشئة الاستهلاكية تهدف لإكساب القيم التربوية المتعلقة بالعملية الاستهلاكية تبعاً لعادات وتقاليد المجتمع المتواجد به.

ثالثاً: أهمية التنشئة الاستهلاكية الرشيدة للطفل:

تعد التنشئة الاستهلاكية مطلباً لتحقيق العيش الإقتصادي الآمن للطفل، لما لها من أهمية تتمثل فيما يلي: (العزي، ٢٠٢٣، ١١٥-١١٦)، (محمود، ٢٠٢١، ٢٣-٢٤)

١- تزويد الطفل بالمعلومات، والمهارات التي يحتاج إليها في معيشته، وإعداده، وتدريبه على كيفية شراء المنتجات، والسلع التي يحتاج إليها، وتدريبه على الاستفادة من تلك الموارد، والخدمات التي يشتريها استفادة قصوى.

- ٢- تزويد الطفل بما يحتاج إليه من مهارات، ومبادئ تساعده في ترتيب أولوياته، وتنمية الوعي الاستهلاكي الخاص به من أجل أخذ القرارات الشرائية الصائبة التي تجلب له الفائدة، وتحافظ على أمواله، وموارده الخاصة.
- ٣- بناء خبرة، ومعرفة لدى الطفل تمكنه من إختيار المناسب له من بين السلع، والخدمات التي تعرض عليه.
- ٤- المحافظة على مصالح الطفل، وعدم السماح له باستخدام السلع، والخدمات التي تشكل خطراً على سلامته، وسلامة البيئة من حوله.
- ٥- التنشئة الاستهلاكية تحقق حماية الطفل، والدفاع عن حقوقه إذا تعرض لأي خطر نتيجة استهلاك سلعة معينة أو استخدام خدمة معينة غير مناسبة له، وبذلك فهي تحافظ على سلامة الطفل، وأمواله، وصحته.
- ٦- تسهم التنشئة الاستهلاكية في بيان ماهية الموارد، والسلع التي تحيط بالمستهلك، وبيان الطرق الصحيحة لاستخدامها.
- ٧- توضيح المعلومات، والارشادات الخاصة بطريقة استخدام المنتجات التي تقدم للطفل، وتوضيح الأمور التي يمكن أن تحدث نتيجة الاستخدام الخاطئ لها.
- ٨- تساعد التنشئة الاستهلاكية للطفل على مواكبته لتطورات العصر، فالتنشئة تمكنه من الإدخار وضبط الذات، وحسن إدارة الأموال، وتأجيل الرغبات، والتخطيط، والتوسط، مما ينعكس بالرفاهية وتلبية احتياجاته الاجتماعية، والروحية، والاقتصادية، وتساعده في المستقبل على رسم استراتيجية توازن بين الموارد، والنفقات، والمدخرات، لتشمل كافة نواحي الحياة من مأكّل، ومشرب، وملبس، وراحة، ونوم، وما غير ذلك.
- ٩- تحسن قدرة الطفل على تقييم المنتج قبل الشراء، واستخدام السلع، والخدمات المتاحة، وتحقيق أقصى استفادة منها، علاوة على معرفته لحقوقه، وواجباته كمستهلك، وتدريبه على إدارة مصروفه الشخصي وفق أسس سليمة.

١٠- تساعد الطفل على إدراك عالمه الخارجي، وما يحتويه من قواعد اجتماعية، واقتصادية في وقت مبكر، وذلك لتضمن التنشئة الاستهلاكية على نمو المفاهيم الاستهلاكية والتي تعمل كوسيلة تعليمية له، فتكسبه بعض المفاهيم مثل الاستثمار، والإدخار، والشراء، وتدعم العادات والأساليب الاستهلاكية الجيدة، مما يسهم في تحسين جودة حياته الاقتصادية في المستقبل، وتزيد من قدرته على الاعتماد على الذات إقتصاديا.

يتضح مما سبق أن التنشئة الاستهلاكية تكمن أهميتها للطفل في تمكينه من السيطرة، وضبط الذات إقتصاديا في المستقبل بداية من الصغر خلال تدريبه على مهارات التعامل الإقتصادي، وإجراء مقارنة السلع من حيث الجودة، والنوع، والسعر، وما غير ذلك، وتمكينه من الاستفادة القصوى منها، وإتخاذ القرار الاستهلاكي الصائب.

ومن ثم تتضح أهمية التنشئة الاستهلاكية للطفل في تحقيق الرفاهية التامة للطفل جسمياً، وعقلياً، ونفسياً، وروحياً عن طريق الاستهلاك المنضبط الذي لا يضر بالإنتاج؛ مما يساعد على حماية المجتمع من المشكلات الاقتصادية، ويحقق السعادة، والرفاهية، والأمان النفسي، والوقاية من الفقر، والتخلف الإقتصادي، وما يصاحبه من مشكلات سلوكية، ونفسية كجرائم السرقة، والعنف وما غيرها.

رابعاً: العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية الرشيدة للطفل:

توجد عدة عوامل تؤثر في التنشئة الاستهلاكية للطفل نتيجة التغيرات المعاصرة ومنها:

١- العوامل الثقافية:

حيث تؤثر البيئة، والقيم الاجتماعية، والمناخ الاجتماعي على ثقافة الفرد الاستهلاكية؛ وذلك للتأثر بما يراه في وسائل الإعلام، وما يعرض حوله من إعلانات؛ فهي ذات تأثير جوهري على تكوين الثقافة الاستهلاكية لديه، وأيضاً تشمل الجماعات المباشرة التي يوجد فيها الفرد بدءاً بالأسرة التي يستمد منها السلوك الاستهلاكي، ثم جماعة الأصدقاء، والمدرسة ثم جماعات العمل، والجماعات غير المباشرة مثل نجوم الرياضة، والإعلان، والفن والذي يتأثر الفرد بأرائهم، ونرى أن الفرد يستطيع أن يغير من وعيه الاستهلاكي، وينمي، ويكتسب مهارات

صحيحه من خلال التعلم من الآخرين، ويمكن أيضا أن يؤثر عليه تأثيرًا سلبيًا، وهنا يظهر دور الأسرة، والجهات الرسمية في الدولة كرقيب على سلوك الفرد، كما يجب إيجاد أفراد يكون دورهم مساعدة الفرد في اختيار نوع السلعة التي تناسبه، ومساعدته أثناء عمليات الشراء دون غش أو تضليل. (حسيب، ياقوت، ٢٠١٥، ٢١٥)

٢- العوامل الاقتصادية:

حيث يتأثر سلوك الطفل تبعًا لقدرته الاقتصادية، والمالية وهي تؤثر بشكل واضح في العمليات الشرائية، والاستهلاكية التي يقوم بها، حيث يعتمد الوعي الاستهلاكي هنا على التفاضل بين الدخل المتاح للفرد، وما يريد إنفاقه في الشراء، وما يريد إيداعه، ونجد أن الأسرة لها دخل دوري تحصل عليه يقوم وفقا له بتحديد ما يقوم باستهلاكه؛ ولذلك فيجب على الأسرة تربية أبنائها على تفهم السلوك الاستهلاكي، وعدم الإنفاق الزائد عما لديهم من دخل مع الاهتمام بعمليات إيداع الأموال. (العزي، ٢٠٢٣، ١٢٧-١٢٨)

٣- العوامل النفسية:

حيث يتأثر السلوك الاستهلاكي للطفل بالعوامل النفسية التي يمر بها من حاجات، ودوافع، واتجاهات، ونجد أن العامل النفسي يظهر في اختيار الطفل للسلع، والمنتجات، والخدمات التي يرغب في استهلاكها.

