ثقافة الشباب بين ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك " دراسة ميدانية بمحافظة المنيا "	دكتور علي عبد الرازق إبراهيم الأستاذ المساعد بقسم الاجتماع كلية الآداب-جامعة المنيا

مقدمة الدراسة :

تحتل قضايا الشباب هذه الفترة بؤرة اهتمام الدارسين والمهتمين في كافة التخصصات ، وتحظى بقدر أكبر من الاهتمام من قبل علماء الاجتماع بوجه خاص . فالشباب يشكلون ثلث السكان في العالم تقريبا، لكنهم يؤثرون بقوة في المجتمع بأكمله ، بل إنهم أكثر الفئات تأثيرا في المجتمع وأكثرهم تأثرا بالتغير وتفاعلا معه وتجاوبا لكل ما يمكن أن ينطوي عليه من أبعاد سلبية أو إيجابية .

ولا تقتصر أهمية الشباب في أعدادهم ووزنهم النسبي من جملة السكان ، بل تأتي من أهمية القضايا التي تمس هذا القطاع الحيوي . فالشباب جزء لا يتجزأ من المجتمع وهم أعضاء أساسيون لا ينفصلون عن نسيجه الكلي ، وقضاياهم هي انعكاس حقيقي لقضايا المجتمع . ولابد لأي مجتمع يسعى الآن إلى تنمية حقيقية ، أن يعترف بأهمية الشباب وأهمية أدوارهم وآراؤهم وفهم لغتهم ورموزهم .

لكن الواقع الاجتماعي للشباب ليس بهذه الصورة الوردية ، فالشباب اليوم يواجه تغيرات عميقة ومتلاحقة ويعيش في قلب هذه التغيرات ويتأثر بها تأثرا مباشرا. وهناك من الشواهد ما يكفي للقول بأن ما يعرف الآن بمرحلة ما بعد الصناعة Post- Industrialism أو ما بعد الحداثة Post-Modernism على الأقل في الدول المتقدمة ، لم تخلف وراءها ، بعد هذه الخبرة الإنسانية الطويلة ، إلا الكثير من المشكلات والمخاطر والهموم التي

كان قطاع الشباب هم أكثر الفئات تأثرا بها وأهم ضحاياها. ولم يعد الآن اعتقاد في التقدم والعلم والمعرفة والقدرة على الابتكار ، وأصبحت الأمور لا تسير إلى الأحسن – كما كان متوقعا– بل هي من السيئ إلى الأسوأ .(١) وإذا كان العالم يشهد الآن ثورة معلوماتية عارمة ونزعة استهلاكية طاغية وتحولا في قيم التعليم والعمل ، فإن الشباب هم أكثر الفئات تأثرا بكل هذه المستجدات.

إن سيطرة النزعة الاستهلاكية وتأثيرها الطاغي على حياة الناس عموما والشباب على وجه الخصوص ونفاذ هذا التأثير إلى كل ربوع العالم قد أصبح أقرب إلى الحقيقة التي لم تعد تقبل الجدل ، تلك الظاهرة التي تكمن ورائها ظروف اجتماعية وثقافية واقتصادية ، وتنطوي على تداعيات مختلفة تستحق أن تدرس وتحلل في ضوء الواقع الاجتماعي .

ومع أن المجتمع المصري لم يمر بالتحولات التي مرت بها عموم المجتمعات الصناعية التي شهدت تحولات تدريجية من الزراعة إلى الصناعة ، ثم إلى مرحلة ما بعد الصناعة . إلا أن معظم الملامح التي حملتها هذه المرحلة ربما نجد لها شواهد عديدة في المجتمع المصري خاصة وأن هناك الكثير من الدراسات التي رصدت تغيرات أشبه بتلك التي شهدتها المجتمعات التي بلغت مرحلة ما بعد الحداثة . فهناك عدد من الدراسات الإمبيريقية التي أجريت مؤخرا في المجتمع المصري ورصدت تنامي النزعة الاستهلاكية وتغير أنماط الاستهلاك .

ولم يكن الشباب المصري بمعزل عن هذه التغيرات ، حيث تكشف الملاحظات العامة بجانب ملاحظات الباحث الشخصية عن أن الشباب المصري قد تأثر تأثرا بالغا بهذه التطورات إذ تدل كل الشواهد على تراجع ثقافة الإنتاج وأصبح العمل من أخريات الأشياء التي يفكر فيها الشباب ، في

الوقت الذي يتبنى فيه الشباب أساليب حياتية جديدة وأنماطا استهلاكية غريبة لا تتناسب وواقعهم .

وتأتي ***أهمية هذه الدراسة*** من كونها محاولة تضاف إلى الجهود التي بذلت وتبذل لدراسة الظاهرة الشبابية ، تلك الظاهرة التي ما تزال في حاجة إلى إجراء العديد من الدراسات ، خاصة وأن قضايا الشباب واهتماماتهم عديدة ومتنوعة ، ولا يمكن بأي حال تغطيتها في عدد محدود من الدراسات . فالثقافة عموما ، وثقافة الشباب خصوصا في حالة تغير وديناميكية مستمرة مما يدعو الحاجة إلى إجراء دراسات متواصلة لرصد طبيعة هذا التغير وحجمه وأبعاده ، وهو ما تحاول هذه الدراسة الإسهام فيه .

ومن ناحية أخرى ، فإن هذه الدراسة ربما تقدم بعض الإسهامات النظرية خاصة وأن ثقافة الاستهلاك وأطرها التحليلية والنظرية ما تزال مجالا بكرا يحتاج إلى جهود إضافية وبالذات الدراسات الميدانية للتحقق من صحة الافتراضات التي ما تزال مثار جدل أو موضع خلاف . وقد تقدم الدراسة إضافة جديدة لهذا ، خاصة أنها تركز على فئة الشباب التي يصنفها الكثير على أنها أكثر الفئات اندماجا في ثقافة الاستهلاك .

وتجتهد الدراسة في اختبار مقولة " ثقافة الإنتاج " التي لم يعهد الدارسون في علم الاجتماع استخدامها بكثرة في دراسات علم الاجتماع النظرية أو الميدانية . ويرى الباحث أن هذا المفهوم هو مفهوم مقابل لمفهوم " ثقافة الاستهلاك " الذي أصبح يستخدم بكثرة ضمن مفردات علم الاجتماع ومفاهيمه ، وهو أمر لم يكن مألوفا حتى فترة قليلة . والدراسة الراهنة قد تسهم في تحليل هذا المفهوم " ثقافة الإنتاج " نظريا واختباره ميدانيا من خلال المؤشرات الإجرائية والشواهد الميدانية التي تتمكن من الحصول عليها

ثقافة الشباب بين ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك " مدخل نظري "

تمهيد :

الإنتاج والاستهلاك عمليتان متكاملتان لا تنفصلان في الواقع، كما أنهما ترتبطان بالمجتمع ارتباطا وثيقا وتتأثران بثقافته وقيمه والاتجاهات السائدة بين أفراده. فإذا كان الاستهلاك من الناحية الاقتصادية – كما يرى آدم سميث – هو الهدف النهائي أو الهدف الوحيد للإنتاج، إلا أن الإنتاج والتبادل والتوزيع كلها عمليات اقتصادية ضرورية بدونها لا تكتمل الدورة الاقتصادية وغيابها يؤدي إلى تراجع أداء الاقتصاد في أي مجتمع ، مما يعني أن ما يطرأ على الاستهلاك من تطورات – وما يعرف بالنزعة الاستهلاكية – هو محصلة لتلك التي طرأت على الإنتاج.

ولقد ظلت النظرية الاقتصادية لوقت طويل تعالج قضية الاستهلاك من منظور كمي بحت ، حيث تدرسها في ضوء قوانين اقتصادية صرفة ، وتركز البحث حول موضوعات مثل ربط الإنفاق بمقدار الدخل أو بالطلب على السلع وبالقدرة الشرائية للنقود . ولكن هذه النظرة الاقتصادية ضيقة النطاق ما لبثت أن تطورت واتسع نطاقها ، حيث أدرك الاقتصاديون أن المستهلك لا ينفصل عن المجتمع بل متعلق به ومتأثر بتصرفاته أولا ، وبالإنتاج كما ونوعا ثانيا .(٢)

وتقوم النظرية السوسيولوجية للاستهلاك على أساس شمولي، وتنبع هذه الشمولية من شمولية النظرة إلى الاستهلاك. فالاستهلاك – بالمفهوم الاجتماعي – ظاهرة عامة في كل المجتمعات . وهو مفهوم أكثر اتساعا من مجرد إشباع الحاجات البيولوجية . بل له عدد محدد من الوظائف في كل الثقافات. فإعداد الطعام واستهلاكه يرتبط بالنسبة لبعض الشعوب بقيم جمالية (قيم تذوقية وفنية) وهو بالنسبة للبعض الآخر دليل على المكانة، خاصة في الثقافات التي بها فائض إنتاجي سواء لدى الشعوب البدائية أو المعاصرة.(٣)

والخلاصة هو التأكيد على أن الإنتاج وكذلك الاستهلاك هي ظواهر عامة تنشأ في المجتمع وفقا لقوانين نشأة الظواهر الاجتماعية عموما.، حيث يتأثران بالمجتمع والثقافة ويؤثران فيهما في الوقت نفسه . وهذا يدعونا إلى القول بأنه إذا كان الآن ما يعرف بمفهوم " ثقافة الاستهلاك "، ذلك المفهوم الذي لم يكن متداولا حتى فترة قريبة، فإن هناك – من وجهة نظر هذه الدراسة – ما يمكن أن نطلق عليه " ثقافة الإنتاج "، وهو ما تحاول هذه الدراسة الاجتهاد في تناوله بالتحليل خاصة وأن الواقع يقرر أن امتداد النزعة الاستهلاكية أو أيديولوجية الاستهلاك لم تكن بمعزل عن الإنتاج بل كانت محصلة للظروف الاقتصادية الاجتماعية التي طرأت على المجتمع مؤخرا وأثرت في البيئة الاجتماعية الداعمة لقيم الإنتاج ، تلك القيم التي تراجعت تدريجيا في الكثير من الدول لتحل محلها قيم الاستهلاك .

مرحلة ما بعد الحداثة وتراجع الإنتاج :

منذ فترة ليست بالبعيدة ظل التصنيع يمثل أهم التغيرات الاجتماعية الاقتصادية التي هزت كيان المجتمع وانعكست على كل جوانب الحياة الاجتماعية، ولقب خلالها العصر بعصر التصنيع، وصنفت المجتمعات الإنسانية – حينذاك – إلى نمطين أساسيين صناعي (حديث) وغير صناعي (تقليدي). وليس من المبالغة القول بان الجزء الأعظم من التحليل السوسيولوجي قد تركز خلال تلك الفترة على تحليل الجوانب الاجتماعية للتصنيع والأبعاد المختلفة التي ينطوي عليها. وتبلورت نظريات سوسيولوجية متعددة كالتحديث ، الصناعية "Industrialism" والتنظيم والحراك التي كانت انعكاسا حقيقيا لتلك التغيرات التي ترتبت على التصنيع . وقد ساد الحديث حتى فترة قريبة عن النزعة الصناعية "Industrialism " والتي تعني التغيرات التي ينطوي عليها التصنيع من عناصر بنائية مشتركة كنظام إنتاج المصنع ، امتداد الأسواق ، التحضر ، وتعميم التعليم .

ولقد توقع بعض علماء الاجتماع – أمثال دانيال بيـل Bell, D. ، وليبـست Lipset , S. M. ، وريمونـد آرون Aron , R. ، ورالـف داهرندروف Dahrendorf , R. ، بمثل هذا التحول حيث كانوا يـرون أن هناك تحولا جديدا من نوع خاص تمر به بعض المجتمعات من المعتقـد أن يكون ذا دلالة للاعتراف بقدوم مجتمع ما بعد الصناعة " Post –Industrial Society" ومنذ هذه الفترة بدأ هذا المفهوم يستخدم لوصف بعض المعـاني مثل " مجتمع ما بعد الرأسمالية " " مجتمع ما بعد البورجوازية "،" المجتمـع التقني " و" مجتمع المعرفة ".(٤)

وفي مؤلفه " ما بعد الصناعة " ذهـب " بيـل " إلـى أن المجتمـع سيتمركز حول النظم والمؤسسات التعليمية والعلمية والحكومية ، وسـيحل العلماء والاقتصاديون والمهندسون محل مؤسسات الأعمال والمـشروعات التقليدية ، كما ستحل الجامعة محل مشروع العمل في كونها مصدرا للتجديد والابتكار واتخاذ القرار . إن هذا التحول – على حد قوله – سـيؤدي إلـى ظهور نمط جديد للبناء المهني تتجاوز فيه نسبة عمال الياقات البيضاء نسبة عمال الياقات الزرقاء وتصبح فيه المهن العلمية والفنية والمهن الحرفية أهم المهن السائدة .(٥)

إذن مجتمع ما بعد الصناعة هو في الحقيقة مجتمع يشير إلى حالـة من التحول من عملية إنتاج السلع إلى مرحلة أخرى تسيطر عليهـا عمليـة إنتاج المعرفة النظرية . ففي هذا المجتمع تسيطر النظرية على الامبيريقيـة وتصبح الغلبة للعلماء والرياضيين وخبـراء الحاسـب الآلـي والمنظـرين الاقتصاديين . إنه بالمعنى الأصح مجتمع يتقلص فيه الإنتـاج وتمتـد فيـه الخدمات وبالتالي تتفشى فيه روح الاستهلاك التي تغلب على روح العمـل والإنتاج .(٦)

ومن المفاهيم الجديدة التي أصبحت دارجة الاستخدام في الدراسات السوسيولوجية الحديثة هو مفهوم " ما بعد الحداثة "Post- Modernism ذلك المفهوم الذي ما يزال مفهوما غامضا ، وإن كان معظم الدارسين يرون أن هناك مجموعة من الملامح التي تتصف بها الثقافة المعاصرة ، والتي إذا ما أخذت معا تشكل ما يمكن أن نطلق عليه ما بعد الحداثة . ولعل أهم هذه الملامح هو أن خبراتنا أصبحت تتشكل أساسا بعمليات الاستهلاك لا الإنتاج.(٧)

وفي مقارنة مثيرة ، يزعم " واتسون Watson , N. " أن مرحلة الحداثة كانت تنطوي على بعض الاتجاهات كالاعتقاد في التقدم ، القدرة على الاكتشاف ، المستوى المتميز من المعرفة ، ومن ثم التغلب على المشكلات . ففي هذه المرحلة كان من الممكن التغلب على الحروب والصراعات من خلال الخبرة الإنسانية المتبادلة . والقضاء على الأمراض من خلال المعرفة العلمية ، والتغلب على الجوع بالوسائل الحديثة لإنتاج الغذاء . إن كل هذا لم يعد حقيقيا في مرحلة ما بعد الحداثة وليس من المعتقد أنه سيحدث . فليس من المتوقع أن تسير الأمور للأحسن ، فالحروب ما تزال مشتعلة والناس يموتون جوعا ولم تختف التفرقة العنصرية والتفرقة على أساس النوع . إن مرحلة ما بعد الحداثة هي مرحلة لا نهاية لها ، إنها أشبه بقطار يأخذ البشرية إلى مكان ما بعيد ولكنه مكان مجهول .(٨)

إن مرحلة ما بعد الحداثة – إذن – هي محصلة لظروف اقتصادية متردية تعكس إخفاق مرحلة ما بعد الحرب وارتبطت أيضا بموقف تدهورت فيه الصناعات التحويلية الكبيرة وتحولت إلى خطوط إنتاج تجميع أو تركيب ، حيث بدأت العمالة شبه الماهرة تحل محل العمالة الماهرة وتزامنت كذلك مع تراجع بعض السياسات التي كانت قائمة في بعض الدول مثل بريطانيا ،

كسياسة التوظيف الكامل ، دولة الرفاهة ، الضمان الاجتماعي وغيرها . إن هذه المرحلة أدت إلى تهميش العمل والإنتاج تدريجيا .(٩)

وتعد بريطانيا نموذجا واقعيا لتدهور الإنتاج الصناعي الذي تزامن مع مرحلة ما بعد الحداثة ،إذ كانت أول الدول التي انطلقت منها الثورة الصناعية وكانت يوما ما معقلا للصناعة الثقيلة ، ولكن تحولت مناطق الصناعة الآن لتصبح أماكن سياحية يقصدها السائحون كأماكن أثرية لتاريخ الصناعة في العالم . إن الناس في مثل هذه المناطق كانوا عمال مناجم ، عمال لبناء السفن ، أو عمال محاجر . وقد كان أساس الحياة الاجتماعية للرجال والنساء هو علاقتهم بعملية الإنتاج . كما وأن هويتهم الشخصية والثقافية كانت ذات علاقة بالمنطقة المحيطة بمكان العمل وبقيم الصناعة التي كانوا يعملون بها.(١٠)

لقد شهدت الثلاثون عاما الأخيرة تحولا جذريا في طبيعة هذه العلاقة . فالأرض التي كانت مخصصة لإقامة المصانع والمناجم قد تحولت إلى مناطق للتسوق خارج المدن – كمركز مترو أو صالة ميدو في شيفلد – بينما تحولت الأرض على ضفاف الأنهار إلى مناطق ترويحية مثل حدائق زيم ومتحف التراث . والمناجم التي كانت سابقا قطاعا أساسيا ، تستغل الآن لتعريف الناس بصناعة التعدين التي لم تعد موجودة . لقد أصبح الناس في انجلترا سياحا في ثقافتهم الخاصة.(١١)

من الواضح إذن إن مرحلة ما بعد الحداثة تنطوي على تغيرات عديدة ، ولكن جوانبها وأبعادها السلبية تفوق أبعادها الإيجابية . فبناء الهوية لم يعد يتحدد بقيم العمل والإنتاج بل على أساس استهلاك السلع . لقد أصبح الناس ضحايا الموضة باختيارهم الشخصي وتحولت القوة والسلطة لتصبح هي القدرة على الإنفاق للتعبير عن أسلوب الحياة الذي أصبح يتركز حول حاجات زائفة مما يزيد من مشاعر الناس بالإحباط نتيجة لتزايد رغباتهم على

حساب جوانب أكثر أهمية . إن الملمح الأساسي لما بعد الحداثة هو التأكيد على المظهر لا الجوهر حيث أن أسلوب الحياة لم يعد له علاقة بنوعية السلع بقدر ما يهتم بالصورة والطريقة التي تظهر بها أمام الآخرين . ولقد اختلط الخيال بالواقع ولم تعد الصور تشير إلى واقع بعينه وانما أصبحت وقائع في حد ذاتها. إن العالم في هذه المرحلة يقوم على مقولة مؤداها "أنا أتسوق إذن أنا موجود"(١٢)

وإذا كان ذلك هو الحال في المجتمعات الأوربية المتقدمة ، فإن الأمور تزداد سوءا في المجتمعات النامية التي تتضافر فيها العوامل الخارجية والظروف الداخلية(التكيفية أو الإصلاحية) لتسهم معا في حدوث حالة شاذة تجمع بين أمرين متناقضين وهما تقلص الإنتاج وانتشار النزعة الاستهلاكية .

