الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة في ضوء تكنولوجيا العولمة كمدخل من مداخل الجودة

د . نوره مسفر عطية الغبيشي الزهراني
أستاذ السكن وإدارة المنزل المساعد – قسم الاقتصاد المنزلي
كلية العلوم والآداب بالمخواه في جامعه الباحة

الملخص:

يشهد العصر الحالي تطورًا هائلًا في المعرفة والتقدم العلمي والتكنولوجي فى مختلف ميادين الحياة، لذا أطلق على هذا العصر عصر الانفجار المعرفي والثورة العلمية، والتي بدورها انعكست على مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، وتعتبر الأسرة مؤسسة اجتماعية غاية في الأهمية لما لها من أثر بالغ في حياة الأفراد ، فالأسرة تعكس المجتمع ككل، وهي قادرة علي إعطاء صورة شبة كاملة عن المجتمع والكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية، مما يساعد علي الوصول لرؤية متكاملة من أجل التفاعل الإيجابي مع هذه المتغيرات المعاصرة والاستفادة، ويهدف هذا البحث إلى التعرف علي أثر تكنولوجيا العولمة علي الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة كمدخل من مداخل الجودة، وتوصل البحث إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغيرات الدراسة، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغيرات الدراسة، وجود علاقة ارتباطية بين محاور استبيان الثقافة الاستهلاكية واستبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة، اختلاف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على الثقافة الاستهلاكية، اختلاف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا العولمة، اختلاف الأوزان النسبية لأولوية محاور الثقافة الاستهلاكية من قبل أفراد عينة البحث، وأوصي البحث بعقد دورات تدريبية متكاملة تهدف إلى توعية المرأة بأهمية تحديث الثقافة الاستهلاكية في ضوء تكنولوجيا العولمة، وضع برامج مشتركة مع الجهات المختصة والقائمين على مؤسسات التربية والتعليم لنشر الثقافة الاستهلاكية السليمة حتى يكون لدي الأفراد اتجاهات إيجابية للحفاظ على مواردهم الأسرية، توعية الأسرة من خلال أجهزة الإعلام المختلفة بضرورة الاهتمام بتحديث الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة والإلمام بكل جوانب العملية الاستهلاكية وفوائدها، إعداد الندوات التثقيفية والبرامج التدريبية لتحديث الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة، إنشاء موقع على الإنترنت لتحديث الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة في ضوء تكنولوجيا العولمة.

الكلمات المفتاحية: الثقافة الاستهلاكية؛ تكنولوجيا العولمة.

Consuming Culture of House-Wife in Light of Globalization Technology as Approach of Quality

Dr. Nora Musfer Attya Al Gubaishi Al Zahrani
Assistant Professor of Housing and Home Management
Department of Home Economics
Faculty of Sciences and Arts, Al Mukhwah - Albaha University

Abstract:

The current era is witnessing a tremendous development in knowledge, scientific and technological progress in various fields of life, so it is called the era of knowledge explosion and scientific revolution, which in turn reflected on various economic and social aspects. The family is a very significant, social institution because it has a major impact upon the lives of individuals. The family reflects the community as a whole, which is able to give a full semi-picture of the community and disclosure the positive and negative influences, helping to reach an integrated vision for positive interaction with these contemporary variables and get benefit of it. The research aims to identify the impact of globalization technology on consuming culture of the house- wife as an approach of quality. The research found, The existence of statistically significant differences between the averages of respondents' scores in the consuming culture due to the variables of the study differences, There are statistically significant differences between the average degrees of respondents in the globalization technology effects due to the variables of the study differences, There are a correlation relationship between the axes of consuming culture questionnaire and the effects of globalization technology, The difference in the participation rate of the factors affecting the consuming culture, The difference in the participation rate of the factors influencing the use of globalization technology, The differences of relative weights to the priority axes of consuming culture by research sample individuals. The research recommended the following: Carry out integrated training courses aimed at raising woman awareness of the importance of updating the consuming culture in the light of globalization technology, Prepare joint programs with the authorities and those in charge of educational institutions to spread the correct consuming culture to build the individuals' positive attitudes to maintain the family resources, Raise the family awareness through various mass media to bring attention to the need to update the consuming culture of the house- wife and comprehend all aspects of the consuming process and its benefits, Preparation of educational seminars and training programs to update the consuming culture of the house – wife, Create a Web site to update the consuming culture of house- wife in the light of globalization technology.

Keywords: Consuming Culture, Globalization Technology.

مقدمة:

يشهد العصر الحالي تطورًا هائلًا في المعرفة والتقدم العلمي والتكنولوجي فى مختلف ميادين الحياة، لذا أطلق على هذا العصر عصر الانفجار المعرفي والثورة العلمية "داليا السيد: ٢٠٠٣م"، والتي بدورها انعكست على مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية "محمد درويش: ٢٠٠٠م".

وتعتبر الأسرة مؤسسة اجتماعية غاية في الأهمية لما لها من أثر بالغ في حياة الأفراد، فالأسرة تعكس المجتمع ككل، وهي قادرة علي إعطاء صورة شبة كاملة عن المجتمع والكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية، مما يساعد علي الوصول لرؤية متكاملة من أجل التفاعل الإيجابي مع هذه المتغيرات المعاصرة والاستفادة منها "اليكس: ١٩٩٦".

وهي النواة الأولى في المجتمع والهدف الأساس للتنمية البشرية، وهي الوعاء التربوي الذى تتشكل بداخله شخصية الفرد، فكل أسرة لها قيمها وأساليبها واتجاهاتها "وفاء شلبي: ١٩٩٩م".

فالنهضة الحديثة للمجتمعات تقترن بمدى التطور العلمي فيها ومدى قدرتها على الاستفادة من ثرواتها، وبالأخص مواردها البشرية، حيث يعد الاستثمار لتلك الموارد وإمكانياتها مقياسًا حقيقيًّا لنجاح الأمة وتطورها "دردير: ٢٠١٠م"، فالقوى البشرية الثروة الأساسية لأي مجتمع، فالفرد محور العمل الاجتماعي بل هو أداته وغايته، وهو صانع التنمية فلا سبيل إلى تنمية اجتماعية واقتصادية إلا إذا صاحبها تنمية بشرية قوامها الفرد "سهام موسى: ١٩٩٨م".

ومن هذا المنطلق حرصت أغلب المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء إلى تحقيق التقدم والازدهار من خلال تنمية واستثمار العنصر البشري والاستفادة منها لتحقيق النهضة المرجوة "محمود جاسم: ٢٠٠٧م".

وتلعب الثقافة دورًا مهمًّا في الضبط الاجتماعي، فهي المعيار الذى يتم عن طريقه نشوء الأعراف، ووضع القوانين الخاصة بحفظ المجتمع، فالثقافات على اختلافها تشترك فى خصائص مكتسبة ومتعلمة ومتغيرة ومتطورة وشاملة ونسبية "Phillip et al : 1987"

فالثقافة تشمل مجموعة من السمات التي تتجمع وتترابط فيما بينها لتشبع حاجة من حاجات المجتمع، وتسمى هذه المجموعة المترابطة من السمات بالمركب الثقافي لتكون نمطًا ثقافيًّا، وهذه الأنماط الثقافية تتجمع مرة أخرى لتكون جانبًا من جوانب المجتمع "أحمد زايد وآخرون: ١٩٩١م".

وتحديث الثقافة يعمل على إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية من خلال أنماط جديدة للاستثمار، فيعمل علي التركيز على التجديدات التكنولوجية ونمو المعرفة العلمية والتي من خلالها يحقق المجتمع تقدمًا وحداثة.

فالتحديث يعمل علي إحداث تغيير وتوازن بين الأهداف المرجوة من التطبيق الجديد للوسائل التقنية والتنظيمات العقلية "أحمد علي: ٢٠٠٠م".

ونتيجة لهذه التطورات التي طرأت علي الحياة في شتي المجالات، فإن المجتمع يشهد العديد من السلوكيات الاستهلاكية المستحدثة التي أثرت على كيانه الاقتصادي والاجتماعي "دردير: ٢٠١٠م".

وتعتبر قضية الاستهلاك من أهم القضايا بالنسبة للدول النامية التي تهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والتي يهتم بتناولها وتحليلها علم الاجتماع الاقتصادي، فالاستهلاك يمثل الهدف النهائي لكل أنواع الإنتاج "إسماعيل عيد الفتاح: ٢٠٠٥م".

فالاستهلاك يعد من الموضوعات الهامة التي تمثل جانبًا للثقافة من الصعب تجاهله، فنمط الاستهلاك واتجاهات الأفراد تلقى الضوء على ما يسود بين هؤلاء الأفراد من وعى وقيم انتقلت إليهم خلال التنشئة الاجتماعية "ابتسام علام: ٢٠٠٢م".

ونتيجة للتحولات الاجتماعية والاقتصادية فقد حدث تغير فى الثقافة الاستهلاكية للمجتمع، فقد انعكس اثر التغير على قيم المجتمع والأسرة، والذي انعكس بدوره على الاستهلاك فى المجتمع الذى أصبح غاية وليس وسيلة "فاطمة الزهراء: ٢٠٠٣م".

فالثقافة الاستهلاكية من الضروريات التي تمكن الفرد من مواجهة متطلبات العصر المتلاحقة "Rudolph : 1999".

وقد أحدثت ثورة تكنولوجيات العولمة تغيرات حادة وبمعدلات متزايدة لم تشهدها البشرية من قبل فى قطاعات مختلفة وخاصة فى الأسرة، حيث نتج من هذه التغيرات أنماط جديدة من السلوك والقيم والعادات غير المألوفة على الأسرة "زينب حقي، نادية حسن: ٢٠٠٢م".

فالتطور التكنولوجي هو الأداة المستقبلية التي ترقى بالمجتمعات المختلفة إلى المراتب الأعلى من التقدم والحداثة، حيث إن لها القدرة على توليد التغيرات التي يمكن أن تؤدي إلى تحولات اقتصادية واجتماعية جسيمة، لذا كانت الحاجة إلى ترشيد هذه التغيرات وضبطها إيجابيًا بفاعلية حتى تنمو طاقات المجتمع في الإنتاج والخدمات، وكذلك تتصاعد قدرته التنافسية في مواجهة الآخرين "محمد الحلوجي: ٢٠٠٢م".

وتكنولوجيات العولمة تعتبر الطريق لسد الفجوة المعرفية وتدعيم عملية الإدراك والوعي والتعلم بطريقة سهلة وميسرة وجذابة وتتماشى مع احتياجات الأسرة "عاطف السيد: ٢٠٠١م".

فالعولمة إنتاج متقدم يعتمد على ثورات علمية متلاحقة واكتشافات عملية متتابعة فى كافة مجالات الحياة المختلفة "روبرتسون: ١٩٩٨م".

فهي نشاط ذو شكل جديد يركز على الثورة التكنولوجية وعلى إحياء المجتمع المدني فى كثير من الدول، وفى اضطلاع هذا المجتمع بأدوار أساسية فى مجال التنمية "السيد يس: ١٩٩٩م"، وتعمل علي تكثيف العلاقات الاجتماعية عبر العالم حيث تترابط الأحداث المحلية المتباعدة بطريقة وثيقة كما لو كانت تقع فى مجتمع واحد "John Balis : 1997".

وتعبر العولمة عن حالة من تجاوز الحدود الراهنة للدول إلى آفاق أوسع وأرحب تشمل العالم بأسره، وتتحقق من خلال الثورة العلمية التكنولوجية الحديثة "محسن الخضيري: ٢٠٠٠م".

وقد تناولت العديد من الدراسات السلوك الاستهلاكي مثل دراسة كلٍّ من "انتصار زكى: ٢٠٠١م" ودراسة "رشيدة أبو النصر: ٢٠٠٣م" ودراسة "عبير الدويك: ٢٠٠٢م" ودراسة "سليم القطب: ١٩٩٤م" وكلها دراسات أكدت علي أن لربة الأسرة دورًا فعالًا في توجيه الاستهلاك بقدر ثقافتها ووعيها، وغرز العادات والاتجاهات الاستهلاكية السليمة لدى أفراد الأسرة، ومن ثم رفع مستوى الثقافة الاستهلاكية لديهم، وحثهم على تنظيم الاستهلاك بصفة عامة، كذلك دراسة "محمد الخواجة: ٢٠٠٠م" التي أكدت علي أن ثقافة الاستهلاك أصبحت حقيقة واقعية تنكشف فى سلوك الأفراد والجماعات، فثقافة الاستهلاك إحدى نتائج الهيمنة الثقافية الكونية للعولمة، كذلك دراسة كلٍّ من "نبيلة عبد الستار: ١٩٩٧م" ودراسة "سميرة عبده: ١٩٩٢م" وكلها دراسات أكدت علي أهمية تحديث ثقافة الاستهلاك، كذلك دراسة "أحمد زايد وآخرون: ١٩٩١م" ودراسة " سعيدة سلمان: ١٩٩٧م" ودراسة "رحاب محروس: ٢٠٠٥م" وكلها دراسات هدفت إلى بحث بعض الجوانب غير المحققة لعملية انتشار الثقافة الاستهلاكية، ودراسة ثقافة الاستهلاك في المجتمع ومقارنتها بأنماط الاستهلاك التي كانت سائدة من قبل، بالإضافة إلى دراسة كلٍّ من "إيمان خليل: ٢٠٠٦م" ودراسة "فاطمة النبوية: ٢٠٠٦م" اللتين أكدتا علي أهمية تنمية الوعي الاستهلاكي والتعرف علي مستوى الوعي الاستهلاكي والعوامل المؤثرة فيه.

بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت تأثير العولمة مثل دراسة "هدى غازي وأخريات: ٢٠٠٥م" ودراسة "أمل الملاح: ٢٠٠٧م" التي هدفت إلى التعرف علي الأنماط الاستهلاكية في ظل التغيرات المعاصرة، أما دراسة "محمد الخواجة: ٢٠٠٠م" التي هدفت إلى أهم المجالات التي تجري فيها تفاعلات العولمة وأثرها على تزايد أنماط الاستهلاك، كذلك دراسة كلٍّ من "إيناس ماهر: ٢٠٠٣م" ودراسة "لمياء الإمبابى: ٢٠٠٥م" اللتين أكدتا علي اقتحام تكنولوجيات العولمة فى حياة الأسرة بشتي مجالاتها، بالإضافة إلى دراسة كلٍّ من "نبيلة عبد الستار: ٢٠٠٣م" ودراسة "إيمان محمد عز العرب : ٢٠٠٣م" اللتين أكدتا علي أن

لتكنولوجيا المعلومات تأثيرًا قويًّا على السلوك الاستهلاكي والاجتماعي للأسرة.

وعلي الرغم من تنوع الدراسات التي تناولت السلوك الاستهلاكي والثقافة الاستهلاكية والدراسات التي تناولت تأثير العولمة إلا أن هناك ندرة في الأبحاث التي تبحث في أثر تكنولوجيا العولمة علي الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة السعودية.

فربة الأسرة من أهم المداخل لتنمية وتطوير المجتمع، حيث تمثل رصيدًا ضخمًا من القوة البشرية إذا تم استثمارها ورفع مستوى وعيها بمتطلبات الأسرة والمجتمع في ظل تكنولوجيات العولمة، فيمكن أن تلعب دورًا حيويًّا ومؤثرًا في دفع عمليات التطوير الاجتماعية والاقتصادية "عبد الرحيم الحيدري، محمد العزبي: ١٩٩٨".

وتعد الجودة من القضايا العالمية المعاصرة والحيوية التي تسعى دول العالم المختلفة إلى تحقيقها، وتتمحور أهمية الجودة في حماية البيئة والإنسان معًا من الآثار السلبية للأنشطة البشرية المتعددة (عبد الهادي محمد، ٢٠٠٣).

وتعمل العولمة علي إيجاد ثقافة كونية تحوى منظومة من القيم والمعايير، تساعد فى تنشيط التفاعل الثقافي، وفى تزويد الأفراد بالقدرة على صياغة أفكارهم على أساس علمي "بثينة عمارة: ٢٠٠٢م".

وفي ضوء ما سبق تتبلور فكرة البحث الحالي في التعرف علي أثر تكنولوجيا العولمة علي الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة كمدخل من مداخل الجودة.

مشكلة البحث:

تتبلور مشكلة البحث في التعرف علي أثر تكنولوجيا العولمة علي الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة كمدخل من مداخل الجودة من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

١- هل هناك فروق بين أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغيرات الدراسة "المستوى التعليمي، العمر، العمل، مدة الزواج، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة"؟

٢- هل هناك فروق بين أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغيرات الدراسة "المستوى التعليمي، العمر، العمل، مدة الزواج، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة"؟

٣- ما العلاقة بين محاور استبيان الثقافة الاستهلاكية واستبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة؟

٤- ما هي أكثر العوامل المؤثرة على الثقافة الاستهلاكية؟

٥- ما أكثر العوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا العولمة؟

٦- ما الأوزان النسبية لمحاور الثقافة الاستهلاكية؟

أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى التعرف علي أثر تكنولوجيا العولمة علي الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة كمدخل من مداخل الجودة، وذلك من خلال التعرف على:

١- التعرف على الفروق بين أفراد عينة البحث في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغيرات الدراسة "المستوى التعليمي، العمر، العمل، مدة الزواج، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة".

٢- التعرف على الفروق بين أفراد عينة البحث في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغيرات الدراسة "المستوى التعليمي، العمر، العمل، مدة الزواج، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة".

٣- العلاقة الارتباطية بين الثقافة الاستهلاكية وتأثيرات تكنولوجيا العولمة لأفراد عينة البحث.

٤- تحديد نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على الثقافة الاستهلاكية.

٥- تحديد نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا العولمة.

٦- الوزن النسبي لأولوية محاور الثقافة الاستهلاكية من قبل أفراد عينة البحث.

أهمية البحث:

١- إلقاء الضوء علي أهمية العلاقة بين الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة وتأثيرات تكنولوجيا العولمة.

٢- تكمن أهمية الدراسة في أنها تتطرق إلى موضوع من موضوعات العصر والتي تحتاج إلى المزيد من البحث نتيجة للعديد من التغيرات المعاصرة في الوقت الحالي.

فروض البحث:

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغيرات الدراسة.

٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغيرات الدراسة.

٥- توجد علاقة ارتباطية بين محاور استبيان الثقافة الاستهلاكية واستبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة.

٦- تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على الثقافة الاستهلاكية.

٧- تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا العولمة.

٨- تختلف الأوزان النسبية لأولوية محاور الثقافة الاستهلاكية من قبل أفراد عينة البحث.

مصطلحات البحث:

. الثقافة:

- مجموعة من القيم تعمل علي إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية من خلال أنماط جديدة للاستثمار، ويشمل ذلك المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والقيم التكنولوجية والثقافية التي تروج لها "سناء النجار: ٢٠١٠م".

- مجموعة معقدة من الرموز والحقائق المتولدة في المجتمع والتي تنتقل من جيل إلى جيل كأسس محددة ومنظمة للسلوك الإنساني، وقد تكون هذه

الرموز غير ملموسة، وقد تكون ملموسة "طلعت عبد الحميد وآخرون: ٢٠٠٥م".

. الاستهلاك:

- هو طريقة الاستخدام الأمثل للسلع والانتفاع بالخدمات فى صورتها النهائية بقصد تحقيق إشباع رغبات وحاجات الأفراد بشكل مباشر "حربى عريقات: ١٩٩٧م".

- استخدام السلع والمنتجات أو الخدمات واستهلاكها، وهو يشمل كل ما هو مادى ومعنوي، وما يصاحب ذلك من إشباع لحاجات متنوعة نفسية واجتماعية وبيولوجية وثقافية، بعضها يكون ظاهرًا، والبعض الآخر مستترًا، "السيد الرامخ: ٢٠٠١م".

. الثقافة الاستهلاكية:

- هي تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، فهي مجموع المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية والتي تضفى على هذه العملية معناها وتحقق دلالتها "آمال عبد الحميد: ٢٠٠١م".

- مظهر من مظاهر الثقافة العامة فى المجتمع ، وتحتوى على جوانب وأشياء مادية وأشياء أخرى معنوية، وهى تشكل جزءًا من تفكير الأفراد وتظهر في تفاعلاتهم مع الآخرين، وتتبلور في أنماطهم السلوكية، وطرق معيشتهم وممارساتهم الاستهلاكية "السيد الرامخ: ٢٠٠٨م".

. وتعرف الباحثة الثقافة الاستهلاكية إجرائيا:

- اكتساب المعاني والرموز والصور المصاحبة لعملية الاستهلاك المادي، حيث تظهر المعاني والرموز والصور المصاحبة للعملية الاستهلاكية فى مراحل ثلاث: "قبل العملية الاستهلاكية، أثناء الاستهلاك، بعد الاستهلاك".

. تكنولوجيا:

- الابتكار في استخدام المعلومات والخبرات من أجل إشباع حاجات الفرد بأقل وقت وهي دافعة للتقدم والتطور "رشا عبد العاطي: ٢٠٠٦م".

- كيفية استخدام الأشياء فى صنع منتجات مفيدة للإنسان من خلال استخدام المعارف والمهارات لإنتاج سلع أو لأداء خدمات أو حل مشكلات "كوثر كوجك: ٢٠٠٣م".

- إنتاج متقدم يعتمد على ثورات علمية متلاحقة واكتشافات عملية متتابعة فى كافة مجالات الحياة المختلفة "روبرتسون: ١٩٩٨م".

. العولمة:

- التغير الحادث في الثورة المعرفية والتكنولوجية الهائلة والتي تمثل محورًا أساسًا في حياة الأسرة يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على سلوكيات أفرادها، والتي قد تؤثر سلبيًا أو إيجابيًا على المستوى الثقافي والمعرفي والتنموي في الأسرة "رشا عبد العاطي: ٢٠٠٦م".

– العملية التي من خلالها تصبح شعوب العالم متصلة ببعضها فى كل أوجه حياتها، ثقافيًا واقتصاديًا وسياسيًا وتقنيًا وبيئيًا "جورج لودج: ١٩٩٩م".

. تكنولوجيا العولمة:

– وتعني كلا من تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، فتكنولوجيا الاتصال هي مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وتبادلها وتوصيلها إلى الأفراد والمجتمعات، وتكنولوجيا المعلومات هي اقتناء وتجهيز المعلومات في مختلف صورها سواء كانت مطبوعة أو مصورة وبثها باستخدام توليفة من المعدات الإلكترونية "رشا عبد العاطي: ٢٠٠٦م".

. الجودة:

– درجة المحافظة على المكونات الطبيعية والبشرية وفقًا للمعايير الدقيقة بما يضمن الحياة الأمنة للأفراد (عبد الهادي محمد، ٢٠٠٣).

منهج البحث:

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي وهو يعتمد على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا دقيقًا لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى الاستنتاجات واستخلاص التعميمات عن هذه الظاهرة أو الموضوع (محمود منسى: ٢٠٠٣).

حدود البحث:

*** عينة البحث الاستطلاعية:**

تكونت من (٥٠) أسرة سعودية من مستويات اقتصادية مختلفة، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية لتقنين أدوات الدراسة "استمارة البيانات العامة، استبيان الثقافة الاستهلاكية، استبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة".

*** عينة البحث الأساسية:**

تكونت من (٣٠٠) امرأة سعودية من أسر بمستويات اقتصادية مختلفة، وذلك لتطبيق أدوات الدراسة عليهم واستخلاص النتائج ومناقشتها، وتم اختيارها بنفس طريقة اختيار العينة الاستطلاعية.

أدوات البحث:

١– استمارة البيانات العامة:

تم إعدادها بهدف الحصول على بعض المعلومات التى تفيد في تحديد خصائص عينة البحث واشتملت هذه الاستمارة على "المستوى التعليمي، العمر، العمل، مدة الزواج، عدد أفراد الأسرة، الدخل الشهري للأسرة".

٢– استبيان الثقافة الاستهلاكية "إعداد الباحثة":

تم إعداد هذا الاستبيان وفقًا للتعريفات الإجرائية للبحث، واشتمل الاستبيان على (٣٠) عبارة وقد حددتها الباحثة في ثلاث محاور رئيسية هي:

أ- المحـــــــور الأول: مفاهيـــــــم السلـــوك الاستهلاكـــي:

واشتمل على (٨) عبارات تقيس مفاهيم المتعلقة بالعملية الاستهلاكية، ومفهوم الاستهلاك، والسلوك الاستهلاكي للفرد، مفهوم الثقافة الاستهلاكية.

ب- المحـــور الثـــــاني: الـــوعي بالسلوك الاستهلاكي:

واشـتمل علـى (١٣) عبـارة تقـيس كيفيـة اختيـار المنتجـات المتاحـة والانتفـاع بهـا إلى أقصى درجة ممكنة.

ج- المحور الثالث: التنشئة الاستهلاكية:

واشـتمل علـى (٩) عبـارات تقـيس الاتجاهـات الـتى تعلمهـا الفـرد وتتناسـب مـع السـلوك الاسـتهلاكي المتعلـق بالحصـول علـى المنتجـات واستهلاكها بطريقة صحيحة.

٣- اسـتبيان تـأثيرات تكنولوجيـا العولمـة "إعداد الباحثة":

يتكـون الاسـتبيان مـن (٢٦) عبـارة في صـورته النهائية بعد عرضها علي الأساتذة المحكمين، وهي تقيس مدى الاستفادة من تكنولوجيا العولمة وتأثيرها علي الثقافة الاستهلاكية.

وقد استخدمت الباحثة كلًّا من استبيان "الثقافة الاسـتهلاكية، تـأثيرات تكنولوجيـا العولمـة" المقيـاس المتدرج من ثلاث درجات "موافق – إلى حد ما – غير موافق"، وقد أعطت الباحثة لكل استجابة من هـذه الاسـتجابات درجـات "٣، ٢، ١" للعبـارات الإيجابية، و"١، ٢، ٣" للعبارات السلبية.

صدق وثبات أدوات البحث:

استبيان الثقافة الاستهلاكية:

صدق الاستبيان:

يقصـد بـه قـدرة الاسـتبيان علـى قيـاس مـا وضع لقياسه.

الصـــدق باســـتخدام الاتســـاق الـــداخلي بـــين الدرجـــة الكليـــة لكـــل محـــور والدرجـــة الكلية للاستبيان:

تم حســـاب الصـــدق باســـتخدام الاتســـاق الـــداخلي وذلـــك بحســـاب معامـــل الارتبـــاط (معامـــل ارتبـــاط بيرســـون) بـــين الدرجـــة الكليـــة لكـــل محـــور (مفـــاهيم الســـلوك الاســـتهلاكي، التنشـــئة الاســـتهلاكية، الـــوعي بالســـلوك الاسـتهلاكي) والدرجـة الكليـة للاسـتبيان (الثقافـة الاستهلاكية)، والجدول (١) يوضح ذلك:

جدول (١) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل محور ودرجة استبيان الثقافة الاستهلاكية

	الارتباط	الدلالة
المحور الأول: مفاهيم السلوك الاستهلاكي	٠.٨٥٩	٠.٠١
المحور الثاني: التنشئة الاستهلاكية	٠.٧٧٧	٠.٠١
المحور الثالث: الوعي بالسلوك الاستهلاكي	٠.٩١٢	٠.٠١

يتضح من الجدول (١) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (٠.٠١) لاقترابها من الواحد الصحيح مما يدل على صدق وتجانس محاور الاستبيان.

