

دراسة تحليلية لأثر الثقافة الاستهلاكية في تنامي ظاهرة الصراع القيمي لدى الشباب
الجزائري في ضوء العولمة.

**An Analytical Study of the Effect of Consumer Culture on the Growing
Phenomenon of Value Conflict, Among Young People Algerian in Light
of Globalization**

أ.د. بعين نادية

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، الجزائر

baibennadia@gmail.com

ط.د. مزراق نوال

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، الجزائر

nawalmou61@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/09/06

تاريخ الاستلام: 2019/02/01

الملخص: تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على ظاهرة اقتصادية هامة ألا وهي الثقافة الاستهلاكية، والتي زادت حدتها بشكل كبير خلال العقود الأخيرة. كما تصب إلى طرح معرني يغدو في محاولة توضيح هذا المفهوم الذي يستند على فلسفات مختلفة، حيث تعرضنا في النقطة الأولى إلى المناقشات الفكرية والنظرية التي تناولت الثقافة الاستهلاكية، وفي النقطة الثانية ناقشنا الصراع القيمي عند الشباب، وهذا بعد تحديد مفهومه وأسبابه، وتأثيره على الحياة الاجتماعية والعلاقة بينه وبين الثقافة الاستهلاكية والتي تتجسد في مختلف صور القيم الاستهلاكية المستحدثة. و يشير التحليل إلى وجود أثر إيجابي بين كل من مؤشرات الثقافة الاستهلاكية ومستويات الصراع القيمي لدى الشباب.

الكلمات المفتاحية: الثقافة الاستهلاكية، الصراع القيمي، الشباب الجزائري، العولمة.

Abstract: This study at Shedding light on an important economic phenomenon which is the consumer culture, which has been exacerbated and greatly increased in recent decades, and based on a conceptual approach as concept based different philosophies, we present in the first point the intellectual and the theoretical debates which to the consumer culture, in a second point we discuss the value conflict among young people, which usually leads, we define the concept of trust its causes, its dimensions, its decline and its impact on social life. and the relationship between consumer culture, which is reflected in various images of consumer values developed. The result suggest the existence of a positive Relationship between consumer culture indicators and value conflict rates among young youths.

Key Words: Consumer Culture, Value conflict, Algerian youths, Globalisation.

JEL Classification: D11, D12.

*مرسل المقال: مزراق نوال (nawalmou61@gmail.com).

المقدمة:

تعد الثقافة الاستهلاكية ظاهرة اقتصادية ذات جذور تاريخية عرفتها المجتمعات عبر العصور ، وقد اتخذت أشكالاً واضحة المعالم وبالغة التأثير في العصر الحالي أو ما يعرف بعصر العولمة، وأصبحت من المواضيع ذات الأهمية في البحوث العلمية في العديد من المجالات خاصة علم الاقتصاد والعلوم الاجتماعية باعتبارها وسيلة لتنميط ثقافات الشعوب وتحقيق الهيمنة الثقافية للدول الغربية وتشكيل النموذج الثقافي الاستهلاكي العالمي الموحد.

وعلى صعيد آخر فقد تغيرت مضامينها ودلالاتها ولم تعد مجرد إشباع الحاجات المادية والبيولوجية للشعوب بل صارت تتضمن دلالات ورموز قيمة وثقافية تجسد الأنماط الحياتية للدول المنتجة لها، وشكلت وسيلة لتحقيق ما يعرف بالاختراق الثقافي للمجتمعات، من خلال القيم الاستهلاكية والنزعة المادية التي تحاول تأصيلها في الأفراد وسلعة المجتمعات، وجعل الثقافة مجرد سلعة تجارية يمكن تداولها بين الشعوب في غياب أدنى مرجعية قيمة أو اجتماعية أو حضارية.

ولقد غزت هذه الثقافة الاستهلاكية دول العالم الثالث ومنها الجزائر وهي في أسوأ ظروفها وأقل استعدادا لها، خاصة في ظل الانهيار الكبير لمؤسسات التنشئة الاجتماعية، وهشاشة المنظومة القيمية لدى الشباب ومن صور تأثيراتها على الفرد الجزائري وخاصة الشباب التقليد الواسع للماركات العالمية في اللباس الغذاء قصات الشعر، الكلام، استهلاك الأطعمة الحديثة، والسعي للمتع اللامحدودة، والاستهلاك اللاوعي للمنتجات غير الضرورية في إطار إشباع الكماليات. أي المبالغة في تعظيم كل ما هو مادي غريزي في مقابل تهيمش وإهمال كل ما هو روحي قيمى اجتماعى ثقافى.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل تأثير الثقافة الاستهلاكية في ظهور وتنامي ظاهرة الصراع القيمى لدى الشباب الجزائري، وذلك من خلال التفاعل الذى قد يحدث بين المضامين القيمية والثقافية المتناقضة والمادية التي تتضمنها المنظومة القيمية لدى الشباب. والذي من صوره الصراع بين الوافد والحلى وبين جيل الشباب وجيل الكبار وبين عادات وثقافة المجتمع وطموحات وأهداف الشباب.

ولعل تركيز الدراسة على الشباب بسبب السمات النفسية والاجتماعية المتغيرة التي يمتازون بها وباعتبارهم أكثر الشرائح ارتباطا بالعالم الخارجى والأكثر انفتاحا عليه، خاصة في ظل النمو الهائل لوسائل الاتصال، ما يجعلهم مجالا خصبا لبيان أثر الثقافة الاستهلاكية في تنامي ظاهرة الصراع القيمى. والدراسة الحالية تحاول تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- محاولة التحديد المعرفى لظاهرة الثقافة الاستهلاكية وأهم سماتها.
- محاولة رصد صور تأثير الثقافة الاستهلاكية على المنظومة القيمة لدى الشباب الجزائري من خلال مختلف القيم الاستهلاكية التي تتضمنها.
- تحديد مفهوم الصراع القيمى لدى الشباب وأهم ملامحه في عصر العولمة.
- اقتراح بعض الميكانيزمات لمواجهة تأثيرات هذه الثقافة على المنظومة القيمية لدى الشباب الجزائري.