وفي الوطن العربي ، استخدمت عدة آليات ذات طابع اقتصادي مباشر لإحكام تبعية الاقتصاد العربي للنظام الرأسمالي وتحديد شروط تطوره الداخلي . وكان من أهم هذه الآليات تنمية التبادل التجاري العربي مع الدول الرأسمالية بالإغراء والفرض والتخويف ، أو بتنويع مكونات التجارة . لقد ترتب على ذلك أن الشركات الرأسمالية لعبت دورا واضحا في تحجيم التصنيع العربي وتحديد تكلفته والتقنية المستخدمة فيه حتى إن تكلفة إقامة بعض الصناعات العربية زادت ما بين ٢٠٠-٣٠٠% بالمقارنة بالأسعار الدولية . ولقد فرضت الشركات المتعددة الجنسية هيمنتها التقنية على العرب حيث احتكرت التقنية معرفة وتشغيلا ، وفرضت تقنية كثيفة رأس المال عملت على رفع التكلفة الصناعية وصاحبتها صور من البطالة يعززها الإصرار على مرافقة خبرات أجنبية للتقنية(١٣)

ولا يوجد أدنى شك في أن المستجدات العالمية قد انعكست بشكل مباشر على الظروف الداخلية لعموم المجتمعات النامية وفي المجتمع المصري بصفة خاصة . فلقد أدت رأسمالية الإنتاج الاقتصادي إلى ظهور

بعض الفئات الاجتماعية الطفيلية التي مارست أنشطة لا تمت بصلة للعملية الإنتاجية . ولم تؤد هذه الرأسمالية إلى نمو رأسمالي حقيقي بل غلب عليها الطابع المالي التجاري مما أدى إلى ظاهرة التكاثر المالي وليس التراكم الرأسمالي ، إذ كانت هذه الرأسمالية أكثر ميلا نحو الاستهلاك الترفي المظهري لا الإنتاج .(١٤) كذلك ، أدت هذه السياسات إلى تأرجح وتراجع الدور البارز للقطاعات الرائدة في الاقتصاد المصري بسبب التحول في هيكل توزيع الأجور خلال السنوات الأخيرة لصالح ملاك الأصول ووسائل الإنتاج على حساب ملاك قوة العمل أو عنصر العمل.(١٥)

وفي المجتمع الريفي ، أسهمت سياسات التكيف الهيكلي ، ومنها التحول من النمط التقليدي للزراعة إلى النمط الموجه إلى السوق ، في تساقط قيم الإنتاج والعمل المنتج . وبجانب هذا ، فقد كان لمتغيرات أخرى كظهور طبقة الوسطاء للاتجار في مستلزمات الإنتاج وكذلك الهجرة النفطية ، دورها في ترسيخ قيم غير تنموية من خلال تغيير الموقف من العمل المنتج وضعف الحافز إليه.(١٦)

وإجمالا ، يمكن القول أن الأبعاد والتغيرات التي تنطوي عليها مرحلة ما بعد الحداثة لا ينبغي قصرها أو حصرها فقط في انتشار النزعة الاستهلاكية بل تشمل هذه التغيرات أبعادا سلبية أخطر كتراجع القيم المحفزة للإنتاج في ثقافة المجتمع عموما وثقافة الشباب تحديدا التي تعني بها الدراسة الراهنة . وفي المجتمع المصري ، هناك من الشواهد ما يدل على صحة هذا الاستنتاج ، حيث أصبح التسوق والاستهلاك – لا الإنتاج والعمل – هو الشغل الشاغل للناس ومحور حديثهم اليومي ، وخاصة الشباب الذين تشغلهم هذه المسألة بدرجة كبيرة ، وتلك هي إحدى القضايا التي تحاول هذه الدراسة إلقاء الضوء عليها .

الشباب وخصوصية ثقافة الاستهلاك :

خلص تحليلنا السابق إلى أن مرحلة ما بعد الحداثة Post-Modernism تنطوي على تغيرات خطيرة ، لكن أهمها هو تراجع القيم المدعمة للإنتاج سواء في ثقافة المجتمع عموما أو ثقافة الشباب ، حيث تساقطت هذه القيم وتغلغلت – بدلا منها – قيم الاستهلاك وكانت المحصلة انتشار النزعة الاستهلاكية Consumerism . وعلى حد قول " جراهام كراي Graham Cry " فإن ما بعد الحداثة تعني التحول من ثقافة كانت فيها هوية الناس والتكامل الاجتماعي تتحدد من خلال الإنتاج ومكان العمل إلى ثقافة تقوم أساسا على الاستهلاك ، لقد أصبحت النزعة الاستهلاكية أشبه بالمياه التي نسبح فيها جميعا.(١٧)

ونحن في هذا الجزء لسنا بحاجة إلى التدليل على حقيقة انتشار النزعة الاستهلاكية أو البرهنة على تغلغل الثقافة الاستهلاكية – لأن ذلك أصبح أشبه بالأمور البديهية التي يتفق عليها معظم المهتمين وإن كانت هناك بعض القضايا الخلافية ، كالجدل حول عمومية ثقافة الاستهلاك أو خصوصية هذه الثقافة . ولكن ما يثير اهتمام الباحث هو مواقف الشباب من ثقافة الاستهلاك واتجاهاتهم نحوها ومضامين هذه الثقافة وآليات تشكيلها والأبعاد الاجتماعية التي تنطوي عليها . وسبب اهتمامنا المتزايد بهذه القضايا وغيرها هي تلك الشواهد التي تؤيدها ملاحظات الباحث على أن قطاع الشباب في المجتمع المصري هو الأكثر تأثرا بثقافة الاستهلاك.

وما يزيد الأمر خطورة ، من وجهة نظر هذه الدراسة ، أن الشباب المصري تسود بينه قيم واتجاهات وسلوكيات هي أبعد ما تكون عن الإنتاج . ومع ذلك ، فإن الشباب هم أكثر الفئات ميلا ورغبة في تبني ثقافة الاستهلاك . بل أن تطلعاتهم الاستهلاكية تتجاوز إمكاناتهم وقدراتهم المادية المحدودة خاصة وأن الغالبية العظمى منهم لا يستطيعون أن يدبروا لأنفسهم أبسط

متطلبات الحياة وما يزال الكثيرون منهم يعتمدون على الأسرة في كل هذه المتطلبات .

وعلى الرغم من أن التراث السوسيولوجي في دراسة ثقافة الاستهلاك ما يزال في مراحله المبكرة ، إلا أن الدراسات المهمة التي أجريت مؤخرا قد أسهمت في تغطية جانب لا بأس به من الفقر النظري في هذا المجال الذي ما يزال بحاجة إلى الجهد والبحث . وينحصر التراث السوسيولوجي لثقافة الاستهلاك في تيارين نظريين ، الأول يتمثل في عمومية ثقافة الاستهلاك ، ويتبنى الآخر وجهة النظر المقابلة التي تؤكد على خصوصية الثقافة الاستهلاكية .

وتنطلق النظرية الأولى – عمومية ثقافة الاستهلاك – من التأكيد على أن الثقافة الاستهلاكية قاسم مشترك بين الطبقات جميعا ، بل بين المجتمعات ، ومرد ذلك إلى طبيعة التغيرات التي طرأت على نظم الإنتاج من ناحية وعلى البناء الاجتماعي الداخلي من ناحية أخرى . لقد ساهمت هذه التغيرات في خلق أنماط استهلاكية متشابهة ساهمت في اختفاء الفروق بين الطبقات . فأسلوب الحياة الاستهلاكية لم يعد يعبر عن الفروق بين الطبقات والفئات الاجتماعية ، التي تخضع للمؤثرات الاستهلاكية نفسها ، تلك المؤثرات التي تطبع العالم كله بطابع واحد ، وتخلق أشكالا واحدة للتذوق وطموحات متشابهة.(١٨)

وعلى حد قول عبد الباسط عبد المعطي ، فإن الثقافة الاستهلاكية الرأسمالية قد قدمت نفسها باعتبارها الخيار الوحيد القادر على إشباع الحاجات الثقافية للناس . تلك الثقافة التي فرضت من خلال آليات عديدة كالخطاب الإعلامي المعد بعناية ، الاهتمام بصياغة نماذج مثالية غربية ، دعم القطاع غير المنظم والعمل على توسيع هذا القطاع ، تجنيد مجموعة

متنوعة من الوكلاء المحليين كرموز لنشر ثقافة الاستهلاك واستخدام أساليب لجذب المستهلكين (التنزيلات ، الجوائز وأساليب الأغراء المختلفة).(١٩)

ولقد كان من محصلة ذلك أن سادت بعض المفاهيم الحديثة كالنزعة الاستهلاكية وأيديولوجيا الاستهلاك للتعبير عن الاهتمام المتزايد بالاستهلاك والتي تعني تحول الاستهلاك إلى متعة وإلى هدف في حد ذاته.(٢٠)

وفي المجتمع المصري ، كانت هناك روافد مختلفة أسهمت في تغذية مجتمع التسلط الاستهلاكي . من هذه الروافد الانفتاح الاقتصادي الذي كان انفتاحا استهلاكيا ، وعقدة الانبهار بالسلع الغربية والتنكر لما هو محلي نتيجة لحب الظهور والرغبة العارمة في تقليد الآخرين والخيال الشعبي الذي كان له دور في إذكاء التطلعات الاستهلاكية البذخية في أفراد المجتمع.(٢١)

ويظهر في مقابل الموقف النظري المدافع عن عمومية الثقافة ، موقف آخر يربط ثقافة الاستهلاك بسياقات اجتماعية خاصة بين المجتمعات أو داخل المجتمع الواحد . ويتزعم وجهة النظر هذه عالم الاجتماع الفرنسي المعاصر " بيير بوردو Bourdiew " الذي يذهب إلى أن عملية اكتساب الثقافة تكشف عن قدر من التمايز بين الجماعات الاجتماعية المختلفة . وترفض وجهة النظر هذه إذن فكرة استقلالية الثقافة وعموميتها ، وتركن إلى وجهة نظر تؤكد على ربط الثقافة بالسياق الاجتماعي أو قل الوسط المعيشي الذي يوجد فيه الشخص . فليس هناك ثقافة استهلاكية عامة وإنما هناك أنماط متميزة من هذه الثقافة . بل أن كل فئة اجتماعية تحافظ على ثقافتها وتدافع عنها نفس دفاعها عن ممتلكاتها المادية.(٢٢)

ففي الاستهلاك ، نحن لا نحقق وجودنا الفيزيقي ، ولكننا نحقق – بجانب ذلك – أساليب حياة لها معنى خاص من الناحية الثقافية . فالاحتياجات لا تعني فقط الاحتياجات الأساسية كالمأكل والملبس والمسكن ، وإنما تعني الذاتية والرغبات والطلبات والتفضيلات . إن مثل هذه الاعتبارات تعني أن

الاحتياجات هي تطلع الفرد لكي يعيش نوعا معينا من الحياة ، ويتطلع لتحقيق أهدافا محددة ، أي أن يصبح شخصا مميزا . وبهذا ، فإن ثقافة الاستهلاك هي عملية خاصة فريدة.(٢٣)

ولكن المشكلة ليست – كما يرى " أحمد زايد " – هي مشكلة عمومية الثقافة الاستهلاكية أو خصوصيتها وإنما المشكلة في كيف تستقبل هذه الثقافة في السياقات الاجتماعية المختلفة وكيف تتحول في إطار هذه السياقات ؟ ووفقا لما يراه ، فإن الثقافة الاستهلاكية ليست بهذه الدرجة من العمومية ، كما أنها ليست بهذه الدرجة من الخصوصية . فالمعاني والتصورات والممارسات المرتبطة بالثقافة الاستهلاكية متغيرة وقابلة للتحول والاستخدام الوظيفي عندما تلتقي مع التراث المحلي.(٢٤)

وبقراءة لعدد من الدراسات التي أجريت مؤخرا في المجتمع المصري ،نجد أن هناك شواهد على أن النزعة الاستهلاكية بدأت تتغلغل إلى المجتمع المصري ، لكن هناك خلافا حول عمومية الثقافة الاستهلاكية .

ففي دراسة ميدانية أجريت في القاهرة عن العولمة والثقافة الاستهلاكية بالتطبيق على المنشآت الاستهلاكية وعلى المترددين وأسباب التردد وكثافته، تبين أن الشرائح الاجتماعية(العليا والوسطى والدنيا) تختلف فيما بينها في موقفها من الثقافة الاستهلاكية . فالاستهلاك عند الشرائح العليا يتخذ شكل الاستهلاك الترفي المفرط أحيانا كوسيلة لتحقيق الظهور وكرمز من رموز الحراك الأعلى. أما في الشريحة الوسطى ، فإن البعض يحاول اكتساب رموز الشريحة العليا وذلك بالتشبه بأنماطها الاستهلاكية(أقرب مثال على ذلك اقتناء الموبايل) . أما الشريحة الدنيا ، فإنها تعيش في قلب الاستهلاك التقليدي ، ولكن يظهر لدى بعض أفراد هذه الشريحة وخاصة الشباب المتعلم الرغبة في التوجه إلى المنشآت الحديثة وخاصة في المناسبات.(٢٥)

وقد خلصت دراسة أخرى أجريت في القاهرة أيضا عن الأنماط الاستهلاكية للشريحة الدنيا للرأسمالية الجديدة ، والتي طبقت على (٥حالات) لأسر الشريحة من الذين لهم أنشطة تجارية وصناعية بمدينة ٦ أكتوبر ، إلى أن هناك نمطا استهلاكيا مميزا لهذه الفئة . ومن أبرز المظاهر الاستهلاكية المعبرة عن المكانة الاجتماعية هو الاستهلاك غير العادي في المناسبات الاجتماعية والدينية حيث يتبارى أفراد هذه الشريحة في تقديم الهدايا وإعداد الولائم أثناء احتفالات التكريم . وقد وصف أفراد هذه الشريحة بأنهم محدثوا نعمة ، ذلك الوصف الذي ينطبق خاصة على غير المتعلمين أو دون التعليم الجامعي الذين يتخذون من الاستهلاك الترفي العادي وغير العادي رموزا للمكانة الاجتماعية.(٢٦)

وفي دراستين عن الاستهلاك في المجتمع الريفي ، أجريت إحداهما بإحدى القرى بمحافظة بني سويف ، والأخرى بمحافظة الجيزة ، انتهت الدراسة الأولى إلى أن سياسات التكيف الهيكلي قد أدت إلى اتساع نطاق النزعة الاستهلاكية في القرية المصرية كتعدد المنافذ الاستهلاكية وظهور الوسطاء الاستهلاكيون الجدد وتزايد الميول والطموحات الاستهلاكية.(٢٧)

أما الدراسة الثانية ، فقد خلصت إلى نتيجة مختلفة حيث أوضحت أن السلوك الاستهلاكي للريفيين يتأثر بظروفهم المعيشية المتردية . ويؤكد ذلك ما كشفت عنه الدراسة من أن الحالات التي طبقت عليها تعتمد في أسلوب شرائها للأغذية على نظام الشراء بالأجل . بل إن الثقافة الاستهلاكية للغذاء لدى الفقراء تعتمد بالدرجة الأولى على الاستهلاك الغذائي بغرض الإشباع فقط.(٢٨)

ويتجه البعض إلى دحض فرضية طغيان الثقافة الاستهلاكية على المجتمع المصري . فهناك – في رأيهم – كوابح لامتداد النزعة الاستهلاكية تتمثل في القدرة الشرائية المحدودة وعدم توافر ظروف العرض الملائمة

بسبب نمطية العرض وضيق نطاق الأسواق ، كذلك يؤثر الميراث الديني والموروث الشعبي في التسكين النسبي لثورة التطلعات الاستهلاكية المتنامية.(٢٩) ويذهب البعض إلى أبعد من ذلك بالقول بأن الشرط الموضوعي لإمكانية حضور النزعة الاستهلاكية في المجتمع المصري غير متوافر ، مما يجعل من الصعب توسيع نادي المستهلكين في السياق المصري . بل أن جمهورا عريضا من المستهلكين المصريين ما يزال يقع في ما يمكن أن نطلق عليه بالاستهلاك القسري ، الذي تنعدم فيه فرص الاختيار وتتطور فيه ثقافة الاستهلاك الضروري أو ثقافة الاحتياج.(٣٠)

ففي دراسة أجريت في هذا الإطار عن " استهلاك المستهلك " بمدينة القاهرة تبين أن ثقافة الاحتياج هذه تدفع بجانب كبير من هذا الجمهور إلى البحث عن أسواق بديلة وهي أسواق " الكانتو " أو أسواق المستهلك . ونظرا للظروف الاقتصادية الخاصة للسوق المصرية ، فإن قطاعا عريضا من شرائح الطبقة الوسطى لم تعد تجد لها مكانا في سوق السلع الجديدة ، فأخذت طريقها إلى السلع المستعملة . لقد شملت هذه الأسواق معظم الأحياء وشملت أنواعا مختلفة من السلع وتكاد أن تفي بكافة احتياجات الحياة اليومية لتلك الشرائح بدءً بالكساء ، مرورا بأدوات العمل وانتهاءً بالأدوات المنزلية . ويوصف النمط الذي تعبر عنه الشرائح المستهلكة لهذه السلع بنمط الاستهلاك القسري الذي يعكس ثقافة خاصة هي ثقافة الاحتياج وليست ثقافة الاستهلاك.(٣١)

وبوسعنا القول ، على ضوء ما سبق ، إن ثقافة الاستهلاك التي بدأت تتغلغل في المجتمع بشكل أو بآخر ، تؤدي في الواقع إلى ترسيخ شكل جديد من أشكال الازدواجية يتعلق بأنماط الاستهلاك . فهناك الاستهلاك العادي والاستهلاك غير العادي وأصبحت توجد مؤشرات على ظهور أنماط جديدة لاستهلاك الأغنياء واستهلاك الفقراء ، وهو ما يعبر عنه بالاستهلاك القسري

أو استهلاك الاحتياج . ولذلك ، فإن المسألة المهمة لم تعد عمومية الثقافة الاستهلاكية أو خصوصيتها ، بل انعكاسات ذلك في ظهور صور جديدة من الفروق الطبقية في موقعها من هذه التيارات الجديدة وموقفها منها ومدى توافقها معها وانعكاساتها على أسلوب حياتها .