الثبات:

يقصد بالثبات reability دقة الاختبار في القياس والملاحظة، وعدم تناقضه مع نفسه، واتساقه واطراده فيما يزودنا به من معلومات عن سلوك المفحوص، وهو النسبة بين تباين الدرجة على المقياس التي تشير إلى الأداء الفعلي للمفحوص، و تم حساب الثبات عن طريق:

١- معامل الفا كرونباخ Alpha Cronbach

٢- طريقة التجزئة النصفية Split-half

٣- جيوتمان Guttman

جدول (٢) قيم معامل الثبات لمحاور استبيان الثقافة الاستهلاكية

المحاور	معامل الفا	التجزئة النصفية	جيوتمان
المحور الأول : مفاهيم السلوك الاستهلاكي	٠.٨٦٩	٠.٩٠٢ -٠.٨٢٧	٠.٨٥١
المحور الثاني : التنشئة الاستهلاكية	٠.٩٢٦	٠.٩٦٣ – ٠.٨٨٦	٠.٩١٠
المحور الثالث : الوعي بالسلوك الاستهلاكي	٠.٨٢٧	٠.٨٦٩ – ٠.٧٨١	٠.٨١٣
ثبات استبيان الثقافة الاستهلاكية ككل	٠.٧٩٤	٠.٨٣٠ – ٠.٧٥٥	٠.٧٨٢

يتضح من الجدول (٢) أن جميع قيم معاملات الثبات: معامل الفا، التجزئة النصفية، جيوتمان دالة عند مستوى ٠.٠١ مما يدل على ثبات الاستبيان.

استبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة:

صدق الاستبيان:

يقصد به قدرة الاستبيان على قياس ما وضع لقياسه.

صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب الصدق باستخدام الاتساق الداخلي وذلك بحساب معامل الارتباط (معامل ارتباط بيرسون) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان (تأثيرات تكنولوجيا العولمة)، والجدول (٣) يوضح ذلك:

جدول (٣) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان (تأثيرات تكنولوجيا العولمة)

م	الارتباط	الدلالة	م	الارتباط	الدلالة
-١	٠.٨٠٠	٠.٠١	-١٤	٠.٧٥٦	٠.٠١
-٢	٠.٨٧١	٠.٠١	-١٥	٠.٩٦٣	٠.٠١
-٣	٠.٧١٣	٠.٠١	-١٦	٠.٨٣٦	٠.٠١
-٤	٠.٩٣٥	٠.٠١	-١٧	٠.٦٢٠	٠.٠٥
-٥	٠.٧٩٨	٠.٠١	-١٨	٠.٨٥٤	٠.٠١
-٦	٠.٨٩٤	٠.٠١	-١٩	٠.٧٠٧	٠.٠١

م	الارتباط	الدلالة	م	الارتباط	الدلالة
-٧	٠.٨٤٩	٠.٠١	-٢٠	٠.٨١٣	٠.٠١
-٨	٠.٦٠٨	٠.٠٥	-٢١	٠.٩٢٤	٠.٠١
-٩	٠.٧٧٢	٠.٠١	-٢٢	٠.٨٨٩	٠.٠١
-١٠	٠.٨٢٥	٠.٠١	-٢٣	٠.٦٣٩	٠.٠٥
-١١	٠.٧٦١	٠.٠١	-٢٤	٠.٦١١	٠.٠٥
-١٢	٠.٦٤٢	٠.٠٥	-٢٥	٠.٧٣٤	٠.٠١
-١٣	٠.٩٠٢	٠.٠١	-٢٦	٠.٨٦٠	٠.٠١

يتضح من الجدول (٣) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (٠.٠١ — ٠.٠٥) لاقترابها من الواحد الصحيح مما يدل على صدق وتجانس عبارات الاستبيان.

الثبات:

يقصد بالثبات reability دقة الاختبار في القياس والملاحظة، وعدم تناقضه مع نفسه، واتساقه واطراده فيما يزودنا به من معلومات عن سلوك المفحوص، وهو النسبة بين تباين الدرجة على المقياس التي تشير إلى الأداء الفعلي للمفحوص، وتم حساب الثبات عن طريق:

١- معامل الفا كرونباخ Alpha Cronbach

٢- طريقة التجزئة النصفية Split-half

٣- جيوتمان Guttman

جدول (٤) قيم معامل الثبات لاستبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة

	معامل الفا	التجزئة النصفية	جيوتمان
ثبات استبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة	٠.٨٤٩	٠.٨٠٤ — ٠.٨٨٨	٠.٨٣٤

يتضح من الجدول (٤) أن جميع قيم معاملات الثبات: معامل الفا، التجزئة النصفية، جيوتمان دالة عند مستوى ٠.٠١ مما يدل على ثبات الاستبيان.

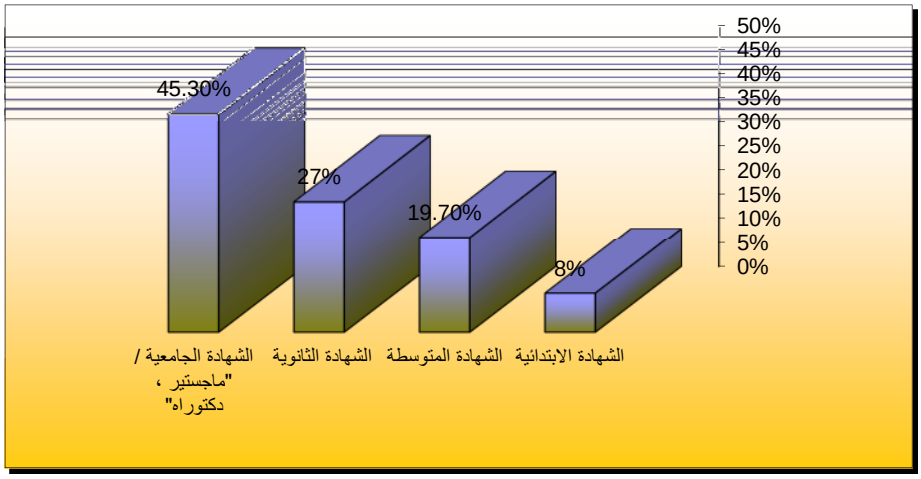
البيانات العامة

١- المستوى التعليمي:

يوضح الجدول (٥) والشكل البياني رقم (١) توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير المستوى التعليمي.

جدول (٥) توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة%
الشهادة الابتدائية	٢٤	%٨
الشهادة المتوسطة	٥٩	%١٩.٧
الشهادة الثانوية	٨١	%٢٧
الشهادة الجامعية / "ماجستير ، دكتوراه"	١٣٦	%٤٥.٣
المجموع	**٣٠٠**	**%١٠٠**



شكل (١) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير المستوى التعليمي

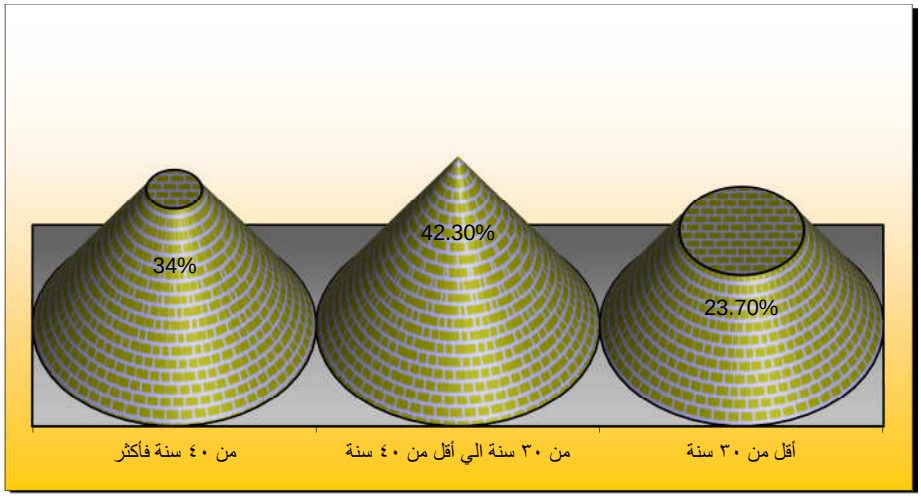
يتضح من جدول (٥) والشكل البياني (١) أن ١٣٦ من أفراد عينة البحث حاصلات علي الشهادة الجامعية / "ماجستير، دكتوراه" بنسبة ٤٥.٣%، يليهم ٨١ من أفراد عينة البحث حاصلات على الشهادة الثانوية بنسبة ٢٧%، ثم يأتي في المرتبة الثالثة ٥٩ من أفراد عينة البحث حاصلات على الشهادة المتوسطة بنسبة ١٩.٧%، ويأتي في المرتبة الأخيرة ٢٤ من أفراد عينة البحث حاصلات على الشهادة الابتدائية بنسبة ٨%.

٢- العمر:

يوضح الجدول (٦) والشكل البياني (٢) توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير العمر.

جدول (٦) توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير العمر

العمر	العدد	النسبة%
أقل من ٣٠ سنة	٧١	٢٣.٧%
من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة	١٢٧	٤٢.٣%
من ٤٠ سنة فأكثر	١٠٢	٣٤%
المجموع	**٣٠٠**	**١٠٠%**



شكل (٢) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير العمر

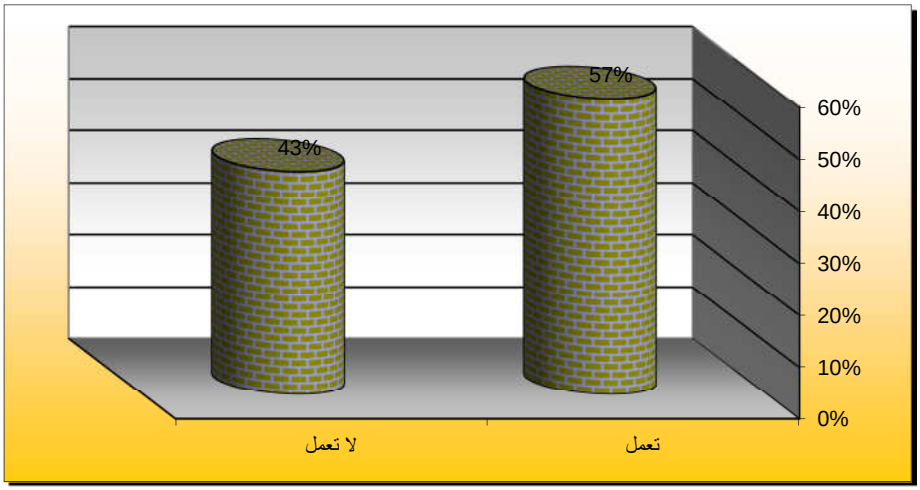
يتضح من الجدول (٦) والشكل البياني (٢) أن ١٢٧ من أفراد عينة البحث تراوحت أعمارهن من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة بنسبة ٤٢.٣%، يليهم ١٠٢ من أفراد عينة البحث كانت أعمارهن من ٤٠ سنة فأكثر بنسبة ٣٤%، وأخيرًا ٧١ من أفراد عينة البحث كانت أعمارهن أقل من ٣٠ سنة بنسبة ٢٣.٧%.

٣- العمل:

يوضح الجدول (٧) والشكل البياني (٣) توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير العمل.

جدول (٧) توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير العمل

العمل	العدد	النسبة%
تعمل	١٧١	%٥٧
لا تعمل	١٢٩	%٤٣
المجموع	**٣٠٠**	**%١٠٠**



شكل (٣) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير العمل

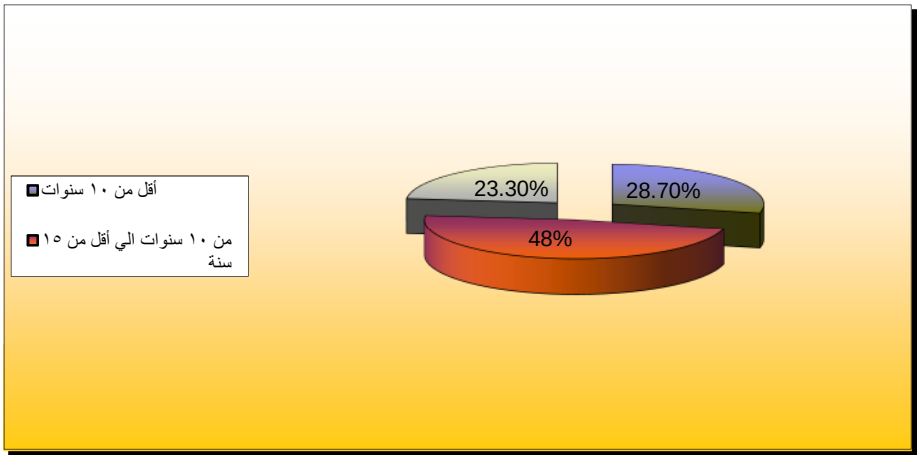
يتضح من الجدول (٧) والشكل البياني (٣) أن ١٧١ من أفراد عينة البحث عاملات بنسبة ٥٧%، بينما ١٢٩ من أفراد عينة البحث غير عاملات بنسبة ٤٣%.

٤- مدة الزواج:

يوضح الجدول (٨) والشكل البياني (٤) توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير مدة الزواج.