٤- أسعار السلع والخدمات:

نجد أن ارتفاع أسعار السلع بسبب التغييرات المعاصرة، والتضخم الذي تمر به المجتمعات، وزيادة الطلب على السلع يؤدي إلى انخفاض القوة الشرائية لدى الفرد، ونجد الآن أن التسهيلات الائتمانية التي توفرها الدول أدت إلى زيادة القدرة الشرائية، وزيادة الاستهلاك؛ وذلك لأنها تعتمد على شراء المنتج أو السلعة ثم سداد قيمتها على فترات لاحقه، ويجب توعية الأبناء، وتربيتهم على الابتعاد عن ذلك لما فيه من ضرر يمكن أن يتعرضوا له فيما بعد إذا لم يستطيعوا دفع تلك الأموال، والقروض فيما بعد. (حسيب وياقوت، ٢٠١٥، ٢١٦).

٥- الإعلان التجاري في وسائل الاتصال:

يختلف الأطفال حاليًا عن الأطفال سابقًا، ولعل من أكثر العوامل التي أثرت على الأطفال هو الإعلان التلفزيوني. لذا لجأت عديد من الشركات إلى الإعلان الموجه للطفل، على الرغم من أن عديد من الدراسات أشارت إلى وجود آثار سلبية ناتجة عن الإعلان الموجه للطفل.

حيث بحثت دراسة (Shasburger, 2004) في الإجابة عن السؤال الآتي: لماذا نعلن للأطفال؟ لأن الأطفال هم مستهلكوا المستقبل، وهم المحرك الذي سيقود الإقتصاد مستقبلاً، لأن الإعلان للطفل هو عملية ناجحة لبناء مستهلك صلب قادر على دعم، وحماية أنشطة المنظمات التسويقية عن طريق خلق مستهلك طويل الأجل لمنتجاتها؛ من خلال كسب عقول هؤلاء الأطفال. ويتفق هذا مع دراسة (Bansal, 2004) التي أشارت إلى أن الأطفال يشكلون ثلاثة أنواع من الأسواق: سوق أساسي، وسوق مؤثر، وسوق مستقبلي. وتشير إحصاءات الإتحاد الاوروي إلى أنه يمكن توليد ما يقارب ٦٢٠-٩٣٠ مليون دولار سنويًا كعائد من تسويق المنتجات الخاصة بالأطفال.

ونتائج الإعلان للأطفال لا تتحقق بشكل مباشر من الأطفال، وإنما أيضا ما يعرف بـ The Nag Factor الذي يقصد به ضغط الأطفال على آبائهم لشراء منتجات معينة شاهدوا إعلانات تلفزيونية لها عن طريق البكاء، والشكوى، والإلحاح على شرائها. وظهر مصطلح تسويق مرتبط بهذا المفهوم يعرف بـ "Nag Factor Marketing" وتشير الدراسة إلى أن الإعلان للأطفال يخلق فرص عمل، ويولد النقد للاقتصاد. ومن النواحي الاجتماعية يعزز الإعلان للأطفال حرية الطفل في الاختيار، ويوضح للطفل مفهوم النقود، وأهميتها، وأن الفرد يستطيع أن يحصل على المنتجات فقط إذا كانت لديه القدرة على دفع ثمنها. أما الآثار السلبية الناتجة عن الإعلان للطفل فهو بسبب العدد الكبير من الإعلانات التي يشاهدها الأطفال. فكلما تعرض الطفل للمزيد من الإعلانات التجارية التلفزيونية كلما زادت رغبته في الحصول على المزيد من الألعاب، وتناول المزيد من الأطعمة المعلن عنها مقارنة بالأطفال الأقل مشاهدة للإعلانات.

وتجدر الإشارة هنا أن مصدر المعلومات لطفل ما قبل المدرسة بالنسبة للمنتجات الخاصة به هو الإعلان التليفزيوني حيث يبحث الطفل عن المنتجات التي تظهر في الإعلانات التليفزيونية، وتجذبه إليها دون الاهتمام بالأبعاد الأخرى للمنتج كالسعر، والجودة. ويفضل الطفل العلامات التجارية التي تظهر في الإعلانات. لذا يجب على الآباء أن يكونوا أكثر حرصاً على متابعة نوعية ما يشاهده أبناءهم من إعلانات تجارية.

٦- ثورة المعلومات والاتصالات:

أحدثت ثورة المعلومات والاتصالات تغيرات جذرية في الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي كانت سائدة حتى بداية الثمانينيات في القرن الماضي في المجتمعات المتقدمة، والمجتمعات النامية على حد سواء ، وأصبح الأطفال مؤخرًا ينافسون الكبار في اقتناء الأجهزة التكنولوجية الحديثة، والتي باتت تشكل بالنسبة لهم ولعاً شديداً وشيئاً لا يمكن الاستغناء عنه.

وقد أصبح للتكنولوجيا تأثيراً كبيراً على الأطفال فقد أصبح أطفال الجيل مفتونون بالتكنولوجيا بل وأصبحوا لا يستطيعون العيش بدونها. ويجد أطفال اليوم صعوبة في تصور حياة جميلة في غياب بعض عناصر التكنولوجيا مثل ألعاب الفيديو، والإنترنت، والتليفون المحمول، وأجهزة الآي باد. وقد أثبتت الدراسات التي أجريت في السنوات الأخيرة أن هناك عديد من آثار استخدام الأطفال للتكنولوجيا بعضها جيد، وبعضها ليس جيداً. وفي كلا الحالتين يجب على المجتمع التكيف مع حقيقة أن التكنولوجيا تستمر في التطور، وأنها أساسية في حياة الطفل، والمجتمع، فالإبتكار لن يتوقف عند حد معين. (إبراهيم، ٢٠١١، ٣-٤).

المحور الثالث: دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة والتغيرات المعاصرة المؤثرة على هذا الدور:

ويتكون هذا المحور من مطلبين وهما:

الأول: دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة.

الثاني: التغيرات المجتمعية المعاصرة المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للأسرة.

أولاً- دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة:

تعد الأسرة الخلية الأولى التي تقوم بتربية الأطفال، ويتم فيها بناء دوافعهم، واتجاهاتهم، كما تعد الوحدة الاجتماعية الأولى التي يراها الفرد، وينمو داخلها، ويتكون لديه السلوك الاستهلاكي نتيجة محاكاة الأسرة فإن كان هذا السلوك جيداً، وسويًا ومعتدلاً اكتسب الطفل الوعي الاستهلاكي الصحيح، وإن كان سلوك الأسرة الاستهلاكي غير سوي يتأثر بذلك الطفل وهنا يجب توعية الأسرة، والطفل بخطورة ذلك. فالأسرة تؤثر تأثيرًا كبيرًا على الخلفية الشرائية والاستهلاكية لأفرادها. (بدير وآخرون، ٢٠٢١، ٥٠٧).

فالأسرة لها تأثيرها الكبير على سلوك أعضائها الاستهلاكي، وذلك أنها تعلم أفرادها استهلاك أو استخدام ما يجب استهلاكه أو استخدامه من سلع وخدمات، ولا شك أن جميع أفراد الأسرة يتشاركون في الكثير من الروابط القيمية السلوكية التي تحدد أنماطهم الاستهلاكية نحو ما يحتاجونه من سلع وخدمات، وترجع أهمية الأسرة وخطورتها في التربية إلى أن أول ما يراه الطفل في الوجود منزله، وذويه فترسم في ذهنه أصول صور الحياة مما يراه من حالهم، وطرق معيشتهم فتتشكل نفسه المرنة القابلة لكل شيء، المنفعلة بكل أثر بشكل هذه البيئة الأولى. (عطايا، ٢٠٠١، ١٣٨).