ورغم هذه الاختلافات ، إلا أن الاتفاق السائد هو التأكيد على أن الشباب هم أكثر الفئات تأثرا بالثقافة الاستهلاكية وأكثر ميلا لصياغة أسلوب حياته وفقا لهذه الثقافة . وهو أمر لا يمثل خصوصية ثقافية للمجتمع المصري بل هو ظاهرة شبه عامة في معظم الثقافات . وعلى حد قول " ابرامز Abrams " ، فإن الشباب كانوا وما يزالون في مقعد القيادة في نبني النزعة الاستهلاكية.(٣٢) ويؤكد " بومان Bauman ,Z. " هذا المعنى بقوله أن الشباب قد أصبحوا في دائرة مغلقة من الرغبات والتطلعات الكثيرة التي لا نهاية لها.(٣٣)

وفي تقرير حديث جمعت بياناته من مناطق عديدة في العالم ، قامت به شركة تايلور نيلسون العالمية لتكنولوجيا المعلومات حول استخدام التليفون المحمول والانترنت في ٣٣ دولة من شمال أمريكا وشرق أوربا وغربها وشرق وجنوب آسيا ، تبين أن الشباب الذين هم أقل من ٢٥ سنة هم الأكثر الفئات استخداما للمحمول والانترنت.(٣٤)

وتؤكد نتائج المسوح البريطانية الحديثة أن الشباب لديهم درجة أعلى من التطلع والتوجه نحو الاستهلاك عن أي فئة عمرية أخرى . ففي بحث أجري في ايرلندة حول الشباب وثقافتهم وأسلوب حياتهم ، تبين أن الشباب يتبنون أنماطا متميزة من الاستهلاك ولهم تفضيلاتهم الخاصة . وأهم ما كشفت عنه النتائج أن الانترنت هي طريقة المستقبل في رأي الشباب . كذلك يرى الشباب أن وكالات الإعلان لديها القدرة على تغيير صورة الماركات المشهورة وقرر ٦٥% منهم أن لها تأثيرا قويا في اختيار هذه الماركات.(٣٥)

ولا يختلف الحال كثيرا في المجتمعات العربية عموما وفي المجتمع المصري على وجه الخصوص حيث تتوافر بعض الشواهد على أن الشباب هم أكثر الفئات استعدادا ورغبة في تبني ثقافة الاستهلاك . ففي الدراسة التي قام بها أحمد زايد ومجموعة من الباحثين عن الاستهلاك في المجتمع القطري ، توجد أدلة واضحة عن بعض مظاهر التمايز في أسلوب الحياة الخاص بالفئات الاجتماعية وفئات السن والتعليم . وقد كشفت الدراسة عن أن تأكيد الإنسان لذاته أمام الآخرين يظهر بشكل أوضح عند فئات السن الصغيرة . ومن ثم ، فإن الأسلوب الاستعراضي في إبراز أسلوب الحياة وتأكيده وتثبيته في الأذهان يظهر بشكل أوضح عند الشباب.(٣٦)

وقد أشار محمد الجوهري إلى أن الشباب هم المروج الأول للسلع والمنتجات ، فهم الذين يقبلون على المنشآت الجديدة ، وهم أكثر الفئات تعاملا مع الثقافة الفرعية . وفي رأيه ، فإن ما يؤدي إلى تزايد الاستهلاك بين الشباب هو تجمع الصحبة أو الرفاق والذهاب إلى تلك الأماكن للتسلية والمرح وشغل وقت الفراغ . وهم يقبلون على الموضة وكل ما هو جديد وشراء الماركات العالمية كرمز للعصرية والتطور.(٣٧) وقد تحققت صحة ما أشار إليه محمد الجوهري في الدراسة (التي سبقت الإشارة إليها) التي أجريت على المنشآت الجديدة وعلى المترددين عليها ،أسباب التردد ، حيث انتهت إلى أن الشباب هم أكثر فئة تذهب إلى تلك المنشآت.(٣٨) وفي المجتمع الريفي ربما يوجد نفس الاتجاه تقريبا ولو بدرجات مختلفة ، حيث أن هناك ما يدل على أن الشباب الريفي هم أكثر الفئات تأثرا بالنزعة الاستهلاكية وأن التعليم يعتبر متغيرا رئيسيا في ذلك.(٣٩)

انعكاسات التغير الاجتماعي في ثقافة الشباب "مدخل للدراسة الميدانية" :

تتصدى الدراسة الراهنة لظاهرة غاية في الأهمية والتعقيد وهي ثقافة الشباب، تلك الظاهرة التي تتشابك خيوطها وتتفاعل مع مستجدات جد خطيرة. فالعالم اليوم يتعرض لموجة سريعة من التغير الجذري شملت كل قطاعات المجتمع وانعكست على مختلف فئاته . ولقد كان الشباب وما يزال في قلب هذه التغيرات، حيث كان أكثر الفئات تأثرا بها وتفاعلا معها وتجاوبا لمتطلباتها. ولم يكن من الغريب حينئذ أن تتبلور ثقافة الشباب أو يعاد تشكيلها في ظل هذه المستجدات التي اختصرت فيها المسافات ، وضغط فيها الوقت ، وتلاشت الحواجز الفيزيقية والثقافية.

والشباب المصري لم يكن بعيدا عن كل ذلك، بل تعايش مع هذه التطورات معايشة كاملة، وتأثر بمستجدات العصر وبالتحولات التي حدثت وتحدث من حوله سواءً في داخل مصر أو في العالم بأسره. لكن الواقع الاجتماعي للشباب المصري، بكل ما ينطوي عليه من تغيرات إيجابية وسلبية قد تفاعل مع التغيرات الواردة عليه من الخارج وأفرز تشكيلة ثقافية خاصة جمعت بعض المتناقضات لعل أهمها ذلك التناقض الذي تهتم به هذه الدراسة وهو التناقض بين تراجع قيم الإنتاج وتغلغل النزعة الاستهلاكية في ثقافة الشباب.

وفي قراءة سريعة وموجزة لبعض الدراسات السوسيولوجية الميدانية والتي أجريت مؤخرا في المجتمع المصري وتناولت قضايا الشباب، نجد بسهولة دلالات واضحة على انعكاسات التغير الاجتماعي في ثقافة الشباب المصري. ولا يزعم الباحث أنه استطاع حصر كل الدراسات المتعلقة بقضايا الشباب، لكنه يرى أنه حاول أن يجتهد في قراءة بعض الدراسات الحديثة التي أجريت في العقد الأخير من القرن العشرين وعنيت بالشباب

وذلك انطلاقا من أن هذه الفترة قد حملت في طياتها تغيرات عديدة وسريعة كانت لها انعكاساتها على ثقافة الشباب.

ويلاحظ المرء أن اهتمامات الشباب وهمومهم كثيرة ومتنوعة ، بل ومعقدة وذلك بقدر كثرة مشكلات هذه المرحلة وتزايدها وتعقدها . وعلى رأس القضايا التي تتعلق بالشباب هو القلق على المستقبل وأزمة التعليم ومشكلة البطالة وأزمة القيم وأنماط السلوك غير المرغوب التي بدأت تنتشر بين الشباب. إن أزمة التعليم لا تنفصل في الواقع عن مشكلة البطالة، حيث أن التعليم هو أهم التغيرات في تفسير مشكلة البطالة، والبطالة نفسها أثرت بشكل مباشر في التعليم نظاما ومضمونا ومكانة وأهمية في المجتمع عموما وفي أذهان الشباب على وجه التحديد. ونسمع الآن ويتردد ذلك بين الشباب أن التعليم لم يعد مشروعا ذي جدوى اجتماعية واقتصادية (ما عدش جايب همه) والتفسير الوحيد لذلك أن المتعلمين هم أكثر الفئات تعطلا في المجتمع وهم الأكثر عرضة للتعطل في المستقبل.

وليس من الغريب أن يكون لمشكلة البطالة هذه الأهمية وهذا التأثير في ثقافة الشباب. فمعظم الدراسات التي اهتمت بقضايا الشباب قد ركزت على هذه المشكلة بشكل مباشر أو أشارت إلى آثارها وانعكاساتها بشكل غير مباشر على ثقافة الشباب واتجاهاتهم ومواقفهم من القضايا العديدة في المجتمع. كذلك، فإن الشباب يشكل أكثر من ٦٠% من إجمالي حجم البطالة على مستوى العالم، حيث يقدر أن نحو ٦٦ مليون شابا متعطلا هذه الفترة في العالم.(٤٠)

والجانب الخطير في مشكلة البطالة والذي يجسد أزمة التعليم هذه الفترة، أن هذه المشكلة بدأت تمس قطاعا متميزا من الشباب المصري وهم المتعلمون، بل الجامعيون وهي ظاهرة تستحق الاهتمام والتحليل. ففي قراءة سريعة لعناوين الدراسات التي عنيت بالشباب، نجد أن الطابع الأعم الذي

يغلب على عناوينها الرئيسية أو الفرعية مفردات تخص المتعلمين مباشرة كالشباب المتعلم، خريجي الجامعات، طلاب الجامعة، الشباب الجامعي.(٤١) وهذا إن دل على شيء، فإنما يدل على أن الشباب المتعلم الذي كان لفترة قريبة يصنف ضمن الفئات المتميزة اجتماعيا في المجتمع المصري، قد أصبح أكثر الفئات معاناة وعرضة للتوتر والقلق على المستقبل. ولقد أصبح قلق المستقبل، كما خلصت إحدى الدراسات، أحد الظواهر الاجتماعية الشائعة بين الشباب العربي عموما والشباب المصري على وجه الخصوص.(٤٢)

وأمام هذه التغيرات، كان من الطبيعي أن تهتز قيمة التعليم في المجتمع وتتغير صورته في أذهان الشباب، بل وتتراجع مكانته في تفكيرهم واتجاهاتهم وسلوكهم. ليس هذا فقط، بل من المحتمل أن يكون لكل ذلك علاقة وثيقة بصور التكيف السلبي التي سادت بين الشباب المصري كالانعزالية والسلبية والانسحابية وروح اليأس ومظاهر السلوك الغريبة بل الشاذة (الاختراع والتقاليع) التي بدأت تسود بين بعض الفئات من الشباب.

وما يدلل على اهتزاز قيمة التعليم ، ما انتهت إليه دراسة أجريت عن الواقع الاجتماعي للشباب(٤٣) من أن هذا الواقع ومتغيراته قد أثرت بالفعل في اتجاهات الشباب نحو العملية التعليمية ووظائفها وكذلك نحو العمل والزواج . فمع تطور المجتمع وتغير احتياجاته بطريقة سريعة، ظهرت بين الشباب بعض البلبلة وعدم وضوح الرؤية بالنسبة لاتجاهاتهم نحو العملية التعليمية. وقد أقر الشباب، وفقا لنتائج هذه الدراسة، بأنهم لا يجدون قيمة في المواد التي يدرسونها التي لا تساير تطور المجتمع ومشاكله.

ولقد فقد التعليم مكانته ، إذ أصبح هدف الشباب في ظل الفراغ التربوي هو الحصول على الشهادة ، مما انعكس سلبا على العلم باعتباره مادة تستهلك في سبيل الحصول على الشهادة (المؤهل) وبالتالي فقدان الكتاب بشكل عام

لدلالته القيمية بكونه وعاءً للمعلومات على الطالب استهلاكها في سبيل الحصول على الشهادة.(٤٤)

إن أزمة التعليم بين الشباب قد أدت إلى صور عديدة للهدر في طاقات الشباب، كان من أهم ملامحها تلك الأنماط الجديدة من البطالة التي ظهرت مؤخرا كالبطالة الاختيارية أو بطالة المتعلمين. وقد كشفت بعض الدراسات(٤٥) التي عنيت بهذه القضايا عن أن قطاعا كبيرا من الشباب وخاصة الشباب الجامعي قد فضل أن يظل من دون عمل عن أن يعمل في أعمال ومهن لا تتناسب ومؤهلاتهم التعليمية.

أما عن أزمة القيم بين الشباب، فلعلها تتضح في تلك الأنماط من السلوك غير المرغوب فيه التي بدأت تسود بين البعض منهم. كالسطحية وعدم الالتزام.(٤٦) والتي نشأت نتيجة للفراغ الفكري والثقافي ، مما دفعهم للانتقال من مرحلة المشاركة الفعالة إلى مرحلة السلبية والهجرة المعنوية والمادية، حيث يعيش الشباب غريبا عن الواقع المصري مفتقدا الانتماء إليه، ثم مرحلة الهروب حيث أصبحت البنية المصرية في إطارها العام بنية طاردة وأصبحنا نجد الشباب المحبين لوطنهم المتمسكين به مهاجرين.

وللأسف ، فإن واقع الشباب مليء بالعديد من الهموم والصعوبات التي تقف في طريقهم وسوف تحدد مواقفهم المستقبلية مما يعطي دلالة واضحة على أن المرحلة الراهنة من تاريخ البشرية تتصف عموما بعمق وسرعة التغيرات التي تتعرض لها، وبتعقد المشكلات التي تتصف بها. ومن الطبيعي أن يكون الشباب هم أكثر الفئات تأثرا لأنهم بطبيعتهم أكثر الفئات تجاوبا مع التغيرات أو التطورات التي تطرأ على مجتمعهم من وقت لآخر. لأجل كل هذا ، ليس من الغريب أن يوصف الشباب بتبسيط الأمور لدرجة السطحية ، وبالتطلعات العالية لدرجة المبالغة بل الخيال ، وبالنزعة الاستهلاكية لدرجة الاستغراق ، وبالمواقف المتناقضة إلى درجة الصراع .

وبمعنى آخر ، فإن ثقافة الشباب تجمع في الواقع بين عناصر غريبة غير متجانسة ، بل وغير متوافقة . فهي تجمع بين تراجع قيم العمل والإنتاج وبين البطالة والفراغ وعدم الاستقلالية، وبين تطلعات وطموحات استهلاكية عالية ورغبات جامحة غير عقلانية في تحقيق هذه الطموحات. ولكن هل هذا بالفعل هو واقع ثقافة الشباب؟

هذا، ما تتطلع أن نتحرى عنه الدراسة الراهنة في قسمها الميداني...

مشكلة الدراسة:

لم يعد هناك أدنى شك في أن الاستهلاك قد أصبح ظاهرة مميزة لهذا العصر حيث أنه يشغل قطاعات عريضة من المجتمع من مختلف الفئات ، وربما أصبح التسوق – كما يرى البعض – متعة في حد ذاته . ولا يجد المرء مفرا من أن يسلم بذلك خاصة وأن الناس في أشد المجتمعات فقرا أصبحت تشغلهم الآن مسألة اقتناء الأشياء أكثر من مسألة إنتاجها . ولكن الباحث يجد نفسه حائرا أمام تلك النتائج المثيرة التي تشير إلى اتساع نطاق النزعة الاستهلاكية وامتدادها إلى القرية المصرية ، تلك المسألة التي ما تزال غامضة وتحتاج إلى مزيد من الدراسات لإلقاء الضوء عليها وتحليلها بدقة في ظل الظروف والمستجدات السائدة .

غير أن الأمر ليس بهذه البساطة ولا ينبغي أن ينحصر الخلاف في قبول أو رفض مقولة عمومية ثقافة الاستهلاك أو خصوصيتها . فالدراسة الراهنة تفترض أن المشكلة لا تقتصر فقط في أن الشباب المصري هم أكثر الفئات تأثرا بثقافة الاستهلاك ، ولكن الأهم أن تغلغل ثقافة الاستهلاك بينهم قد أدى – في المقابل – إلى تراجع ثقافة الإنتاج لديهم .

إن ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك ، من وجهة نظر هذه الدراسة ، هما وجهان لعملة واحدة وهما أقرب إلى متصل – وإن كانا ليسا كذلك في الواقع – حتى أن كل طرف له علاقة بالآخر يؤثر فيه ويتأثر به في الوقت نفسه.

على ضوء ذلك تتحدد ***مشكلة الدراسة*** الراهنة في توضيح جوانب الغموض عن أمرين رئيسيين :

الأول : حقيقة اتساع نطاق النزعة الاستهلاكية وتغلغلها إلى ربوع المجتمع المصري وإلى المجتمع الريفي تحديدا .

الثاني : حقيقة العلاقة الجدلية بين تغلغل ثقافة الاستهلاك بين الشباب من ناحية وتراجع ثقافة الإنتاج بينهم من ناحية أخرى .

التساؤلات :

تثير الدراسة تساؤلاً أساسيا مؤداه :

- كيف يمكن وصف ثقافة الشباب المصري في علاقتها بقضيتي الإنتاج والاستهلاك ؟
- أو بمعنى أخر : ما الوزن النسبي لأهمية القيم والاتجاهات السائدة في تفكير الشباب المصري المدعمة أو غير المدعمة لثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك ؟

وينبثق من ذلك مجموعة من الأسئلة الفرعية على النحو التالي :

الأول : هل هناك تراجع في أهمية القيم والمعايير والاتجاهات المدعمة لثقافة الإنتاج ؟

١- كيف يمكن وصف ثقافة الشباب فيما يتعلق بالعمل كقيمة اجتماعية ؟

٢- ما القيم التنظيمية (كالابتكار والقدرة على التحمل والتخطيط) السائدة في ثقافة الشباب ؟

٣- إلى أي مدى يتصف الشباب المصري بالاستقلالية الاقتصادية ؟وكيف ينعكس ذلك على قيمهم كالتدبير وتحمل المسؤولية ، والاعتماد على النفس ، ورؤيتهم لدورهم ومسؤولياتهم مقابل دور الحكومة والمجتمع ؟

الثاني : هل هناك مؤشرات تدل على تغلغل النزعة الاستهلاكية وتزايدها في ثقافة الشباب المصري ؟

١- إلى أي مدى تؤثر ثقافة الشباب المصري في اندماجهم في دائرة الاستهلاك ؟

٢- إلى أي مدى تؤثر ثقافة الشباب في عقلانية قراراتهم الاستهلاكية ؟

٣- إلى أي مدى تنعكس ثقافة الشباب على أسلوب حياتهم ؟

الإطار المنهجي :

الدراسة الراهنة معنية بالتحقق من صحة ما يتردد الآن حول انتشار النزعة الاستهلاكية وتغلغل الثقافة الاستهلاكية إلى أنحاء عديدة من المجتمع المصري وامتدادها إلى المجتمع الريفي (قطاع الريف) . وتسعى الدراسة أيضا إلى التحري عن خصوصية ثقافة الاستهلاك لدى الشباب المصري وذلك بالتعرف على اتجاهاتهم ومواقفهم من هذه الثقافة وحقيقة انعكاسها – سلبا أو إيجابا – على ثقافة الإنتاج لديهم.

لهذه الاعتبارات وجد الباحث أن المنهج المقارن هو أنسب المناهج لتحقيق أهداف الدراسة . والمقارنة المستخدمة في هذه الدراسة هي المقارنة المكانية ، حيث تمت المقارنة بين ثلاثة أنماط متباينة تمثل أطرا مختلفة لثقافة الشباب في علاقتها بالإنتاج والاستهلاك وهي النمط الريفي ، والنمط شبه الحضري ، والنمط الحضري .كذلك تمت المقارنة بين عينات البحث الثلاث (التي تمثل كل منها نمطا من الأنماط الثلاثة) فيما يتعلق باتجاهاتهم ومواقفهم من ثقافة الإنتاج مقابل ثقافة الاستهلاك . بل إنه داخل ثقافة الإنتاج ، سعت الدراسة إلى توضيح الفروق بين اتجاهات الشباب نحو العمل مقابل اتجاهاتهم نحو الاستقلالية والقيم التنظيمية . كذلك الكشف عن الفروق بين اتجاهات الشباب نحو الاندماج في دائرة الاستهلاك مقابل عقلانية قراراتهم

الاستهلاكية أو اتجاهاتهم نحو الاستهلاك كأسلوب حياة على المتصل الريفي – الحضري .

ولإجراء المقارنات بطريقة علمية دقيقة ، استعانت الدراسة باستخدام البرنامج الإحصائي " SPSS "الذي يتضمن مجموعة عديدة من الاختبارات الإحصائية المفيدة في الكشف عن هذه الفروق . ومن الاختبارات التي طبقت في التحليل الإحصائي بهذه الدراسة ما يلي :

١. حساب الفروق بين درجات العينة على ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك للعينة الكلية
٢. حساب متوسط أوزان ثقافة الإنتاج والاستهلاك على المتصل الريفي – الحضري(ريف – شبه حضر – حضر) وحساب المتصل القياسي للأوزان وفقا لذلك .
٣. تحليل التباين بين المجموعات الثلاث (ريف – شبه حضر – حضر) حول ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك
٤. حساب الفروق الزوجية باستخدام اختبار paired samples test " للكشف عن الفروق بين عينات البحث وفقا للمتصل الريفي – الحضري.
٥. حساب معامل الارتباط لتحديد المتغيرات التفسيرية لاتجاهات الشباب نحو ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك .

ولجمع البيانات الميدانية ، استعانت الدراسة ***بصحيفة الاستبيان بالمقابلة*** ، التي احتوت على ٧٥ سؤالا تناولت ثلاثة محاور رئيسية وسبعة محاور فرعية وذلك كالتالي :

- **الأول** : البيانات الأولية التي تتعلق بخصائص المبحوثين من حيث النوع والسن ، الخلفية الريفية الحضرية ، عدد الأبناء والمهنة ، التعليم ، والدخل الشهري .