جدول (٨) توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير مدة الزواج

مدة الزواج	العدد	النسبة%
أقل من ١٠ سنوات	٨٦	%٢٨.٧
من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	١٤٤	%٤٨
من ١٥ سنة فأكثر	٧٠	%٢٣.٣
المجموع	**٣٠٠**	**%١٠٠**



شكل (٤) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعًا لمتغير مدة الزواج

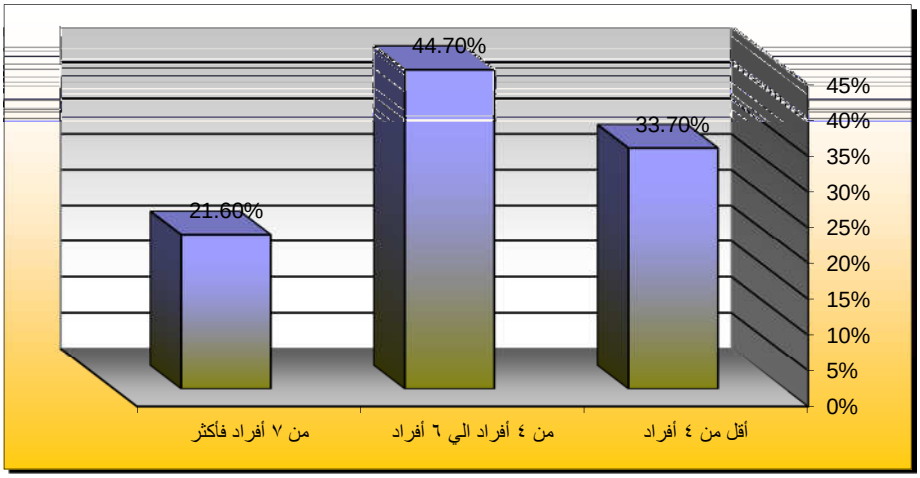
يتضح من جدول (٨) والشكل البياني (٤) أن ١٤٤ من أفراد عينة البحث تراوحت مدة زواجهن من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة بنسبة ٤٨%، يليهم ٨٦ من أفراد عينة البحث كانت مدة زواجهن أقل من ١٠ سنوات بنسبة ٢٨.٧%، وأخيرًا ٧٠ من أفراد عينة البحث كانت مدة زواجهن من ١٥ سنة فأكثر بنسبة ٢٣.٣%.

٥- عدد أفراد الأسرة:

يوضح الجدول (٩) والشكل البياني (٥) توزيع أسر عينة البحث تبعًا لعدد أفرادها.

جدول (٩) توزيع أسر عينة البحث تبعًا لعدد أفرادها

عدد أفراد الأسرة	العدد	النسبة%
أقل من ٤ أفراد	١٠١	٣٣.٧%
من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد	١٣٤	٤٤.٧%
من ٧ أفراد فأكثر	٦٥	٢١.٦%
المجموع	**٣٠٠**	**١٠٠%**



شكل (٥) يوضح توزيع أسر عينة البحث تبعًا لعدد أفرادها

يتضح من الجدول (٩) والشكل البياني (٥) أن ١٣٤ أسرة بعينة البحث تراوح عدد أفرادها من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد بنسبة ٤٤.٧%، يليهم الأسر اللاتي كان عدد أفرادها أقل من ٤ أفراد

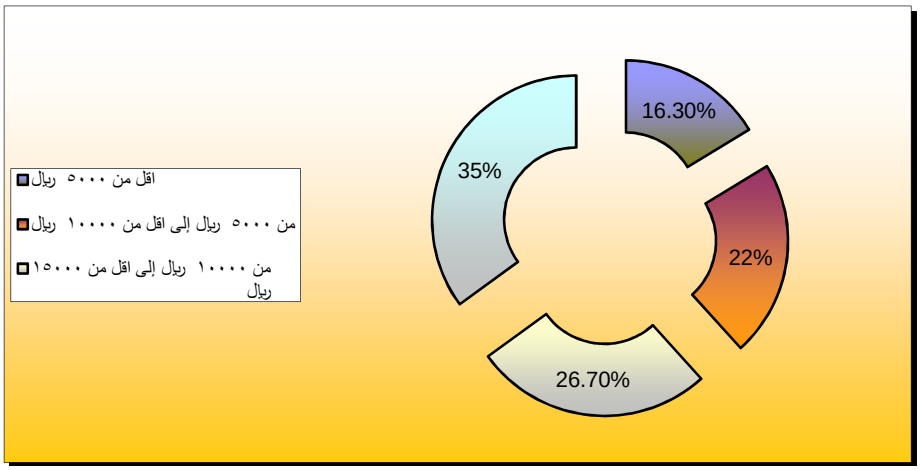
وبلغ عددهم "١٠١" بنسبة ٣٣.٧%، وأخيرًا كان عدد الأسر اللاتي كان عدد أفرادها من ٧ أفراد فأكثر "٦٥" بنسبة ٢١.٦%.

٦- الدخل الشهري للأسرة:

يوضح الجدول (١٠) والشكل البياني رقم (٦) توزيع أسر عينة البحث وفقًا لفئات الدخل المختلفة.

جدول (١٠) توزيع أسر عينة البحث وفقًا لفئات الدخل المختلفة

الدخل الشهري للأسرة	العدد	النسبة%
اقل من ٥٠٠٠ ريال	٤٩	%١٦.٣
من ٥٠٠٠ ريال إلى اقل من ١٠٠٠٠ ريال	٦٦	%٢٢
من ١٠٠٠٠ ريال إلى اقل من ١٥٠٠٠ ريال	٨٠	%٢٦.٧
من ١٥٠٠٠ ريال فأكثر	١٠٥	%٣٥
المجموع	**٣٠٠**	**%١٠٠**



شكل (٦) يوضح توزيع أسر عينة البحث وفقًا لفئات الدخل المختلفة

يتضح من الجدول (١٠) والشكل البياني (٦) أن أكبر فئات الدخل الشهري لأسر عينة البحث كان في الفئة (من ١٥٠٠٠ ريال فأكثر)، تليها الفئة (من ١٠٠٠٠ ريال إلى اقل من ١٥٠٠٠ ريال)، فقد بلغت نسبتهم على التوالي (٣٥%، ٢٦.٧%)، ويأتي بعد ذلك الأسر ذوي الدخل (من ٥٠٠٠ ريال إلى اقل من ١٠٠٠٠ ريال) حيث بلغت نسبتهم ٢٢%، وأخيرًا الأسر ذوي الدخل (اقل من ٥٠٠٠ ريال) حيث بلغت نسبتهم ١٦.٣%.

نتائج البحث:

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغيرات الدراسة.

وللتحقق من هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ت)، وحساب تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية والجداول التالية توضح ذلك:

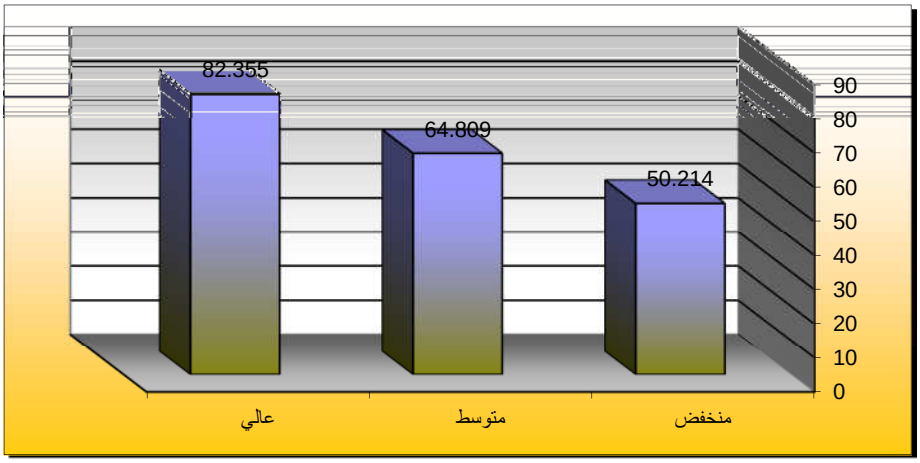
جدول (١١) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير المستوي التعليمي

المستوي التعليمي	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٧٣٩.٩٠٥	٣٨٦٩.٩٥٣	٢	٥٢.٢٧٩	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٢١٩٨٥.٣٨٣	٧٤.٠٢٥	٢٩٧		
المجموع	**٢٩٧٢٥.٢٨٨**		**٢٩٩**		

يتضح من جدول (١١) أن قيمة (f test) كانت (٥٢.٢٧٩) وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير المستوي التعليمي، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول (١٢) يوضح ذلك:

جدول (١٢) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

المستوي التعليمي	منخفض م = ٥٠.٢١٤	متوسط م = ٦٤.٨٠٩	عالي م = ٨٢.٣٥٥
منخفض	–		
متوسط	١٤.٥٩٥**	–	
عالي	٣٢.١٤١**	١٧.٥٤٦**	–



شكل (٧) فروق درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير المستوي التعليمي

يتضح من الجدول (١٢) والشكل البياني (٧) وجود فروق في الثقافة الاستهلاكية بين أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي وكلٍّ من أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط والمنخفض لصالح أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما توجد فروق بين أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط وأفراد العينة في المستوى التعليمي المنخفض لصالح أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط عند مستوى دلالة (٠.٠١)، حيث بلغ متوسط درجة أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي (٨٢.٣٥٥)، يليهم أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط بمتوسط (٦٤.٨٠٩)،

وأخيرًا أفراد العينة في المستوى التعليمي المنخفض بمتوسط (٥٠.٢١٤)، فيأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي حيث كانت ثقافتهم الاستهلاكية أكبر، ثم أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط في المرتبة الثانية، ثم أفراد العينة في المستوى التعليمي المنخفض في المرتبة الأخيرة، فأفراد العينة في المستوى التعليمي العالي كانت ثقافتهم الاستهلاكية رشيدة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كلٍّ من " فاتن كمال: ١٩٩٥م"، ودراسة "هنادي قمرة :٢٠٠٣م" اللتين أكدتا على أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي كلما زاد الوعي بالسلوك الاستهلاكي وتأثر نمط الاستهلاك.

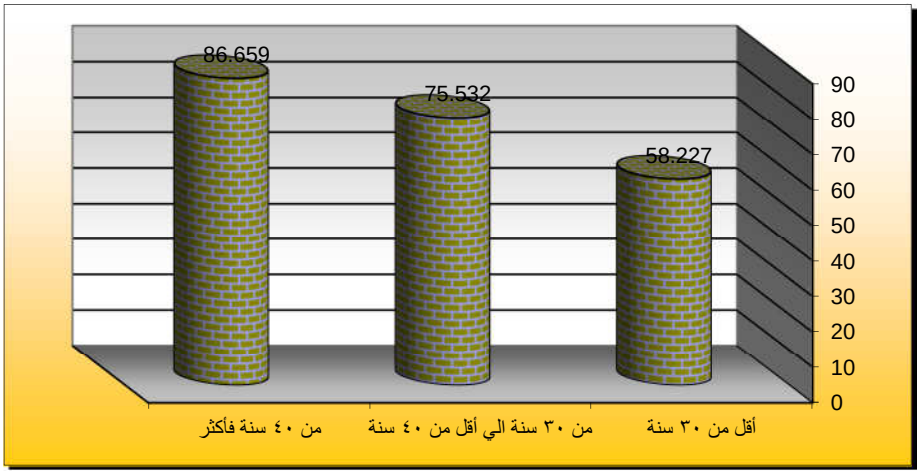
جدول (١٣) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير العمر

العمر	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٦١٧.٢٢٢	٣٨٠٨.٦١١	٢	٤٤.٣٠٧	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٢٥٥٢٩.٨٠٥	٨٥.٩٥٩	٢٩٧		
المجموع	**٣٣١٤٧.٠٢٧**		**٢٩٩**		

يتضح من الجدول (١٣) أن قيمة (ف) كانت (٤٤.٣٠٧) وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير العمر، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول (١٤) يوضح ذلك:

جدول (١٤) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

العمر	أقل من ٣٠ سنة م = ٥٨.٢٢٧	من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة م = ٧٥.٥٣٢	من ٤٠ سنة فأكثر م = ٨٦.٦٥٩
أقل من ٣٠ سنة	–		
من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة	١٧.٣٠٥**	–	
من ٤٠ سنة فأكثر	٢٨.٤٣٢**	١١.١٢٧**	–

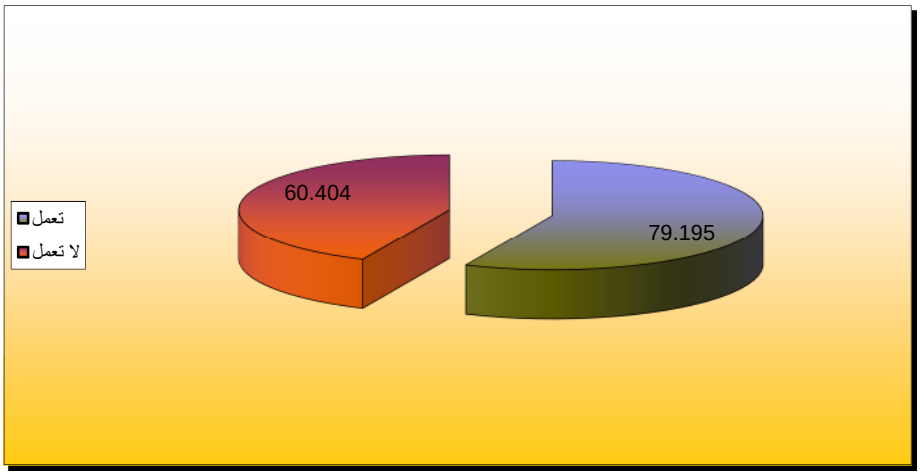


شكل (٨) فروق درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير العمر

يتضح من الجدول (١٤) والشكل البياني (٨) وجود فروق في الثقافة الاستهلاكية بين أفراد العينة ذوات السن من ٤٠ سنة فأكثر وكلٍّ من أفراد العينة ذوات السن "من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة، أقل من ٣٠ سنة" لصالح أفراد العينة ذوات السن من ٤٠ سنة فأكثر عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما توجد فروق بين أفراد العينة ذوات السن من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة وأفراد العينة ذوات السن أقل من ٣٠ سنة لصالح أفراد العينة ذوات السن من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة عند مستوى دلالة (٠.٠١)، حيث بلغ متوسط درجة أفراد العينة ذوات السن من ٤٠ سنة فأكثر (٨٦.٦٥٩)، يليهم أفراد العينة ذوات السن من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة بمتوسط (٧٥.٥٣٢)، وأخيرًا أفراد العينة ذوات السن أقل من ٣٠ سنة بمتوسط (٥٨.٢٢٧)، فيأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة ذوات السن من ٤٠ سنة فأكثر حيث كانت ثقافتهم الاستهلاكية أكبر، ثم أفراد العينة ذوات السن من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة في المرتبة الثانية، ثم أفراد العينة ذوات السن أقل من ٣٠ سنة في المرتبة الأخيرة، فكلما زاد العمر كلما زاد الوعي وزادت الثقافة الاستهلاكية وزادت المعارف والممارسات الاستهلاكية.