1- المقاربة النظرية لمفهوم الثقافة الاستهلاكية وأهم سماتها في عصر العولمة:

قبل التطرق إلى مفهوم الثقافة الاستهلاكية لابد من الإشارة إلى أن الاستهلاك هو عملية ذات طابع اقتصادي مثل العرض والطلب ومعدل الإنتاج وجودته، كما انه ذو صبغة اجتماعية مثل المستوى الاجتماعي. لهذا حظيت الثقافة الاستهلاكية باهتمام العديد من التخصصات كان أولها علم الاقتصاد ثم امتد إلى علوم أخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس والأنثروبولوجيا، وتم اعتبارها جزء من حياة المجتمعات وذات علاقة وطيدة بالجانب القيمي والعقائدي لديها، وتم صياغة العديد من التعريفات حولها في ظل انتماءات وتوجهات الباحثين نذكر منها:

تعرف على أنها: "مجموع المعاني والرموز والسلوكيات المصاحبة لعملية الاستهلاك بدءا من تبلور الرغبة في الاستهلاك مروراً بالاستهلاك الفعلي، وانتهاء لما بعد الاستهلاك." (رشا مصطفى عوض، 2009، ص 16)

كما تعرف على أنها: "تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، أي أنها مجموع المعاني والرموز والصور التي تصاحب هذه العملية الاستهلاكية، والتي تظفي على هذه العملية معناها وتحقق دلالاتها في الحياة اليومية." (موزة عيسى سلمان الدوري، 2018، ص 242).

وفي نفس السياق يعرفه عوادة (2006) على أن الثقافة الاستهلاكية ما هي إلا الطريقة التي يتحدد من خلالها قضاء الناس لحاجاتهم وإشباع رغباتهم سواء كانت هذه الحاجات مادية، كالأكل والملبس والمشرب أو رمزية كسماع الموسيقى والأغاني.. الخ، سواء أكانت حاجات حقيقية أو زائفة والقيم والاتجاهات، التي تدفع الإنسان وتوجهه لانتقاء أساليب استهلاكية معينة." (محمود عوادة، 2006، ص 94).

واستنادا لما تم طرحه يمكن القول أن الثقافة الاستهلاكية ما هي إلا مجمل التصورات والرموز، والأساليب الاستهلاكية المصاحبة لعملية الاستهلاك، بدءا من تبلور الرغبة في الاستهلاك إلى الاستهلاك الفعلي وانتهاء لما بعد الاستهلاك. بهدف إشباع حاجات مختلفة بيولوجية ونفسية واجتماعية، وهي ذات أبعاد ومضامين اقتصادية وثقافية قيمة.

ونظرا لما تحويه هذه الثقافة من مضامين وأبعاد متعددة خاصة في عصر العولمة، فهي تتميز بجملة من السمات نذكر منها مايلي:

- تعمل على تقييم نوع من الإحساس بالتميز والتفوق لدى المستهلك، فيصبح الهدف هو امتلاك السلعة بغض النظر عن الحاجة إليها، وتدرجيا يتعود المستهلك على متابعة حركة السوق والشراء والبحث عن أقصر الطرق للحصول على كل ما هو جديد من سلع أو معلن عنها.
- (مديحه فخري محمود، 2016، ص 63)
- التشجيع على الاستهلاك الغريزي وتمجيد كل ما هو أجنبي واستهلاكه ماديا وروحيا، باعتباره رمزا من رموز المكانة الاجتماعية.

- خلقت نمطا جديدا من الشخصية أكثر انجذابا نحو الخارج وأكثر اهتماما بالمظاهر الخارجية وعلى رأسها المتع الحسية، فهي تجعل فكرة المحافظة على الجسد شرط أساسي للقبول الاجتماعي.
 - عملت على تنميط السلوك الاستهلاكي للأفراد في شكله الموجه، تشابه مع الآخرين وليس أحد أحسن من أحد، فهي تدعو إلى ضرورة الاقتداء والتشبه بالآخرين، وفي نفس الوقت تدعو إلى التميز حتى لا يكون منبوذا. (عبد الرزاق أدير، 2013، ص 81)
 - الثقافة الاستهلاكية ثقافة قهريّة تدفع الناس إلى الاستهلاك والركض خلف طموحات تعتمد على التقليد، وتأسس على الإنتاج المستمر للعلامات والرموز، فهي ثقافة رمزية معنوية تربط الرموز والعلامات بالسلع المستخدمة. (عرايبي محمود، 2006، ص 96)
 - ثقافة ذات طبيعة معنوية ترتبط بالمعاني والرموز والخبرات والصور وما إلى ذلك، إذ أن ممارسة التسوق لا ترتبط بالممارسات المادية فقط، بل أنها تعامل معنوي يكتسبه الفرد من خلال خبراته ومجموعة الصور الخاصة به. ومنه يصبح التجول في السوق هدفا في حد ذاته يرتبط بالاستمتاع الشخصي وبوعي الشخص بظهوره في الأسواق أو ما يطلق عليه الاستهلاك البصري Voyeuristic Consumption.
 - أنها ثقافة ذات طابع أسلوبى على السلع، بحيث يكون للسلعة تأثير يعبر عن فردية أو تفرد مالكيها وغالبا ما تعبر الثقافة الاستهلاكية عن ذلك بربط السلع بشخصيات معينة أو أنماط معينة للشخصية كنمط الرجل الناجح أو السيدة الراقية. (منى السيد حافظ عبد الرحمان، 2012، ص 346)
- و تأسيسا لما تم طرحه نجد أن الثقافة الاستهلاكية من خلال هذه الخصائص تحاول صبغة ثقافة الشعوب بالصبغة المادية، وذلك بالتشجيع على المتع الحسية والغرائز، وبث النزعة المادية في الفرد، وإلغاء الكثير من القيم الروحية والأخلاقية، وتحويل الثقافة إلى مجرد سلعة تجارية، وهذا ما تسعى إليه العولمة بكل وسائلها والتي منها الثقافة الاستهلاكية.

2- أنماط الثقافة الاستهلاكية وأهم ملامحها في المجتمع الجزائري:

قبل الإشارة إلى أنماط الثقافة الاستهلاكية يمكن القول أنها جاءت محصلة لتغيرات اجتماعية واقتصادية أفرزتها العولمة، كما أنها جعلت من السلوك الاستهلاكي تعبيرا عن دلالات ورموز وسلوكيات تتجاوز مجرد استخدام السلعة أو الخدمة، بل تحمل في طياتها مضامين ثقافية وتغيير للعادات والتقاليد إلى عادات وقيم لا تنسجم مع قيمنا العربية الإسلامية، والأخطر من ذلك أنها جعلت الثقافة مجرد سلع تجارية تنشر الثقافة الغربية، وتتجسد في أنماط اللباس والأكل والطعام.