- **الثاني** : اتجاهات الشباب نحو ثقافة الإنتاج

١- العمل كقيمة في ثقافة الشباب .

٢- القيم التنظيمية في ثقافة الشباب .

٣- الاستقلالية الاقتصادية في ثقافة الشباب .

- **الثالث** : اتجاهات الشباب نحو ثقافة الاستهلاك

١- اندماج الشباب في دائرة الاستهلاك .

٢- الاستهلاك كقرار عقلاني في ثقافة الشباب.

٣- الاستهلاك كأسلوب حياة في ثقافة الشباب .

وقد خضعت صحيفة الاستبيان للاختبار الأولي قبل تعميم تطبيقها على المبحوثين ، وأجري هذا الاختبار على ١٠ حالات روعي في اختيارها توافر نفس الخصائص تقريبا للعينة الكلية . ومن أهم ما أسفر عنه الاختبار الأولي تعديل صياغة بعض الأسئلة أو بعض البدائل ، حذف بعض الأسئلة والبدائل لصعوبة فهم المبحوثين لها ولعدم ورود إجابات عنها ، وإضافة بعض الأسئلة والبدائل التي اتضح أنها ضرورية لاستكمال بعض الجوانب الناقصة .

مجالات البحث :

لإجراء المقارنات التي سبقت الإشارة إليها ، أجريت الدراسة الميدانية في ثلاثة نطاقات جغرافية متباينة يمثل كل منها نموذجا مميزا من الثقافة وهي :

١- قرية بني أحمد الغربية التابعة للوحدة المحلية لبني محمد سلطان بمركز المنيا لتمثيل النمط الريفي. وقد اختيرت هذه القرية لأنها تمثل نموذجا نمطيا للقرية المصرية من حيث بنائها المورفولوجي وخصائصها السكانية والاجتماعية والاقتصادية ومن حيث نمط الثقافة السائد .

٢- حي جنوب وحي غرب بمدينة المنيا ، وهما من الأحياء العشوائية الشهيرة بالمنيا ويمثلان نموذجا للنمط شبه الحضري الذي تتمثل أهم ملامحه في أنه يجمع خليطا غير متجانس من عناصر الثقافة الريفية – الحضرية .

٣- حي شمال وحي وسط بمدينة المنيا وهما من الأحياء الحضرية النمطية ، يمثل الأول " حي شمال " نموذجا للأحياء الحضرية الحديثة المتميزة من حيث نمط المعمار والبنية الأساسية المتطورة والمحال والمنشآت التجارية والأسواق الجديدة والأنشطة الاستهلاكية كشركات الحاسب الآلي والانترنت ومحال بيع التليفون المحمول وقطع غياره . أما الثاني " حي وسط " فإنه يمثل نموذجا للأحياء الحضرية التقليدية الذي يجمع بين النمط التقليدي والنمط الحديث للبناء ، الأنشطة الاستهلاكية التقليدية والجديدة ، ملامح الحارة الشعبية وملامح الأحياء الحديثة ، الفئات المتوسطة والفئات العليا .

اختيار العينة :

على ضوء ما تقدم ، تم اختيار عينة عمدية بالحصة بلغ عدد مفرداتها ٢٦٠ مبحوثا ، موزعين على النحو التالي :

- ١٠٠ مبحوثا من قرية بني أحمد الغربية لتمثيل النمط الريفي.
- ١٠٠ مبحوثا من حي جنوب وحي غرب (٥٠ مبحوثا من كل منهما) لتمثيل النمط شبه الحضري
- ٦٠ مبحوثا من حي وسط وحي شمال (٣٠ مبحوثا من كل منهما) لتمثيل النمط الحضري .

وقد اختيرت العينة بأسلوب الحصة ، حيث روعي في اختيارها تمثيل بعض الفئات بنسب محددة وبحصص بقدر أو بنسبة وجودها في المجتمع الأصلي . وقد تم اختيار العينة في ضوء المتغيرات التالية :

١- الخلفية الريفية الحضرية ، حيث روعي تمثيل الأنماط الثلاثة كما سبقت الإشارة (ريفي – شبه حضر – وحضر) بنسبة وجودهم في المجتمع .

٢- النوع حيث روعي تمثيل الذكور والإناث قدرالإمكان .

٣- السن حيث روعي تمثيل الفئات العمرية ١٨-٢١ ،٢٢-٢٥ ، ٢٦-٣٠ سنة.

٤- المستوى التعليمي حيث روعي تمثيل المستويات التعليمية المختلفة .

والجدول التالي يوضح بناء عينة البحث وفقا لهذه المتغيرات :

التعليم	السن						المجموع
	١٨-		٢٢-		٢٦-٣٠ سنة		
	النوع						
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	
أمي	٨	١٠	١٠	١٢	٤	٨	٥٢
أقل من المتوسط	١٤	١٤	٣٢	٢٢	٨	١٠	١٠٠
متوسط	١٤	٨	٢٠	١٨	٨	١٠	٧٨
جامعي فأعلى	٠	٠	٦	٨	١٢	٤	٣٠
المجموع	٣٦	٣٢	٦٨	٦٠	٣٢	٣٢	٢٦٠

المجال الزمني :

أجريت هذه الدراسة خلال الفترة ما بين يناير ٢٠٠٣ وحتى ديسمبر٢٠٠٣، واستغرقت ١٢شهرا . يمكن تقسيم هذه الفترة على النحو التالي :

الإعداد للبحث : ٤ شهور (يناير – ابريل ٢٠٠٣)

إعداد الإطار النظري للبحث وتصميم أدوات جمع البيانات واختبارها وتصميم إطار اختيار العينة

جمع البيانات وتفريغها وتحليلها : ٤شهور(مايو٢٠٠٣ –اكتوبر٢٠٠٣)

جمع البيانات الميدانية ومراجعتها وترميزها وتفريغها وإجراء التحليل الإحصائي لها بالحاسب الآلي .

إعداد التقرير النهائي للبحث : شهرين (نوفمبر – ديسمبر ٢٠٠٣)

استخلاص النتائج والتوصيات وكتابة التقرير النهائي للبحث .

تحليل البيانات الميدانية

اتجاهات المبحوثين ومواقفهم من الإنتاج :

خلص تحليلنا النظري إلى أن المجتمع الإنساني يمر الآن بمرحلة تحول مثيرة للاهتمام بسبب عمق التغيرات الاجتماعية الاقتصادية التي تنطوي عليها ، تلك التغيرات التي لا تنحصر فقط في انتشار النزعة الاستهلاكية بل في تراجع الإنتاج بجوانبه المادية والمعنوية . وفي الدراسات الميدانية التي أجريت مؤخرا ، بجانب الملاحظات العامة وملاحظات الباحث ، شواهد على أن العمل هو من أخريات الأشياء التي تشغل تفكير الشباب ، وأن الشباب قد أصبح متوترا على مستقبله ويعيش الآن حالة من السلبية والاتكالية. وسنعرض فيما يلي لتحليل اتجاهات المبحوثين ومواقفهم من ثقافة الإنتاج على ضوء ثلاثة محاور رئيسية وهي :

- العمل كقيمة في ثقافة الشباب
- الاستقلالية الاقتصادية في ثقافة الشباب
- خصائص السلوك التنظيمي في ثقافة الشباب

العمل كقيمة في ثقافة الشباب :

لاشك أن العمل قيمة في حد ذاته ، إذ أنه يتضمن جوانب اجتماعية مهمة كالتأكيد على الجانب الإنساني . ففقدان العمل لا يعني فقط حرمان الشخص من دخله ، بل تجريده من وسائل وجوده . وللعمل علاقة وثيقة بمتغيرات اجتماعية مهمة في التحليل الاجتماعي كالتدرج والحراك والمكانة وكذلك الأدوار الاجتماعية .

لكل هذه الاعتبارات ، كان لابد للدراسة أن تستطلع آراء المبحوثين من الشباب تجاه العمل كقيمة . والملفت للنظر هو إجماع المبحوثين على صحة ذلك ، وإن كان هذا الاتجاه مؤكدا في الريف ، حيث وافق على ذلك كل المبحوثين ، في حين أنه تراجع نسبيا في عينة شبه الحضر وعينة الحضر حيث بلغت هذه النسبة ٩٧% و ٨٨,٣% على التوالي .

وقد تأكد نفس الشيء عند سؤال المبحوثين عن محددات قيمة العمل في رأيهم ،حيث تبين مرة أخرى أن ثلاثة أرباع المبحوثين الريفيين تقريبا(٧٣%) يرون أن العمل يحدد قيمة الفرد ومكانته ، في حين أن ذلك كان أقل وضوحا بين عينة شبه الحضر وعينة الحضر الذين يميلون بدرجة أكبر إلى تبرير قيمة العمل بأهميته المادية باعتبار أنه يحدد دخل الفرد . ولكن هذا أوضح في عينة الحضر، وهذا أمر منطقي في ظل ثقافة الحضر التي يغلب عليها الطابع المادي.(٤٧)

ومن ناحية أخرى ، فقد استطلعت الدراسة أراء المبحوثين عن طبيعة المشكلات التي يواجهونها في الحصول على عمل وعن أساليبهم في التعامل مع هذه المشكلات . وقد قرر ثلاثة أرباع المبحوثين أن المشكلة لا تتمثل في عدم وجود العمل المناسب ، بل في عدم وجود أي عمل . وقد كشفت الدراسة عن شواهد على سلبية المبحوثين في توافقهم مع مشكلة البطالة بل وربما إحباطهم ، حيث أشار نصفهم (٥٦,٩%) إلى أنهم لم يفعلوا أي شيء ، في حين أن نسبة ضئيلة فقط (١٦,٦%) هي التي حاولت التدريب على مهن جديدة أو البدء في مشروع خاص . بل أن نصف المبحوثين يرون أنهم يفضلون البقاء في البيت بدون عمل على قبول أي عمل متاح .

وتختلف هذه الاستنتاجات مع ما انتهت إليه بعض الدراسات من أن الشباب المتعلم وخاصة الجامعي بدأت تتغير اتجاهاتهم نحو العمل الحر ، إذ بدأ الكثير منهم ينخرط في مثل هذا النوع من العمل في ظل اتساع نطاق

البطالة.(٤٨) ومع ذلك تتفق الدراسة الراهنة مع ما أشار إليه " تودارو " من أن انغلاق سوق العمل الحضرية قد يؤدي إلى نمو قوة العمل بالرغم من تفشي ظاهرة البطالة المطلقة ، الأمر الذي يؤدي في رأيه ، إلى أن آليات سوق العمل تتأثر بالفرص المتوقعة لا فرص العمل المتاحة(٤٩)، ذلك الافتراض الذي ربما يفسر لنا اتجاه الكثير من المبحوثين إلى البقاء بدون عمل لا قبول أي عمل متاح .

وللتحقق من صحة ذلك ، فقد سأل المبحوثون عن أهم سبب في رأيهم لتعطلهم من ناحية ولقبولهم العمل الحرفي من ناحية أخرى . وقد تبين أن المبحوثين يرجحون أهمية عوامل الطلب وأهمها في رأيهم إصرار الشباب على العمل بالحكومة ، إذ اتفقت على هذا الرأي النسبة الأكبر وبلغت ٧٨,١%. وفي المقابل ، رفض المبحوثون القول بأن تعطلهم يرجع إلى ضعف مستوى تعليمهم أو نقص المهارات لديهم ، إذ بلغت نسبة الموافقة ٢١,٩% ، ولا توجد فروق بين عينات البحث .

أما فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو العمل الحرفي ، فقد أجمع ثلاثة أرباع المبحوثين على أن من يقبل على هذا العمل يكون مضطرا لأنه البديل الوحيد المتاح . ولم توافق إلا نسبة ٢٥,٨% على أن العمل الحرفي هو البديل الأفضل من حيث الدخل والعائد وإتاحة الفرصة للسفر للخارج .

ومن المفترض أن اتجاهات الشباب نحو العمل الحرفي ترتبط بتطلعاتهم وبمحدداتهم في اختيار نوع العمل الذي يلبي هذه التطلعات ويحقق لهم مستوى معقولا من الرضا عن العمل . ومرة أخرى ، تبين أن نصف المبحوثين(٤٦,٥%) يرون أن الرضا عن العمل يرتبط مباشرة بمزايا العمل الحكومي كالدخل الثابت وممارسة السلطة ، مما يدل على أن تعلق الشباب بالحكومة ما يزال يمثل خاصية أصيلة من خصائص ثقافة الشباب . أما

الاعتبارات الأخرى كالمكانة واتفاق العمل مع الميول ، فقد احتلت المرتبة التالية من الأهمية .

وقد سبقت الإشارة إلى أن مشكلة البطالة قد انعكست سلبا على مكانة التعليم لدى الشباب ، حيث تغيرت صورته في أذهانهم وتراجعت مكانته في تفكيرهم إذ أصبح الحصول على المؤهل نوعا من المظهر الاجتماعي . وقد تأكدت صحة هذه التوقعات ، إذ أجمع المبحوثون على أن ما يتعلمه الشباب لا علاقة له بمتطلبات سوق العمل (بلغت نسبة الموافقة ٧٧,٣%) وأن التعليم يعني بالنسبة لقطاع كبير منهم (مؤهل وشهادة فقط)

ومن القضايا التي تفرض نفسها على المجتمع هذه الفترة قضية عمل المرأة التي أصبحت على رأس القضايا التي تناقش غالبا في المنتديات والمؤتمرات محليا وإقليميا وعالميا . تلك القضية التي تساندها الحكومة من ناحية وتتعامل معها باتجاه مختلف في سياساتها المقترحة مؤخرا لمواجهة مشكلة البطالة ، إذ تضمنت بعض الآليات من بينها التقاعد المبكر للمرأة أو تحفيزها للعمل لبعض الوقت أو منحها إجازة بنصف راتب ، كإجراءات مساندة لتوفير فرص عمل إضافية بقطاع الحكومة.(٥٠)

على ضوء ذلك سأل المبحوثون عن رأيهم في عمل المرأة والمجالات التي يرون أنها مناسبة لها . وعلى الرغم من أن آراء المبحوثين جاءت مؤيدة لعمل المرأة حيث بلغت نسبة الموافقة ٦٩,٨% ، وارتفعت بشكل واضح في عينة الحضر(٧٥%) ، إلا أن المبحوثين يتحفظون على عمل المرأة إذ انخفضت نسبة من يوافق على عمل المرأة في كل المجالات (٢٥,٤%) بل أن نسبة بلغت ٢٥,٨% قررت أنه لا توجد هناك مجالات مناسبة لعمل المرأة وارتفعت هذه النسبة في عينة الريف (٣٤%). وهذا يدل على أن موافقة الشباب على عمل المرأة موافقة مقيدة بشروط ، إذ بلغت نسبة الموافقة على ذلك ٤٨,٨% .

الاستقلالية الاقتصادية في ثقافة الشباب :

ليس من الإنشاء التأكيد على أهمية الدور الذي يمكن أن يقوم به الشباب في المجتمع . فإذا كان الإنسان هو هدف التنمية ووسيلتها ، فإن الشباب هم هذا الهدف وهم هذه الوسيلة . والاستقلالية تعني ببساطة اعتماد الشباب على أنفسهم وتحملهم المسؤولية ووعيهم بأهمية أدوارهم وإدراكهم للمسؤولية التي تقع على عاتقهم وترجمة ذلك في شكل ممارسات . وهذه الخصائص وغيرها لا يمكن تلقينها للشباب وإنما ينبغي أن تكون محصلة للتنشئة الاجتماعية خلال دورة حياتهم ومنذ نعومة أظافرهم سواء في الأسرة أو المؤسسات التعليمية ، في النادي والمؤسسة الدينية ، وفي المؤسسة السياسية أو وسائل الإعلام .

ومن القضايا التي تجسد الاتكالية في ثقافة الشباب الاتجاه السائد بينهم في الربط بين حقهم في التعليم وبين الحق في الحصول على عمل بالحكومة . وعلى خلفية هذا الاتجاه ، سأل المبحوثون عن رؤيتهم لمسؤولية الحكومة في تشغيل الشباب ، وأيدت إجاباتهم صحة هذا الاتجاه حيث أشارت النسبة الأكبر منهم (بلغت ٦١,٩%) إلى أن الحكومة هي المسئولة عن توفير عمل للخريجين بها سواء للجنسين معا (٣٣,٨%) أو بإعطاء أولوية للذكور في التوظيف (٢٨,١%). ورغم انخفاض نسبة من ذكروا أن مسؤولية الحكومة تتمثل في توفير الإمكانات للشباب للبدء في مشروعات خاصة (٣٨,١%) إلا أنها تعكس اتجاها إيجابيا إذ تعني أن الشباب بدئوا يعيدون النظر في مسؤولية الحكومة مقابل مسؤولياتهم تجاه مواجهة مشكلة البطالة .

ومن الأمور السائدة في بعض الأوساط المصرية التي توضح كيفية تنشئة الأسرة للأبناء على تحمل المسؤولية هو تشجيعهم على العمل أثناء إجازة الصيف أو إشراكهم في بعض الأنشطة البسيطة كنوع من التعود . وقد سأل المبحوثون عن ذلك وكانت إجاباتهم إيجابية إلى حد كبير ، حيث أشار

نصفهم إلى أنهم حاولوا مساعدة أسرهم قبل حصولهم على عمل دائم ، وإن كان هذا الاتجاه أوضح في عينة الريف إذ بلغت نسبة من قرروا ذلك ٦١% ، وهو يتفق مع ما هو معروف عن تميز المجتمع الريفي بسيادة الروح الجماعية في العمل.(٥١)

وللتحقق من مستوى الاستقلالية بين الشباب ، فقد سال المبحوثون سؤالان مباشران : الأول تحديد الشخص المسئول عن نفقاتهم الأساسية ، والثاني تحديد نواحي الإنفاق التي يعتمدون فيها على أنفسهم . ومرة أخرى ، يلاحظ من إجاباتهم أنهم يتصفون بمستوى متواضع من الاستقلالية الاقتصادية ، حيث أجابت نسبة قليلة بلغت ٣١,٢% أنهم هم المسئولون عن نفقاتهم الأساسية وارتفعت هذه النسبة ارتفاعا طفيفا في الريف . كذلك أشارت نسبة قليلة (٢٤,٦%) إلى أنها تعتمد على نفسها في كل وجوه الإنفاق . وفي المقابل ، أجمعت النسبة الأكبر على أن الأسرة هي المسئولة عن هذه النفقات ، أو أنهم يعتمدون على أنفسهم ولكن في بعض الوجوه البسيطة ، إذ بلغت هذه النسبة ٦٤,٢ % ، ثم ٦٠% على التوالي .

خصائص السلوك التنظيمي في ثقافة الشباب :

تفرض التغيرات التي يتعرض لها المجتمع عموما والمجتمع المصري بوجه خاص ضرورة أن تتغير سلوكيات الشباب وفقا لتلك المستجدات ، تلك السلوكيات التي نشير إليها في الدراسة الراهنة بالسلوك التنظيمي . ويقصد بذلك بعض الخصائص كالمخاطرة المعتدلة التي تعتمد فيها النتائج على المهارة لا على الحظ أو الوساطة ، النشاط الفعال (العمل لساعات أطول) والحرية في صنع القرارات مع تقدير الإجراءات اللازمة للعمل وأخيرا حرية الشباب في اختيار المهن ، تلك الحرية التي تتحدد وفقا لها تفضيلاتهم المهنية.(٥٢)

على ضوء ذلك استطلعت الدراسة آراء المبحوثين حول عدد ساعات العمل التي يمكنهم القيام بها يوميا وكذلك المهن التي يفضلون العمل بهـا ، كذلك استطلعت الدراسة آراء المبحوثين حول المهن التي ارتفعت مكانتهـا هذه الفترة وتلك التي انخفضت مكانتها وأسباب ذلك من وجهـة نظـرهم . وتؤكد إجابات المبحوثين تميزهم بالنشاط الفعال ، إذ ارتفعت نسبة من قرروا أنهم يعملون ٨ ساعات فأكثر يوميا وخاصة في الريف(٧٤%). أما فيمـا يتعلق بالتفضيلات المهنية ، فيلاحظ أن المبحوثين في عينة الحـضر أكثـر ميلا للمهن التنظيمية إذ بلغت نسبة من أشاروا إلى ذلك ٦٠% (وهي أعلى نسبة) في حين أن نظرائهم في الريف يفضلون التدريس والعمل بالحكومة .