وتعد مرحلة الطفولة من أهم مراحل العمر التي تتكون فيها العادات، والقيم التي تلازم الفرد طوال حياته، والعادات الاستهلاكية كغيرها تتكون نتيجة تكرار الأفعال والممارسات. ولاشك أن طفل اليوم تتجاذبه تيارات متعددة نحو مزيد من الاستهلاك، وإن كان الاستهلاك في حد ذاته يعتبر سلوكًا طبيعيًا للإنسان للمحافظة على وجوده، ولتلبية حاجاته ومتطلباته ولكن إذا تخطى هذا الاستهلاك الحاجات المطلوبة، والأولويات فإنه يعتبر سلوكًا سلبيًا وتبذيرًا، ويدخل في دائرة الخطأ والمحذور، يلزم التدخل لمعالجته؛ ولا يقدر على القيام بهذا الدور بصورة أفضل سوى الأسرة.

إن الطفل في الأسرة مستهلك للغذاء، والملابس، واللعب، والمصروف، وما تملكه الأسرة من أجهزة وأدوات، والتنشئة الاستهلاكية عملية مستمرة يتعلم الطفل من خلالها المعارف، والمهارات، والاتجاهات التي تتناسب مع السلوك الاستهلاكي المتعلق بالحصول على المنتجات أو الخدمات، واستهلاكها، فالأسرة لها دور هام في التنشئة الاستهلاكية للطفل، فالأطفال يتعلمون السلوك الاستهلاكي من خلال سلسلة من المواقف، ومعاملة الآخرين لهم، والأماكن التي يمارس فيها هذا السلوك، فالأسرة هي القدوة للطفل في تعلم الاتجاهات الصحيحة نحو الاستهلاك، وتنمي لديه القدرة على حسن الاختيار، والشراء، وتعويد الطفل على التوفير. (الساعاتي، ٢٠٠٦، ٢٧)

ورغم التغيرات الحاصلة في المجتمع، والتي أثرت على الأسرة فتراجعت عن معظم وظائفها، وذلك بظهور التكنولوجيا الحديثة، إلا أنها لازالت المؤسسة الوحيدة من حيث التأثير على الأبناء وخاصة في السنوات الأولى من العمر في اكساب الطفل المهارات، والعادات، والقيم الشائعة في الحياة العامة، والمحيط الأسري، فالتنشئة لازالت تلازم الأسرة رغم هذه التغيرات، وهي الوسيط الأساسي بين الثقافة و الفرد، وتوجد مؤسسات أخرى تتبع منها ثقافات متعددة مثل، جماعة الرفاق، والمسجد، والروضة، والمدرسة، لكن تبقى الأسرة المسؤول الأول لتمحيص القيم الثقافية بأنواعها.

وللأسرة عدة وظائف منها الدعم الاقتصادي، وتحقيق الاستقرار العاطفي، والحماية، والأمن، والتطبيع الاجتماعي الذي يعزز بدوره التطبيع الاستهلاكي، حيث أن مهارات الأطفال الاستهلاكية مكتسبة من مهارات آبائهم؛ فالأطفال ينظرون ألي آبائهم كنموذج للسلوك الاستهلاكي. (بو كبشة، ٢٠٢٢، ٨٥)

وتعد الأسرة الواعية التي تستطيع أن تؤدي دورًا إيجابيًا في التأثير على أبنائها بما تتبعه من أنماط معاملة والدية سوية مصدرًا غنيًا، وفعالاً في التأثير على ثقافة الأبناء، وتنشئتهم صحياً، وعقليًا، واجتماعياً، نفسياً تنشئة سليمة، فإذا حدث خلل في نمط معاملة الوالدين للأبناء؛ فإن ذلك سيترتب عليه زيادة المشكلات الأمر الذي يتيح للأبناء الفرصة للبحث عن الحب، والقبول، والقدوة خارج نطاق الأسرة خاصة في مرحلة المراهقة.

فالأنماط الوالدية المتبعة في الأسرة تنعكس إيجاباً أو سلباً على شخصية الأبناء؛ وفقاً لنمط السلوك المتبع، فتجاهل بعض الآباء لحاجات الأبناء أو التعامل معهم بقسوة، وخاصة في مرحلة المراهقة، والتي يبحث المراهق فيها عن الاستقلالية، والتحرر من قيود الوالدين، قد يكون سبب في الفجوة التي تحدث بين الآباء، والأبناء. ولذلك نجد أن علاقة المراهقين بالوالدين لا تتميز بالتوتر فحسب بل نجد أنها أحياناً تولد بينهم الشك، وسوء التفاهم.

وبذلك يمكن القول بأن التنشئة الاجتماعية بصفة عامة، والتنشئة الاستهلاكية بصفة خاصة لا تتحقق إلا في وجود علاقة قوية بين الوالدين والأبناء داخل الأسرة، حيث تتضمن هذه العلاقة أن يدرك الأبن أنه مقبول، ومحبوب من والديه؛ فإدراك الأبناء لقبول الوالدين لهم يكون سبباً في تنمية شخصيتهم بشكل إيجابي وفعال. وعلى النقيض من ذلك فإن إدراك الأبناء لرفض الوالدين لهم يكون سبباً في إظهار صفات سلبية في الشخصية.

وتختلف أساليب التنشئة الأسرية باختلاف المجتمعات والثقافات، بل تختلف بين الأسر في المجتمع الواحد، فهناك بعض الآباء الذين يروا أن استخدام أسلوب العقاب، والتشدد مع أبنائهم هو الأسلوب الأمثل لمعاملة أطفالهم، وعلى الطرف الآخر نجد أن هناك بعض الآباء الذين يروا أن أسلوب التدليل، والمبالغة في الرعاية، والحماية الزائدة هي أنسب الأساليب في تعاملهم مع أبنائهم. (أحمد، ٢٠١٨، ٧٧)

وتجدر الإشارة هنا إلى أن التغيرات التي مست الأسرة المصرية، وما حدث لها من تحولات في جميع المجالات جعلها تتعرض إلى قيم ثقافية جديدة من الناحية الاستهلاكية.

وقيم الثقافة الاستهلاكية جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية التي تمارس بشكل مستمر في المأكل، والمشرب، والملبس، واللعب، وغيرها، ويكمن دور الأسرة هنا في غرس القيم الاستهلاكية، وإتباع الأساليب السليمة في تنمية القيم، ولاسيما القدوة الحسنة، وتوضيح الصواب من الخطأ، والحلال من الحرام. فوجود القدوة الحسنة، وخاصة في فترة الطفولة يساعد على سرعة التعلم، وغرس العادات، والقيم، والاتجاهات الصحيحة نحو الاستهلاك.

والإقتصاد المنزلي ضروري جداً لتجسيد القيم الاستهلاكية، ومواجهة الحياة، ومشاكلها نتيجة غلاء الأسعار؛ لذا وجب على الأسرة تنشئة أبنائها تنشئة سليمة؛ لمراعاة إمكانات الأسرة، والإنفاق السليم، ويعتبر دور الأم في هذه النقطة مهماً جداً للتحكم في ميزانية الأسرة، وعدم الإسراف بضبط النفقات، والادخار. والأبناء يتعلمون من الأمهات والآباء؛ لذلك يجب على الأسرة إشراك جميع الأفراد في إدارة شؤونها، بما في ذلك التخطيط لأنه مهم في الثقافة الاستهلاكية، وإشراك الأبناء في عملية الاقتناء، وترك الطفل يتعامل مع النقود ليفهم أن المال شئ ثمين، والتعامل معه في هذا الشأن بحرص. (بوكبشة، ٢٠٢٢، ٨٦)

مما سبق يتضح أن مسؤولية التنشئة الاستهلاكية الرشيدة تأتي أولاً على عاتق الأسرة التي تعد اللبنة الأولى في بناء وتكوين خلفية الطفل؛ فيتجسد أمام الطفل ما يسمى "القدوة الاستهلاكية" من خلال سلوك الأب وسلوك الأم. فالتنشئة الوالدية تقوم بدور فعال في تشكيل السلوك الإنفاقي، والعادات الاستهلاكية، والتفضيلات الشرائية لدى الأبناء من خلال الأنماط السلوكية للوالدين في المواقف الحياتية المختلفة؛ فإذا حرصت الأسرة على توجيه أبنائها بتربية سليمة نحو تعلم قيم معينة داخل الأسرة، وخارجها تكون قد غرست فيهم قيم ذات ثقافة استهلاكية رشيدة، واكسبتهم مهارات استهلاكية سليمة لممارسة السلوك الاستهلاكي الرشيد.