2-1- نمط الاستهلاك الغذائي المفرط (الأطعمة الحديثة):

تعد ظاهرة الاستهلاك المفرط للأطعمة والمنتجات التي تشهدها الجزائر خاصة خلال السنوات الأخيرة دليلا على الاجتياح الكبير للثقافة والعادات الغربية، حيث أصبح استهلاك الفرد الجزائري لا يتوقف على ما هو موجود بل يتعداه إلى الكماليات من خلال تقليد الثقافات الأجنبية، وذلك على حساب إطاره القيمي وكذا البناء

الاجتماعي والثقافي والاقتصادي للمجتمع الجزائري. ويلاحظ ذلك في المناسبات الاجتماعية والأعياد ومن مظاهره التبذير والإسراف والمغالاة في استخدام أصناف الطعام، بالإضافة إلى ثقافة الأطعمة الجاهزة والتي انتشرت بين الشباب والكثير من الأسر، وزالت من خلالها الكثير من العلاقات التي تعرفها الأسرة الجزائرية، وهذا ما يؤكد محمود عودة (2006) أن هذه الثقافة انهارت بسببها مواعيد الالتفاف حول مائدة الطعام الواحد، وفرص الحوار، بالإضافة إلى اختفاء المناخ النفسي والجو الأسري وإشباع الحاجات النفسية والعاطفية والاجتماعية. (إسماعيل حمدي محمد، 2017، ص 25).

ولكن لا بد من الإشارة أن الخطورة لا تكمن في التبذير والمغالاة في الطعام، وتناول الأطعمة خاصة ذات المصدر الأجنبي مثل الهومبرغر، والبيتزا، المكدونالد، والأكلات التي تحمل دلالات اجتماعية وثقافية غريبة، بقدر ما تكمن خطورتها على المنظومة القيمية، فقد أصبح الغذاء ومختلف أنواعه أداة يعبر من خلالها الفرد عن مكانته الاجتماعية وانتماءه ورفيقه، واكتساب الهيبة والتميز، كما لم يعد وسيلة لإشباع حاجات فيزيولوجية فقط بل إشباع مختلف الحاجات النفسية والاجتماعية.

ولقد ساعد على انتشار هذه الثقافة الاستهلاكية للأطعمة مختلف وسائل التكنولوجيا خاصة القنوات الفضائية سواء الأجنبية أو الجزائرية والإعلانات التي تبثها عن أنواع الغذاء وخصائصه وحتى الجانب النفسي الذي يشبعه، بالإضافة إلى الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وما تروجه من أصناف الاستهلاك وجودة المنتجات والفوائد من استهلاكها سواء الصحية أو الاجتماعية، فقد عملت على قبولية الثقافة الغذائية بقيم وعادات الثقافة الغربية وجعلها ذات دلالة اقتصادية ونفسية واجتماعية بعدما كانت ذات دلالة استهلاكية غذائية فسيولوجية فقط.

2-2- نمط الاستهلاك الترفيهي والتفاخري:

لقد عملت وسائل الإعلام والاتصال على الترويج للكثير من الأنماط الاستهلاكية الغربية، من خلال نقل صور المجتمعات بما تحمله من دلالات وتصورات ومضامين الرخاء والرفاهية، وحثهم على الاقتداء بها بواسطة الإعلانات، الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ملامح هذا الاستهلاك هو الاستخدام المفرط للوسائل مثل الهواتف، السيارات، اللباس، استخدام مواد التجميل والعطور، المأكولات، المشروبات، تقليد قصص الشعر للمشاهير... الخ. كما أن هذا النمط من الاستهلاك يتضمن قيم ترفيهية تجعل من هذه الأشياء وسيلة للسعادة، تحقيق التميز، النجاح، تحقيق الرقي ومواكبة العصر. ولقد أصبح شراء الشباب الجزائري للكثير من الأشياء بالرغم من ارتفاع سعرها ليس لحاجته إليها، بقدر ما هي مهمة في إحداث الظهور والتفاخر والكبرياء، وهذا ما يجلب له السعادة والارتياح، فمثلا لم يعد اقتناء السيارة كوسيلة للتنقل وقضاء الحاجات بل للتباهي وإظهار المكانة الاجتماعية، إضافة إلى القبول الاجتماعي الذي تحققه له. كما أن تقليد موضات المشاهير صار وسيلة لتحقيق التوازن النفسي والتخفيف من الفشل والبطالة والتهميش الذي يعيشه هؤلاء الشباب في المجتمع الجزائري.

وتكمن الخطورة في هذا النوع من الاستهلاك على الشباب في المضامين والقيم التي يتضمنها والخلل الإدراكي الذي تسببه، فقد أصبح هؤلاء الشباب ينظرون إلى أن عدم إتباع واستهلاك الموضات المختلفة من لباس ووسائل تكنولوجية وهواتف وقصات شعر... الخ، قد يسبب لهم الإقصاء الاجتماعي والتهميش.

3- ملامح الصراع القيمي لدى الشباب الجزائري في عصر العولمة:

قبل التطرق لمختلف ملامح الصراع القيمي لدى الشباب الجزائري في عصر العولمة لابد من الإشارة إلى ماهية الصراع القيمي وأسبابه لدى الشباب: إن مفهوم الصراع القيمي من المفاهيم الاجتماعية التي طرأت عليها العديد من التحولات المفاهيمية التي أضافت أبعادا متعددة معناها بمرور الزمن، كما تعددت انتماءات المتناولين لهذا المفهوم وانعكس ذلك على محتواه فتباينت صيغته وتحدياته كما تباينت زوايا توظيفه، ما جعل من الصعوبة بمكان إيجاد تعريف جامع مانع له ومهما يكن من أسباب الاختلاف فهناك نقاط مشتركة في التعاريف التي تطرقت لهذا المفهوم سنعمل على توضيحها من خلال عرض عينة منها كما يلي:

- تعرفه حنان صالح (2007) على أنه "ظاهرة سيكولوجية داخلية بقولها: «حالة نزاع سيكولوجية تحدث بسبب تصارع قيم متناقضة متساوية في الأهمية متعارضة في المضمون، مما يجعل من الصعوبة التخلي عن إحداها دون تقديم تنازلات ما وفي ذات الوقت لا يمكن بقاؤهما معا».
- كما يشير الزيود (2006) على أنه: "نتاج التعارض بين قيم والفرد والنسق القيمي للمجتمع بقوله: "هو التناقض الذي يظهر في بعض قيم واتجاهات وأنماط السلوك لدى الفرد نتيجة تعارض وتضاد قيم الفرد مع النسق القيمي السائد في المجتمع، مما يؤدي إلى الشعور بالتوتر والقلق والاضطراب والتردد، وبالتالي المعاناة في المواقف الحياتية المختلفة". (الحري، 2007، ص 17).
- أما "جون ديوي" فقد اعتبر أن الصراع القيمي "مشكلة أخلاقية" تنتج عن تعرض الإنسان لمواقف تتعارض فيها قيمه مع غاياته وأهدافه وأنه سبب المشكلات الاجتماعية التي تحدث في المجتمع كالأزمات النفسية والجريمة، وقد بنى نظريته هذه على منظوره للقيم باعتبارها حالة من حالات الأحكام العملية بغض النظر عن قيمة الأشياء في حد ذاتها. (سليحات، 2014، ص 205).
- أما تعريف الصراع القيمي في الدراسة الحالية من طرف الباحثين فهو: "عدم التوازن والتناقض في النسق القيمي لدى الشباب نتيجة تعارض قيمهم مع المعايير الاجتماعية (القيم-العادات والتقاليد-الثقافة) السائدة في المجتمع ويظهر هذا التعارض في اتجاهاتهم وأفكارهم وأنماط سلوكهم، وفي مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والثقافية الفكرية والدينية والاقتصادية ورفضهم لكل ما هو قديم في المجتمع ما ينتج عنه الشعور بالحيرة والتوتر والمعاناة في المواقف الحياتية".

أما ما يجعل الشباب أكثر تأثرا بالثقافة الغربية وأكثر عرضة للصراع القيمي فهو:

- أنهم أقل من الأجيال التي تسبقهم بالتمسك بعادات المجتمع وتقاليد وقيمه وثقافته، حيث لم تطل فترة اندماجهم أو معاشيتهم لهذه العادات والتقاليد.
- لا يوجد لدى الشباب ما يحفزهم على التمسك بعادات المجتمع وتقاليد في ظل ظروف الفقر والحرمان التي يعيشونها، مما يزيد من سخطهم على هذه الأوضاع والظروف وما يرتبط بها.
- أنهم أكثر الفئات قابلية للتغير ورغبة فيه، وهذا ما ظهر في ثورات الشباب في مختلف أنحاء العالم.
- الانبهار بتكنولوجيا الغرب، وعدم التمييز بين ما هو إيجابي وما هو سلب.
- الانغماس في التغيرات العالمية المتسارعة بشكل إرادي أو لا إرادي وعدم ارتباطهم بالثقافة المحلية. (حميدة رزق، 2015، ص 24-25).

كما يضيف في هذا الصدد محمد خليفة (2003) أن الشباب أكثر عرضة لصدمة "صراع القيم" لأن أطهرهم المرجعية القيمية مازالت في طور التبلور والارتقاء ما ينتج عنه أنماط متنوعة من الشخصيات تتأثر في تشكيل خصائص سلوكها بما تفرزه الثقافة السائدة في المجتمع فترة من الفترات. (خليفة، 2003، ص 294). أما "محمد بومخلوف" فيرى بأن الصراع القيمي يحدث لدى الشباب عندما يكون هناك تعارض بين ثلاث جوانب في حياتهم وهي: "القيم والحاجات والوسائل"، وبمعنى أوضح بين القيم والمثل والمعايير المقبولة أو المفضلة في المجتمع من ناحية أولى والحاجات التي تعني طموحاته من أجل تحقيق النجاح الاجتماعي من ناحية ثانية والوسائل المؤدية لكل ذلك من ناحية ثالثة. وينقسم الشباب في سبيل التوفيق بين تلك التعارضات إلى ثلاث فئات:

- فئة الشباب المنغمس الخائض مع الخائضين، يركب الموجة ويعمل بالقيم الشائعة دون أن يجهد ذهنه كثيرا، لا تحكمه سوى المنفعة، يعيش قيمها بلا قيود ولا حدود.
 - فئة الشباب الاستراتيجي المناور، لا يبدي ما يخفي ويخفي ما لا يبدي دائم البحث عن البدائل المقنعة والمبررات التي يجد فيها مخارج شرعية لفعله مقبولة في الثقافة المرجعية، أو يضحى ببعض القيم إلى حين.
 - فئة الشباب الثابت الصامد المتمسك بالمبادئ لا تهمه النجاحات الشخصية بقدر ما تهمه مبادئه التي يحافظ عليها ولو كانت على حساب منفعه المادية ونزواته النفسية فيسعى إلى إرضائها قبل إرضاء نفسه.
- وبالرغم من تنوع فئات الشباب في التعامل مع التناقضات والاختلالات الاجتماعية والثقافية، فهي في جميع الحالات تعيش حالة صراع وتناقض سواء ضحى بمصلحه أو ضحى بقيمه أو ناور بينهما. (بومخلوف، 2013، ص 73-74).

استنادا لما سبق يمكن القول أن صراع القيم لدى الشباب قد لا يتعلق بقيم الهوية الوطنية والتاريخية ومكوناتها بقدر ما يتعلق بالقيم العملية والممارسات اليومية في المجالات الحياتية والاقتصادية والإدارية وما أصابها من انحراف وفساد ورشوة ووساطة ومحسوبية وغيرها من التصرفات التي تتعارض أو بالأصح تزيد من هشاشة المجتمع.

ومن ملامح الصراع القيمي لدى الشباب نذكر:

3-1- ازدواجية القيم والسلوك لدى الشباب:

إن قيم التنشئة تؤسس للسلوك الداخلي الذي يسلكه الشباب في حياته الأسرية وفي وسطه الاجتماعي الضيق، والقيم الشائعة تؤسس للسلوك الخارجي الممارس في المجال العام وفي الحياة العمومية، والقيم المثالية تؤسس للمثل العليا والمبادئ الأخلاقية والإنسانية السامية. وبالنسبة لحياة الشباب فكثيرا ما يتعارض الفعل والسلوك مع القول ولا يصدق العمل ما قر في القلب، حيث تدفع ضغوط الحياة الشباب وشدة الحاجة ومجازاة الواقع إلى تجاوز ما يؤمن به في سبيل إشباع حاجة من حاجاته الملحة، وذلك بسبب التعارض المتكرر والقوي بين الشروط الموضوعية للحياة من جهة، والشروط والمبادئ التربوية من جهة أخرى، كون أن الحياة الإنسانية تسيرها المبادئ وتخضع للضوابط الأخلاقية وحدودها وقواعدها.