جدول (١٥) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير العمل

العمل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
تعمل	٧٩.١٩٥	٣.٥٥٨	١٧١	٢٩٨	١٥.٣٤٥	دال عند ٠.٠١ لصالح العاملات
لا تعمل	٦٠.٤٠٤	٢.٠٠٢	١٢٩			



شكل (٩) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير العمل

يتضح من الجدول (١٥) والشكل البياني (٩) أن قيمة (ت) كانت (١٥.٣٤٥) وهي قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى دلالة (٠.٠١) لصالح العاملات، حيث بلغ متوسط درجة العاملات (٧٩.١٩٥)، بينما بلغ متوسط درجة غير العاملات (٦٠.٤٠٤)، مما يدل على أن العاملات كانت ثقافتهم الاستهلاكية أكبر من غير العاملات، فالمرأة العاملة أكثر وعي بالسلوك الاستهلاكي الرشيد،

حيث يكسبها العمل الخبرة الكافية التي تعمل من خلالها علي تحديث ثقافتها الاستهلاكية.

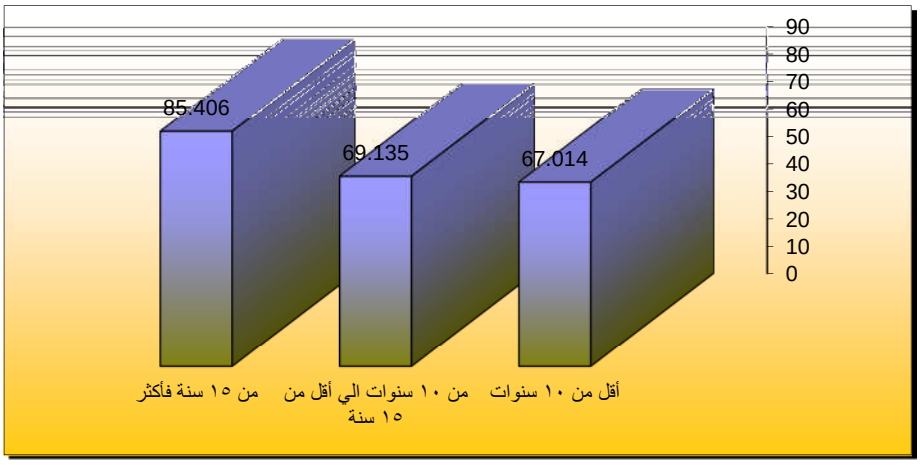
جدول (١٦) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير مدة الزواج

مدة الزواج	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٤٧٦.٦٨٥	٣٧٣٨.٣٤٣	٢	٣٧.٠٢١	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٢٩٩٩٠.٦٨٢	١٠٠.٩٧٩	٢٩٧		
المجموع	**٣٧٤٦٧.٣٦٧**		**٢٩٩**		

يتضح من جدول (١٦) أن قيمة (ف) كانت (٣٧.٠٢١) وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير مدة الزواج، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول (١٧) يوضح ذلك:

جدول (١٧) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

مدة الزواج	أقل من ١٠ سنوات م = ٦٧.٠١٤	من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة م = ٦٩.١٣٥	من ١٥ سنة فأكثر م = ٨٥.٤٠٦
أقل من ١٠ سنوات	–		
من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	٢.١٢١*	–	
من ١٥ سنة فأكثر	١٨.٣٩٢**	١٦.٢٧١**	–



شكل (١٠) فروق درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير مدة الزواج

يتضح من الجدول (١٧) والشكل البياني (١٠) وجود فروق في الثقافة الاستهلاكية بين الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن من ١٥ سنة فأكثر وكلٍّ من الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن "من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة، أقل من ١٠ سنوات" لصالح الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن من ١٥ سنة فأكثر عند مستوى دلالة (٠.٠١)، بينما توجد فروق بين الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن من ١٠سنوات إلى أقل من ١٥سنة والأسر اللاتي

كانت مدة زواجهن أقل من ١٠ سنوات لصالح الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن من١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، حيث بلغ متوسط درجة الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن من١٥ سنة فأكثر (٨٥.٤٠٦)، يليهم الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن من١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة بمتوسط (٦٩.١٣٥)، وأخيرا الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن أقل من١٠ سنوات بمتوسط (٦٧.٠١٤)، فيأتي في المرتبة الأولى الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن من١٥ سنة فأكثر حيث كانت ثقافتهم الاستهلاكية أكبر، ثم الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن من١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة في المرتبة الثانية، وأخيرا الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن أقل من١٠ سنوات، وقد يرجع ذلك إلى أنه كلما زادت مدة الزواج كلما زاد الوعي بالسلوك الاستهلاكي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "زينب عبد الصمد: ٢٠٠٧م" التي أكدت علي انه كلما زادت مدة الزواج كلما زاد السلوك الاستهلاكي الرشيد نتيجة لزيادة الوعى والذي ينعكس بدورة علي أفراد الأسرة.

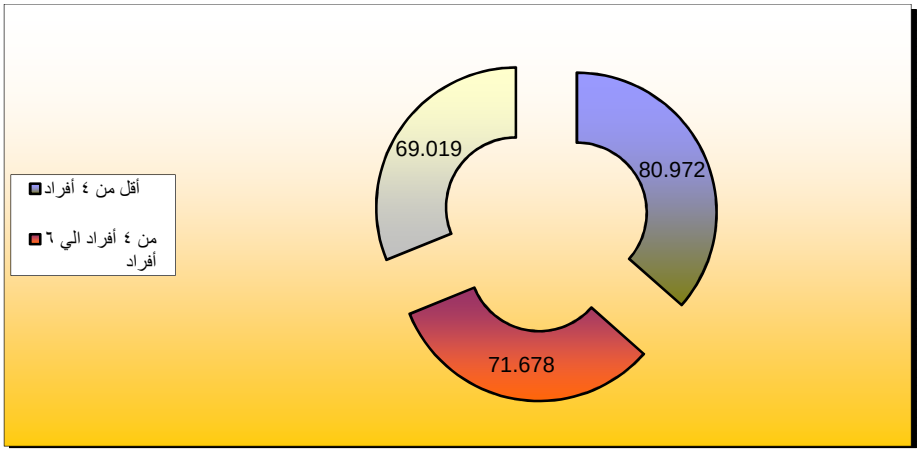
جدول (١٨) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٣٢٧.٢٨٢	٣٦٦٣.٦٤١	٢	٣٠.٨٩٠	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٣٥٢٢٤.٤٨٦	١١٨.٦٠١	٢٩٧		
المجموع	**٤٢٥٥١.٧٦٨**		**٢٩٩**		

يتضح من الجدول (١٨) أن قيمة (ف) كانت (٣٠.٨٩٠) وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (١٩) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م = ٨٠.٩٧٢	من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد م = ٧١.٦٧٨	من ٧ أفراد فأكثر م = ٦٩.٠١٩
أقل من ٤ أفراد	–		
من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد	٩.٢٩٤**	–	
من ٧ أفراد فأكثر	١١.٩٥٣**	٢.٦٥٩*	–



شكل (١١) فروق درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة

يتضح من الجدول (١٩) والشكل البياني (١١) وجود فروق في الثقافة الاستهلاكية بين الأسر أقل من ٤ أفراد وكلٍّ من الأسر "من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد، من ٧ أفراد فأكثر" لصالح الأسر أقل من ٤ أفراد عند مستوى دلالة (٠.٠١)، بينما توجد فروق بين الأسر من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد والأسر من ٧ أفراد فأكثر لصالح الأسر من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، حيث بلغ متوسط درجة الأسر أقل من ٤ أفراد (٨٠.٩٧٢)، يليهم الأسر من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد بمتوسط (٧١.٦٧٨)، وأخيرا الأسر من ٧ أفراد فأكثر بمتوسط (٦٩.٠١٩)، فيأتي في المرتبة الأولى الأسر أقل من ٤ أفراد حيث كانت ثقافتهم الاستهلاكية أكبر، ثم الأسر من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد في المرتبة الثانية، ثم الأسر من ٧ أفراد فأكثر في المرتبة الأخيرة، وتري الباحثة أنه كلما قل عدد أفراد الأسرة كلما زاد الوعي والتنشئة الاستهلاكية، كذلك كلما زاد اهتمام ربة الأسرة بالتنشئة الاستهلاكية لأفرادها ومتابعتهم وتوجيه سلوكهم تأثر نمط استهلاكهم وزاد وعيهم بأهمية تحديث ثقافتهم الاستهلاكية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "سماح مشرف: ٢٠٠٤م"، ودراسة "هنادي قمرة:٢٠٠٣م" التي أكدا على وجود علاقة ارتباط بين السلوك الاستهلاكي الرشيد وبين التنشئة الاستهلاكية والثقافة الاستهلاكية لربات الأسر.

جدول (٢٠) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة

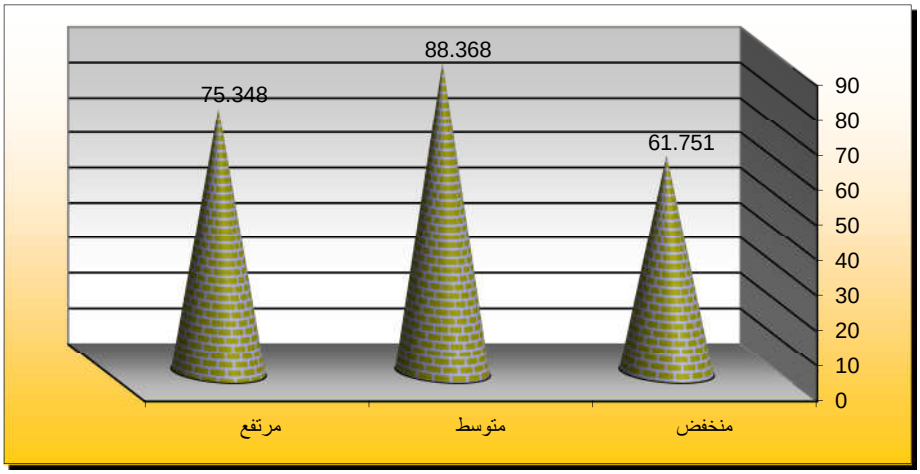
الدخل الشهري للأسرة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٧٧٧.٠٣١	٣٨٨٨.٥١٥	٢	٥٥.٠٦٠	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٢٠٩٧٤.٩٤٥	٧٠.٦٢٣	٢٩٧		
المجموع	**٢٨٧٥١.٩٧٦**		**٢٩٩**		

يتضح من الجدول (٢٠) أن قيمة (ف) كانت (٥٥.٠٦٠) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم

تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول (٢١) يوضح ذلك:

جدول (٢١) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

الدخل الشهري للأسرة	منخفض م = ٦١.٧٥١	متوسط م = ٨٨.٣٦٨	مرتفع م = ٧٥.٣٤٨
منخفض	–		
متوسط	٢٦.٦١٧**	–	
مرتفع	١٣.٥٩٧**	١٣.٠٢٠**	–



شكل (١٢) فروق درجات أفراد العينة في الثقافة الاستهلاكية تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة

يتضح من الجدول (٢١) والشكل البياني (١٢) وجود فروق في الثقافة الاستهلاكية بين الأسر ذوي الدخل المتوسط وكلٍّ من الأسر ذوي الدخل المرتفع والمنخفض لصالح الأسر ذوي الدخل المتوسط عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما توجد فروق بين الأسر ذوي الدخل المرتفع والأسر ذوي الدخل المنخفض لصالح الأسر ذوي الدخل المرتفع عند مستوى دلالة (٠.٠١)، حيث بلغ متوسط درجة الأسر ذوي الدخل المتوسط (٨٨.٣٦٨)، يليهم الأسر ذوي الدخل المرتفع بمتوسط (٧٥.٣٤٨)، وأخيرا الأسر ذوي الدخل المنخفض بمتوسط (٦١.٧٥١)، فيأتي في المرتبة الأولى الأسر ذوي الدخل المتوسط حيث كانت ثقافتهم الاستهلاكية أكبر، ثم الأسر ذوي الدخل المرتفع في المرتبة الثانية، وأخيرا الأسر ذوي الدخل المنخفض، وتري الباحثة أن أصحاب الدخل المتوسط يكونوا أكثر وعي استهلاكي من أصحاب الدخول المرتفعة، فالأسرة عندما يزداد دخلها تعتمد على موجه التقليد والتفاخر والمظهرية ومتابعة الموضة مما ينتج عنه سلوك استهلاكي غير رشيد، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "سعيدة عبيد: ١٩٩٧م" التي أوضحت أنه كلما زاد دخل الأسرة كلما ارتفع معدل استهلاكها وتنوعت مصادرها وزادت القدرات الطاقات الاستهلاكية لأفرادها.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغيرات الدراسة.

