جامعة عين شمس
كلية الآداب
قسم علم الاجتماع

تكنولوجيا المعلومات والقيم الاستهلاكية

دراسة سوسيولوجية على عينة من الأسر الليبية بمدينة طرابلس

دراسة لنيل درجة الدكتوراه في علم الاجتماع

إعداد الطالبة
نجاة إبراهيم عياد صوان

إشراف
الأستاذ الدكتور / مصطفى مرتضى محمود علي
أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة عين شمس
ووكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث

والأستاذ الدكتور/ محمود سالم جدور
كلية الآداب جامعة الزاوية ليبيا

العام الجامعي ٢٠١٣ – ٢٠١٤ م

جامعة عين شمس
كلية الآداب
قسم علم الاجتماع

صفحة العنوان

اســـــم الباحـــــث : نجاة إبراهيم عياد صوان

الدرجـــة العلميـــة : الدكتوراه

القســم التـــابع لـــه : علم الاجتماع

اســـــم الكليـــــة : كلية الآداب

ســـــنة المـــــنح: ٢٠١٤م

جامعة عين شمس
كلية الآداب
قسم علم الاجتماع

رسالة دكتوراه

اســـــم الطالـــــب: نجاة إبراهيم عياد صوان

عنـــــوان الرســـــالة: تكنولوجيا المعلومات والقيم الاستهلاكية
دراسة سوسيولوجية على عينة من الأسر الليبية

لجنة الإشراف

الأستاذ الدكتور / مصطفى مرتضى محمود علي
أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة عين شمس
ووكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث

والأستاذ الدكتور/ محمود سالم جدور
كلية الآداب جامعة الزاوية ليبيا

تاريخ البحث: / /٢٠١٤

الدراسات العليا:

ختم الجامعة

أجيزت الرسالة بتاريخ / /٢٠١٤

موافقة مجلس الكلية	موافقة مجلس الجامعة
/ /٢٠١٤	/ /٢٠١٤

بسم الله الرحمن الرحيم

" قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ "

صدق الله العظيم

(الآية ٣٢ من سورة البقرة)

الإهداء

إلى ذلك الفيض الدافق الذي لامس موجه حنايا النفس فانتشت وارتوت وتسامت فوق الجراح ... إلى الأمل ...
إلى روح جدي وجدتي رحمهم الله ...

إلى زوجي الذي كان لي سنداً في إتمام هذا العمل المتواضع ...

إلى أبنائي محمد وهارون الذين أخذت من وقتهم الكثير لإنجاز هذا العمل ...

إلى كل من ساندني ودعمني ولو بكلمة ... إلى عائلتي الكريمة

أهدي هذا البحث

شكر وتقدير

... من لا يشكر الناس لا يشكر الله ... صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

الحمد لله الذي وفقنا في إخراج هذا العمل بصورته الحالية ... وبعد شكر الله على نعماء فضله، أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من ساهم في إنجاز هذا البحث المتواضع، وعلى رأسهم الأستاذ الدكتور الفاضل/ مصطفى مرتضى محمود، **أستاذ علم الاجتماع ووكيل شئون كلية الآداب للدراسات العليا والبحوث بجامعة عين شمس، والذي كان له الفضل في اختيار موضوع البحث وفي إخراجه بهذه الصورة ... فله مني تحية تقدير واعتزاز وجزاه الله خير الجزاء.**

كما أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ الدكتور/ محمود سالم جدّور، **الذي ساهم في إخراج هذا البحث فله مني تحية وتقدير واحترام وجزاه الله خير الجزاء.**

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى لجنة المناقشة على قبولهم وتفضلهم بقبول مناقشتي.

الأستاذة الدكتورة/ شادية قناوي، **عالم علم الاجتماع وأستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة عين شمس فيشرفني مشاركتها في لجنة المناقشة مما يزيد الرسالة ثراء ونضجاً علمياً.**

كما يشرفني أيضاً قبول الأستاذ الدكتور/ ثروت علي علي الديب، **أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب – جامعة المنصورة ووكيل كلية السياحة لشئون البيئة على تفضله بمناقشه هذا العمل.**

كما أتقدم بالشكر الجزيل لأسرتي، التي دعمتني من خلال تشجيعهم الدائم لي على البحث والدراسة ... وأخص بالذكر زوجي عبد المجيد علي غريبي **لما قدمه لي من وقت وجهد أثناء دراسي، وأبنائي الذين تحملوا عناء انشغالي عنهم.**