وهكذا يتجلى صراع القيم لدى الشباب فيما يصدر عنه من أفعال وتصرفات في المواقف المختلفة، والمخرج لذلك الصراع هو أنه أصبح يحيا حياة تتميز بثلاث أنواع من الازدواجيات وهي كما يلي:

- الازدواجية الأولى: قيم الباطن وقيم الظاهر: وهو قولهم الإيمان في القلب وإن لم يصدقه العمل حيث أصبح بعض الشباب يجاري الواقع في أفعاله ويتجاوب مع القيم الشائعة، فتجده يقترف ما لا يؤمن به وتجدد يعيش تناقضا حادا في حياته إلى درجة تأنيب الضمير المستمر، وهذا ما جعله مزدوج الشخصية السلوكية.
- الازدواجية الثانية: قيم الداخل وقيم الخارج: فما يسلكه في بيته وما يرتضيه في أسرته شيء وما يمارسه خارج نطاقها في المجتمع شيء آخر، فسلوكه الخارجي يتركه عند عتبة الباب وهو يلج بيته كما يتركه مرة أخرى عند نفس العتبة حين خروجه للشارع والبيئة العامة. هكذا صار متشعبا بصنفين من القيم ويتقمص شخصيتين مختلفتين، وهو بذلك يعيش تناقضات كبيرة في حياته، فهو يتصرف خارج أسرته ومحيطه الاجتماعي بتصرفات تختلف عن تلك التي يتصرفها في أسرته وأمام أقاربه وحتى عن تلك التي يؤمن بها.
- الازدواجية الثالثة: قيم الضرورة: وهو أن بعض الشباب أصبح لا يتوانى في تجاوز بعض القيم عند الرغبة في قضاء حاجته، ويجد لذلك المبررات التي يقنع بها نفسه، ويبحث لها عن شرعية ثقافية تقيه تأنيب الضمير. ففي سبيل قضاء حاجته الملحة يخضع للشروط الموضوعية الواقعية ويجد مبرراتها في شيوعها. وفي أوقات عدم الحاجة تجده متمثلا للقيم تمام الامتثال.

وفي جميع الحالات تبين هذه الثنائيات الانقسام في الشخصية وعدم الثبات على المبادئ التي يعانى منها الشباب وعدم قدرته على مواجهة الواقع بكل ثبات وقوة وافتخار، ولهذا تجده شديد التأثر بقيم الآخرين والأخذ بأساليبهم في التفكير طرق الحياة وينساق بسهولة نحوهم. (بومخلوف، 2013، 75-76).

3-2- الشباب والموضة:

يحرص معظم الشباب على تأكيد تميزهم وإبراز هويتهم من خلال رموز خاصة منها موديلات الملابس وقصة الشعر المتميزة، والموسيقى الصاخبة وهذه الأزياء والمظهر والسلوك قد تبدو غريبة للكبار وغير متفقة مع قيمهم وهي تعبير عن قيم جديدة يكرسها الشباب في محاولتهم لتدعيم الهوية التي تفصل بين الجيلين. (حجازي، 1985، ص 208).

ويعد إتباع الموضة وصيحاتها احد عوامل التميز الذي يرغب فيه الشباب من اجل أن ينظر إليهم الآخريين نظرة تقدير واعتراف بكيانهم واستقلالهم واختلافهم عن جيل الكبار حيث يحرص الشباب على تأكيد تميزهم من خلال رموز ثقافية خاصة مثل موديلات الملابس. ومن بين هذه الموديلات والرموز البنطلون "الجيمنز الأزرق" والذي يرتديه أعداد متزايدة من شباب العالم وبالنسبة لملايس الفتيات فقد ظهر "الميني سكيرت" والتي تقترب من حالة الطبيعة والميكرو سكيرت التي تعلن نهاية الحضارة والملابس، كما ظهرت مؤخرا أشكالا أخرى أكثر عريا ما يسمى "فوق البطن" والتي أصبحت علامة على سعة الأفق والتفتح ومواكبة العصر.

وهذه الموديلات تكتسب إلى جانب قيمتها المادية أو قدرتها الاشباعية قيمة رمزية بحيث لم يعد الطلب على أي سلعة على أساس الجودة أو على أساس الخصائص الذاتية، إنما أصبح الأمر متوقفا وفي المقام الأول على العلامات التجارية، وهذا ما يوضحه المسيري في تحليله لبعض رموز هذه الحضارة وهو البنطلون الجيمنز الأزرق بحيث يلصق على الجيب الخلفي للبنطلون العلامة التجارية للشركة المنتجة بطريقة أشبه ما تكون بالإعلان عنها، وهذه العلامة يمكنها أن تحدد دخل صاحب البنطلون، ومكانته ووظيفته، فالماركة أو العلامة هي التي تحدد السعر، وهي في واقع الأمر أكثر أهمية من البنطلون في حد ذاته.

وهكذا أضحت الملابس من الطراز القديم مثار للسخرية والتهكم، ولا بد من تغيير على آخر موديل تماشيا مع الموضة، ولا بأس أن يلبس الجميع طرازا واحدا ولونا واحدا مهما أدى ذلك إلى النمطية البغيضة والتشابه الممل، وإلا أصبح من يشذ عن ذلك متهما بالتخلف والانتساب إلى العصر الحجري.

وان كان إتباع الموضة يقتضي من الشباب ألا يتحرج ولا يستحي من الظهور بالشكل الذي ترضيه الموضة المتجددة والمتغيرة على الدوام، فان الشاب غالبا ما يلقي الاستهجان والنقد من جيل الكبار فيعلقون على شكله ومظهره بأنه يتناقى مع قيمة الحياء والاحتشام التي كانت سائدة في جيل الآباء في مجتمعنا، وهنا يقع الشاب في حيرة وصراع قيمي بين الالتزام بقيمة الحياء والوقار في مظهره فيرضى عنه جيل الكبار ويرحبون به كفرد منهم، وبين الرغبة في التميز والانتماء لفئة الشباب وثقافتها الخاصة وموزها التي تحدها الموضة وتأمرا بها في مختلف المجالات وخاصة في الأزياء ومواد التجميل والإكسسوارات وغيرها من المواد الاستهلاكية. (عوي، ص 240-241).

3-3- التمرد على المجتمع:

تشير الدراسات إلى أن بعض الأنساق الاجتماعية تمارس ضغطاً على أعضاء المجتمع للتورط في سلوك منشق، ويكون هذا السلوك غير متطابق مع المعايير الاجتماعية السائدة فينشأ الأنومي بسبب الخلط والارتباك والصراع الكائن في المجتمع الحديث، حيث ينتقل الناس بسرعة من جماعة خاصة إلى أخرى لها معايير متغايرة.