وعلى الرغم من تباين آراء المبحوثين حول المهن التي ارتفعت مكانتها ، إلا أن المبحوثين في عينة الريف ، يليهم المبحوثون في عينة الحضر قـد أشاروا إلى أن التجارة تعتبر أهم هذه المهن . أما المبحوثون في عينة شـبه الحضر ، فقد رأوا أن وظائف الشرطة هي أهم المهن التي ارتفعت مكانتهـا هذه الفترة . وإذا ما اعتبرنا أن هناك شبه اتفاق على تزايد مهنة التجـارة ، فإن هذا يعد مؤشرا إيجابيا للسلوك التنظيمي لدى عينة البحث على اعتبار أن تفضيل هذا النوع من المهن يعكس مستوى عاليا من الإنجاز .

ومع ذلك ، فإن رؤية المبحوثين لأسباب ارتفاع مكانة هـذه المهـن تكشف عن تواضع مستوى الإنجاز لـديهم لأنهـم أعطـوا أهميـة أكبـر للاعتبارات التي لا علاقة بقيم الإنجاز (السلطة ، تقبل المجتمع) إذ بلغـت نسبة الموافقة على ذلك ٤٤,٢% .

أما بالنسبة للمهن التي تراجعت مكانتها ، فإن المبحوثين قد أجمعـوا في الرأي على أن مهنة التدريس تمثل أبرز الأمثلة على ذلك ، وبلغت نسبة الموافقة على ذلك ٤٠,٤% من جملة عدد المبحوثين . لكـن هـذا الاتجـاه أوضح في الريف(٥٠%) يلي ذلك شبه الحضر ثم الحضر . وهـذا يؤكـد

صحة ما سبقت الإشارة إليه من أن الظروف الراهنة كانت لها انعكاساتها السلبية على التعليم إذ تراجعت مكانته واهتزت أهميته في اتجاهات الشباب . أما الأسباب التي وراء انخفاض مكانة التعليم ، فإنها ترجع في رأي المبحوثين إلى زيادة المتخصصين وانخفاض العائد المادي ، وهو أمر يبدو غير منطقي في ضوء الانطباع السائد عن ارتفاع العائد المادي للمدرسين وبالذات في التخصصات التي يضطر الطلاب لأخذ دروس خصوصية فيها .

كذلك ، سأل المبحوثون عن رأيهم في أساليب النجاح وعما إذا كان الحظ أو الوساطة لهما دور مهم في ذلك . واللافت للنظر ارتفاع نسبة المبحوثين المؤيدين لأهمية الحظ والوساطة في النجاح(في الحياة عموما) حيث بلغت نسبة الموافقة بالنسبة لدور الحظ ٦٥,٨ % ، وهذه النسبة ترتفع إلى أكثر من ذلك إذا أضفنا نسبة الإجابات المحايدة (إلى حد ما) التي بلغت ٢٧,٣% و١٨,٥% على التوالي ، وهو ما يدل على تواضع مستوى الإنجاز لدى المبحوثين .

إن التمركز حول دوائر الانتماء المحدودة كالأسرة أو المجتمع المحلي يتناقض مع السلوك التنظيمي ، لأن ذلك يعكس درجة متدنية من المخاطرة والاستعداد للحراك لدى الشباب. ويرتبط بذلك أيضا مستوى الحرية المتاح للشباب في اختيارهم لنوع التعليم ونوع العمل علاوة على أهمية التخطيط في حياتهم. وبسؤال المبحوثين عن الشخص الذي يمثل قدوة لهم كصاحب مهنة ، تأكدت مرة أخرى أن تفضيلاتهم المهنية لا تتفق والسلوك التنظيمي حيث اتفقت النسبة الأكبر على أن الوالدين أو أحدهما يمثلون القدوة لهم ، إذ بلغت هذه النسبة ٦٨,٥% ، في حين لم تذكر إلا نسبة ضئيلة بلغت ٧,٣% أن أستاذ الجامعة يمثل القدوة لهم .

ومع ذلك ، فإن هناك شواهد على تزايد مستوى حرية المبحوثين في اختيارهم لنوع التعليم ونوع المهنة وكذلك تزايد أهمية التخطيط لديهم .

فلم تذكر إلا نسبة قليلة (١٨,٨%) أن الآباء أجبروهم لقبول نوع معين من التعليم أو المهن ، فضلا عن ارتفاع نسبة المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم عادة ما يضعون خطة لحياتهم ومستقبلهم .

اتجاهات المبحوثين ومواقفهم من الاستهلاك :

على الرغم أن الاستهلاك قد أصبح ظاهرة عالمية ، حيث امتدت النزعة إلى الاستهلاك إلى مختلف أنحاء العالم وتغلغلت أنماط الاستهلاك في كل مكان تقريبا ، إلا أن من الصعب قبول الافتراض بعمومية ثقافة الاستهلاك . فالاستهلاك كظاهرة يتصف بالنسبية ، حيث تختلف مظاهره ودرجة الاندماج فيه والفئات الاجتماعية المتأثرة به من مجتمع لآخر ، بل ومن قطاع لآخر داخل المجتمع الواحد. وفي كل الأحوال ، فإن الشباب هم أكثر الفئات تأثرا بالاستهلاك كأسلوب حياة والأكثر تجاوبا مع التيارات الجديدة التي يجلبها ، بل وأكثر الفئات المتضررة من الآثار السلبية التي ينطوي عليها .

والمجتمع المصري به من الشواهد الكثير مما يدلل على تأثره بالنزعة الاستهلاكية التي بدأت تسود العالم مؤخرا. ومع ذلك ،فإن الأدلة على تغلغل هذه النزعة إلى كل ربوع المجتمع المصري لا تزال موضع بحث وتحتاج إلى مزيد من الدراسات للتحقق من صدقها وصحتها . كل هذه القضايا هي موضع اهتمام الدراسة الراهنة حيث ستتناولها بالتحليل في ضوء النقاط التالية :

- اندماج الشباب في دائرة الاستهلاك
- عقلانية القرار الاستهلاكي لدى الشباب
- الاستهلاك كأسلوب حياة لدى الشباب

اندماج المبحوثين (الشباب) في دائرة الاستهلاك :

من الانطباعات التي أوشكت أن تكون حقيقة أن التسوق قد أصبح الشغل الشاغل للناس من مختلف الفئات . ومن الأدلة الواضحة على ذلك أن الحديث عن السلع من حيث أنواعها وأسعارها وأماكن عرضها ، قد أصبح من الموضوعات الدارجة على ألسنة الناس داخل محيط الأسرة وفي نطاق الجيرة ومع الأصدقاء ، بل وفي محيط العمل . لكل هذا لم يكن مستغربا أن يتردد القول بأن التسوق متعة في حد ذاته .

على ضوء ذلك ، استطلعت الدراسة آراء المبحوثين في ذلك ، وجاءت إجاباتهم مؤيدة لصحة هذا الرأي حيث بلغت نسبة الموافقة ٥٦,٩% من إجمالي المبحوثين . لكن هذا الاتجاه كان أوضح في عينة الحضر إذ ارتفعت هذه النسبة إلى ٦٣,٣% وهو فرق متوقع على اعتبار أن سكان الحضر أكثر اندماجا في دائرة الاستهلاك مقارنة بنظرائهم في الريف .

وللتحقق من صحة الاتجاه السابق وصدقه ، سأل المبحوثون عن أهم سبب في رأيهم يجعل الناس يترددون كثيرا على الأسواق وعما إذا كانوا هم أنفسهم يذهبون للسوق لحاجة ضرورية أم للفسحة ومعرفة أخبار السلع وأسعارها . وقد اتفقت النسبة الأكبر من المبحوثين وبلغت ٥٦,٢% على أن شراء السلع هو أهم سبب في رأيهم لتردد الناس على الأسواق ، بينما لم تذكر إلا نسبة قليلة أن التسوق لمجرد المتعة أو قضاء وقت الفراغ ، إذ بلغت ٦,٥% ، و٨,٣% على التوالي .

وقد تأكد نفس الشيء من إجابات المبحوثين على السؤال الآخر ، حيث أجمعت الأغلبية العظمى منهم (٨٢,٣%) على أنهم يذهبون للسوق لحاجة ضرورية . تجدر الإشارة إلى أن هذا الاتجاه اوضح بين عينة الحضر في الحالتين ، مما يدل على أن المبحوثين عموما أبعد ما يكونون عن

الإندماج في دائرة الاستهلاك ، إذ أن التسوق لدى الغالبية منهم هدف عارض يضطرون إليه للحاجة وليس للمتعة .

وتعتبر الإعلانات التجارية من الطرق الشائعة اليوم للترويج للسلع وإغراء الناس للإقبال عليها . وقد تطورت الوسائل المستخدمة في نشر هذه الإعلانات ولعل أحدثها ما يبث عبر الإنترنت . وبقدر ما تتميز به هذه الوسائل من مزايا كالسرعة واختصار الوقت واختراق الحواجز ، إلا أن هناك انطباعا بأنها تعمل على دفع المستهلكين دفعا إلى الاستهلاك ، بل هناك من يرى أنها ربما تؤثر في تغييب وعيهم.

وقد استطلعت الدراسة رأي المبحوثين في ذلك حيث تبين أن النسبة الأكبر من المبحوثين وبلغت ٧٥,٤% لم تكن معتادة على قراءة مثل هذه الإعلانات أو متابعتها ، وربما يرجع ذلك إلى ضعف قدراتهم الشرائية خاصة وأن سعر الجريدة اليومية العادية يمثل للبعض نصف راتبهم ، وفي المقابل ، قرر ما يقرب من نصف المبحوثين أنهم يذهبون إلى مشاهدة السلع أو شرائها إذا ما أعلن محل ما عنها (في الصحف أو في التلفزيون) إذ بلغت النسبة ٣٤,١% . والملفت للنظر ارتفاع هذه النسبة إلى ٥٢% في عينة الريف ، وهو أمر يتناقض مع دوائر الاستهلاك المحدودة في الريف ، وإن كانت وسائل الاتصال والمواصلات قد عملت على زيادة إندماج الريفيين في حياة الحضر وثقافتهم .

إن الاندماج في دائرة الاستهلاك يقاس أحيانا بعدد مرات الذهاب إلى السوق أو بعدد الساعات التي يقضيها الناس في الأسواق . ومرة أخرى ، لم تكشف الدراسة عن أدلة واضحة على اندماج المبحوثين في الاستهلاك . فقد اتفقت النسبة الأكبر من المبحوثين على أنهم يذهبون للسوق حسب الظروف وبلغت النسبة ٦٤,٣% ، وارتفعت بشكل واضح في عينة الحضر إذ بلغت ٨٣,٣% ، وفي المقابل انخفضت نسبة من قرروا أنهم يذهبون للسوق مرة

على الأقل أو ٣ مرات أسبوعيا ، إذ بلغت في الأولى ١٦,٢% ، بينما بلغت ٩,٦% في الثانية . كذلك اتفقت النسبة الأكبر من المبحوثين على أن المدة التي أمضوها في السوق آخر مرة تبلغ في المتوسط ساعة واحدة وبلغت ٤٠,٨% ، بينما انخفضت بشكل واضح نسبة من قرروا أن هذه المدة تزيد عن ذلك (ساعتين أو أكثر)

عقلانية القرار الاستهلاكي لدى الشباب :

من الانطباعات الخطيرة التي تنطوي عليها ظاهرة انتشار النزعة الاستهلاكية أن قرارات المستهلكين قد لا تكون عقلانية من ناحية عدم تناسبها مع قدراتهم الشرائية ، أو أنهم يتأثرون بأساليب الدعاية والطرق العديدة المستخدمة لإغرائهم ، بل وتغييب وعيهم عند اتخاذ مثل هذه القرارات .

وللتحقق من عقلانية القرار الاستهلاكي لدى المبحوثين ، استطلعت الدراسة آرائهم في الأسواق التي يفضلون الذهاب إليها ، وأهم عامل يجعلهم يقررون شراء سلعة معينة ، وعما إذا كانت تشغلهم مسألة توافر ثمن السلعة قبل أن يقرروا شرائها.

وتؤكد إجابات المبحوثين عن الأسئلة الثلاثة أن قراراتهم الاستهلاكية تتصف بقدر كبير من العقلانية ، حيث اتفق نصفهم (٤٧,٣%) على أنهم يفضلون الذهاب إلى الأسواق التي تعرض السلع الأفضل بالأسعار المناسبة ، كما ذكرت النسبة الأكبر منهم (٦٧,٣%) أنهم يقررون شراء سلعة ما إذا اقتنعوا بحاجتهم إليها ، وأجمعوا في الرأي على أنهم عادة ما تشغلهم مسألة توافر ثمن السلع قبل اتخاذ قرار لشرائها . ولكن الملاحظ أن المبحوثين في عينة الريف أكثر عقلانية مقارنة بنظرائهم في عينة شبه الحضر وعينة الحضر ، في حين أن المبحوثين في عينة الحضر هم الأقل عقلانية (أقرب إلى اللاعقلانية على المتصل)

ومن القضايا التي تجسد بوضوح لاعقلانية القرار الاستهلاكي مسالة المفاضلة بين السلع المحلية والسلع المستوردة ، وخاصة في الحالات التي لا تكون فيها هذه المفاضلة على أسس عقلانية . ويلاحظ من البيانات أن نصف المبحوثين يفضلون السلع المستوردة (٥٠,٤%) والنصف الآخر يفضل السلع المحلية ، وإن كان المبحوثون في عينة الريف يرجحون أفضلية السلع المحلية إذ ارتفعت نسبة من قرروا ذلك بوضوح إلى ٦٦% ، لكن الملفت للنظر مرة أخرى أن المبحوثين أظهروا مستوى عاليا من العقلانية في رؤيتهم لمزايا السلع المستوردة حيث أجمعوا على أنها تتميز بخاماتها الأحسن .

إن اقتناء التليفون المحمول (الموبايل) قد أصبح أمرا شائعا في المجتمع المصري . ويترد الآن في الشارع المصري أن ذلك لم يعد مقتصرا على فئات محددة تتطلب طبيعة عملها أو نشاطها ذلك ، بل أن الناس سواء في هذا الأمر . وليست المشكلة في اقتناء أو عدم اقتناء المحمول ، بل المهم أن يكون ذلك لحاجة أساسية فضلا عن قدرة أصحابه على تحمل نفقاته الباهظة واستخدامه في الأغراض الصحيحة والمناسبة .

وباستطلاع آراء المبحوثين حول هذه الموضوعات اتضح أن نسبة بلغت ١٨,١% هي التي لديها تليفون محمول ، لكنها أعلى في عينة الحضر حيث ارتفعت إلى ٢٨,١% ، وهي نسبة ليست بالقليلة في ضوء الطابع الريفي الذي يغلب على المبحوثين وتواضع قدرتهم الشرائية قياسا بأسعار المحمول وارتفاع تكاليفه . والمثير للاهتمام هي الأسباب التي ذكرها المبحوثون وجعلتهم يقررون شراء تليفون محمول ، وكذلك كيفية تدبيرهم لمصروفاته . فقد برر المبحوثون ذلك بأهميته في الحالات الطارئة ولإنهاء مصالح عاجلة وهو ما يعكس درجة عالية من العقلانية . وينطبق نفس الحكم

في كيفية تدبير المبحوثين لمصروفات التليفون المحمول ، حيث اتفقت النسبة الأكبر ممن لديهم محمول (٦٥,٩%) أنهم يدبرون ذلك من دخلهم الخاص .

الاستهلاك كأسلوب حياة لدى الشباب :

إن أحد المؤشرات المهمة لتغلغل ثقافة الاستهلاك هو مدى تأثر الناس بهذه الثقافة وانعكاساتها المباشرة على أسلوب حياتهم . فثقافة الاستهلاك تجلب معها رموزا معينة كأنواع السلع وماركاتها والمحلات الشهيرة التي تقوم ببيعها ، أسماء هذه المحلات وأماكن وجودها ، تلك الرموز التي تتحول بالتدريج لتصبح جزءاً من أسلوب الحياة بل ورمزا للمكانة الاجتماعية . وليس أدل على ذلك من أن وجهة نظر المجتمع في مكانة الناس وأوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية قد تتأثر أحيانا – وفي بعض الأوساط الاجتماعية – بنوع السيارات التي يمتلكونها والملابس التي يرتدونها والمحلات التي يعتادون على الذهاب إليها والماركات الشهيرة للسلع التي يتباهون باقتنائها وشكل التليفون المحمول الذي يستخدمونه ، بينما تراجعت أهمية المؤشرات الأصيلة للمكانة كمستوى التعليم ونوع المهنة ومستوى الهيبة .

وباستطلاع آراء المبحوثين تجاه هذه القضايا ، قررت نسبة كبيرة من المبحوثين بلغت ٦٤,٢% أن الشباب أكثر انشغالا بالتسوق ، وارتفعت هذه النسبة في عينة الحضر إلى ٧٧,٣% . ومع ذلك ، فإن ارتفاع هذه النسبة لا تعني أن الشباب لهم أسلوب حياتهم الخاص في التجاوب مع ثقافة الاستهلاك المتغيرة ، وذلك يتضح من نوع السلع التي أشاروا إلى أنهم يحرصون على شرائها أو درجة حرصهم على استخدام ماركات معينة أو حتى معرفتهم بهذه الماركات . فالغالبية من الشباب في عينة هذه الدراسة ترى أن الملابس هي أهم السلع التي يحرصون على شرائها ، ولا توجد فروق بين عينات البحث . كذلك أجمعت النسبة الأكبر منهم ، بلغت ٧٨,٩%، على أنهم لا يعرفون ماركات محددة للملابس أو الاسطوانات أو المحمول ، ولا يحرصون على

استخدام هذه الماركات (٨٨,٣) ويتضح هذا الاتجاه بدرجة أكبر في عينة المبحوثين الريفيين وهو أمر منطقي

أما أهم ما تجدر الإشارة إليه في هذا الصدد ، فهو أن التليفون المحمول يحتل درجة ما من الأهمية في ثقافة المبحوثين ويشغل حيزا من أسلوب حياتهم ، حيث أشارت نسبة ليست بالقليلة (٣٢,٥%) وخاصة في عينة شبه الحضر والحضر إلى أنهم يعرفون ماركات معينة من المحمول ، مما يدل على أن هناك بوادر على تحول مثل هذه السلع لتصبح جزءاً مهما من أسلوب حياة الناس في المجتمع المصري.

ومن ناحية أخرى ، فإن تأثر الناس بثقافة الاستهلاك يتوقف على مدى اهتمامهم بوسائل الترويج للسلع الجديدة التي تجلبها هذه الثقافة . وقد سأل المبحوثون عما إذا كانوا يحصلون بشكل دوري على المجلات التي بها أخبار عن السلع وماركاتها ، وعما إذا كانوا يعتمدون عليها في شرائها من الخارج . كذلك استقصت الدراسة عن مدى تأثر المبحوثين بأصدقائهم وأقاربهم أو السفر للخارج لمتابعة أخبار السلع وأماكن وجودها .