وللتحقق من هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ت)، وحساب تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة والجداول التالية توضح ذلك:

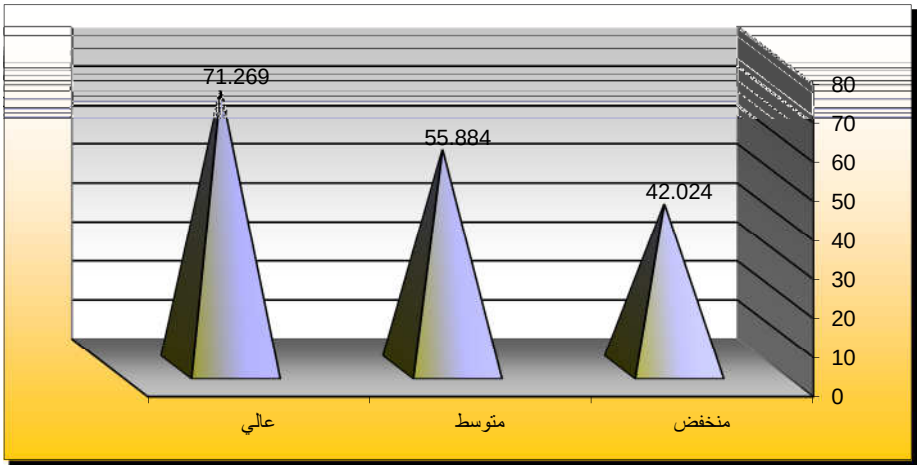
جدول (٢٢) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير المستوي التعليمي

المستوي التعليمي	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٧٠٠.٩٣٠	٣٨٥٠.٤٦٥	٢	٤٩.٥٥٥	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٢٣٠٧٦.٩٤٦	٧٧.٧٠٠	٢٩٧		
المجموع	**٣٠٧٧٧.٨٧٦**		**٢٩٩**		

يتضح من الجدول (٢٢) أن قيمة (ف) كانت (٤٩.٥٥٥) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير المستوي التعليمي، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول (٢٣) يوضح ذلك:

جدول (٢٣) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

المستوي التعليمي	منخفض م = ٤٢.٠٢٤	متوسط م = ٥٥.٨٨٤	عالي م = ٧١.٢٦٩
منخفض	–		
متوسط	١٣.٨٦٠**	–	
عالي	٢٩.٢٤٥**	١٥.٣٨٥**	–



شكل (١٣) فروق درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير المستوي التعليمي

يتضح من الجدول (٢٣) والشكل البياني (١٣) وجود فروق في تأثيرات تكنولوجيا العولمة بين أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي وكلٍّ من أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط والمنخفض لصالح أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما توجد فروق بين أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط وأفراد العينة في المستوى التعليمي المنخفض لصالح أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط عند مستوى دلالة (٠.٠١)، حيث بلغ متوسط درجة أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي (٧١.٢٦٩)، يليهم أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط بمتوسط (٥٥.٨٨٤)، وأخيرا أفراد العينة في المستوى التعليمي المنخفض بمتوسط (٤٢.٠٢٤)، فيأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة في المستوى التعليمي العالي حيث كانوا أكثر تأثرا بتكنولوجيا العولمة، ثم أفراد العينة في المستوى التعليمي المتوسط في المرتبة الثانية، ثم أفراد العينة في المستوى التعليمي المنخفض في المرتبة الأخيرة، فكلما أرتفع المستوي التعليمي كلما زاد التأثر وزاد استخدام تكنولوجيا العولمة بشكل واضح.

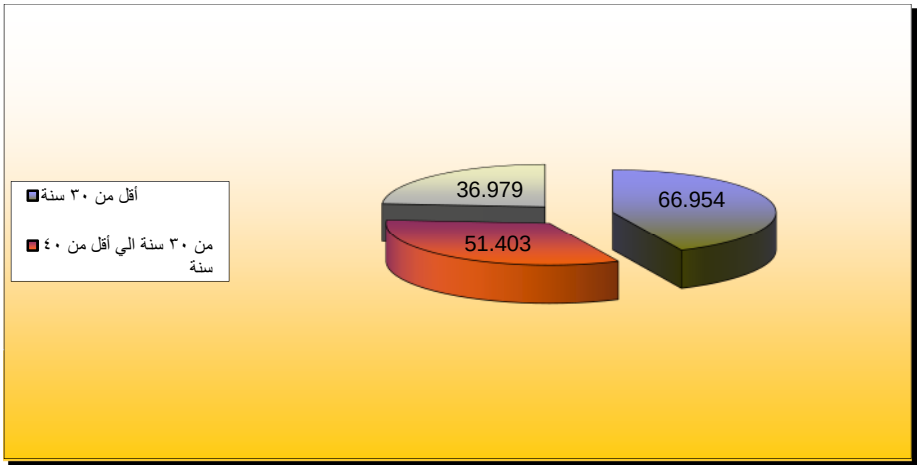
جدول (٢٤) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير العمر

العمر	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٥٦٠.٦٣٧	٣٧٨٠.٣١٨	٢	٤١.١٦٧	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٢٧٢٧٣.٤٣٤	٩١.٨٣٠	٢٩٧		
المجموع	**٣٤٨٣٤.٠٧٠**		**٢٩٩**		

يتضح من الجدول (٢٤) أن قيمة (ف) كانت (٤١.١٦٧) وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير العمر، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٢٥) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

العمر	أقل من ٣٠ سنة م = ٦٦.٩٥٤	من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة م = ٥١.٤٠٣	من ٤٠ سنة فأكثر م = ٣٦.٩٧٩
أقل من ٣٠ سنة	–		
من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة	١٥.٥٥١**	–	
من ٤٠ سنة فأكثر	٢٩.٩٧٥**	١٤.٤٢٤**	–

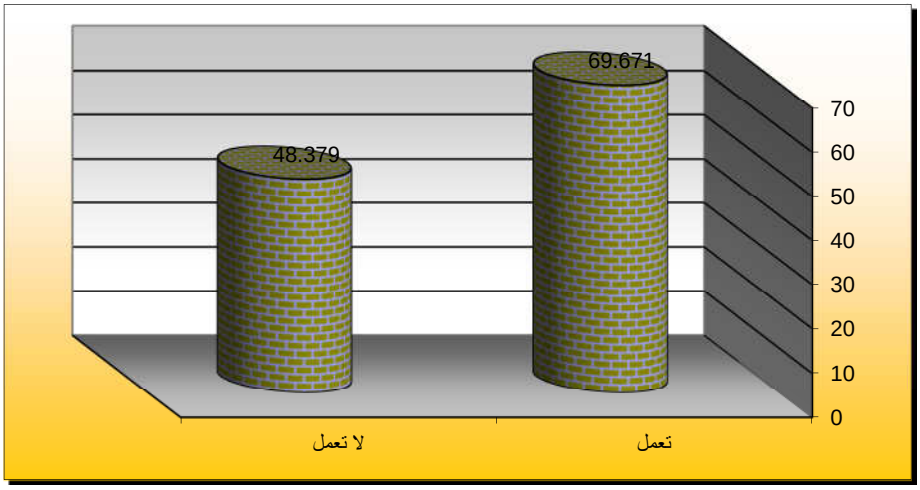


شكل (١٤) فروق درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير العمر

يتضح من الجدول (٢٥) والشكل البياني (١٤) وجود فروق في تأثيرات تكنولوجيا العولمة بين أفراد العينة ذوات السن أقل من٣٠سنة وكلٍّ من أفراد العينة ذوات السن "من٣٠سنة إلى أقل من٤٠سنة، من٤٠سنة فأكثر" لصالح أفراد العينة ذوات السن أقل من٣٠سنة عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما توجد فروق بين أفراد العينة ذوات السن من٣٠سنة إلى أقل من٤٠سنة وأفراد العينة ذوات السن من٤٠سنة فأكثر لصالح أفراد العينة ذوات السن من٣٠سنة إلى أقل من٤٠سنة عند مستوى دلالة (٠.٠١)، حيث بلغ متوسط درجة أفراد العينة ذوات السن أقل من٣٠سنة (٦٦.٩٥٤)، يليهم أفراد العينة ذوات السن من٣٠سنة إلى أقل من٤٠سنة بمتوسط (٥١.٤٠٣)، وأخيرا أفراد العينة ذوات السن من٤٠سنة فأكثر بمتوسط (٣٦.٩٧٩)، فيأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة ذوات السن أقل من٣٠سنة حيث كانوا أكثر تأثرا بتكنولوجيا العولمة، ثم أفراد العينة ذوات السن من٣٠سنة إلى أقل من٤٠سنة في المرتبة الثانية، ثم أفراد العينة ذوات السن من٤٠سنة فأكثر في المرتبة الأخيرة، وتري الباحثة أن أفراد العينة ذوات السن الصغير كانوا أكثر تأثرا بتكنولوجيا العولمة من أفراد العينة ذوات السن الكبير، فأفراد العينة ذوات السن الكبير يكونوا أكثر خبرة ووعي من أفراد العينة ذوات السن الصغير.

جدول (٢٦) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير العمل

العمل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
تعمل	٦٩.٦٧١	٤.٣٣٢	١٧١	١٩٨	١٧.٤٤٢	دال عند ٠.٠١ لصالح العاملات
لا تعمل	٤٨.٣٧٩	٢.٨٤٦	١٢٩			



شكل (١٥) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير العمل

يتضح من الجدول (٢٦) والشكل البياني (١٥) أن قيمة (ت) كانت (١٧.٤٤٢) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠١) لصالح العاملات، حيث بلغ متوسط درجة العاملات (٦٩.٦٧١)، بينما بلغ متوسط درجة غير العاملات (٤٨.٣٧٩)، مما يدل على أن العاملات كانوا أكثر تأثرا بتكنولوجيا العولمة من غير العاملات.

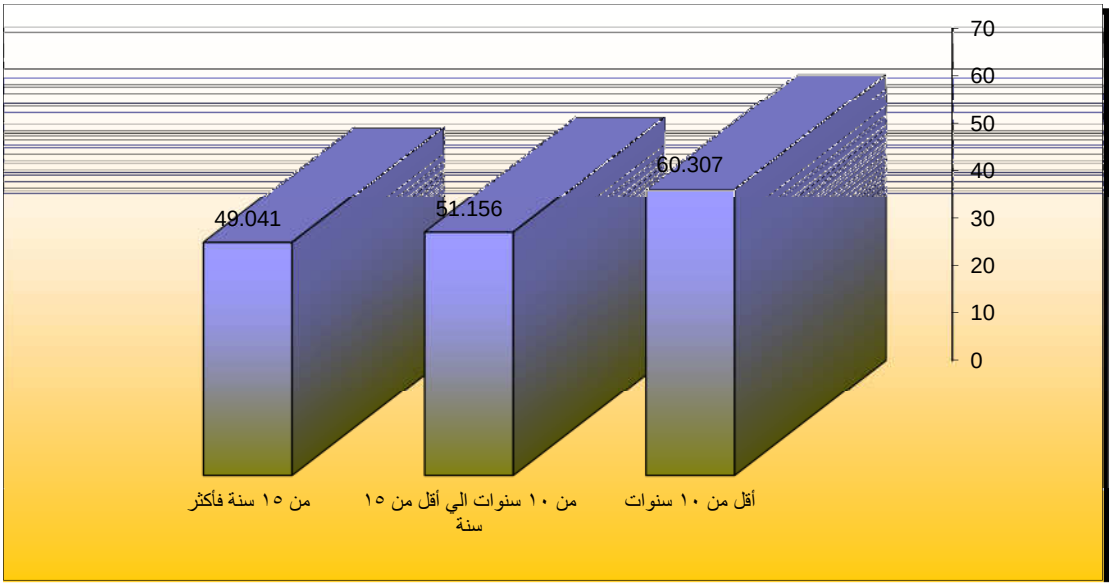
جدول (٢٧) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير مدة الزواج

مدة الزواج	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٤١٨.٤٤٥	٣٧٠٩.٢٢٢	٢	٣٤.٤٥٩	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٣١٩٦٩.٢٩٥	١٠٧.٦٤١	٢٩٧		
المجموع	**٣٩٣٨٧.٧٤٠**		**٢٩٩**		

يتضح من الجدول (٢٧) أن قيمة (ف) كانت (٣٤.٤٥٩) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير مدة الزواج، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول (٢٨) يوضح ذلك:

جدول (٢٨) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

مدة الزواج	أقل من ١٠ سنوات م = ٦٠.٣٠٧	من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة م = ٥١.١٥٦	من ١٥ سنة فأكثر م = ٤٩.٠٤١
أقل من ١٠ سنوات	–		
من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	٩.١٥١**	–	
من ١٥ سنة فأكثر	١١.٢٦٦**	٢.١١٥*	–



شكل (١٦) فروق درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير مدة الزواج

يتضح من الجدول (٢٨) والشكل البياني (١٦) وجود فروق في تأثيرات تكنولوجيا العولمة بين الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن أقل من١٠سنوات وكلٍّ من الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن "من١٠سنوات إلى أقل من١٥سنة، من١٥سنة فأكثر" لصالح الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن أقل من١٠سنوات عند مستوى دلالة (٠.٠١)، بينما توجد فروق بين الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن من١٠سنوات إلى أقل من١٥سنة والأسر اللاتي كانت مدة زواجهن من١٥سنة فأكثر لصالح الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن من١٠سنوات إلى أقل من١٥سنة عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، حيث بلغ متوسط درجة الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن أقل من١٠سنوات (٦٠.٣٠٧)، يليهم الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن من١٠سنوات إلى أقل من١٥سنة بمتوسط (٥١.١٥٦)، وأخيرا الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن من١٥سنة فأكثر بمتوسط (٤٩.٠٤١)، فيأتي في المرتبة الأولى الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن أقل من١٠سنوات حيث كانوا أكثر تأثرا بتكنولوجيا العولمة، ثم الأسر اللاتي تراوحت مدة زواجهن من١٠سنوات إلى أقل من١٥سنة في المرتبة الثانية، وأخيرا الأسر اللاتي كانت مدة زواجهن من١٥سنة فأكثر، فكلما زادت مدة الزواج كلما قل التأثر بتكنولوجيا العولمة، ويرجع ذلك إلى اكتساب الفرد الوعي والخبرة الكافية والتي تجعله أكثر دراية وفهم.