وتلك المجتمعات لديها مجموعات كثيرة ومتناقضة المعايير، إلا أن أياً منها ليس له قوة الالتزام على الجميع لهذا يصبح الأفراد في حالة شك فيما ينبغي عليهم إتباعه وما ينبغي تركه، وما هو الخطأ وما هو الصواب وما هو غير ممكن، وبذلك على الناس أن يستجيبوا لهذه المواقف بطرق وأنماط مختلفة، حيث تتفاقم حالة الأنومي ويصبح الانحراف هو القاعدة. وأكثر ما يتجلى صورة الانسلاخ عن النسق القيمي السائد في المجتمع والتمرد على عاداته وتقاليده واعتبارها ضده، ومن مظاهر هذا التمرد الشغب وجرائم العنف التي أصبحت تمارس بين فئات متعددة من الشباب كدلالة على التناقضات القائمة في المجتمع. (سلمان، 2014، ص 204).

كما أن صور التشديد والتضييق الممارسة من المجتمع بمؤسساته المختلفة خاصة الأسرة والمدرسة تزيد من انتشار هذه الظاهرة في أوساط المراهقين ما يجعلهم ينفجرون سخطاً وغضباً وأحياناً التطرف في هذا الغضب، من خلال تغيير كل ما هو قديم من ملابس ومأكل ولغة وعادات وتقاليده وإظهار مختلف صور التمرد في مواجهة المجتمع.

3-4- استحداث لغة خاصة غريبة في أوساط الشباب:

يعد انتشار الألفاظ الغريبة والمستهجنة في أوساط الشباب مظهراً من مظاهر الخلل القائم في المنظومة القيمية وانعكاساً قوياً لتأثير العولمة الثقافية حيث لا تحمل هذه اللغة الجديدة ألفاظاً غريبة على المجتمع وقيمه فقط، بل تحمل في مضمونها ثقافة جديدة تتضمن قيم الاتكالية والأنانية وعدم احترام الناس والاستهتار بمشاعرهم.

حيث تشير " منى السيد حافظ (2005)" من خلال دراستها حول لغة الحوار بين الشباب في المجتمع المصري عن وجود لغة جديدة بالحوار اليومي بين الشباب في كافة الأنشطة اليومية، حيث أكد (70%) من أفراد العينة عن وجود لغة خاصة بينهم لا يفهمها غيرهم، كما أكد (91%) منهم على أن هذه اللغة تستخدم للفت الأنظار واثبات الذات، وأن هذه اللغة الجديدة تعبر عن التغيير نحو مستقبل أفضل. (حميدة رزق، 2015، ص 78).

3-5- التناقض أو التصدع المعرفي بين قيم الأفراد وسلوكياتهم:

فقد أرجعه الباحثون إلى التغيرات الثقافية والاجتماعية السريعة وغير المتوازنة والتي تؤدي في كثير من الأحيان إلى ظهور العديد من المشكلات النفسية والاجتماعية التي تعكس الدرجة المتفاوتة من التغيير بين عناصر المجتمع الواحد وعلى الأخص بين القيم والسلوك. كما أحدثت ظروف التنمية تغيرات في مفاهيم الإنسان العربي وقيمه، حيث انهار سلم القيم، وحدث نوع من التناقض بين قيم وسلوك الإنسان العربي فهناك نوع من التنافر المعرفي بين اتجاهات الفرد وقيمه من جهة، وبين سلوكه من جهة أخرى، وذلك نتيجة تصدعات الأنظمة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

وكشفت الدراسات والبحوث -سواء العربية أو الأجنبية- عن تناقض واضح بين القيم والسلوك فالقول شيء والسلوك شيء آخر مختلف تماما. ولهذا التناقض المعرفي أو التصدع المعرفي بين قيم الفرد وسلوكه آثاره السلبية، فمن شأنه أن يجعل الهوية في حالة تعرض لصدمات تيارات متعارضة، وتوجد هذه التصدعات داخل النظام الثقافي للفرد، كما توجد داخل النظام المعرفي. وتنشأ أزمات الهوية عندما يصبح التوتر الذي تثيره هذه التناقضات على أشده، وعندما تؤدي إلى شلل في طاقة الفعل أو إلى قلق دائم.

والصراع المعرفي ليس قاصرا على التنافر والتناقض بين القيم والسلوك، ولكنه قد يوجد بين القيم وبعضها البعض، التي تكشف شكل من أشكال الاغتراب في المجتمع العربي المعاصر، وفي هذا السياق يشير "حليم بركات (1991)" إلى أشكال هذا الاغتراب على النحو التالي:

- الصراع بين القيم القدرية والنزعة المضادة التي تؤكد قيم الإرادة الحرة والمسئولية الإنسانية في الثقافة العربية.
 - تصارع الثقافة بين تيارات تميل إلى القيم السلفية من ناحية، والقيم المستقبلية من جهة أخرى.
 - الصراع بين قيم المضمون وقيم الشكل: فهناك صراع بين القيم التعبيرية التي تقدر التعبير لذاته والقيم الذرائعية التي تشدد على الإيجاز والدقة في سبيل أداء رسالة محددة تخدم غاية محددة.
 - الصراع بين القيم الجماعية والقيم الفردية: سيطرة قيم الانتماء للجماعة، وهذه القيم إيجابياتها وسلبياتها فمن إيجابياتها الطمأنينة النفسية والتعاون، ومن سلبياتها الامتثال والطاعة والمجازاة بشكل يفقد الإنسان كثيرا من حرته وتفرد واعتماده على ذاته.
 - الصراع بين قيم الطاعة والامتثال والصبر من جهة وبين قيم التمرد والرفض والثورة وتغيير الواقع من جهة أخرى، مع أن السائد هو قيم الطاعة والمجازاة والصبر.
- وبوجه عام فإن القيم التقليدية لا تزال هي الغالبة في الثقافة العربية، ولكن هذه الغلبة ليست هي المحددة للهوية العربية الثقافية بل الصراع بين اتجاهات قيمية متناقضة تكشف عن حالة من الاغتراب يعيشها الإنسان العربي. (خليفة، 2003، ص 130-131).