الباحثة

قائمة المحتويات

الموضـــــــــــــــــــــــوع	رقم الصفحة
مقدمة حول موضوع الدراسة :	١
أولا : مشكلة الدراسة :	١١
ثانياً : أهداف الدراسة :	١١
ثالثاً :مبررات الدراسة :	١٢
رابعاً : تساؤلات الدراسة :	١٢
خامساً : أهمية الدراسة :	١٣
الأهمية العلمية :	١٣
الأهمية المجتمعية :	١٣
سادساً : مفاهيم الدراسة :	١٤
الدراسات السابقة	٥٤
أولاً : الدراسات التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات وآلياتها وعلاقتها بتغير القيم .	٥٥
ثانيًا : الدراسات التي تناولت موضوع الاستهلاك :	٧٨
الفصل الثالث	١٠٥
النظريات المفسرة لموضوع الدراسة	١٠٥
أولا- نظرية عمومية (عالمية) الثقافة الاستهلاكية :	١٠٦
ثانياً : خصوصية ثقافة الاستهلاك :	١١١
ثالثاً : نظريات العولمة :	١١٨
١. القيم	١٤٧
خصائص القيم :	١٤٩
تصنيف القيم :	١٥٠
بعد المحتوى : حيث صنفها "سبرنجر" في ستة قيم هي :	١٥٠
بعد المقصد : وتنقسم القيم من حيث المقصد إلى نوعين :	١٥١
بعد الشدة : وتتمثل في :	١٥١
بعد العمومية : وتنقسم إلى قسمين هما :	١٥١
بعد الوضوح : وتقسم إلى قسمين هما :	١٥١
بعد الدوام : وتقسم إلى قسمين هما :	١٥١
٢. الاستهلاك :	١٥٢

الموضـــــــــــــــــــــــــــوع	رقم الصفحة
الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	١٧٧
أولاً- حدود الدراسة ومجالاتها :	١٧٧
١- حدود الدراسة المنهجية والنظرية :	١٧٧
٢- مجالات الدراسة :	١٧٨
المجال المكاني (الجغرافي) :	١٧٨
المجال الزمني :	١٧٩
المجال البشري :	١٧٩
ثانياً : وسيلة جمع البيانات :	١٧٩
ثالثا : مجتمع البحث	١٨٢
* المتوسط المرجح لعدد أفراد الأسرة حسب المناطق.	١٨٩
المصدر: الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق، المسح الاقتصادي والاجتماعي (٢٠٠٢-٢٠٠٣، بيانات الإنفاق والدخل العائلي، الجزء الثالث، طرابلس، ٢٠٠٣.	١٨٩
رابعاً : اختيار العينة :	١٩٧
خامساً : الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث :	١٩٨
تحليل البيانات وتفسير النتائج	٢٠١
ثالثا : النتائج	٢٣٩
الخاتمة :	٢٤٤
ملخص الدراسة :	٢٤٥
مشكلة الدراسة :	٢٤٥
تساؤلات الدراسة :	٢٤٥
أهداف الدراسة :	٢٤٥
Abstract of the study	٢٤٩
المراجع	٢٥٤
الملاحق	٢٧٩
ملحق رقم (١)	٢٧٩
ملحق رقم (٢)	٢٨٠
ملحق رقم (٣)	٢٨٤