ثانياً - التغيرات المجتمعية المعاصرة المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للأسرة:

خضعت الأسرة العربية بصفة عامة، والأسرة المصرية بصفة خاصة في العقدين الأخيرين، وتخضع حالياً لمجموعة من التحولات، والتغيرات، والأحداث على كافة الأصعدة الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية؛ أثرت في تكوينها، وبيئتها، ووظائفها، وأدوار أفرادها، وفي العلاقات المتبادلة فيما بينهم، وفي استقرارها، وعناصرها غير المادية كالمعتقدات، والقيم، والاستعدادات السلوكية، وأساليب الحياة.

والتغيرات المجتمعية تعني مجموعة التغيرات الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، والسياسية المخطط لها أو التلقائية التدريجية أو الفجائية التي تحدث في المجتمع، ويكون لها تأثيرها الواضح على بناء المجتمع. (حماد، ٢٠١٦، ٨٦).

ونخلص من هذا إلى أن التغيرات المجتمعية تشمل جميع التغيرات التي تحدث في المجتمع سواء كانت مادية أو غير مادية كالتغير في الوسائل التكنولوجية، والملابس، والعادات، والتقاليد، والقيم.

ومن أهم التغيرات المجتمعية المعاصرة ما يلي:

١ - العولمة:

شهدت بلدان العالم الثالث أو البلدان الأقل تطوراً تحولات كبرى في العصر الراهن، وأدى الانفتاح الفكري، والثقافي المتسارع إلى انتشار ظاهرة الاستهلاك، وبروز مظاهر ثقافية مرتبطة بالسلع الاستهلاكية، ولم تستطع تلك البلدان مجاراة المنافسة المفروضة في ظل الانفتاح، والعولمة، الأمر الذي جعلها تستسلم لقوة التيارات الثقافية الاستهلاكية الكونية المتدفقة، تلك القوة القادرة على تشكيل العقول، وصياغة الفكر، والوجدان. وقد ساعد على تحقيق تلك الثقافة، وتناميها، وانتشارها قيام الشركات العملاقة متعددة الجنسيات بمقابلة الاحتياجات الاستهلاكية لكل قطاعات وشرائح المجتمع من خلال فروعها المنتشرة في أنحاء العالم، من خلال وسائل عدة، واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (حجازي، ٢٠٠١، ١٢١)

وقد شهد المجتمع المصري موجات من التغيرات الاجتماعية، والثقافية، صاحبت التحولات التي تعرض لها العالم أجمع إزاء التوجه نحو العولمة، وإلغاء الحدود والحوجز أمام حركات تنقل السلع، ورؤوس الأموال، وحرية التجارة العالمية، الأمر الذي شجع بالضرورة على زيادة حدة الاستهلاك على المستويين العالمي، والمحلي. وقد عملت النزعة الاستهلاكية على اختراق الثقافات التقليدية للمجتمعات. (سيف، ٢٠١٠، ١)

٢ - ثقافة الاستهلاك:

وتعتبر ثقافة الاستهلاك أحد التبعات التي خلفتها الأنشطة الإنتاجية، والتسويقية بصفة خاصة، وظروف الأسواق، والظروف الاقتصادية، والاجتماعية بصفة عامة، ويدور موضوعها حول إرتفاع وتيرة الاستهلاك، والطلب على الحاجات من قبل المستهلكين بصورة متسارعة نتيجة إنفتاح الأسواق، والثقافات، والعلاقات السياسية، والاقتصادية بين الدول، وتغيرت معها

كذلك أنماط الاستهلاك بين مختلف المجتمعات مع كبر حجم إنفاقها على السلع، والخدمات. (مايدي، فرحي، ٢٠١٦، ٦٦٠)

ويعرف الشايب (٢٠١٥، ٣٣) الثقافة الاستهلاكية بأنها تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، أي أنها مجموعة المعاني، والرموز، والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية، وفي ضوء هذا التعريف، فإن للثقافة الاستهلاكية جوانب مادية واضحة، إذ أنها تلتف بالأساس حول عملية استهلاك مادي، ولكن هذه الجوانب المادية لا يمكن فهمها، وتحليلها، واكتمال عناصرها، إلا بفهم الجوانب المعنوية المتصلة بها، والتي توسع من دائرة الثقافة الاستهلاكية لتشمل المعاني، والرموز، والصور المصاحبة للعملية الاستهلاكية في مستويات ثلاث هي: ما قبل العملية الاستهلاكية، أثناء العملية الاستهلاكية، وأخيراً ما بعد الاستهلاك.

وقد أصبحت الثقافة الاستهلاكية مظهرًا من مظاهر الحياة اليومية في هذا الوقت، وهذه الثقافة تتعدى دورها الاقتصادي لتؤدي دورًا سلبيًا في التنشئة الاجتماعية للفرد من خلال التأثير على قيمه المادية، ووعيه الاستهلاكي، واتجاهاته، وقراراته المستقبلية. (أحمد، ٢٠١٨، ٨١)

٣- التكيف الهيكلي وتراجع دور بعض مؤسسات التنشئة الاجتماعية:

وهنا تؤثر سياسات التكيف الهيكلي في المجال الاقتصادي بصورة مباشرة على الأسرة في المجتمع المصري من خلال التنشئة الاجتماعية الأولية للذات، وتأثيرها على مستويات الدخل، والأوضاع المعيشية، وأساليب تنشئة الأطفال، ويفرض ذلك ضغوطًا ملحّة على رب الأسرة في مجال تجميع الدخل، واللهث المستمر وراء توفير احتياجات الأسرة المتزايدة، ويؤدي هذا الإنشغال إلى عديد من صور الضعف، وتراجع دور الأسرة في هذا المجال. (الصياد، ٢٠١٦، ٢٨٤).

٤- سيادة نمط النهم الاستهلاكي في المجتمع:

يجمع العلماء على أن هذا القرن شهد تحولات قيمة مستحدثة تتغير بين الحين، والآخر، لعوامل مختلفة بصورة لم تشهدها الإنسانية من قبل، فأصبحت الأسرة تعيش حاليًا

ثلاثية الأجيال المتعاقبة وأحيانا أربعة أجيال، لكل جيل منها قيمه، وثقافته، واتجاهاته، وميوله المتناقضة تبعاً للمتغيرات السريعة التي يشهدها العصر. هذا وقد أثرت هجرة الأيدي العاملة إلى البلدان النفطية على نطاق واسع في السبعينيات إلى ظهور أنماط جديدة من الاستهلاك وإلى انتشار ظاهرة الإفراط في الاستهلاك من خلال التقليد، والمحاكاة، إذ يخضع المهاجر بعد وصوله لأثر المشاهدة، والمحاكاة لنمط الاستهلاك السائد في بلدان النفط حيث يجري عرض أحدث ما وصل إليه العالم الغربي من فنون وسلع. (عفيفي، ٢٠١١، ٩١)، (التابعي، ١٩٩٦، ٣٧٥-٣٧٦)

وترى الباحثة أن نمط الاستهلاك الغربي بدأ في الإنتشار في مختلف دول العالم، وذلك مرتبطاً بالتطورات التي طرأت على وسائل الإتصال التكنولوجي الحديثة، أو الثورة في مجال الإتصالات عموماً مما أدى إلى زيادة الاستهلاك بشكل كبير، وتؤكد الباحثة أن هذه التغيرات العالمية قد ساهمت في إنتاج الفجوة الاستهلاكية بين الأفراد مما زاد الإنفاق الاستهلاكي على مختلف السلع، والمنتجات، مما أصبحت الثقافة الاستهلاكية هي الموجه الفكري، والمعنوي، والمادي للمجتمعات وخاصة النامية منها.