ومرة أخرى تدلل إجابات المبحوثين على أنهم أبعد ما يكونون عن هذه المصادر ، حيث لم تقرر إلا نسبة قليلة بلغت ١,٩% فقط أنها تحصل بشكل دوري على المجلات التي بها أخبار السلع الجديدة ، وقررت نسبة مماثلة أنها تعتمد عليها في شراء هذه السلع من الخارج . كذلك انخفضت نسبة المبحوثين التي أشارت إلى أنها تسافر للخارج لقضاء الإجازة السنوية حيث بلغت ١,٥% . أما فيما يتعلق بتأثر المبحوثين بالأصدقاء والأقارب في متابعة أخبار السلع وأنواعها وماركاتها ، فإن هذه النسبة أعلى إلى حد ما حيث بلغت ١٥,٤% ، وترتفع إذا أضفنا إليها نسبة المبحوثين الذي أجابوا بأنهم يتحدثون أحيانا في هذا الأمر حيث تبلغ ٣٥,٧% .

وقد تنعكس ثقافة الاستهلاك على نوع السلع والأشياء التي يحرص الشباب على اقتنائها وعما إذا كانت هذه السلع تقليدية أو جديدة . وباستقصاء آراء المبحوثين في ذلك ، تبين أنهم ما يزالون أقرب إلى التقليدية في هذه الناحية ، حيث أن النسبة الأكبر من المبحوثين وبلغت ٣٢,٣% تحرص على اقتناء الذهب ، بينما تنخفض نسبة من أشاروا إلى اقتناء الأشرطة والاسطوانات وأجهزة الحاسب الآلي وأجهزة الصوتيات والمرئيات حيث بلغت هذه النسبة ٢٠% ، ١٠,٤% ، و٩,٢% على التوالي ، يذكر أن هذه النسب أقل بكثير من ذلك في عينة المبحوثين الريفيين .

وأخيرا ، فإن أهم ما تنطوي عليه ثقافة الاستهلاك أنها تؤدي إلى تزايد تطلعات الشباب بشكل قد لا يتناسب مع ظروفهم وإمكاناتهم . والغريب أن تطلعات المبحوثين تعكس هموم الشباب ومشكلاتهم ، حتى أن التغلب عليها يمثل في رأيهم أقصى مستوى لتطلعاتهم . وقد تمثلت هذه التطلعات في الحصول على مسكن والحصول على عمل ، ثم الحصول على سيارة . ومن الواضح أن إيجاد حل لأزمة المسكن لدى الشباب يمثل الأولوية في تطلعات الشباب حيث أشارت إلى ذلك ٥٨,٨% من إجمالي المبحوثين ، وارتفعت هذه النسبة إلى أعلى مستوى لها في الريف حيث بلغت ٧٩,٥ % ، وهو أمر مستغرب إذ يعكس أن تحديث المسكن الريفي أو الحصول على مسكن أصبح أحد تطلعات الشباب الريفي . وفي المرتبة التالية يأتي الحصول على عمل ، وهو أمر منطقي إذ ترتفع نسبة المتعطلين بين المبحوثين كما سبقت الإشارة إلى ذلك .

على ضوء ذلك ، لم يكن من الملفت للنظر أن تنخفض نسبة المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم قد حققوا كل الاحتياجات إلى أدنى مستوى ، حيث بلغت ٠,٤% فقط من إجمالي المبحوثين . بل أن كل المبحوثين بدون استثناء في عينة شبه الحضر والحضر قرروا أنهم لم يحققوا شيئا من

تطلعاتهم . ولكن ذلك لا علاقة له بأسلوب حياتهم المرتبط بثقافة الاستهلاك ، بقدر ما يرجع إلى ظروفهم الاجتماعية الاقتصادية المتردية التي دفعتهم إلى حصر تطلعاتهم وطموحاتهم في إيجاد حلول لمشكلاتهم الأساسية المتمثلة في أزمة المسكن والبطالة والمواصلات .

نتائج الدراسة وتوصياتها

نتائج الدراسة :

أولا : فيما يتعلق بخصائص المبحوثين :

١. غلبة الطابع الريفي على عينة البحث وهو أمر منطقي خاصة وأن ما يقرب من ٨٠% من سكان محافظة المنيا يعيشون في الريف .
٢. ارتفاع نسبة الأميين في عينة البحث ، حيث بلغت ٢٢,٨% من المبحوثين ، وهي نسبة عالية في مرحلة يتطلع فيها المجتمع المصري إلى القضاء على ظاهرة الأمية .
٣. ارتفاع نسبة المتعطلين بين الشباب، إذ بلغت هذه النسبة ٢٥,٨% ، وانخفضت نسبيا في عينة الريف ، لكنها وصلت إلى أعلى معدلاتها في عينة شبه الحضر (٣١%)
٤. سوء الظروف المعيشية لأسر المبحوثين ، إذ بلغت نسبة ممن يتراوح متوسط دخلهم ما بين ٢٠٠- ٣٠٠ جنيها شهريا ٤٥% ، وهو معدل متواضع أمام ارتفاع الأسعار وزيادة تكاليف المعيشة .

ثانيا : فيما يتعلق بثقافة الشباب في علاقتها بالإنتاج :

١- إن اتجاهات الشباب في عينة البحث أقرب إلى تأكيد أهمية العمل في ثقافة الشباب . ومن المؤشرات الدالة على ذلك :

أ- موافقتهم العالية على أن العمل يعتبر قيمة في حد ذاته .
ب- تأكيدهم على أهمية العمل في تحديد قيمة الفرد ومكانته .
ت- موافقة الأكثرية منهم على عمل المرأة .

٢- إن اتجاهات المبحوثين كانت إيجابية في اثنين من المؤشرات الدالة على ارتفاع مستوى الاستقلالية في ثقافة الشباب كالتالي :

أ- أظهروا مستوى عاليا من تحمل المسؤولية ، حيث أشار نصفهم إلى أنهم حاولوا مساعدة أسرهم أثناء الدراسة وقبل حصولهم على عمل دائم .

ب- اتجاهاتهم الإيجابية في رؤيتهم لمسؤولياتهم ومسؤولية الحكومة في توظيف الشباب ، حيث ذكرت نسبة لا بأس بها (٣٨,١%) أن مسؤولية الحكومة لا تقتصر على توظيف الشباب ، بل في توفير الإمكانات للبدء في مشروعات خاصة .

٣- هناك مؤشرات على تواضع مستوى الاستقلالية الاقتصادية في ثقافة الشباب وهي انخفاض نسبة المبحوثين الذين قرروا أنهم هم المسئولون عن نفقاتهم الأساسية.أو أولئك الذين يعتمدون على أنفسهم في كل وجوه الإنفاق .

٤- إن الشواهد الدالة على تواضع مستوى الإنجاز بين المبحوثين وعدم توافر خصائص السلوك التنظيمي أكثر من تلك الدالة على توافرها . من هذه الشواهد :

أ- ارتفاع نسبة المبحوثين المؤيدين لدور الحظ والوساطة في تحقيق النجاح .

ب- تمركز الأكثرية منهم حول دوائر الانتماء المحدودة كالأسرة أو المجتمع المحلي

ت- تراجع أهمية التخطيط في حياتهم .

٥- **إجمالا** ، يمكن القول أن ثقافة الشباب في علاقتها بالإنتاج تقع في النصف الأول من المتصل وذلك بالنسبة لعينات البحث الثلاثة ، لكن المبحوثين الريفيين أكثر تميزا في هذا الجانب . إذ بلغت متوسطات أوزان

ثقافة الإنتاج لدى العينات كالتالي : (٥٣,٩٢) لعينة الريف ، (٥٣,٠٤) لعينة شبه الحضر ، بينما بلغ هذا المتوسط في عينة الحضر (٥٣,٥٢) .

ثالثا : فيما يتعلق بثقافة الشباب في علاقتها بالاستهلاك ، انتهت الدراسة إلى ما يلي :

١- بالرغم من اتفاق المبحوثين على أن التسوق أصبح متعة في حد ذاته ، إلا أنهم أبعد ما يكونون عن الاندماج في دائرة الاستهلاك حيث أنهم :

أ- لا يذهبون إلى الأسواق إلا للضرورة فقط ،

ب-لا يتابعون ما ينشر في الإعلانات عن السلع ،

ت-ليست لديهم رؤية محددة لعدد مرات الذهاب إلى السوق (حسب الظروف على حد تعبيرهم) وإذا ما ذهبوا يكون ذلك لمدة قصيرة (ساعة في المتوسط)

٢-يتصف المبحوثون بمستوى عال بل متميز من العقلانية في قراراتهم الاستهلاكية ، حيث أنهم :

أ- يفضلون الذهاب إلى الأسواق التي تعرض السلع الأفضل بالأسعار المناسبة ،

ب- لا يقررون شراء سلعة ما إلا إذا اقتنعوا بحاجتهم إليها ،

ت- عادة ما تشغلهم مسألة توافر ثمن السلع قبل أن يقرروا شرائها ،

ث- يفضلون السلع المحلية عن السلع المستوردة ، وحتى الذين يميلون إلى السلع المستوردة ، فإنهم أظهروا مستوى عاليا من العقلانية في رؤيتهم لمزاياها حيث أجمعوا على أنها تتميز بخاماتها الأحسن .

ج- لا يندفعون إلى شراء السلع الجديدة كالتليفون المحمول ، الذي تنخفض نسبة المبحوثين الذين يمتلكونه ، فضلا عن أن الذين لديهم تليفون محمول يتصفون بعقلانية مبرراتهم لأهميته ولديهم القدرة على تدبير مصروفاته من دخلهم الخاص.

٣- لا توجد مؤشرات تدل على أن المبحوثين قد تأثروا بثقافة الاستهلاك ، أو أن هذه الثقافة قد انعكست على أسلوب حياتهم ، وذلك باستثناء أمر واحد فقط وهو موافقتهم على القول بأن الشباب أكثر انشغالا بالتسوق ، وهذا أمر منطقي ولكنه لا يعني أن أسلوب حياتهم يتأثر بشكل حقيقي بثقافة الاستهلاك المتغيرة .

٤- أن المبحوثين أبعد ما يكونون عن ثقافة الاستهلاك المتغيرة وما تجلبه معها من رموز كأنواع السلع (وماركاتها) والمحلات الشهيرة التي تقوم ببيعها وأماكن وجودها والوسائل المستخدمة في الترويج لها . ما يؤكد صحة ذلك :

أ- نوع السلع التي يحرص المبحوثون على شرائها ، والتي انحصرت في الملابس.

ب- عدم معرفتهم بأية ماركات معروفة (مشهورة) وعدم حرصهم على استخدامها

ت- حرصهم على اقتناء السلع التقليدية .

ث- تمثلت أقصى تطلعات الشباب في التغلب على مشكلاتهم وإيجاد حلول لهمومهم التي كان على رأسها أزمة المسكن وأزمة العمل التي احتلت الألوية في تطلعات الشباب .

٥- **إجمالا** ، يمكن القول أن ثقافة الشباب في علاقتها بالاستهلاك تقع في النصف الأول من المتصل بالنسبة للعينات الثلاث ، لكن المبحوثين في عينة شبه الحضر والحضر أكثر قربا من نظرائهم في الريف ، حيث بلغت متوسطات الأوزان لثقافة الاستهلاك لدى هذه العينات كالتالي : (٤١,٨٧)لعينة الريف ، (٤٦,٠٩) لعينة شبه الحضر ، بينما بلغ هذا المتوسط في عينة الحضر (٤٤,٥١) .

٧- هناك العديد من الشواهد على أن نمط الاستهلاك القسري هو النمط السائد بين الشباب في عينة البحث ، وربما في معظم المحافظات الريفية التي تمثل محافظة المنيا نموذجا لها في الدراسة الراهنة ، وأن ثقافة الاحتياج هي الثقافة السائدة بين نسبة كبيرة من أفراد المجتمع المصري . وليس أدل على ذلك من تواضع الإمكانات الاقتصادية للمبحوثين في ضوء ارتفاع معدلات البطالة وتدني مستوى دخلهم ، وعدم اندماجهم في دائرة الاستهلاك وغلبة الطابع التقليدي على أسلوب حياتهم . والأهم هم تواضع تطلعاتهم وطموحاتهم التي انطبعت بشكل مباشر على مشكلاتهم وهمومهم ، وهو ما يتفق مع نتائج بعض الدراسات (٥٣)

رابعا : فيما يتعلق بثقافة الشباب في علاقتها بالإنتاج والاستهلاك على المتصل الريفي – الحضري ، ،فقد كشفت الدراسة عن الفروق التالية :

١-أوضح تحليل التباين فيما بين المجموعات الثلاثة (ريف / شبه حضر / حضر) حول ثقافة الإنتاج أنه لا توجد فروق دالة بين هذه المجموعات حيث جاءت نتائج هذا التحليل كالتالي :

المجموعة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة
بين المجموعات	٣٨,١٨٢	٢	١٩,٣٩١	٠,٧١٥	٠,٤٩٠
داخل المجموعات	٦٩٧٠,١٨٣	٢٥٧	٢٧,١٢١		
الكل	٧٠٠٨,٩٦٥	٢٥٩			

٢- كشف الاختبار الإحصائي للفروق الزوجية Paired samples test عن وجود فروق إحصائية بين عينات البحث الثلاثة فيما يتعلق بالمؤشرات الفرعية التي تم على ضوئها وصف ثقافة الإنتاج وذلك كالتالي(جدول ١)

أ- أن المبحوثين الريفيين أكثر تميزا من نظرائهم في عينة شبه الحضر والحضر في اتجاهاتهم الإيجابية نحو العمل وفي مستوى

الاستقلالية الاقتصادية ، حيث توجد فروق عالية الدلالة كانت لصالح الشباب الريفي ، ويلاحظ ذلك بوضوح في الشكل (١) والشكل (٢)

ب- لا توجد فروق إحصائية ذات دلالة بين عينات البحث الثلاث في سلوكهم التنظيمي ، حيث يتصف المبحوثون إجمالا بتراجع أهمية القيم المدعمة لسلوكهم التنظيمي . ومع هذا ، فإن المبحوثين في عينة الحضر أكثر تميزا في هذه الناحية وخاصة في رؤيتهم لأسباب تراجع مكانة بعض المهن وفي مستوى حريتهم في اختيار نوع التعليم ونوع المهنة (شكل٣)

٤- أوضح تحليل التباين فيما بين المجموعات الثلاثة (ريف/ شبه حضر/ حضر) حول ثقافة الاستهلاك أنه توجد فروق عالية الدلالة بين هذه المجموعات حيث جاءت نتائج هذا التحليل كالتالي

المجموعة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة
بين المجموعات	٩٠٣,٧١٣	٢	٤٥١,٨٥٦	١١,٢٥٠	٠,٠٠٠
داخل المجموعات	١٠٣٢٢,٤٨٣	٢٥٧	٤٠,١٦٥		
الكل	١١٢٢٦,١٩٦	٢٥٩			

وهذا يعني أنه توجد فروق إحصائية عالية المعنوية بين عينات البحث (ريف /شبه حضر / حضر) وكذلك داخل هذه المجموعات حول ثقافة الاستهلاك .

٥- كشف الاختبار الإحصائي للفروق الزوجية عن وجود فروق إحصائية بين عينات البحث فيما يتعلق بالمؤشرات الفرعية التي تم على ضوئها وصف ثقافة الاستهلاك كالتالي (جدول٢):

أ- هناك فروق طفيفة غير دالة معنويا بين عينات البحث في درجة اندماجهم في الاستهلاك لصالح عينة الحضر وتتمثل في مؤشر واحد وهو أن المبحوثين في عينة الحضر يتفقون بدرجة أكبر على أن التسوق قد أصبح متعة في حد ذاته (شكل٤)

ب- أن المبحوثين الريفيين أكثر عقلانية في قراراتهم الاستهلاكية ، في حين أن الحضريين أقل عقلانية في هذه القرارات ، حيث أنهم الأكثر ميلا إلى السلع المستوردة والأكثر إقبالا على شراء التليفون المحمول (شكل٥)

ت- أن المبحوثين في عينة شبه الحضر والحضر أكثر تأثرا بثقافة الاستهلاك مقارنة بنظرائهم في عينة الريف ، وتوجد فروق عالية الدلالة في هذه الناحية (شكل٦)

٥- وأخيرا ، فقد كشف الاختبار الإحصائي للفروق الزوجية عن أن هناك فروقا إحصائية عالية الدلالة بين اتجاهات المبحوثين في عينات البحث الثلاث حول ثقافة الإنتاج واتجاهاتهم حول ثقافة الاستهلاك ، وهذه الفروق لصالح ثقافة الإنتاج ، مما يعني أن المبحوثين أقل تأثرا بثقافة الاستهلاك (من حيث درجة اندماجهم في الاستهلاك ، وعقلانية قراراتهم الاستهلاكية ، وانعكاس ثقافة الاستهلاك على أسلوب حياتهم) وهذا يؤكد ما سبق أن انتهت إليه الدراسة من أن نمط الاستهلاك القسري هو النمط السائد بين المبحوثين نتيجة لظروفهم الاقتصادية المتردية وتواضع مستوى تطلعاتهم وطموحاتهم .

خامسا : رؤية تفسيرية للعوامل المؤثرة في ثقافة الشباب :

من المؤكد أن ثقافة الشباب هي محصلة طبيعية للظروف الاجتماعية الاقتصادية السائدة في مجتمعهم ، أو تلك الظروف الخاصة بالأسر التي

ينتمون إليها ، إذ أن هذه الثقافة هي انعكاس لخصائصهم كأفراد وكأسر أو لكونهم جزءً لا يتجزأ من النسيج الكلي للمجتمع الذي يعيشون فيه والثقافة السائدة به .

على ضوء ذلك ، تم حساب معاملات الارتباط بين هذه المتغيرات (التفسيرية) وبين اتجاهات المبحوثين نحو ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك ، وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية (جدول٣) فيما يتعلق بالعوامل المؤثرة في ثقافة الشباب وطبيعة هذه العلاقة .

١- تحددت أهم العوامل المؤثرة في ثقافة الإنتاج كالتالي وفقا لمستوى دلالتها المعنوية :

أ- العمر : توجد علاقة إيجابية عالية الدلالة بين عمر المبحوثين واتجاهاتهم الإيجابية نحو ثقافة الإنتاج لصالح كبار السن

ب- الحالة التعليمية : توجد علاقة إيجابية عالية الدلالة بين المستوى التعليمي للمبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو ثقافة الإنتاج لصالح أصحاب المستويات التعليمية الأعلى .

ت- مهنة المبحوث : توجد علاقة سلبية عالية الدلالة بين مهنة المبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو ثقافة الإنتاج لصالح أصحاب المهن ذات المكانة المنخفضة وربما المتعطلون من المبحوثين .

ث- الدخل الشهري : توجد علاقة إيجابية دالة بين متوسط الدخل الشهري للأسرة وبين اتجاهاتهم الإيجابية نحو ثقافة الإنتاج لصالح الأعلى دخلا .

ج- توجد علاقة سلبية غير دالة معنويا بين الموطن الأصلي ومحل الإقامة الحالي للمبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو ثقافة الإنتاج لصالح المبحوثين الذين ينتمون في الأصل إلى الريف أو

يقيمون به حاليا . أي أن الريفيين يتصفون بمستوى أفضل من الإيجابية عن شبه الحضر والحضر تجاه ثقافة الإنتاج . كما توجد علاقة إيجابية غير دالة معنويا بين النوع وبين ثقافة الإنتاج لصالح الذكور .