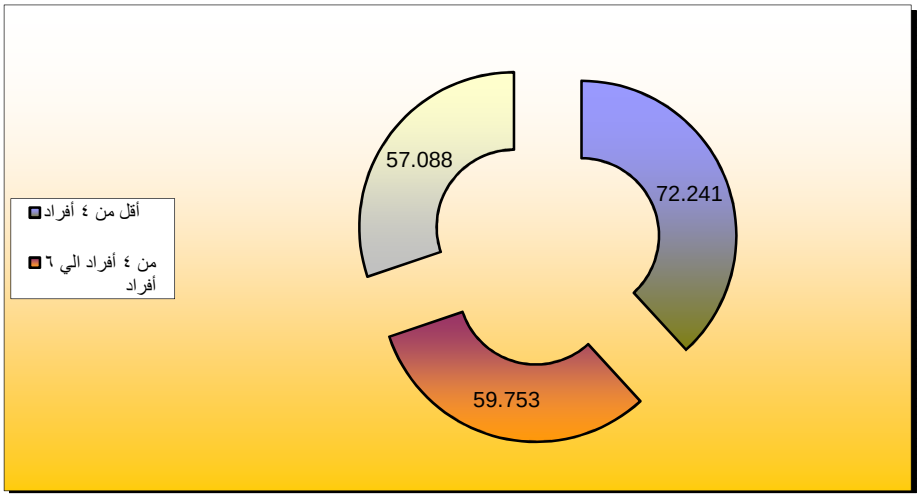
جدول (٢٩) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٣٦٦.٦٦٦	٣٦٨٣.٣٣٣	٢	٣٢.٣٧١	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٣٣٧٩٤.١٩٩	١١٣.٧٨٥	٢٩٧		
المجموع	**٤١١٦٠.٨٦٥**		**٢٩٩**		

يتضح من جدول (٢٩) أن قيمة (ف) كانت (٣٢.٣٧١) وهى قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول (٣٠) يوضح ذلك:

جدول (٣٠) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م = ٧٢.٢٤١	من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد م = ٥٩.٧٥٣	من ٧ أفراد فأكثر م = ٥٧.٠٨٨
أقل من ٤ أفراد	–		
من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد	١٢.٤٨٨**	–	
من ٧ أفراد فأكثر	١٥.١٥٣**	٢.٦٦٥*	–



شكل (١٧) فروق درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة

يتضح من الجدول (٣٠) والشكل البياني (١٧) وجود فروق في تأثيرات تكنولوجيا العولمة بين الأسر أقل من ٤ أفراد وكلٍّ من الأسر "من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد، من ٧ أفراد فأكثر" لصالح الأسر أقل من ٤ أفراد عند مستوى دلالة (٠.٠١)، بينما توجد فروق بين الأسر من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد والأسر من ٧ أفراد فأكثر لصالح الأسر من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، حيث بلغ متوسط درجة الأسر أقل من ٤ أفراد (٧٢.٢٤١)، يليهم الأسر من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد بمتوسط (٥٩.٧٥٣)، وأخيرا الأسر من ٧ أفراد فأكثر بمتوسط (٥٧.٠٨٨)، فيأتي في المرتبة الأولى الأسر أقل من ٤ أفراد حيث كانوا أكثر تأثرا بتكنولوجيا العولمة، ثم الأسر من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد في المرتبة الثانية، وأخيرًا الأسر من ٧ أفراد فأكثر.

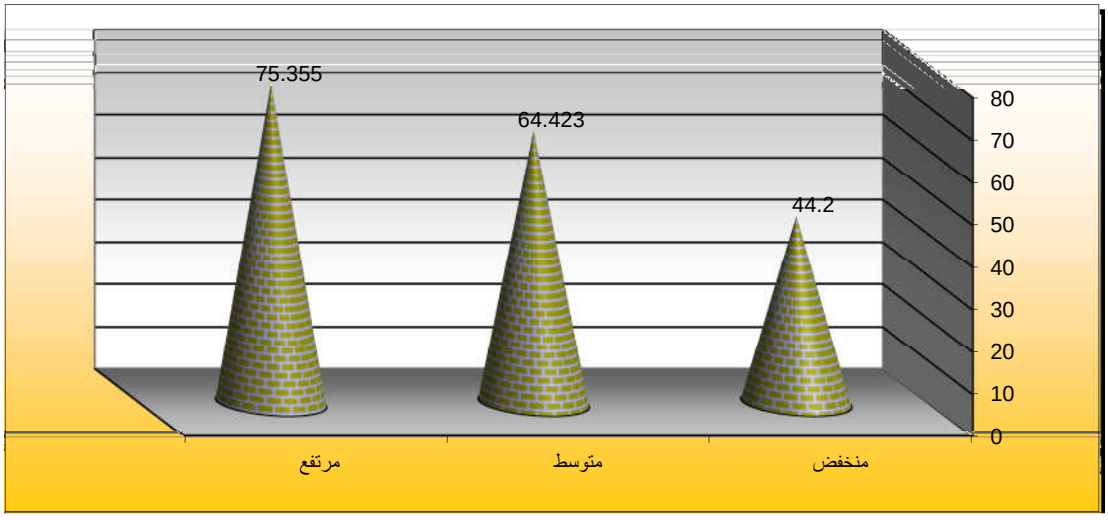
جدول (٣١) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة

الدخل الشهري للأسرة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٧٨٣٣.٠٥١	٣٩١٦.٥٢٥	٢	٥٩.٦٤٠	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	١٩٥٠٣.٦٨٦	٦٥.٦٦٩	٢٩٧		
المجموع	**٢٧٣٣٦.٧٣٧**		**٢٩٩**		

يتضح من الجدول (٣١) أن قيمة (ف) كانت (٥٩.٦٤٠) وهي قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى (٠.٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول (٣٢) يوضح ذلك:

جدول (٣٢) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

الدخل الشهري للأسرة	منخفض م = ٤٤.٢٠٠	متوسط م = ٦٤.٤٢٣	مرتفع م = ٧٥.٣٥٥
منخفض	–		
متوسط	٢٠.٢٢٣**	–	
مرتفع	٣١.١٥٥**	١٠.٩٣٢**	–



شكل (١٨) فروق درجات أفراد العينة في تأثيرات تكنولوجيا العولمة تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة

يتضح من الجدول (٣٢) والشكل البياني (١٨) وجود فروق في تأثيرات تكنولوجيا العولمة بين الأسر ذوي الدخل المرتفع وكلٍّ من الأسر ذوي الدخل المتوسط والمنخفض لصالح الأسر ذوي الدخل المرتفع عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما توجد فروق بين الأسر ذوي الدخل المتوسط والأسر ذوي الدخل المنخفض لصالح الأسر ذوي الدخل المتوسط عند مستوى

دلالة (٠.٠١)، حيث بلغ متوسط درجة الأسر ذوي الدخل المرتفع (٧٥.٣٥٥)، يليهم الأسر ذوي الدخل المتوسط بمتوسط (٦٤.٤٢٣)، وأخيرا الأسر ذوي الدخل المنخفض بمتوسط (٤٤.٢٠٠)، فيأتي في المرتبة الأولى الأسر ذوي الدخل المرتفع حيث كانوا أكثر تأثرا بتكنولوجيا العولمة، ثم الأسر ذوي الدخل المتوسط في المرتبة الثانية، وأخيرا الأسر ذوي الدخل المنخفض، وتري الباحثة أن الدخل من أكثر العوامل التي تساعد علي التأثر بتكنولوجيا العولمة، فالأسر ذوي الدخل المرتفع أكثر تأثرا من الأسر ذوي الدخل المنخفض.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية بين محاور استبيان الثقافة الاستهلاكية واستبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم عمل مصفوفة ارتباط بين محاور استبيان الثقافة الاستهلاكية واستبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة والجدول (٣٣) يوضح قيم معاملات الارتباط:

جدول (٣٣) مصفوفة الارتباط بين محاور استبيان الثقافة الاستهلاكية واستبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة

	تأثيرات تكنولوجيا العولمة
مفاهيم السلوك الاستهلاكي	٠.٩٣١ - **
التنشئة الاستهلاكية	٠.٨٠٩ - **
الوعي بالسلوك الاستهلاكي	٠.٦٢٥ - *
الثقافة الاستهلاكية ككل	٠.٧٧٥ - **

** دال عند ٠.٠١ * دال عند ٠.٠٥

يتضح من الجدول (٣٣) وجود علاقة ارتباط عكسي بين محاور استبيان الثقافة الاستهلاكية واستبيان تأثيرات تكنولوجيا العولمة عند مستوى دلالة ٠.٠١ ، ٠.٠٥ ، فكلما زادت المعرفة بمفاهيم السلوك الاستهلاكي كلما قل التأثر بتكنولوجيا العولمة ، كذلك كلما زادت التنشئة الاستهلاكية كلما قل التأثر بتكنولوجيا العولمة، كذلك كلما زاد الوعي بالسلوك الاستهلاكي كلما قل التأثر بتكنولوجيا العولمة، فكلما زادت الثقافة الاستهلاكية بشكل عام كلما قل التأثر بتكنولوجيا العولمة.

الفرض الرابع:

تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على الثقافة الاستهلاكية.

وللتحقق من هذا الفرض تم حساب الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على الثقافة الاستهلاكية والجدول (٣٤) يوضح ذلك:

جدول (٣٤) الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على الثقافة الاستهلاكية

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
الثقافة الاستهلاكية	المستوي التعليمي	٠.٩٢٩	٠.٨٦٣	١٧٥.٨٧٩	٠.٠١	٠.٥٤٢	١٣.٢٦٢	٠.٠١
	العمر	٠.٨٨١	٠.٧٧٦	٩٦.٨٣٩	٠.٠١	٠.٣٨٧	٩.٨٤١	٠.٠١
	الدخل الشهري للأسرة	٠.٨٣٩	٠.٧٠٤	٦٦.٧٣٦	٠.٠١	٠.٢٧٩	٨.١٦٩	٠.٠١
	مدة الزواج	٠.٧٩٨	٠.٦٣٧	٤٩.٢٣٣	٠.٠١	٠.١٨٩	٧.٠١٧	٠.٠١

يتضح من الجدول (٣٤) أن المستوي التعليمي كان من أكثر العوامل المؤثرة على الثقافة الاستهلاكية بنسبة ٨٦.٣%، يليه العمر بنسبة ٧٧.٦%، ويأتي في المرتبة الثالثة الدخل الشهري للأسرة بنسبة ٧٠.٤%، وأخيرا في المرتبة الرابعة مدة الزواج بنسبة ٦٣.٧%.

الفرض الخامس:

تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا العولمة.

وللتحقق من هذا الفرض تم حساب الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا العولمة والجدول (٣٥) يوضح ذلك:

جدول (٣٥) الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا العولمة

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
تكنولوجيا العولمة	العمر	٠.٩٠٣	٠.٨١٦	١٢٣.٩٤٤	٠.٠١	٠.٤٥٤	١١.١٣٣	٠.٠١
	المستوي التعليمي	٠.٨٦٥	٠.٧٤٨	٨٣.١٨٣	٠.٠١	٠.٣٤٥	٩.١٢٠	٠.٠١
	الدخل الشهري للأسرة	٠.٨١٦	٠.٦٦٧	٥٥.٩٨١	٠.٠١	٠.٢٢٧	٧.٤٨٢	٠.٠١
	مدة الزواج	٠.٧٨١	٠.٦٠٩	٤٣.٦٨٥	٠.٠١	٠.١٥٥	٦.٦٠٩	٠.٠١

يتضح من الجدول (٣٥) أن العمر كان من أكثر العوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا العولمة بنسبة ٨١.٦%، يليه المستوي التعليمي بنسبة ٧٤.٨%، ويأتي في المرتبة الثالثة الدخل الشهري للأسرة بنسبة ٦٦.٧%، وأخيرا في المرتبة الرابعة مدة الزواج بنسبة ٦٠.٩%.

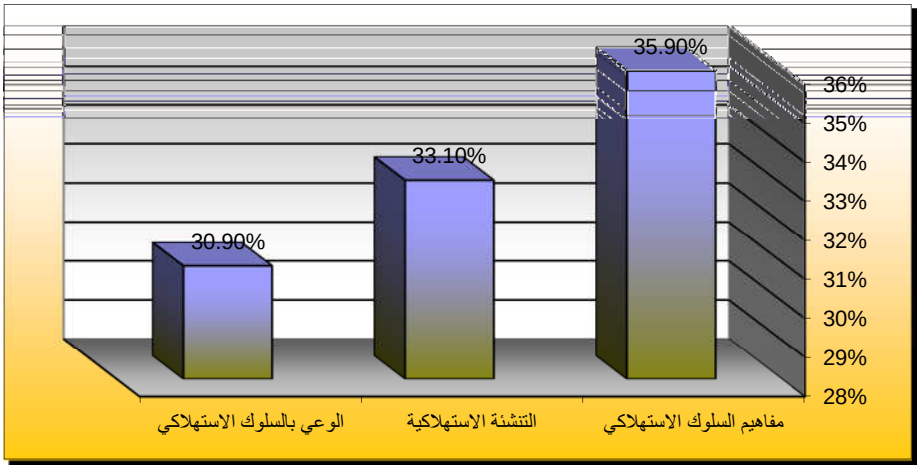
الفرض السادس:

تختلف الأوزان النسبية لأولوية محاور الثقافة الاستهلاكية من قبل أفراد عينة البحث.