المحور الرابع : متطلبات تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية الرشيدة:

ثمة مجموعة من المتطلبات اللازمة لتفعيل دور الأسرة في تنشئتها لأفرادها على نحو صحيح، تقف جميعها على خط موازي من حيث درجة الأهمية، تحدها الباحثة فيما يلي:

المتطلب الأول: تعديل البنية المعرفية للطفل:

ويتم ذلك من خلال قيام الأسرة بفحص، ومن ثم تعديل البنية المعرفية للطفل حول الجوانب الاستهلاكية لإستيفاء الإيجابي منها، وتغيير السلبي. فإذا كانت المعارف الموجودة في ذهن الطفل حول الجوانب الاستهلاكية ذات طابع سلبي كإعتقاده أن المال وجد لينفق فحسب؛ فلا بد من أن يوضح له الوالدين أن تلك الأفكار ستدفع به إلى اتجاه الإسراف والتبذير، ومن ثم ستعدهم مدخراته، وكذلك تعديل فكرة أن القيمة الاجتماعية للفرد تتحدد وفقاً لقدراته المالية.

المتطلب الثاني: تربية الطفل على القيم:

ويتم ذلك من خلال الآليات التالية:

- تربية الطفل على المنهج الإسلامي؛ لاكتساب قيم أخلاقية مستمدة من القرآن الكريم، والسنة النبوية الشريفة، وهذا ينعكس بدوره على سلوكيات الأطفال إيجاباً؛ ليصبح فرداً فعالاً في المجتمع.
- تعويد الطفل على الربط بين الأخلاق الفاضلة، والتعامل الصحيح مع المال، فالأسرة تعمل على تنمية الأخلاق الفاضلة لدى الأبناء منذ الصغر، وتعدد لهم آثارها الاقتصادية على سلوكهم، ومن هذه القيم الصدق والأمانة، والإعتدال والقناعة، والوفاء وحسن المعاملة، والسماحة والبشاشة، وطلاقة الوجه، وفي ذات الوقت تعمل على تحذيرهم من السلوكيات المنهي عنها شرعاً ومنها: الإسراف والتبذير، والإنفاق الترفي، والبذخ، والغش، والتدليس، وكل صور الإعتداء على أموال الغير.
- تدريب الأبناء على الإنفاق في أوجه الخير ابتغاء مرضاة الله تعالى، حيث إن كثير من خصال الخير يتوارثها الأبناء عن والديهم والعكس أيضاً صحيح، ومن ذلك الصفات المتعلقة بالمال، مثل الكرم، والبخل، ولذلك فإن ذلك التدريب له أكثر من فائدة فمنها تخليص الطفل من الشح، والبخل، وتعويده على أخلاق التكامل وكرم النفس وحب العطاء.

المتطلب الثالث: التثقيف الاستهلاكي للطفل:

ويتم ذلك من خلال الآليات التالية:

- تزويد الطفل بالقيم، والمعارف، والمعلومات الاقتصادية، واكسابه العادات الاستهلاكية السليمة، والاتجاه الإيجابي نحو الترشيد، وتنمية وعيه بفائدة الإقتصاد، والاستخدام الأمثل للأشياء في مختلف المجالات؛ للقضاء على نمط الاستهلاك الترفي، وتعديل سلوكه الاستهلاكي للسلوك الرشيد، حيث سعت الدول المتقدمة إلى غرس النزعة الاستهلاكية داخل الطفل معتمدة في ذلك على ضعف وعيه الاستهلاكي، واتصاف سلوكه الاستهلاكي بالعشوائية.
- إكساب الطفل ثقافة الإدخار وترشيد الاستهلاك في ممارسته الحياتية، وترشيد سلوكه نحو المجالات الاقتصادية المختلفة كجمال الإدخار، والغذاء، والمياه، والطاقة، والملابس، والوقت، والتقنيات.

- إتباع الأسرة لأساليب تنشئة سوية حيث تؤدي دورًا مهمًا في تنمية الوعي الاستهلاكي للطفل وتنشئته تنشئة استهلاكية سليمة من خلال إختيار الأساليب المثلى المرغوب فيها، والملائمة لمرحلة الطفل العمرية كأسلوب القدوة، والنصح والإرشاد، والممارسة العملية للعملية الاستهلاكية أمامه.
 - تعريف الطفل بأنواع السلع، ووظائفها، وكيفية الإختيار الأفضل منها؛ بهدف اكسابه المعرفة الكافية التي تمكنه من القدرة على إتخاذ قرار استهلاكي سليم مع مراقبة سلوكه الاستهلاكي، وتوجيهه للسلوك الصحيح عند الخطأ، وإشراكه في الأمور المتعلقة بالأزمات الاقتصادية التي قد تتعرض لها الأسرة، واكسابه القدرة على مواجهة أزماته الاقتصادية في المستقبل.
 - بث ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى الأطفال، وعدم التأثر بالثقافات الغربية الاستهلاكية، والتي لا تتواءم مع المجتمع المصري، بحيث يكون الشراء للسلع التي يحتاجون إليها بالفعل، وليس لمجرد مواكبة أصدقائهم، والمجتمع الذي يعيشون فيه.
 - تعاون الأسرة مع المؤسسة التعليمية التي يلتحق بها الطفل؛ لتنمية وعيه الاستهلاكي لتجنب حدوث تضارب بين ما تقدمه المؤسسة، والأسرة فيما يتعلق بالجانب الاستهلاكي.
- المتطلب الرابع: العمل على وجود القدوة الحسنة داخل محيط الأسرة:**

ويتم ذلك من خلال الآليات التالية:

- ممارسة الوالدين السلوك الاستهلاكي الرشيد أمام الطفل لوجود علاقة ارتباطية بينهما، واعتباره عاملاً أساسياً في ترشيد الاستهلاك.
- سعي الأسرة للاستزادة من المعارف، واكتساب المهارات لتحسين أساليبها في الاستهلاك لأنها القدوة لجميع أفرادها.

المتطلب الخامس: تدعيم السلوك الإيجابي للطفل:

ويتم ذلك من قبل الوالدين من خلال عبارات الشكر، والثناء، والمدح، والاستحسان في حالة قيام الطفل بسلوك استهلاكي مقبول أو من خلال زيادة المصروف للطفل في حالة استخدامه في نواحي إيجابية كإشراء للكتب الخارجية المتعلقة بالمنهج الدراسي أو في حالة إيداره لجزء من هذا المصروف.

المتطلب السادس: تهيئة فرص التطبيق الاستهلاكي للطفل:

ويتم ذلك من خلال الآليات التالية:

- قيام الأسرة بتوفير فرصاً تطبيقية للطفل لممارسة السلوك الاستهلاكي من خلال المواقف التي يعيشها داخل أسرته.
- إعطاء الطفل مصروف جيب بصورة منتظمة، ومتابعته لنفقاته، وإقامة حوار حول ذلك، فالطفل الذي يمنحه والديه مصروف جيب بشكل يومي منتظم يحدث له تراكم خبرات، ومستوى أعلى من المعرفة الاقتصادية التي تتكون لدى الطفل الذي لا يتلقى مصروف بشكل منتظم أو يتلقاه شهرياً فيواجه صعوبة في التخطيط السليم للاستهلاك.
- تدريب الطفل على إعادة تدوير المخلفات لتحويلها إلى أشياء قابلة للاستخدام كعمل مقلمة مدرسية أو حصالة أو عمل زينة لغرفة نومه أو صنع ألعاب بسيطة.
- تشجيع الطفل على شراء المنتجات الصديقة للبيئة للمحافظة على البيئة، وتنمية الشعور بالمسؤولية تجاه البيئة لدى الطفل.