٢- تحددت أهم العوامل المؤثرة في ثقافة الاستهلاك كالتالي وفقا لمستوى الدلالة:

أ- الموطن الأصلي : توجد علاقة إيجابية عالية الدلالة بين الموطن الأصلي للمبحوثين واتجاهاتهم نحو ثقافة الاستهلاك لصالح المبحوثين الذين ينتمون في الأصل إلى الحضر ، مما يعني أنهم (الذين ينتمون في الأصل إلى الحضر) الأكثر تأثر بثقافة الاستهلاك .

ب- محل الإقامة الحالي : توجد علاقة إيجابية عالية الدلالة بين محل الإقامة الحالي للمبحوثين واتجاهاتهم نحو ثقافة الاستهلاك لصالح المبحوثين المقيمين حاليا في الحضر ، مما يعني أن الحضريين (المقيمين حاليا بالحضر) أكثر تأثرا بثقافة الاستهلاك ، وهذا أمر منطقي إذ تتفق الدراسة في ذلك مع ما انتهت إليه دراسات عديدة .(٥٤)

ت- الدخل الشهري : توجد علاقة إيجابية عالية الدلالة بين مستوى الدخل الشهري للأسرة وبين اتجاهاتهم نحو ثقافة الاستهلاك لصالح المبحوثين الأعلى دخلا ، مما يعني أنهم الأكثر تأثرا بثقافة الاستهلاك .

ث- الحالة التعليمية : توجد علاقة إيجابية عالية الدلالة بين المستوى التعليمي للمبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو ثقافة الاستهلاك لصالح الأعلى تعليما ، مما يعني أنهم الأكثر تأثرا

بثقافة الاستهلاك ، وهذا يتفق مع نتائج بعض الدراسات السابقة(٥٥)

ج- توجد علاقة إيجابية غير دالة معنويا بين العمر والنوع ومهنة المبحوث وبين اتجاهاتهم نحو ثقافة الاستهلاك مما يعني أن الذكور والأكبر سنا والأفضل مهنيا أكثر تأثرا بثقافة الاستهلاك .

٣- **إجمالا** ، يمكن القول أن متغير التعليم ، يليه الدخل ، هما أهم المتغيرات المؤثرة في كل من ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك ، حيث أنهما القاسم المشترك في العلاقة الإيجابية عالية الدلالة بينهما وبين ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك . وتؤيد نتائج الدراسة عموما صحة نظرية خصوصية ثقافة الاستهلاك ، حيث كشفت عن شواهد عديدة على صحة ذلك أهمها أن تأثر الشباب بثقافة الاستهلاك يتوقف على بعض المتغيرات هي على التوالي – حسب أهميتها – الدخل ، التعليم ، ثم الموطن الأصلي ومحل الإقامة الحالي

توصيات الدراسة :

أولا : نظرا لأن ثقافة الشباب دائمة التغير ، فإن دراسات الشباب لابد أيضا أن تكون متواصلة ومتجددة لرصد كل ما يطرأ على ثقافة الشباب من تغير أو تطور وتتبع انعكاسات هذا التغير وتداعياته على المجتمع عموما وعلى الشباب على وجه خاص . لذلك توصي الدراسة بأن تكون قضايا الشباب على قائمة أولويات البحوث الاجتماعية وأن تضع أقسام الاجتماع بالجامعات وكذلك مراكز البحوث الاجتماعية والمؤسسات الأكاديمية ذات العلاقة هذه القضايا على خريطة الدراسات المستقبلية .

ثانيا : اجتهدت الدراسة في وصف " ثقافة الإنتاج " التي لم يعهد الدارسون في علم الاجتماع استخدامها بكثرة في دراسات علم الاجتماع النظرية أو الميدانية . وقد أمكن في هذه الدراسة تحليل هذا المفهوم " ثقافة الإنتاج "

وتعريفه إجرائيا واختباره ميدانيا ، حيث توصلت الدراسة إلى مقياس إجرائي لثقافة الإنتاج يتضمن ثلاثة محاور رئيسية ، يشتمل كل محور منهـا علـى مؤشرات فرعية وذلك كالتالي :

المحور الأول : العمل كقيمة ، ويقاس في ضوء المؤشرات التالية :

١- العمل كقيمة اجتماعية في حد ذاته

٢-مدلول العمل في تحديد المكانة الاجتماعية

٣- التوافق بإيجابية مع مشكلة نقص العمل (البطالة)

أ-الالتحاق بدورات تدريبية

ب- التفكير في مشروع خاص

٤- طبيعة العلاقة بين التعليم والعمل

٥- محددات الرضا عن العمل

٦- الموافقة على عمل المرأة والمجالات المناسبة لها

المحور الثاني : مستوى الاستقلالية الاقتصادية

١- رؤية أفراد المجتمع (الشباب نموذجا) لمسؤولية الحكومة مقابل مسؤولياتهم (في مواجهة مشكلة البطالة)

٢- التنشئة الاجتماعية المبكرة على تحمل المسؤولية

٣- الاعتماد على النفس في كل وجوه الإنفاق

المحور الثالث : خصائص السلوك التنظيمي (٥٦)

١- النشاط الفعال " عدد ساعات العمل "

٢- التفضيلات المهنية

٣- المخاطرة المعتدلة

٤- الاعتماد على الكفاءة والمهارة لا الحظ أو الوساطة

٥- حرية الأفراد (الأبناء) في اختيار نوع التعليم ونوع العمل

٦- إدراك قيمة التخطيط وأهميته

ولا يدعي الباحث أنه قام بحصر كل المحاور أو كل المؤشرات لوصف ثقافة الإنتاج ، لكنه يزعم أنه استقى هذه المؤشرات على ضوء التراث السوسيولوجي المتوفر ، وأن هذه المؤشرات كان لها معنى اجتماعي في الواقع الإمبيريقي بدليل أن المبحوثين قد تجاوبوا معها وأمكن على ضوئها الحصول على نتائج تتفق إلى حد ما ومستجدات الواقع الاجتماعي المصري . لهذا ، توصي الدراسة أن يختبر هذا المفهوم " ثقافة الإنتاج " في دراسات ميدانية لاحقة عسى أن يكون إضافة في هذا المجال .

ثالثا : واجهت هذه الدراسة – كغيرها من الدراسات الميدانية – إشكالية قياس المؤشرات الإجرائية رغم الإجراءات المنهجية التي استخدمها الباحث في تعريف المفاهيم الأساسية للدراسة وتحويلها إلى مؤشرات ثم أسئلة وبدائل .وهذه الإشكالية في القياس تذكرنا بمقولة " ميرتون " الشهيرة التي أشار فيها إلى أن علماء الاجتماع ينقسمون في رؤيتهم لأهمية الإمبيريقية مقابل التنظير إلى فريقين ، على حد قوله كالتالي :

الفريق الأول : يقول لسان حاله " نحن لا نعرف ما إذا كان ما نقوله صحيحا ، لكنه على الأقل ذو أهمية ومعنى . والفريق الثاني : الذي يرى العكس " نحن لا نعرف ما إذا كان ما نقوله ذو أهمية ومعنى لكنه على الأقل صحيحا"

على ضوء ذلك ، توصي الدراسة بأن تجد إشكالية قياس المفاهيم الاجتماعية خاصة تلك المستخدمة في الدراسات الميدانية الاهتمام الكافي في دراسات علم الاجتماع ، وألا يتعامل الباحثون مع تلك المفاهيم على أنها أشبه بالمسلمات ، بل يخضعونها للتحليل والاختبار الإمبيريقي حتى يصبح لها صدى حقيقي ومعنى اجتماعي في الواقع .

رابعا : على ضوء ما انتهت إليه الدراسة الراهنة من أن هموم الشباب ثقيلة ومشكلاتهم عديدة ، توصي الدراسة بأنه لابد من تقديم بدائل عملية مناسبة للشباب للتعامل مع مشكلاتهم وعلى رأسها البطالة . فإذا كانت الحكومة قد

أعادت النظر في بعض السياسات وأوقفت العمل بسياسات أخرى ، فإن إغلاق أبواب الأمل أمام الشباب سيؤدي إلى اتساع دوائر العنف والتطرف وسيزيد من حدة التوتر وعدم الاستقرار .

لذلك ، لابد أن تتعامل الحكومة المصرية بجدية مع قضايا الشباب وتقدم لهم حلولا عملية وبدائل أفضل من تلك المتاحة الآن والتي أثبتت التجارب أنها تزيد من أعباء الشباب أكثر مما تقدم لهم الحلول .

خامسا : توصي الدراسة بأن يخضع المشروع القومي للتعليم في مصر للدراسة الشاملة المتكاملة حتى يمكن وضع إستراتيجية فاعلة لتصحيح مسار العملية التعليمية.

سادسا : توصي الدراسة بضرورة تغيير أسلوب الخطاب المستخدم مع الشباب الذي ما يزال يعتمد على رفع الشعارات الخالية من المضامين ، أو على أسلوب الإرشاد والوعظ والخطاب من جانب واحد لدرجة فرض الرأي ، إلى أسلوب الحوار والمشاركة في الرأي مع تقديم نماذج جادة للقدوة بأسلوب عقلاني وعملي مقنع . فالشباب سيظلون على صواب في اعتقادهم بأهمية الحظ والوساطة في الحياة طالما ظلت نماذج القدوة هي تلك التي يقدمها لهم المجتمع في صورة العديد من المشاهير من نظرائهم من صغار السن كنجوم الغناء (الشباب) أو نجوم الرياضة المرموقين أو نجوم السينما . فلابد أن تكون نماذج القدوة في مشاهير العلماء في التخصصات المختلفة ، الأدباء المؤثرين ، المفكرين المجددين ، المبتكرين والمبدعين في المجالات العديدة من الحياة المعاصرة .

سابعا : انتهت الدراسة إلى أن نمط الاستهلاك السائد في بعض قطاعات المجتمع المصري – كالمحافظات الريفية – هو نمط الاستهلاك القسري وأن ثقافة الاستهلاك السائدة هي ثقافة الاحتياج . ومع ذلك ، فإن هناك من الشواهد ما يدلل على أن التليفون المحمول يحتل درجة ما من الأهمية في

ثقافة الشباب ويشغل حيزا في أسلوب حياتهم على الرغم من تواضع إمكاناتهم . إن هذا قد يعكس في جزء منه نمطا جديدا من الازدواجية الاجتماعية الثقافية في ثقافة الشباب.

لذلك ، توصي الدراسة بأن مثل هذه التطورات يجب أن تخضع للدراسة لرصدها وتحليلها ومتابعة الأبعاد الاجتماعية التي يمكن أن تنطوي عليها لتلافي آثارها السلبية قبل أن تتفاقم أو يتسع نطاقها .

الهوامش والمراجع :

1- Lash Scott, Sociology of Postmodernism , Rout ledge , London ,1990, pp54-55.

٢- أحمد زايد وآخرون ، الاستهلاك في المجتمع القطري ، أنماطه وثقافتـه ، مركـز الوثائق والدراسات الإنسانية ، جامعة قطر ، الدوحة ، ١٩٩١ ، ص ٦٢ .

٣- نفس المرجع ، ص٦٥

٤- آلان سونيجود ، النظرية في علم الاجتماع ، ترجمة السيد عبد العاطي السـيد ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، ٢٠٠٠ ، ص ص ٤٠١-٤٠٢ .

٥- Bell, D. , the Coming of Post – Industrial Society Basic Books inc. Publishers N . Y, 1973.

٦- Ibid.

٧- Lash Scot , Op.Cit , .

٨- Nigel Watson , Postmodernism and Life Styles, in ; Stuart Sim (ed.) the Rout ledge Companion to Postmodernism , Rout ledge , London , 2001, P.55 .

٩- Stuart Borthwick ,the Failure of Contemporary Cultural Studies ,p6, http;//www. Stuff, Livjm .ac. UK/Mccsbort/thesis/ch 2 html.

١٠- Nigel Watson, , Op .Cit., P. 55 .

١١- Ibid . , p.55

١٢- Ibid . , p.63

١٣-عبد الباسط عبد المعطي ، التبعية الثقافية في الوطن العربي ، الآليـات والمجـالات والتفسير في : ندوة الثقافة العربية ، الواقـع وآفـاق المـستقبل (١٢-١٥/٤/١٩٩٣) ، مؤسسة دار العلوم للطباعة والنشر والتوزيع ، الدوحة ، قطر ، ١٩٩٣ .

١٤- سامية قدري ونيس ، الأنماط الاستهلاكية لدى الرأسماليين الجدد ، صص ٢١٨-٢١٩ ، في : أحمد مجدي حجازي (تحرير) المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنميـة فـي مصر ، الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع ، ٢٢-٢٣ / ٤ / ٢٠٠١ ، مركز البحـوث والدراسات الاجتماعية ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠١ .

١٥- محمد عبد البديع ومحمد علي إبراهيم ، استهلاك المستهلك ، من وكالة البلح إلى سوق الجمعة ، ص ٢٣٣ ، اقتراب نظري ومعاينة إمبيريقية ، في : أحمد مجدي حجازي (تحرير) المرجع السابق .

١٦- أماني طولان وفايزة عبد المنعم ، التكيف الهيكلي وانتشار النزعة الاستهلاكية ، دراسة لحالة قرية مصرية ، ص ٤٢٤ ، في : أحمد مجدي حجازي ، المرجع السابق .

١٧- Lash Scot , Op.Cit.

١٨- أحمد زايد وآخرون ، مرجع سابق ، ص ٧٨ .

١٩- عبد الباسط عبد المعطي ، مرجع سابق ، ص ص ٢٣٣-٢٣٥ .

٢٠- أماني طولان وفايزة عبد المنعم ، مرجع سابق ، ص ٤١٠ .

٢١- سامح فوزي ، مجتمع التسلط الاستهلاكي ، الأبعاد والإشكاليات، صص ٤٤٩-٤٥٢ ، في : أحمد زايد وسامية الخشاب (تحرير) سياسات التكيف الهيكلي في مصر ، الأبعاد الاجتماعية ، أعمال الندوة السنوية الثانية لقسم الاجتماع ، ١٥-١٦/٥/١٩٩٥ ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥ .

٢٢- أحمد زايد وآخرون ، مرجع سابق، ص ٨٥ .

٢٣- Sociology of Consumption , http;//UK Geocities., .Com/Boliher

٢٤- أحمد زايد وآخرون ، مرجع سابق ، ص ٨٥

٢٥- آمال عبد الحميد محمد ، العولمة والثقافة الاستهلاكية ، الإشكاليات والآليات ، صص ١٦٦-١٦٨ ، في : أحمد مجدي حجازي ، مرجع سابق .

٢٦- سامية قدري ونيس ، مرجع سابق ، صص ٢٢٥-٢٢٨ . .

٢٧- أماني طولان وفايزة عبد المنعم ، مرجع سابق .

٢٨- نجوى عبد المنعم قاسم ، ثقافة الاستهلاك الغذائي لفقراء الريف ، دراسة لميكانيزمات التكيف ، صص ٢١٠-٢١١ ، في : أحمد مجدي حجازي ، مرجع سابق

٢٩- سامح فوزي ، مرجع سابق ، صص ٤٥٢-٤٥٧ . .

٣٠- محمد عبد البديع ومحمد علي إبراهيم ، مرجع سابق ، صص ٢٣٣-٢٣٦ . .

٣١- نفس المرجع .

٣٢ Stuart Borthwick , Op.Cit. , p.4 .

٣٣- Ibid. . p.4

٣٤- Paul Dimaggio , and Others, Social Implications of the Internet , Sociology Annual Review , vol. 27, 2001 .

٣٥- Tony Jeffs , and Murk , K. , the Problems of Youth for Youth Work ,Youth and Policy , London , 1999 ,P. 13 .

٣٦- أحمد زايد وآخرون ، مرجع سابق ، ص٣٤٦ .

٣٧- آمال عبد الحميد محمد ، ص ١٦٨ ، مرجع سابق .

٣٨- نفس المرجع .

٣٩- أماني طولان وفايزة عبد المنعم ، مرجع سابق .

٤٠- Commission for Social Development, Forty First Session , World Youth Report 2003 , Economic and Social Council , U.N. , 2002 .

٤١- من بين هذه الدراسات أنظر ما يلي :

- عالية أحمد عبد العال أبو دومة ، الواقع الاجتماعي للشباب ، بحث ميداني في جامعة عين شمس ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية البنات ، جامعة عين شمس، ١٩٩٣ .

- عبد الرحيم علي مرسي ، اتجاهات الشباب الجامعي نحو العمل الحر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ١٩٩٠ .

- عبد الناصر علي أحمد علي ، العوامل الاجتماعية الاقتصادية وأثرها على تحول الشباب المتعلم نحو العمل الحرفي ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ١٩٩٩ .

- فراج سيد فراج ، العوامل المجتمعية لظاهرة العنف بين طلبة الجامعات ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ١٩٩٣ .

- زكريا عبد العزيز محمد ، بعض أنماط السلوك غير المرغوب فيه لدى طلاب الجامعة رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية ، جامعة الإسكندرية ، ١٩٩٦ .

- علي عبد الرازق إبراهيم ، التعليم الجامعي وظاهرة البطالة بين خريجي الجامعات ، دراسة ميدانية على عينة من خريجي جامعة المنيا ، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، إصدار خاص ، المجلد رقم ١٢ ، ١٩٩٤ .

٤٢- محمود كمال حسن، قلق الشباب لدى الشباب العربي المتخرجين من الجامعة ،

الملخصات السوسيولوجية ،

٤٣- عالية أحمد عبد العال ، مرجع سابق ، ص ٨ .

٤٤- حواس محمود ، مشكلات الشباب في العالم العربي ، مجلة التربية ، العـدد ١٤٢ ، السنة ٣١، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم ، الدوحة ، سـبتمبر ٢٠٠٢ ، ص ١٩٨ .

٤٥- من بين هذه الدراسات :-

- علي عبد الرازق إبراهيم ، التعليم الجامعي وظاهرة البطالة بين خريجي الجامعات ، مرجع سابق .

- عبد الناصر علي أحمد علي ، مرجع سابق .

- عبد الرحيم علي مرسي ، مرجع سابق .

٤٦- زكريا عبد العزيز محمد ، مرجع سابق .

٤٧- Allan G. Johnson , the Blackwell Dictionary of Sociology , Blackwell Publishers Ltd., Oxford, 1995 .

٤٨- عبد الرحيم علي مرسي ، مرجع سابق .

٤٩- Subbiah Kmnappan . Urban Employment and the Market in Developing Nations , in ; Economic Development and Cultural Change Vol. 33 , No. 4 ,July, 1989 .

٥٠- علي عبد الرازق إبراهيم ، الاتجاهات السوسيولوجية الحديثة في دراسـة مـشكلة البطالة ، مع إشارة خاصة للمجتمع المصري ، ١٩٩٨ ، غير منشور .

٥١- محمد الجوهري وآخرون ، دراسات في علم الاجتماع الريفي والحضري (ترجمـة وتعليق) دار الكتب الجامعية ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

٥٢- دافيد ماكليلاند ، مجتمع الإنجاز ، الدوافع الإنسانية للتنمية الاقتصادية (ترجمة عبد الهادي الجوهري ومحمد سعيد فرح ومراجعة عبد المنعم شـوقي) المكتـب الجـامعي الحديث ، الإسكندرية ، ١٩٩٨ .

٥٣- محمد عبد البديع ومحمد علي إبراهيم ، مرجع سابق .

٥٤- أحمد زايد وآخرون ، مرجع سابق ، ص ٣٤٧ .