4- صور تأثير الثقافة الاستهلاكية في بروز ظاهرة الصراع القيمي لدى الشباب الجزائري المعاصر:

بعد التطرق لأنماط الاستهلاك في عصر العولمة والتي يتمثلها الشباب الجزائري ويسلكها، سنتطرق إلى أهم القيم والمضامين الثقافية التي جسدها هذا الاستهلاك باعتباره جزء أساسي من ثقافة المجتمع، فهذه الأنماط الاستهلاكية التي تسعى العولمة والدول الغربية لتأصيلها في الثقافة العربية والجزائرية من خلال بثها في رسائلها الإعلامية الاستهلاكية ليست اعتباطية بل مبنية على أساليب علمية نتائج دراسات نفسية واجتماعية، التي تؤكد أن قيم الشباب ما هي إلا انعكاس للأسلوب الذي يفكرون به في نطاق الثقافة و في فترات زمنية معينة.

كما تحمل هذه الثقافة الاستهلاكية تفضيلات تبرز في خصائص وسمات منتجاتها تجعل الشباب يسعون لاقتنائها لأنها تحمل رموز ودلالات يتمثلونها في المنتج بصورة شعورية أو لا شعورية. كما تشكل قيم مستحدثة تعبر عن مختلف مظاهر الصراع القيمي وتتجسد في سلوكيات الشباب، وسنذكر منها مايلي:

- اقتناء ماركات المشاهير والشخصيات وتقليدها لتحقيق ما يعرف بالتمقص النفسي.
 - أصبح الاستهلاك طريقة لتسجيل الفرد نفسه اجتماعيا وتحقيق نوع من القبول الاجتماعي.
 - أصبح التعبير عن الذات أو إيجادها يكمن في استخدام ماركات المشاهير وليس بمستوى الفرد الثقافي والاجتماعي.
 - عملت على انتقال الشباب من إشباع الحاجيات إلى الكماليات بشكل غير واع.
 - جعلت قيم السعادة والنجاح والتميز تكمن في الاستهلاك المفرط لكل ما هو أجنبي.
 - جعلت من التبذير والإسراف والمغالاة أساليب لتحقيق ما يعرف بالتميز والتباهي وتحقيق المكانة الاجتماعية.
 - تراجع قيم العلم والصدق والأمانة لتحل محلها القيم المادية والريخ السريع، وقيم الغش والأنانية والتبذير
 - وأصبح ينظر إليها على أنها شطارة ووعي، وأن الغاية تبرر الوسيلة.
 - غرس قيم الدونية والنظرة السلبية لدى الشباب للمجتمع وثقافته ومكانته.
 - جعلت من النزعة المادية امتداد للذات لدى الشباب.
 - جعلت من الاستهلاك هدف في حد ذاته، وأصبح تعبيرا عن مدركات الشخص، حيث كلما زاد الاستهلاك لديه زادت مكانته في المجتمع.
 - عملت على نشر قيم المتع الحسية وتمجيد كل ما هو غريزي.
 - عملت على اكتساب الشباب لثقافة فرعية مضادة لثقافة المجتمع، تظهر في قيمهم ولغتهم وأنماط سلوكهم ولباسهم ومظهرهم.
 - خلقت هذه الثقافة نمطا جديدا من الشخصية أكثر انجذابا نحو الخارج، أكثر اهتماما بالمظاهر الخارجية وعلى رأسها المتع الحسية المتصلة بالجسد، وجعل الفرد أقرب لذاته من المجتمع.
 - جعلت من الموضة وسيلة لتحقيق القبول الاجتماعي بين الشباب.
 - جعلت اقتناء المنتجات الأجنبية كأداة للتباهي والتفاخر وليس لأنها حاجات أولية أو لجودتها.
 - عملت على خلق حاجات لم يعرفها الشباب في السنوات السابقة في إطار قولبة هذه الاحتياجات على النموذج الغربي.
 - حولت الكثير من القيم الجمالية للأشياء إلى قيم مادية.
- بناء على ما سبق نجد أن هذه القيم المادية والغريزية التي تشكل صور للصراع القيمي وتعبّر عن خلل كبير في أنماط التفكير، تطرح العديد من التحديات على المنظومة القيميّة للمجتمع الجزائري، ليس فقط في تغيير عاداته وتقاليد وأصالته بل حتى في تشويه المنظومة القيميّة لهؤلاء الشباب، من خلال تحويل مضمونها إلى تفضيل الكسب السريع، التسلية، إثارة الغرائز، وصبغتها بصبغة مادية. هذا ما يطرح جملة من التساؤلات كيف يمكن التقليل من تأثير هذه الثقافة الاستهلاكية على الشباب خاصة ونحن في ظل التجديد في الثقافة العربية والانفتاح على الآخر، وما

هي سبل تحقيق التوازن في ثقافة الشباب التي هي امتداد لثقافة المجتمع في ظل التواصل مع الشعوب الأخرى؟. وهذا ما سنتطرق إليه في مكنيزمات مواجهة تأثير الثقافة الاستهلاكية على المنظومة القيمية لدى الشباب.

5- مكنيزمات مواجهة تأثير الثقافة الاستهلاكية على المنظومة القيمية لدى الشباب:

إن الثقافة الاستهلاكية ليست مجرد الاستهلاك والتمتع وإشباع مختلف الحاجات بقدر ما هي أداة للعولمة لتحقيق أهدافها في تنميط ثقافات الشعوب وتشويهها وخاصة العربية منها، وتحويل الإنسان إلى مستهلك غير منتج، يرتبط في اتجاهاته وسلوكه وقيمه الاستهلاكية بما ينتج في مصانع الرأسمالية وما توزعه الشركات متعددة الجنسيات.

فهي تعمل بصورة غير مباشرة على نشر قيم المال والجشع والرشوة واحترام الغرب، والتفاخر باللغات الأجنبية أكثر من اللغة العربية، وغرس نوع من الاغتراب في أوساط الشباب، ما يخلق مستقبلاً أجيال تعيش لذاتها ولإشباع حاجاتها، أجيال أكثر ارتباطاً بما هو أجنبي سواء أكان فكر أو سلع مادية واستهلاكه روحياً ومادياً، والأخطر من ذلك أجيال ليس لديها أي انتماء للهوية الوطنية تمجد الثقافة والشعوب الغربية. وعليه وسنتطرق لبعض المكنيزمات التي تساعد على مواجهة تأثير هذه الثقافة، والتي ترتبط بمختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية ومنها الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام، فالأسرة من خلال أساليبها التربوية والإعدادية تستطيع تربية أبناءها على الادخار والتقشف وتزوع فيهم قيم الاستهلاك الرشيد، كما تعمل على التوازن بين تلبية حاجات أطفالها الاستهلاكية المادية والحاجات الروحية والمعرفية، أما المدرسة فبمناهجها الدراسية وأساليبها التعليمية قادرة على غرس أصول الثقافة الاستهلاكية الرشيدة في أطفالها وذلك ببلورتها وتجسيدها في مختلف المواد الدراسية والتطرق لمخاطر التبذير والإسراف والمغالاة في الاستهلاك، كما أنا الحصص التعليمية والإرشادية وسيلة فعالة في الوقاية من ذلك، إضافة إلى التوعية من خلال الأنشطة الصفية واللاصفية.