المتطلب السابع: اختيار الأسلوب المعيشي الملائم لأفراد الأسرة:

ويتم ذلك من خلال الآليات التالية:

- استثمار الأسرة للمواقف الاستهلاكية اليومية التي يمارسها الطفل بشكل غير واعي لإكسابه النمط الاستهلاكي الصحيح؛ كمشاركته في القرارات الشرائية، وتدريبه على الإدخار من مصروف الجيب الخاص به، واستثمار أوقات فراغه بشكل مفيد، ومشاركته في وضع بعض أجزاء الميزانية الخاصة بالأسرة والمتعلقة باستهلاكه كبند شراء الألعاب أو استخدامه للمياه والملابس، والطاقة وغيرها؛ مما يشعره بأهميته، ويكسبه القدرة على تحمل المسؤولية الاقتصادية.
- إتفاق الأسرة على أسلوب تربيوي واحد فيما يتعلق بتدريب الطفل على الجانب الاستهلاكي، فقد تتوافر الموارد الاقتصادية، ويختلف الزوجان في طرق الإنفاق المتعلقة بالميزانية، أو تدريبه عليها لرغبة أحد الوالدين في الظهور بمستوى معيشي أفضل بإعتبار ذلك محدد لمكانة الأسرة الاجتماعي؛ لذا أضحت هذا المجال عرضة لظهور الصراع بين الزوجين؛ مما قد يسبب الإضطراب النفسي، والسلوكي للطفل.
- تعويد الطفل الالتزام بميزانية الأسرة المحدودة، وذلك بتأجيل أو التنازل عن بعض المتطلبات حتى تصبح هذه المتطلبات واقعية، وتتماشى مع مستوى دخل الأسرة.

المتطلب الثامن : حث الطفل على الرقابة الذاتية الموجهة:

ويتم ذلك من خلال الآليات التالية:

- احترام الأسرة لعقلية الطفل واكسابه طرق التفكير، واستخدام منهج علمي في إتخاذ القرارات الاستهلاكية بداية من جمع المعلومات، والتعرف على البدائل المتاحة، وتدريبه على التأني، والمفاضلة بينها وصولاً لتحمل مسئولية قراراته، وعواقبها، فالأسرة الناضجة تحترم عقليته، وتسعى لإكسابه طرق التفكير المنظم، والمنطقي بربط الأشياء بمسبباتها.
- تدريب الطفل على ترشيد استهلاك الوسائل التقنية، وتعريفه بسلبيات الإفراط في استخدامها.
- توعية الطفل بمشكلة السلوك الاستهلاكي غير السوي، والمشكلات التي تترتب على ذلك.
- تدريب الطفل على ترتيب النفقات وفق الأولويات؛ وهي الضروريات فالحاجيات فالتحسينات، فعندما يطلب الطفل شيئاً من الكماليات وهو في نفس الوقت محتاج إلى شيء آخر في مجال الضروريات، فتعطي الأولوية للضروريات، ويتعين على الأسرة أن تبين للطفل أن هذا أولى من المتطلب التاسع: حماية الطفل كمستهلك صغير وتوعيته:

ويتم ذلك من خلال الآليات التالية:

- توعية الطفل منذ الصغر بحقوقه، وواجباته كمستهلك.
- بناء علاقات إيجابية بين الوالدين والأبناء عن طريق الحوار الفعال، حتى لا يكونوا فريسة سهلة لتلقي، وتبني الأفكار التي تبث لهم في الرسائل الإعلانية لوسائل الإعلام المختلفة.
- اكساب الطفل القدرة على نقد ما يعرض عليه من برامج، وإعلانات، وألعاب، وتزويده ببدائل جذابة، والذهاب إلى الحدائق، أو تبادل الزيارات مع تزويد غرفته بالمجلات، والكتب العلمية، والقصص المصورة؛ من أجل زيادة تعلقه بالأشياء الملموسة، إضافة إلى تخصيص وقت، ومواعيد محددة لاستخدام التقنيات بمختلف أنواعها.
- اكساب الطفل القدرة على نقد ما يعرض عليه من برامج، وإعلانات، وألعاب، وتزويده ببدائل جذابة، والذهاب إلى الحدائق، أو تبادل الزيارات مع تزويد غرفته بالمجلات، والكتب العلمية، والقصص المصورة؛ من أجل زيادة تعلقه بالأشياء الملموسة، إضافة إلى تخصيص وقت، ومواعيد محددة لاستخدام التقنيات بمختلف أنواعها.
- تقنين عدد ساعات تعرض الطفل للأجهزة التقنية، ونوعية البرامج التي يشاهدها وتدريبه على كيفية الربط بينها، وبين واقع الحياة.

خاتمة :

كانت الأسرة ولازالت المؤسسة الأولى المسؤولة عن عملية التنشئة الاجتماعية، رغم ماحدث من تغيرات في المجتمع، وتراجعها عن معظم الوظائف، إلا أنها لازالت تلازم التنشئة، وتحاول بقدر الإمكان تربية أبنائها، وضبطهم اجتماعياً على أساس القيم الأخلاقية، والتي يستقي منها الفرد سلوكياته، لذلك من واجب الأسرة الاختيار الأمثل لأساليب التنشئة الاستهلاكية الرشيدة التي لها دور فعال في عملية تنمية قيم الثقافة الاستهلاكية الرشيدة لدى الأطفال، وترشيد استهلاكهم، لتحقيق النمو السليم، والمتوازن لسلوكياتهم، وتصرفاتهم التي تنعكس عليهم مستقبلاً في بناء شخصيتهم، وتكوينهم؛ ليصبح الطفل عضواً فعالاً في المجتمع، قادراً على مقابلة التغيرات، ومواجهة التحديات. ومن هذه الأساليب أسلوب القدوة الحسنة؛ حيث إن للقدوة أثراً عظيماً في عملية التربية والتعليم، وتعد من أهم أساليب التنشئة وخاصة في فترة الطفولة، حيث تساعد على سرعة التعلم، وغرس العادات، والقيم، والاتجاهات الصحيحة نحو الاستهلاك، كما يجب على الأسرة أن تقدم لأطفالها عديد من الإرشادات أو النصائح لمعظم القرارات المرتبطة بالاستهلاك، ويجب على الآباء الاستمرار في توجيه أبنائهم في كل موقف، على أن يتسم التوجيه بالموقفية كاستغلال مواسم البيع، والشراء، والأعياد، والمناسبات في التوجيه الرشيد للاستهلاك، كما يجب أن تتسم تلك التوجيهات بالأسلوب الحسن، والبعد عن الجفاف، والغلظة مع إشعار الأبناء أن الآباء حريصون على مصالحهم ومستقبلهم. كما يجب على الأسرة اعطاء الفرصة للطفل لممارسة السلوك الاستهلاكي من خلال مشاركته في عمليات الإختيار، والشراء، مع التوجيه السليم له؛ لتنمية قدرته منذ الصغر على حسن الإختيار، والإنتفاع بمختلف السلع، مع تعويده على الإقتصاد، والتوفير، والإدخار.