وللتحقق من هذا الفرض تم إعداد جدول الوزن النسبي التالي:

جدول (٣٦) الوزن النسبي لأولوية محاور الثقافة الاستهلاكية من قبل أفراد عينة البحث

الثقافة الاستهلاكية	الوزن النسبي	النسبة المئوية %	الترتيب
مفاهيم السلوك الاستهلاكي	٣٧٨	%٣٥.٩	الأول
التنشئة الاستهلاكية	٣٤٩	%٣٣.١	الثاني
الوعي بالسلوك الاستهلاكي	٣٢٦	%٣٠.٩	الثالث
المجموع	**١٠٥٣**	**%١٠٠**	



شكل (١٩) يوضح الوزن النسبي لأولوية محاور الثقافة الاستهلاكية من قبل أفراد عينة البحث

يتضح من الجدول (٣٦) والشكل البياني (١٩) أن أولوية محاور الثقافة الاستهلاكية من قبل أفراد عينة البحث كانت مفاهيم السلوك الاستهلاكي بنسبة ٣٥.٩%، يليها في المرتبة الثانية التنشئة الاستهلاكية بنسبة ٣٣.١%، ويأتي في المرتبة الثالثة الوعي بالسلوك الاستهلاكي بنسبة ٣٠.٩%.

التوصيات:

١- عقد دورات تدريبية متكاملة تهدف إلى توعية المرأة بأهمية تحديث الثقافة الاستهلاكية في ضوء تكنولوجيا العولمة.

٢- وضع برامج مشتركة مع الجهات المختصة والقائمين على مؤسسات التربية والتعليم لنشر الثقافة الاستهلاكية السليمة حتى يكون لدي الأفراد اتجاهات إيجابية للحفاظ على مواردهم الأسرية.

٣- توعية الأسرة من خلال أجهزة الإعلام المختلفة بضرورة الاهتمام بتحديث الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة والإلمام بكل جوانب العملية الاستهلاكية وفوائدها.

٤- إعداد الندوات التثقيفية والبرامج التدريبية لتحديث الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة.

٥- إنشاء موقع على الإنترنت لتحديث الثقافة الاستهلاكية لربة الأسرة في ضوء تكنولوجيا العولمة.

المراجع:

١- ابتسام علام: الجماعات الهامشية، دراسة انثروبولوجية لجماعات المتسولين بمدينة القاهرة، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، ط١، ٢٠٠٢م.

٢- أحمد زايد، سيد الحسيني، على ليلة، فتحي أبو العينين: الاستهلاك فى المجتمع القطري، أنماطه وثقافته، الدوحة، جامعة قطر، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، ١٩٩١م.

٣- أحمد على سليمان: سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودية، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٠م.

٤- إسماعيل عبد الفتاح: الطفولة والمستقبل (دراسات فى إعلام وثقافة وأدب وحقوق الطفل)، مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠٠٥م.

٥- السيد محمد الدامخ: ثقافة الاستهلاك فى المجتمع المصري بين محددات الواقع وآفاق المستقبل، سوسيولوجيا الاستهلاك، المؤتمر الدولي الأول للعلوم الاجتماعية وتنمية المجتمع، كلية العلوم الاجتماعية، الكويت، ٢٠٠١م.

٦- السيد محمد الدامخ: علم الاجتماع الاقتصادي "دراسات نظرية وتطبيقية"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٨م.

٧- السيد يس: العولمة والطريق الثالث، ميريت للنشر والمعلومات، القاهرة، ١٩٩٩م.

٨- اليكس انكز: مقدمة في علم الاجتماع: ترجمة محمد الجوهري واخرون، دار المعارف، القاهرة، ١٩٩٦.

٩- أمال عبد الحميد محمد: العولمة والثقافة الاستهلاكية، الأشكال والآليات، الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع، مركز البحوث والدراسات التربوية كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠١م.

١٠- أمل إبراهيم الملاح: الأسرة المعيشية وثقافة الاستهلاك "دراسة مقارنة بين الريف والحضر"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة طنطا، ٢٠٠٧م.

١١- انتصار ذكى: الأنماط الاستهلاكية لبعض الأسر الريفية والحضرية فى محافظة الشرقية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، ٢٠٠١م.

١٢- إيمان سليمان حافظ خليل: ثقافة الاستهلاك فى المجتمع المصري "دراسة انثروبولوجية لنوعية الحياة فى أحد المجتمعات المحلية"، كلية الآداب، جامعة حلوان، ٢٠٠٦م.

١٣- إيمان محمد عز العرب: ملامح التغير فى الأسرة المصرية فى مجتمع المعلومات، دراسة ميدانية لاتجاهات أرباب الأسر الحضرية نحو دور التنشئة الحديثة فى التنشئة الاجتماعية للأبناء، أعمال الندوة التاسعة لقسم الاجتماع، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣م.

١٤- إيناس ماهر بدير، رشا عبد العاطي راغب: المهارات الحياتية ودورها فى تمكين المرأة كمدخل للتنمية البشرية ، المؤتمر العربي العاشر للاقتصاد المنزلى (آفاق مستقبلية فى الاقتصاد المنزلى)، ٢٠٠٦م.

١٥- إيناس ماهر الحسيني : أثر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات فى تنمية القدرات المرتبطة باتخاذ القرارات لدى الأطفال، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة حلوان، ٢٠٠٣م.

١٦- بثينة حسنين عمارة: العولمة وتحديات العصر وانعكاساتها على المجتمع المصري، دار الأمين، القاهرة، ٢٠٠٢م.

١٧- جورج لودج: إدارة العولمة، عرض محمد رؤوف حامد، سلسلة كراسات وعروض، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ١٩٩٩م.

١٨- حربى محمد موسى عريقات: مبادئ الاقتصاد، ط٢، عمان، دار زهراء للنشر والتوزيع، ١٩٩٧م.

١٩- داليا السيد حنفي: أثر استخدام الحاسب الآلي فى تدريس إدارة المنزل على تنمية الوعى بقيمة الموارد المادية لدى طالبات المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، ٢٠٠٣م.

٢٠- دردير، نشوة: فاعلية برنامج إرشادي عقلاني انفعالي في تنمية أساليب مواجهة الضغوط الناتجة عن الأحداث الحياتية لدي طلبة الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات التربوية، قسم الإرشاد النفسي، جامعة القاهرة، ٢٠١٠م.

٢١- رحاب محروس محمد عبده: دراسة مقارنة بين بعض الطالبات الجامعيات المصريات والسعوديات فى أسلوب السلوك الاستهلاكي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، ٢٠٠٥م.

٢٢- رشيدة محمد أبو النصر: أثر الصحافة النسائية فى تنمية الوعى الاستهلاكي لدى ربة الأسرة، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، ٢٠٠٣م.

٢٣- روبرتسون رونالد: العولمة: النظرية الاجتماعية والثقافية الكونية، ترجمة أحمد محمود، ونور أمين، المجلس الأعلى للثقافة، ١٩٩٨م.

٢٤- زينب محمد حسين حقي، نادية حسن أبو سكينة: العلاقات الأسرية بين النظرية والتطبيق، أولاد عثمان للطبع والنشر، ٢٠٠٢م.

٢٥- زينب محمد عبد الصمد: مقومات الكفاءة الإدارية وعلاقتها بأنماط السلوك الادخاري لدى الزوجات بمدينة جدة، مجلة بحوث الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، مجلد (١٧)، ٢٠٠٧م.

٢٦- سعيدة عبيد سلمان عبيد: تأثير ثقافة الاستهلاك على عملية التحديث فى مجتمع الإمارات العربية المتحدة "دراسة ميدانية" على عينة من الأسر بدولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، قسم علم الاجتماع، ١٩٩٧م.

٢٧- سليم محمد القطب: دور المدرسة فى تنمية الوعى الاستهلاكي لدى تلاميذ الحلقة الثانية من التعليم الأساسي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة المنوفية، ١٩٩٤م.

٢٨- سماح محمد سعيد طه مشرف: السلوك الشرائى للمرأة المصرية وأثره على اختيار الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للسلع الاستهلاكية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة حلوان، ٢٠٠٤م.

٢٩- سميرة عبده: المجتمع الاستهلاكي العربي وتبعية ثقافة الحياة اليومية، سلسلة الوحدة، المجلس القومي للثقافة العربية، الرباط، السنة الثامنة، العدد ٩٢، ١٩٩٢م.

٣٠- سناء محمد أحمد عبد الله النجار: فاعلية برنامج باستخدام الكمبيوتر لتنمية مهارات وسمات السلوك الإداري قائم على تحديث الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، ٢٠١٠م.

٣١- سهام زكى موسى: المسنون فى مصر الواقع والمستقبل، المجلة المصرية للاقتصاد المنزلى، العدد الرابع عشر، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة حلوان، ١٩٩٨م.

٣٢- طلعت أسعد عبد الحميد، ياسر عبد الحميد الخطيب، طارق محمد خزندار: سلوك المستهلك، المفاهيم المعاصرة والتطبيقات، مكتبة الشقرى، الرياض، ٢٠٠٥م.

٣٣- عاطف السيد: العولمة فى ميزان الفكر (دراسة تحليلية)، مطبعة الانتصار الاسكندرية، ٢٠٠١م.

٣٤- عبد الرحيم الحيدري، محمد العربي: دراسة مقارنة لأدوار المرأة الريفية تحت الظروف التقليدية والمتطورة، مؤتمر الاقتصاد والتنمية الزراعية في مصر والبلاد العربية، كلية الزراعة جامعة المنصورة، ١٩٩٨م.

٣٥- عبير محمود الدويك: دور البرامج الإعلامية فى تنمية الوعى الاستهلاكي للمرأة الريفية، المؤتمر السنوي السابع للاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، ١٥-١٦ ديسمبر، ٢٠٠٢م.

٣٦- فاتن مصطفى كمال لطفى: أثر العولمة الاقتصادية والاجتماعية للأسر المصرية على الأنماط الاستهلاكية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، ١٩٩٥م.

٣٧- فاطمة الزهراء محمد: الأسرة الحضرية وثقافة الاستهلاك، دراسة ميدانية فى مدينة بنى سويف، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣م.

٣٨- فاطمة النبوية إبراهيم محمد حلى: فاعلية برنامج إرشادي لتنمية الوعى الاستهلاكي لطلاب المرحلة الثانوية، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، المجلد (١٦)، ٢٠٠٦م.

٣٩- كوثر حسين كوجك: التكنولوجيا وتنمية التفكير، شركة الطباعة العربية الحديثة، ٢٠٠٣م.

٤٠- لمياء محمد الإمبابى: الوقت المخصص لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة فى عصر العولمة وعلاقته بالنسق القيمى للأبناء، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، قسم الاقتصاد المنزلى، جامعة عين شمس، ٢٠٠٥م.

٤١- محسن أحمد الخضيرى: العولمة، مقدمة فى فكر واقتصاد وإدارة عصر اللادولة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ٢٠٠٠م.

٤٢- محمد جمال الدين درويش: التخطيط للمجتمع المعلوماتي، سلسلة غير دورية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ٢٠٠٠م.

٤٣- محمد مختار الحلوجي: منظومة العلم والتكنولوجيا في مصر، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ٢٠٠٢م.

٤٤- محمد ياسر الخواجة: العولمة وثقافة الاستهلاك، دراسة ميدانية فى قرية مصرية، مجلة كلية الآداب، جامعة طنطا، العدد الثالث عشر، المجلد الأول، ٢٠٠٠م.

٤٥- محمود جاسم الصميدعى، ردينة عثمان يوسف: سلوك المستهلك، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان، الأردن، ٢٠٠٧م .

٤٦- محمود منسي: مناهج البحث العلمي في المجالات التربوية والنفسية، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، ٢٠٠٣م.

٤٧- نبيلة عبد الستار السيد: أثر الإعلان التليفزيوني على السلوك الاقتصادي والاجتماعي لربة الأسرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، ١٩٩٧م.

٤٨- نبيلة عبد الستار السيد: تكنولوجيا المعلومات وأثرها على السلوك الاستهلاكي والاجتماعي للأسرة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، ٢٠٠٣م.

٤٩- هدى سامى غازي، علا يوسف بعد اللاه، ميرال عادل شبل: تأثير العولمة على واقع ومستقبل الاتجاهات الملبسية لشبابنا العربي، مجلة بحوث الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، مجلد (١٥) العدد (٤)، ٢٠٠٥م.

٥٠- هنادي محمد عمر قمرة: القيم الأسرية وعلاقتها بأنماط السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية، رسالة ماجستير، كلية التربية للاقتصاد المنزلى بمكة المكرمة، ٢٠٠٣م.

٥١- وفاء فؤاد شلبي: إدراك الزوج لدوره في المسئوليات الأسرية وعلاقته بدافعية الزوجة للإنجاز، مجلة الاقتصاد المنزلي، العدد الخامس عشر، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، ١٩٩٩م.

52- John Balis and steve Smith (1997): The Globalization of world politics and introduction to international Relations, Oxford university press. London.

53- Phillip R., Harris and Robert T., Moran (1987): Managing Cultural Differences (Houston: Gulf Publishing Company).

54-Rudolph, Roger, L. (1999): The Effects of Advertising Message on Consumer Risks Perceptions and Decision- Making Ph.D. University of Minnesota.