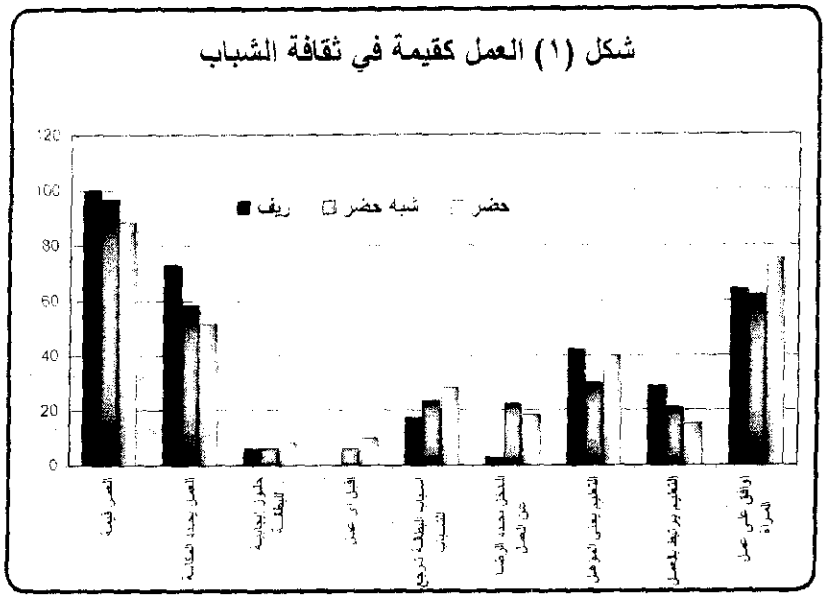
٥٥- آمال عبد الحميد محمد ، مرجع سابق .

٥٦- دافيد ماكليلاند ، مجتمع الإنجاز ، مرجع سابق .

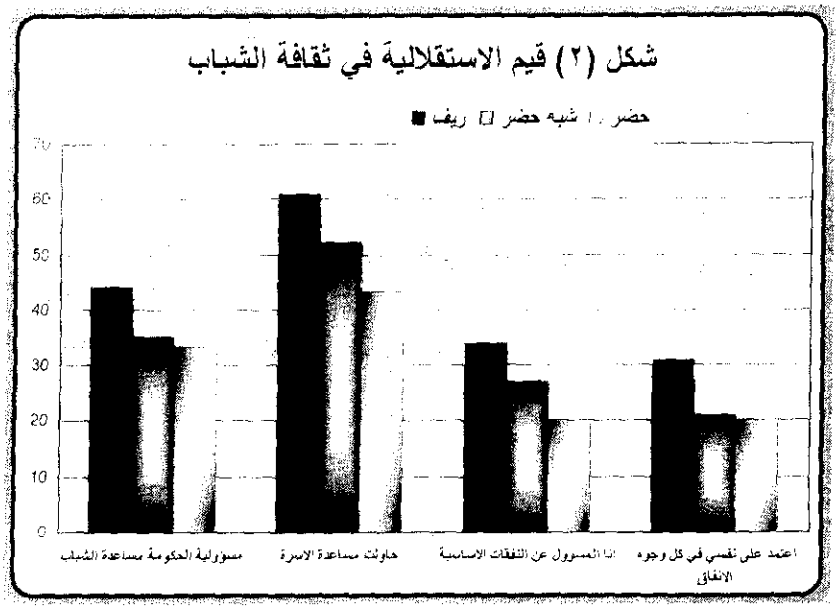
ملاحق البحث :

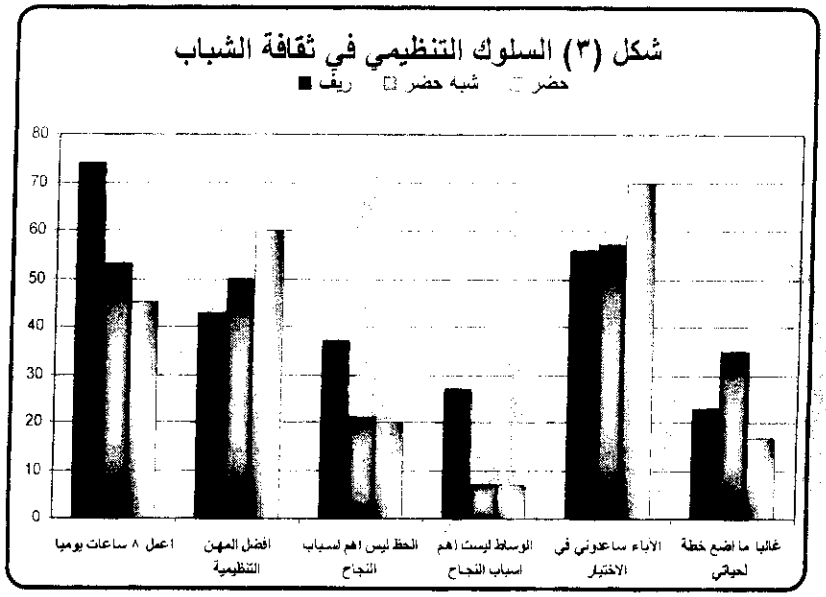
الملحق رقم (١) الرسوم البيانية

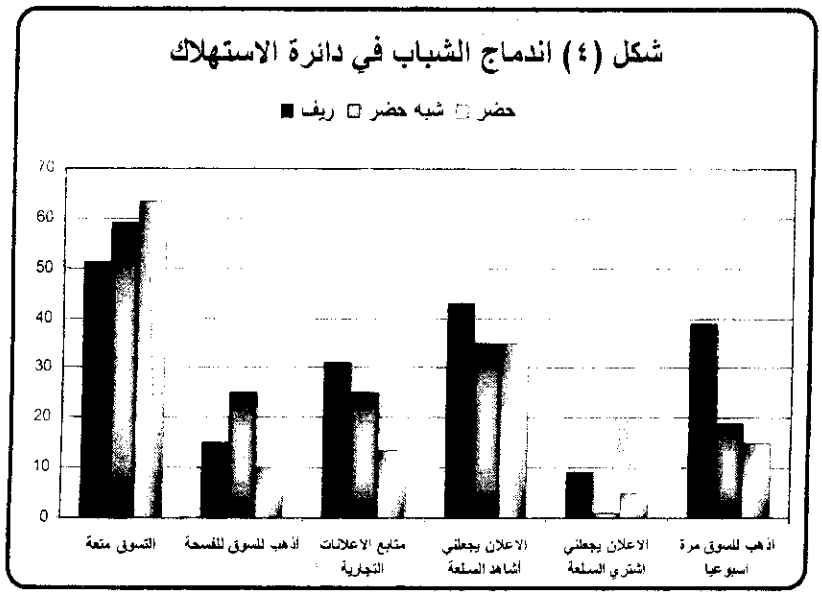
شكل (١) العمل كقيمة في ثقافة الشباب

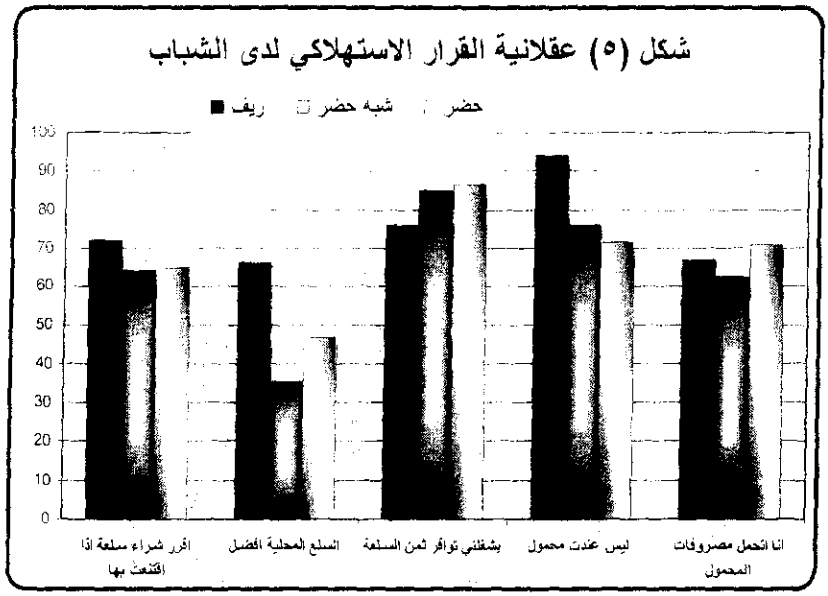


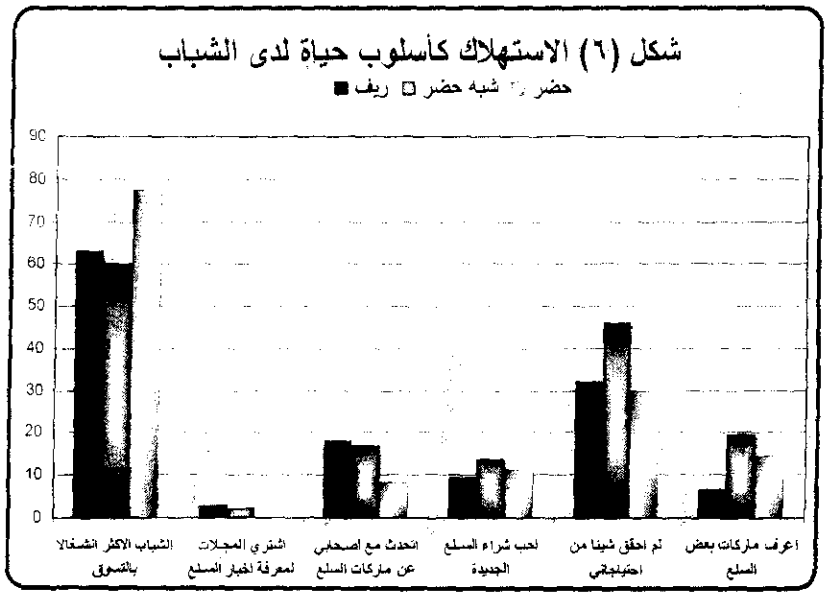
شكل (٢) قيم الاستقلالية في ثقافة الشباب




شكل (٣) السلوك التنظيمي في ثقافة الشباب
ريف
شبه حضر
حضر
80
70
60
50
40
30
20
10
0
اعمل ٨ ساعات يوميا
افضل المهن التنظيمية
الحظ ليس اهم لسباب النجاح
الوساط ليست اهم اسباب النجاح
الاباء ساعدوني في الاختيار
غالبا ما اضع خطة لحياتي


شكل (٤) اندماج الشباب في دائرة الاستهلاك
ريف
شبه حضر
حضر
70
60
50
40
30
20
10
0
التسوق متعة
اذهب للسوق للفسحة
متابع الاعلانات التجارية
الاعلان يجعلني أشاهد السلعة
الاعلان يجعلني اشتري السلعة
اذهب للسوق مرة اسبوعيا


شكل (٥) عقلانية القرار الاستهلاكي لدى الشباب
حضر
شبه حضر
ريف
100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
انا اتحمل مصروفات المحمول
ليس عندي محمول
يشغلني توافر ثمن السلعة
السلع المحلية افضل
اقرر شراء سلعة اذا اقتنعت بها


شكل (٦) الاستهلاك كأسلوب حياة لدى الشباب
حضر
شبه حضر
ريف
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
اعرف ماركات بعض السلع
لم احقق شيئا من احتياجاتي
احب شراء السلع الجديدة
اتحدث مع اصحابي عن ماركات السلع
اشتري المجلات لمعرفة اخبار السلع
الشباب الاكثر انشغالا بالتسوق

الملحق رقم (٢) الجداول

جدول (١) توزيع المبحوثين وفقا المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	ريف		شبه حضر		حضر	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%
أمي	١٩	١٩	٢٦	٢٦	١٣	٢١,٧
يقرأ ويكتب	٢٣	٢٣	٤	٤	٠	٠
أقل من المتوسط	١٦	١٦	٢٥	٢٥	١٨	٣٠
متوسط	٣٣	٣٣	٢٧	٢٧	١٦	٢٦,٧
جامعي	٨	٨	١٤	١٤	٧	١١,٧
ما بعد الجامعي	١	١	٤	٤	٦	١٠
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٦٠	١٠٠

جدول (٢) توزيع المبحوثين وفقا للمهن

المهن	ريف		شبه حضر		حضر	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%
لا يعمل	٢١	٢١	٣١	٣١	١٥	٢٥
طالب	١	١	١٣	١٣	١	١,٧
ربة منزل	٣٢	٣٢	٤	٤	٣	٥
عامل	٧	٧	١١	١١	٨	١٣,٣
فلاح	٨	٨	١	١	٠	٠
عمل حر	١٦	١٦	٢٣	٢٣	٢٦	٤٣,٣
عمل حكومي	٩	٩	١٣	١٣	٦	١٠
تدريس	٦	٦	٤	٤	١	١,٧
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٦٠	١٠٠

جدول (٣) توزيع المبحوثين وفقا للدخل

فئات الدخل	ريف		شبه حضر		حضر	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%
أقل من ١٠٠ ج	١٢	١٢	٤	٤	٤	٦,٧
١٠٠-	١٩	١٩	١٦	١٦	١٤	٢٣,٣
٢٠٠-	٢٣	٢٣	١٢	١٢	١٣	٢١,٧
٣٠٠-	٢٨	٢٨	٢١	٢١	١١	١٨,٣
٤٠٠-	١٢	١٢	١٥	١٥	٧	١١,٧
٥٠٠ فأكثر	٦	٦	٣٢	٣٢	١١	١٨,٣
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٦٠	١٠٠

جدول (٤) الفروق الزوجية بين عينات البحث حول ثقافة الإنتاج

المؤشرات		قيمة T	درجات الحرية	الدلالة
العمل كقيمة ريف	العمل كقيمة شبه حضر	٠,٢٢٣-	٩٩	٠,٨٢٤
العمل كقيمة ريف	العمل كقيمة حضر	٢,٥٧٧-	٥٩	٠,٠١٢
العمل كقيمة شبه حضر	العمل كقيمة حضر	٢,١٣٣-	٥٩	٠,٠٣٧
الاستقلالية ريف	الاستقلالية شبه حضر	١,٣٨٣	٩٩	٠,١٧٠
الاستقلالية ريف	الاستقلالية حضر	٢,٤٦٢	٥٩	٠,٠١٧
الاستقلالية شبه حضر	الاستقلالية حضر	٠,٦٣٦	٥٩	٠,٥٢٧
السلوك التنظيمي ريف	السلوك التنظيمي شبه حضر	٠,٩٧٤	٩٩	٠,٣٣٢
السلوك التنظيمي ريف	السلوك التنظيمي حضر	١,٣٠٥	٥٩	٠,١٩٧
السلوك التنظيمي شبه حضر	السلوك التنظيمي حضر	١,٠١٥-	٥٩	٠,٣١٧
العمل كقيمة ريف	الاستقلالية ريف	٢٣ ٦٥٧	٩٩	٠,٠٠٠
العمل كقيمة ريف	السلوك التنظيمي ريف	٣٦,١٥٧	٩٩	٠,٠٠٠
الاستقلالية ريف	السلوك التنظيمي ريف	٤,٣٨٦	٩٩	٠,٠٠٠
العمل كقيمة شبه حضر	الاستقلالية شبه حضر	٢٣,٥٣٢	٩٩	٠,٠٠٠
العمل كقيمة شبه حضر	السلوك التنظيمي شبه حضر	٣٧,٧٨٤	٩٩	٠,٠٠٠
الاستقلالية شبه حضر	السلوك التنظيمي شبه حضر	٣,٣١٦	٩٩	٠,٠٠١
العمل كقيمة حضر	الاستقلالية حضر	٢١,٤٢١	٥٩	٠,٠٠٠
العمل كقيمة حضر	السلوك التنظيمي حضر	٢٩,٢٨٢	٥٩	٠,٠٠٠
الاستقلالية حضر	السلوك التنظيمي حضر	٢,١٨٧	٥٩	٠,٠٣٣

جدول (٥) الفروق الزوجية بين عينات البحث حول ثقافة الاستهلاك

المؤشرات		قيمة T	درجات الحرية	الدلالة
الاندماج في الاستهلاك ريف	الاندماج في الاستهلاك شبه حضر	٠,٠٩٠	٩٩	٠,٩٢٩
الاندماج في الاستهلاك ريف	الاندماج في الاستهلاك حضر	١,٥٣٠	٥٩	٠,١٣١
الاندماج في الاستهلاك شبه حضر	الاندماج في الاستهلاك حضر	١,٢٠٣	٥٩	٠,٢٣٤
لا عقلانية قرار الاستهلاك ريف	لاعقلانية اقرار الاستهلاك شبه حضر	٥,٤٥٧-	٩٩	٠,٠٠٠
لا عقلانية قرار الاستهلاك ريف	لا عقلانية القرار الاستهلاكي حضر	٤,٣٠٩-	٥٩	٠,٠٠٠
لا عقلانية قرار الاستهلاك شبه حضر	لا عقلانية قرار الاستهلاك حضر	٠,١٥٦-	٥٩	٠,٨٧٧
الاستهلاك كأسلوب حياة ريف	الاستهلاك كأسلوب حياة شبه حضر	٥,٣٨٦-	٩٩	٠,٠٠٠
الاستهلاك كأسلوب حياة ريف	الاستهلاك كأسلوب حياة حضر	٢,٢٣٠-	٥٩	٠,٠٣٠
الاستهلاك كأسلوب حياة شبه حضر	الاستهلاك كأسلوب حياة حضر	١,٧٢٧	٥٩	٠,٠٨٩
الاندماج في الاستهلاك ريف	لا عقلانية قرار الاستهلاك ريف	٦,٣١٧-	٩٩	٠,٠٠٠
الاندماج في الاستهلاك ريف	الاستهلاك كأسلوب حياة ريف	١٤,٢٠٦-	٩٩	٠,٠٠٠
لا عقلانية قرار الاستهلاك ريف	الاستهلاك كأسلوب حياة ريف	٦,٩٥٧-	٩٩	٠,٠٠٠
الاندماج في الاستهلاك شبه حضر	لاعقلانية قرار الاستهلاك شبه حضر	١٢,٢٩٩-	٩٩	٠,٠٠٠
الاندماج في الاستهلاك شبه حضر	الاستهلاك كأسلوب حياة شبه حضر	١٦,٣١٣-	٩٩	٠,٠٠٠
لا عقلانية قرار الاستهلاك شبه حضر	الاستهلاك كأسلوب حياة شبه حضر	٧,٣٣٢-	٩٩	٠,٠٠٠
الاندماج في الاستهلاك حضر	لا عقلانيه القرار الاستهلاكي حضر	٩,٨٨٠-	٥٩	٠,٠٠٠
الاندماج في الاستهلاك حضر	الاستهلاك كأسلوب حياة حضر	١١,٩٤٣-	٥٩	٠,٠٠٠
لا عقلانية قرار الاستهلاك حضر	الاستهلاك كاسلوب حياة حضر	٣,٥٢٤-	٥٩	٠,٠٠١

جدول (٦)المتغيرات التفسيرية لثقافة الإنتاج والاستهلاك

المتغيرات	ثقافة الإنتاج (قيمة الارتباط)	ثقافه الاستهلاك (قيمة الارتباط)
العمر	٠,٣٩٩**	٠,١١٥
النوع	٠,١٠١	٠,٠٠٠
الموطن الأصلي	٠,٠٧٠-	٠,٢١٥**
محل الإقامة الحالي	٠,٠٤٦-	٠,٢٥٤**
الحالة التعليمية	٠,١٩٦**	٠,٢٥٩**
مهنة المبحوث	٠,١٨٩-**	٠,٠٢٠
الدخل الشهري للأسرة	٠,١٣٦	٠,٤١٦**