المراجع

أولاً- المراجع العربية:

- إبراهيم، شيماء فخري فريد. (٢٠٢٠). تأثير التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي على السلوك الاستهلاكي للطفل. *مجلة البحوث الإدارية*. أكاديمية السادات للعلوم الادارية. مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، ٣٨ (٤)، ٢٩-١.
- أحمد، سمير عبد الحميد القطب؛ الجندي، ياسر مصطفى؛ عطا، راضي إسماعيل محمد؛ حسين، تغريد إبراهيم حسن. (٢٠٢١). التعليم وتفعيل قيم التنمية المستدامة في ضوء استراتيجية التنمية المستدامة: رؤية مصر ٢٠٣٠. *مجلة كلية التربية*. جامعة كفر الشيخ، ١٠٢، ٣٥٧ - ٣٨٠.
- أحمد، سناء محمد على محمد. (٢٠١٨). أنماط التنشئة الأسرية وعلاقتها بثقافة الادخار وترشيد الاستهلاك لدى الأبناء: بحث ميداني على عينة من الطلاب الريفيين والحضرين بجامعة أسيوط. *حوليات آداب عين شمس*. كلية الآداب. جامعة عين شمس، ج(٤٦)، ٦٧ - ١١٢.
- الأزهري، منظور أحمد. (٢٠٠٢). *ترشيد الاستهلاك الفردي في الاقتصاد الإسلامي*. القاهرة. دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع.
- الانصاري، وداد مصلح. (٢٠١٧). وكيل التربية الاستهلاكية في كتب التربية الاجتماعية والوطنية المطورة لمرحلة التعليم الابتدائي في المملكة العربية السعودية، *مجلة سلوك*. كلية العلوم الاجتماعية. جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، ٥، ٢٤-٦٠.
- بالطاهر، النوي، غرغوط، عاتكة. (٢٠١٨). دور الأسرة في التربية الاقتصادية للطفل. *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، ٩ (١)، ٦٨ - ٨١. DOI: 10.51838/1767-009-001-007
- بدير، إيناس ماهر؛ راغب، رشا عبد العاطي؛ عبد الظاهر، سلسبيل محمد. (٢٠٢١). المؤثرات الاستهلاكية وعلاقتها بالتوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي الأسري. *المجلة المصرية للاقتصاد المنزلي*. ٣٧ (٢)، ٥٠٥-٥٣٨. DOI: 10.21608/JHE.2021.191712
- البرواري، نزار عبد الحميد، البرزنجي، أحمد محمد. (٢٠٠٤). *استراتيجيات التسويق (المفاهيم - الأسس - الوظائف)*. دار وائل للنشر والتوزيع. عمان.
- البكري، ثامر ياسر. (٢٠٠١). *التسويق والمسؤولية الاجتماعية*. دار وائل للطباعة والنشر. عمان.

- بوكبشة، جمعية. (٢٠٢٢). دراسة تحليلية لأساليب التنشئة الأسرية ودورها في تنمية قيم ثقافة ترشيد الاستهلاك للطفل. مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية و الاجتماعية. جامعة حسيبة بن بو علي الشلف الجزائر، ٦(٢)، ٣٧٩ - ٣٩٠.
- التابعي، كمال (١٩٩٦). تشوهات قيم الذات في المجتمع: مظاهرها وظروف تشكيلها، الندوة السنوية الثالثة لقسم الاجتماع. الذات والمجتمع في مصر. كلية الآداب. جامعة القاهرة.
- الجريسي، خالد بن عبد الرحمن (٢٠٠٦). سلوك المستهلك: دراسة تحليلية للقرارات الشرائية للأسرة السعودية. ط ٣. الرياض. مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الجعفري، ممدوح عبد الرحيم؛ الجرواني، هالة إبراهيم. (٢٠١١). الثقافة الاستهلاكية لطفل الروضة: مدخل للتربية الاستهلاكية. دار المعرفة الجامعية. الاسكندرية.
- جمعية حماية المستهلك (١٤٣٠هـ). مفهوم حماية المستهلك. إدارة العلاقات العامة والإعلام. الرياض. المملكة العربية السعودية.
- حسيب، هيام محمد عبد المنعم، ياقوت، مروى محسن أنور. (٢٠١٥). دراسة مقارنة لبعض المتغيرات المرتبطة بالإنفاق الاستهلاكي الغذائي الأسري في بعض قرى محافظة الاسكندرية والبحيرة. مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي. معهد بحوث الارشاد الزراعي والتنمية الريفية، ٣٦(١)، ٢١٤ - ٢٢٨.
- حماد، جمال محمد. (٢٠١٦). أثر التغيرات المجتمعية العاصرة على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعي دراسة ميدانية لتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة. حوليات آداب عين شمس، ٤٤(٣)، ٧٨ - ١١٨. DOI: [10.21608/AAFU.2016.9632](https://doi.org/10.21608/AAFU.2016.9632)
- الحمدي، فؤاد محمد. (٢٠٠٣). الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعاسها على رضا المستهلك " دراسة تحليلية لأراء عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية". رسالة دكتوراة. كلية الإدارة والاقتصاد. الجامعة المستنصرية.
- الروماني، زيد محمد. (٢٠٠٢). أثر التنشئة الاستهلاكية على سلوكيات الأطفال. مجلة الوعي الاسلامي. وزارة الاوقاف والشؤون الإسلامية. الكويت، ٤٤١، ٨٠ - ٨١.
- زغلول، برهامي عبد الحميد. (٢٠٠٧). حقوق المستهلك والتربية الاستهلاكية (التنظير، التطبيق، التغيير). ورقة بحث مقدمة للمؤتمر العلمي الحادي عشر. التربية وحقوق الإنسان. كلية التربية. جامعة طنطا. مصر. ج(١).
- الساعاتي، سامية حسن. (٢٠٠٦). فضاءات التنشئة الاجتماعية وثقافة الاستهلاك، سلوك المشاهد بين ديناميات التأثير والتأثير. مجلة يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية. ١.

سعيد، سلوي والمالك، حصة (٢٠٠٨). السلوك الاستهلاكي الأسري وترشيده. دار الزهراء. الرياض.
السيد، نبيلة عبد الستار. (٢٠٠٣). تكنولوجيا المعلومات وأثرها على السلوك الاستهلاكي للأسرة
المصرية. رسالة دكتوراة. كلية الاقتصاد المنزلي. جامعة المنوفية.
سيف، ناهد أحمد. (٢٠١٠). الاستهلاك لدى فئات مختلفة من الشباب بمدينة القاهرة. دكتوراة.
جامعة القاهرة.

الشايب، نجوى. (٢٠١٥). ثقافة الاستهلاك الترفي في الريف المصري_ دراسة أنثروبولوجية بإحدى
قرى محافظة الشرقية. المجلة الاجتماعية القومية. كلية البنات. جامعة عين شمس ،
٥٢ (٢)، ٣١ - ٦٩.

طميلة، الهام فخري. (٢٠١٣). العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل: دراسة ميدانية
للطفل الأردني من عمر ١٠-١٦ سنة. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية
والاجتماعية. جامعة القدس المفتوحة، ٢ (٣١)، ٢٤٥ - ٢٧٨.

عبد العال، أيمن محمود محمد. (٢٠٢٢). العوامل المؤثرة في الاستهلاك المظهري للمرأة السعودية.
مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية. كلية الخدمة الاجتماعية. جامعة حلوان، ٥٧ (١)،

DOI: [10.21608/dss.2022.114047.1092](https://doi.org/10.21608/dss.2022.114047.1092). ١٢٥-١٦٢

عبود، عبد الغني عبود أحمد. (٢٠٠٤). الوالدية والتربية الاقتصادية للطفل في ضوء الرؤية
الكونية. ندوة: نحو والدية راشدة من أجل مجتمع راشد. كلية التربية بسوهاج والمعهد العالي
للفكر الاسلامي. مركز الدراسات المعرفية، ١، ١٥٢ - ١٨٩.

العربي، بلال. (٢٠٠١). القيم والتغير الاجتماعي: الشباب نموذجًا. مجلة دراسات مستقبلية. مركز
دراسات المستقبل. جامعة أسيوط، ٦، ٩ - ٣٩.