فهرس الجداول

الجـــدول	رقم الصفحة
جدول (١) يوضح الثبات لمقياس تكنولوجيا المعلومات:	١٨١
جدول (٢) يوضح الثبات والصدق لمقياس تكنولوجيا المعلومات:	١٨١
جدول (٣) (أ) يوضح عدد الأسر وأفراد الأسرة ومتوسط الانفاق السنوي حسب المناطق ونوع التجمع السكاني	١٨٧
جدول (٣) (ب) متوسط الإنفاق السنوي للأسرة لعينة المسح حسب فئات إنفاق الفرد وأبواب الإنفاق لمنطقة طرابلس	١٨٩
جدول (٤) يوضح مؤشرات تكنولوجيا المعلومات في ليبيا ٢٠١٢م	٢٠٦
جدول (٥) يوضح أفراد العينة طبقاً لمتغير النوع:	٢٠١
جدول (٦) يوضح أفراد العينة طبقاً لمتغير السن:	٢٠٢
جدول (٧) يوضح أفراد العينة طبقاً للحالة الاجتماعية:	٢٠٢
جدول (٨) يوضح أفراد العينة طبقاً للمستوى التعليمي:	٢٠٣
جدول (٩) يوضح أفراد العينة طبقاً لمحل الإقامة:	٢٠٣
جدول (١٠) يوضح أفراد العينة طبقاً لمصدر الدخل:	٢٠٤
جدول (١١) يوضح أفراد العينة طبقاً لفئات الدخل الشهري:	٢٠٥
جدول (١٢) يوضح أفراد العينة طبقاً لنوع المسكن:	٢٠٦
جدول (١٣) يوضح أفراد العينة طبقاً لملكية المسكن:	٢٠٦
جدول (١٤) يوضح أفراد العينة طبقاً لطبيعة المسكن:	٢٠٧
جدول (١٥) يوضح أفراد العينة طبقاً لاستخدام الإنترنت:	٢٠٧
جدول (١٦) يوضح أفراد العينة طبقاً لملكية السيارة:	٢٠٨
جدول (١٧) يوضح أفراد العينة طبقاً لملكية جهاز الكمبيوتر:	٢٠٩
جدول (١٨) يوضح أفراد العينة طبقاً لملكية الهاتف المحمول:	٢٠٩
جدول (١٩) يوضح أفراد العينة طبقاً لملكية جهاز ACDL:	٢١٠
جدول (٢٠) يوضح أفراد العينة طبقاً لملكية جهاز واي ماكس:	٢١٠
جدول (٢١) يوضح أفراد العينة طبقاً لملكية جهاز الآي باد:	٢١١
جدول (٢٢) يوضح أفراد العينة طبقاً لملكية جهاز التليفزيون:	٢١٢
جدول (٢٣) يوضح أفراد العينة طبقاً لملكية جهاز ريسيفر ودش:	٢١٢
جدول (٢٤) يوضح توزيع مقياسي تكنولوجيا المعلومات، والقيم الاستهلاكية من حيث توزيعاتهم العشوائية:	٢١٣
جدول (٢٥) (أ) يوضح المتوسط المرجح:	٢١٤
جدول (٢٥) (ب) يوضح مجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات واتجاهاتها عن طريق حساب المتوسط المرجح:	٢١٥

الجـــــــــــــــــــــــــــــــــدول	رقم الصفحة
جدول (٢٦) يوضح مقياس القيم الاستهلاكية واتجاهه عن طريق حساب المتوسط المرجح:	**٢١٦**
جدول (٢٧) يوضح مقياس القيم الاستهلاكية واتجاهه من خلال بعض المؤشرات الفرعية داخل المقياس عن طريق حساب المتوسط المرجح:	**٢١٧**
جدول (٢٨) يوضح الأهمية النسبية لمجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات :	**٢١٩**
جدول (٢٩) يوضح مصفوفة الارتباط بين مجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات :	**٢١٩**
جدول (٣٠) يوضح الأهمية النسبية لمجالات مقياس القيم الاستهلاكية :	**٢٢١**
جدول (٣١) يوضح مصفوفة الارتباط في بين مجالات مقياس القيم الاستهلاكية :	**٢٢٢**
جدول (٣٢) يوضح اختيار (T) لمجالات مقياس القيم الاستهلاكية بين الذكور والإناث :	**٢٢٣**
جدول (٣٣) يوضح اختبار (T) لمجالات مقياس القيم الاستهلاكية بين الذكور والإناث في المؤشرات الفرعية للمقياس :	**٢٢٤**
جدول (٣٤) يوضح مصفوفة الارتباط بين مجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات ومجالات مقياس القيم الاستهلاكية :	**٢٢٦**
جدول (٣٥) يوضح تحليل التباين بين فئات الدخل ومجالات مقياس القيم الاستهلاكية :	**٢٢٩**
جدول (٣٦) (أ) يوضح مصفوفة الارتباط بين مجالات تكنولوجيا المعلومات ومجالات مقياس القيم الاستهلاكية (ذكور)	**٢٣١**
جدول (٣٦) (ب) يوضح مصفوفة الارتباط بين مجالات تكنولوجيا المعلومات ومجالات مقياس القيم الاستهلاكية (إناث)	**٢٤٠**
جدول (٣٧) يوضح تحليل التباين بين فئات الدخل وأبعاد ومؤشرات مقياس القيم الاستهلاكية :	**٢٣٤**
جدول (٣٨) مصفوفة الارتباط بين مجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات و المسكن (مظهرية – حضارية)	**٢٨٠**
جدول (٣٩) مصفوفة الارتباط بين مجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات و السيارات (مباشرة - مظهرية – حضارية)	**٢٨٠**
جدول (٤٠) مصفوفة الارتباط بين مجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات و المأكل (مباشرة - مظهرية – حضارية)	**٢٨١**
جدول (٤١) مصفوفة الارتباط بين مجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات و الملبس والمظهر الخارجي (مباشرة - مظهرية – حضارية)	**٢٨١**
جدول (٤٢) مصفوفة الارتباط بين مجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات و السفر والتنزه (مباشرة - مظهرية – حضارية)	**٢٨٢**
جدول (٤٣) مصفوفة الارتباط بين مجالات مقياس تكنولوجيا المعلومات و الأجهزة الإلكترونية (مباشرة - مظهرية – حضارية)	**١٩٤**