أما دور الإعلام فيمكن بالدرجة الأولى في دعم أداء الأسرة ووظيفتها التربوية وإعادة بث قيم الاستهلاك المتوازن وقيم الادخار ونبت كل صور النزعة المادية، بالإضافة إلى نشر الاستهلاك العقلائي من خلال الإعلانات والحصص التلفزيونية التثقيفية والإرشادية، والحصص الإذاعية التي تدعو إلى تحقيق التوازن بين الثقافة المحلية ومختلف صور الثقافة الاستهلاكية، وإبراز مخاطر الإسراف والمغالاة في المناسبات الدينية والاجتماعية والقيم المستحدثة التي تحملها هذا المنتجات والتي تسجد ثقافة وأنماط الحياة للدول الغربية المنتجة لها، كما تنافي القيم العربية الإسلامية. وتوعية الشباب بمخاطر إتباع المواضع المتعلقة باللباس والأكل ومخاطرها على منظومته القيمية وتلاشي ثقافته المحلية والاستخدام الواعي للتكنولوجيا الحديثة. وضرورة الانفتاح على الآخر والتقليد لعاداته وأفكاره. ولكن في إطار ثقافة المجتمع وقيمه ومرجعياته.

الخاصة:

اتضح من خلال الدراسة الحالية العلاقة بين عولمة الثقافة الاستهلاكية وتنامي ظاهرة الصراع القيمي لدى الشباب الجزائري، والتي تتجسد صوره في مختلف القيم المستحدثة التي تبناها الشباب وتمثلها وظهرت في أفكاره وأنماط سلوكه، وتفضيله لكل ما هو مادي غريزي وتقليده لما هو غربي من لباس وأكل وقصات شعر، وتقمصه لشخصيات العديد من المشاهير باختلاف أجناسهم ودياناتهم، وتبنيه لقيم المال والجشع والتفاخر والإسراف، وجعل النزعة المادية امتداد لذته، والتخلي عن الكثير من قيمه وعاداته باعتبارها لا تسير العصر، وتثمينه لأسلوب الاستهلاك المتعي اللامحدود باعتباره أساس الحياة المثلى.

وعليه فهذا الخلل في القيم وتشوهها الذي تشهده المنظومة القيمية للشباب يحتاج إلى ضرورة تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية خاصة الأسرة من خلال إعادة مرجعيتها الإسلامية في التنشئة وبعث روح القيم والتقليل من الانفتاح على الثقافة الغربية ومختلف وسائل التكنولوجيا الحديثة. وعليه، يمكننا الخروج ببعض التوصيات:

- الدعوة إلى ضرورة تفعيل التنشئة الاستهلاكية السليمة من خلال الأسرة والمؤسسات التربوية.
- رفع مستوى الوعي الاجتماعي لدى الشباب بضرورة ترشيد الإنفاق والاستهلاك، والتأكيد على ضرورة الالتزام بتبني أنماط استهلاكية رشيدة تتفق وقيم ديننا الإسلامي وثقافة مجتمعا.
- توعية الشباب بضرورة الانفتاح على الآخر والتقليد لبعض عاداته وأفكاره ولكن في إطار مرجعية المجتمع وقيمه وثقافته.
- تفعيل دور وسائل الإعلام في إبراز مخاطر الإسراف والتبذير والمغالاة خاصة في المناسبات الاجتماعية والدينية.
- ضرورة وضع استراتيجيات لمواجهة مخاطر قيم الثقافة الاستهلاكية المستحدثة خاصة على فئة الشباب.
- إعادة بعث قيم الثقافة المحلية بصيغة عصرية لمواجهة مختلف انعكاسات العولمة والثقافات الغربية.

قائمة المراجع:

- مديحه فخري محمود (2016)، العقلية العربية في زمن العولمة، مشكلات وقضايا، ط1، دار دجلة عمان، الأردن.
- إسماعيل حمدي محمد (2017)، الإعلام ودوره في الوفاء بحاجات الشباب في مجتمع متغير، ط1، دار المعزز، عمان، الأردن.
- موزه عيسى سليمان (2018)، التحولات الاجتماعية والثقافية وتغير أنماط الاستهلاك لدى المرأة البحرينية، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، مجلد 11، العدد 02.
- عوض رشا مصطفى (2009)، نحو تأطير منظومة ثقافية دائمة لمجهودات التنمية، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر.

- عرابي محمود (2006)، تأثير العولمة على ثقافة الشباب، ط1، الدار الثقافية، القاهرة، مصر.
- السليحات ملوح مفضي (2014)، تصورات طلبة جامعة البلقاء التطبيقية في الأردن لدرجة إسهام البيئة الجامعية في الصراع القيمي في ضوء التغيرات العالمية المعاصرة، دراسات العلوم التربوية المجلد 41، العدد 1، ص 204-222.
- عبد اللطيف محمد خليفة (1992)، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، سلسلة عالم المعرفة، العدد 160 المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.
- الحربي حنان صالح فهد (2007)، التحديات المعاصرة وعلاقتها بإبراز مظاهر الصراع القيمي في المجتمع الكويتي كما يراه طلبة جامعة الكويت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية الأردن.
- حجازي عزت (1985)، الشباب العربي ومشكلاته، سلسلة عالم المعرفة (06) المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.
- عوي مصطفى، الأسرة والصراع القيمي لدى الشباب، مجلة الحقيقة، العدد 34، ص 220-245.
- إخلاص عادل حميدة رزق (2015)، التغيرات المعاصرة في القيم عند الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة القاهرة، مصر.
- بومخلوف محمد (2013)، الشباب بين صراع القيم وأزمة الثقة، مجلة أفكار وآفاق، المجلد 03، العدد 04، ص 55-85.
- ادير عبد الرزاق (2013)، دراسة سلوك المستهلك الجزائري، رسالة دكتوراه غير منشورة في التنظيم والعمل، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة 2، الجزائر.