عزوز، رفعت عمر. (٢٠١٣). التنشئة الاستهلاكية للطفل وأثرها على ثقافته من منظور إسلامي.
مجلة الثقافة والتنمية. جمعية الثقافة من أجل التنمية، ٦٥ (١)، ٩٥ - ١٤٨.

العزي، هاني بن عبد الله. (٢٠٢٣). دور التربية الاستهلاكية في تنمية الوعي الاستهلاكي الاسري
من منظور اسلامي في ضوء المتغيرات المعاصرة. مجلة الأندلس للعلوم الانسانية
والاجتماعية. جامعة الأندلس للعلوم والتنمية، ٦٥ (١٠)، ١٠٤ - ١٣٣. DOI:

10.35781/1637-000-065-005

عطايا، عبد الناصر سعيد مصطفى. (٢٠٠١). التربية الاستهلاكية في الإسلام ودور الأسرة في
تنميتها لدى أبنائها. مجلة التربية. كلية التربية. جامعة الأزهر، ٩٩، ١١٧ - ١٥٠.

عفيفي، عبد الخالق محمد. (٢٠١١). بناء الأسرة والمشكلات الأسرية العاصر. القاهرة. المكتب
الجامعي الحديث.

عقوب، محمد شعيب محمد. (٢٠٢١). دوافع وآثار الاستهلاك التفاخري رؤية سوسيولوجية: دراسة تطبيقية على عينة من الأسر بمدينة طبرق. *مجلة أبحاث. كلية الآداب. جامعة سرت*، ١٨، ٤٤٣ - ٤١٦.

علام، ابتسام. (٢٠٠٢). الجماعات الهامشية_ دراسة انثروبولوجية لجماعة المتسولين بمدينة القاهرة. مركز البحوث والدراسات الاجتماعية. القاهرة.

العيسوي، عبد الرحمن محمد. (١٩٩٧). *سيكولوجية الاستهلاك والتسويق. الاسكندرية. الدار الجامعية للطباعة والنشر.*

قنديل، سميرة أحمد، السيد، أحمد البهي، ریحان، الحسيني رجب، عزيز، حنان حنا. (٢٠١٠). سلوكيات ربة الأسرة في إدارة الوقت والجهد وعلاقة ذلك بالنمط الاستهلاكي لأطفالها، *مجلة بحوث التربية النوعية. كلية التربية النوعية. جامعة المنصورة*، ١٧، ٣٦٤ - ٣٦٩.

القيسي، كامل صكر. (٢٠٠٨). *ترشيد الاستهلاك في الإسلام. دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري. دبي. الإمارات العربية المتحدة.*

مايدي، آمال، فرحي، محمد. (٢٠١٦). دراسة أثر الثقافة الاستهلاكية على وعي المستهلك بالخداع التسويقي - حالة مستهلك مدينة الأغواط. *مجلة الواحات للبحوث والدراسات. جامعة غرداية. الجزائر*، ٩(١)، ٦٦٠ - ٦٩٤.

محمد، نهاد محمود رمضان. (٢٠٢١). دور الأسرة في تنمية الوعي الاقتصادي لطفل الروضة. *مجلة العلوم التربوية. جامعة جنوب الوادي. كلية التربية بقنا*، ٤٦، ١٦ - ٤٣. DOI: 10.21608/MAEQ.2021.74925.1024

محمد، وفاء محمد علي. (٢٠١٢). الأسرة وثقافة الاستهلاك: دراسة ميدانية في مدينة سوهاج، *مجلة كلية الآداب. كلية الآداب. جامعة الفيوم*، ٦، ٢٥١ - ٣٠٩.

المصري، سعيد. (٢٠٠٦). ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري. المركز الدولي للممارسات المستقبلية والاستراتيجية. مصر، ١٩، ٢.

نوفل، ربيع محمود. (٢٠٠٦). *اقتصاديات الأسرة و ترشيد الاستهلاك*، دار النشر الدولي. الرياض.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

Anup shah., (2008). Globlissue. Org1 traderelated, consumption. Children, asp.

Bansal, R, 2009, Urban You th, Business world, june, www.businessworldindia.com/june2804/coverstoiyo5.asp

Bhushan, R. (2002)., When Tots call the shots, www.blonnet.com!cata/yst/2002/05/09/stories!2002050900050/00.htm.

Bjurstrom, Erling, (2002), *Consumer socialization: How do children Become consumers? An Advertising Education forum (AEF) Academic Advisoty Board Discussion paper*, 13 June.

Bjursttom, and Hillevi, (2000), communicative Action: cultural perspectives on media and consumption, Nora: Nya Doxa, 1 (3).

Cotte, J. and S.Wood., (2004), Families and Innovative Behavior: A Triad study of In Fluence, *Journal of consumer Research*, 31(1). Pp. 78-86.

Deborch Jhon. Roedder, 1999, consumer socialization of children: A Retrospective look at Twenty- Five Years of Research, *Journal of consumer research*, 26, pp. 183-213.

Dotson, Micheal I, and Hyatt. Major Eua M., 2005, Major influence Factors in children's consumer socialization, *Journal of consumer Marketing*, 22 (1), pp. 35-42.

Halan, Deepak. (2002), *why Kids Mean Business*, Indian Management, De cember.

Harari Tall Te, eni, and Tiornit, Jacob, 2010, Factors in Fluencing product involvement among consumers. *Journal of consumer marketing*, 27 (6), pp. 499-506.

Jason E. Lueg & R. Zachaty Finney. (2007), Interpersond communication in the consumer socialization process: Scaled Development and Validation, *Journal of Marketing theory and practice*, 15 (1) (winter), pp.25-39.

Kamaruddin, Razak and Mokhlis, safiek, (2008), consumer soualization, socid structural factors and decision- making styles: acase study of adolescents in Malaysia, Beverly Hikk, CA: sage publication.

Kooper, N. and D. Verma., (2005), Children's understanding of TV Advertisment: Influence of Age, sex and parents, *vision*, 9 (1), PP. 21-36. <https://doi.org/10.1177/097226290500900104>

Lawlor, Margaret- Anne and Prothero Andrea. 2011, Pester Power- Abattle of wills between children and their parents, *Journal of marketing management*, 27 (5-6). Pp.561-581.

Moschis, G.P. and G.A. Churchill, Jr., (1979). An Analysis of the Adolescent consumer, *Journal of Marketing*, 43 (3), pp. 40-48.

Moschis, G.P., 2006, Consumer socialization: A life cycle perspective, *Academy of Marketing science Review*, 8. Available at: www.ansreview.org/article!kauro8-2006.

Mukherji, Juotsna, (2005), Maternal communication patterns, Advertising Attitudes and Mediation Behaviors in urban India, *Journal Of Marketing communication*, 11 (4), pp.247-262. DOI: 10.1080/13527260500167223

Schor Juliet, (2006), *Empowerment Young people and Harm/hi Media Regulation, Awareness content in Digital Age*, Modicum, (June).

Sidin, Samsinar M.d., AbdulRahman, Mohd K., Abdul Rashid., Md. Zabid, Othman Md. Nor, and Abu Batar Ainul Z., (2008), Effects of social variables on urban children's consumption attitude and behavior liatentions, *Journal of consumer Marketing*, 25 (1), pp. 7-15.

Singh, Raghbir, (2006), children in Family purchase decision marking in the India and the west, *Academy of Marketing science review*, 5, pp: 105-153.

Solomon, M. (2009), *consumer Behavior Buying, Having and Being*, person Education Inc. India..

Strasburger, David. (2009). TV Advertising and its Effect on children, *Journal of Developmental and Behavioral pediat\rics*, 1 (10), pp. 22-185.

Word, scott. (1979). Consumer Socialization, *Journal of censermer Research*, 1(2) pp. 1-14.