مقدمة (حول موضوع الدراسة):

يُعبر الاستهلاك عن التمايز الطبقي وفقاً لأنماط الاستهلاك وكثافته واستمراريته، كما أنه يُعد مؤشراً يبين كيف أن البشر يجدون مجالاً للتعبير عن الذات والضغوط التي يعيشونها في حياتهم اليومية، ويكشف الاستهلاك في جوانبه عن التقدم التكنولوجي وإسهامه في تدعيم الاستهلاك واتساع قاعدة المستهلكين، وتحول كثير من السلع من عالم الكماليات إلى عالم الضروريات، وكان الإعلام بمثابة آلية لخلق الوعي الكوني بالسلع والمنتجات والمنشآت الحديثة وشكل ثقافة موجهة نحو ذلك(١).

كما أن الاستهلاك هو أسلوب حياة، يتضمن الرموز والمعاني المعبرة عن الاستهلاك، وفي ظل صور الاستهلاك التي فرضتها العولمة من خلال أصحاب الإنتاج والإعلانيين الذي يهدفون إلى تغليف المعنى وتغيير المفاهيم والسلوك، وغرس رموز ومعاني جديدة ترتبط بالسلع المستوردة والمنشآت الحديثة، تصل إلى المتلقي وتشكل وجدانه، وتصبح جزء من تكوينه، حيث أخذت السلع المادية دلالات اجتماعية ورمزية تتجاوز قيمتها المادية، وتشكلت نوعية حياة خاصة تعمل على مزيد من هيمنة هذه المنشآت(٢)، كما أن امتلاك أصحاب هذه المنشآت لتكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال، ساهم في إعادة تشكيل أذواق المستهلكين وترغيبهم في السلع المنتجة ودفعهم نحو نزعات استهلاكية لا حدود لها(٣)، حيث ينزع المتلقي نحو الرغبة في الامتلاك والارتباط العاطفي بالسلعة دون وعي أو إدراك، وهو في الحقيقة

---

(١) آمال عبد الحميد محمد، العولمة والثقافة الاستهلاكية، الأشكال والآليات، مجموعة من أساتذة علم الاجتماع بالجامعات المصرية، المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، تحرير: أحمد مجدي (حجازي) أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة: ٢٢-٢٣ أبريل، ٢٠٠١م، ص ١٧١.

(٢) المرجع السابق، نفس الصفحة.

(٣) أحمد مجدي حجازي، ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية، في مجموعة من أساتذة علم الاجتماع بالجماعات المصرية، المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، مرجع سابق، ص ١٢٢.

قد لا يحتاج إلى هذه السلعة، وبذلك تحولت قيم الإنتاج إلى قيم استهلاكية، وأصبح امتلاك السلع يعني الحصول على مكانة متميزة بين أعضاء جماعته، حيث يحاول بعض الأفراد أن يعلنوا عن ذواتهم من خلال مظهرهم وملابسهم والسلع والممارسات التي تحيط بهم، وبذلك تتشكل نزعات استهلاكية ترفية ويصبح التسوق هدفاً يسعى إليه بعض الأفراد، راغبين في الحصول على ما يعلن عنه[١].

كما أن للتكنولوجيا أثراً واضحاً على القيم، إذ أن القيم تتغير لتلائم العالم الذي صنعته التكنولوجيا، فبتغيير التكنولوجيا تتغير الوسائل المتاحة أمام الفرد والمجتمع لتحقيق الأهداف المشتقة من القيم، وعند تطبيق تكنولوجيا جديدة على مواقف أنجزتها القيم القديمة فإن القيم نفسها تتغير تغيراً دقيقاً.

فالتكنولوجيا تؤثر بقوة في القيم وفي المستقبل قد تسهم في إحداث تغيرات قيمة لا يمكن تجديدها إلا في نقطة زمنية محددة، حسب الإطار التكنولوجي الموضوعة فيه[٢].

وتهتم الدراسة الحالية بالتعرف على القيم الاستهلاكية وعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات، وقد تم تقسيم الدراسة إلى ستة فصول، يهتم الفصل الأول بعرض الإطار التصوري لمشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها وفروضها ومفاهيم الدراسة، كما يهتم ويعرض الفصل الثاني لأهم الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت علاقة بموضوع الدراسة، ويعرض الفصل الثاني لأهم الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت أولها علاقة بموضوع الدراسة، ويعرض الفصل الثالث لبعض النظريات التي تفسر مشكلة الدراسة، كما يعرض الفصل الرابع لمحددات القيم الاستهلاكية، ومحاولة عرضها بشكل يحقق فهم هذا الموضوع والعوامل أو المتغيرات التي تؤثر أو تتأثر بها، وما لها من علاقات بمتغيرات أخرى.

---

(١) أحمد مجدي حجازي، ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص ١١٥ – ص ٢١٤.

(٢) عصام الدين على حسن هلال، محمد حسن الجندي، القيم الاقتصادية في الصحافة، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ط١، ٢٠١٠م، ص ٢٦٧.

ويعرض الفصل الخامس لأهم إجراءات الدراسة الميدانية من نوع وأسلوب الدراسة وعينتها ومعالم مجتمع البحث وحدودها ومجالات الدراسة المكانية والزمانية والنظرية، بالإضافة إلى أهم الأساليب الإحصائية التي سيتم استخدامها في تحليل البيانات.

وأخيراً يهتم الفصل السادس ويعرض لتحليل بيانات الدراسة وتفسير النتائج.

ونأمل أن تكون الباحثة قد وفقت في الإفادة والاستفادة من خلال هذه الدراسة الميدانية لأهم المواضيع التي تمس المجتمع العربي والمجتمع الليبي بوجه خاص.

الفصل الأول

الإطار التصوري لمشكلة الدراسة

أولا: مشكلة الدراسة:

ثانياً: أهداف الدراسة:

ثالثا: تساؤلات الدراسة:

رابعاً: أهمية الدراسة ومبرراتها:

الأهمية العلمية:

الأهمية المجتمعية:

خامسا: مفاهيم الدراسة:

الإطار التصوري لمشكلة الدراسة

مقدمة:

تعد قضية الاستهلاك من أهم القضايا بالنسبة للدول النامية التي تسعى إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لذلك فإن زيادة الاستهلاك تشكل عبئا اكبر على اقتصاديات هذه الدول وعلى اقتصاديات أفرادها، ويتعلق السلوك الاستهلاكي بكافة الأنشطة التي يبذلها الأفراد في سبيل الحصول على السلع والخدمات واستخدامها بما فيها اتخاذ قرار الشراء الذي تتسابق الكثير من الشركات ووكالات الإعلان، على ابتكار العديد من النماذج والمعلومات والأشكال الفنية الجذابة لتحقيق المزيد من الجذب، والتأثير في سلوك المستهلك، حيث تعتبر وسائل تكنولوجيا المعلومات من الأشياء الهامة التي تؤثر على السلوك الاستهلاكي للفرد، فهي تعمل على إثارة الانتباه وتغيير الاتجاه من استخدام سلعة ما إلى سلعة أو خدمة أخرى، كما أنها تعمل على إضفاء صورة مزيفة للسلع والخدمات فتصورها بأنها مصدراً للرفاهية والرقي والسعادة، كما أن التقدم الهائل لتكنولوجيا المعلومات ساهم في انتشار تكنولوجيا الاستهلاك، وتعني التأثير في خصائص السلع بحيث يشعر المستهلك بأنها سلعة جديدة، وتقديمها بطريقة جديدة، مما قد يؤثر في أنماط الاستهلاك.

بالإضافة إلى أن التطورات التي شهدها العالم في مجال العلاقات التجارية والاتصال ساهمت في انتقال عناصر ثقافة الاستهلاك إلى كافة أنحاء العالم، وتغيرت أساليب حياة الشعوب، وتبدلت الأذواق، وظهرت أنماط جديدة من الاستهلاك وساعد ذلك أيضا على دعم صناعة الثقافة وتكنولوجيا الاتصال[1]، كما أن هذه التطورات في الإعلام والاتصالات ساهمت في ضخ قيماً متناقضة مع احتياجات الواقع، ونقل أفكار وصور ونماذج لا تتلاءم مع ثقافتنا، مما أدى إلى تناقض في بيئة هذه الثقافة والتي من ضمنها استيراد قيم استهلاكية تتناقض مع

---

[1] أحمد مجدي حجازي، إشكالية الثقافة والمثقف في عصر العولمة، القاهرة: دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م، ص ٢٢٤.