

## المظاهر النفسية لولع الأطفال بالمال وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي وأخلاقيات المال

Doi:10.29343 /1 - 100 - 3

د. محمد قاسم عبد الله

أستاذ الصحة النفسية، كلية التربية- جامعة حلب - الجمهورية العربية السورية

### الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى كشف المظاهر النفسية لولع الأطفال بالمال، وكذلك العلاقة بين مظاهر هوس المال والسلوك الاستهلاكي وأخلاقيات المال. وشملت العينة 380 طفلاً (بواقع 195 ذكراً، و185 أنثى) تتراوح أعمارهم بين 9 - 14 سنة، وقد تم سحبهم بالطريقة الطبقيّة العشوائية من بعض مدارس مدينة حلب. وقد استُخدم في الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وثلاث أدوات: الأولى مقياس السلوك الاستهلاكي، والثانية مقياس هوس المال، والثالثة مقياس أخلاقيات المال، وذلك بعد التأكد من صلاحيتها للتطبيق. وقد بينت النتائج أن المظاهر السلوكية لهوس المال والسلوك الاستهلاكي منتشرة بدرجة مرتفعة لدى أطفال عينة الدراسة، كما تبين أن هناك علاقة موجبة ودالة إحصائياً بين أبعاد السلوك الاستهلاكي وهوس المال من جهة، وبعض أبعاد أخلاقيات المال مثل الخير، والإنجاز، وتقدير الذات، والقوة من جهة ثانية.

الكلمات المفتاحية: المظاهر النفسية، هوس المال، السلوك الاستهلاكي، أخلاقيات المال، الأطفال.

استلم البحث في أغسطس 2020 وأُجيز للنشر في سبتمبر 2020

## **Psychological Aspects of money obsessidn and Their Relationship to Consuming behavior, and Money Ethics Among Children**

**Mohammad Qasim Abdullah**  
Clinical Psychology, University of Aleppo, Syria

### **Abstract:**

This study aimed to assess the psychological aspects of money obsessidn and its to consuming behavior and money ethics among children. The sample consisted Relationship of (380) children (195 males and 185 females) aged 9-14. The sample has been selected by stratified random method. It has been used 3 scales: 1- money obsession Scale, 2- Consuming Behavior Scale, 3- Money Ethics scale. The results showed that the consuming behavior and money obsession was very high among children, there was positive correlation between the dimension of consuming behavior and money obsession on one hand, and money ethics such as abundance achievement, self-esteem and power on other hand.

**Key words:** Psychological aspects, Financial Mania, Consuming Behavior, Money Ethics, Children

## المقدمة:

يلعب المال دوراً مهماً في الحياة، كما أن له مكانة خاصة في حياتنا النفسية التي تمتلئ بالأمل، والألم، والاستشارة، والنشاط، والسعادة، وذلك لأنه يرتبط بالكثير من الدوافع والحاجات من جهة أولى، وبالعديد من القيم، والاتجاهات النفسية الاجتماعية من جهة ثانية. فالتجربة المالية جزء لا يتجزأ من خبرتنا النفسية، وكثيراً ما يكون المال مشكلةً وليس حلاً، فقد يكون المال ذا طابع سلبي مؤلم على الرغم من أنه يرتبط في أذهان الكثيرين بالسعادة والإيجابية والأمل (Hira, Sabri, & Loibl, 2013). وإذا كان البعض يربط بين المال والسعادة، ويرى أنهما وجهان لعملة واحدة، فإن تلك السعادة مشروطة بالنتائج الإيجابية لاستعمال المال، وهي نتائج غير مضمونة دائماً (Rainer, 2008). وهناك الكثير من التساؤلات التي يطرحها علماء النفس حول المال، منها: متى ينفق الناس المال ومتى يدخرونه؟ ومتى يصبح المال رمزاً للقوة والسلطة، والشعور بالسعادة؟ ومتى يصبح المال من مصادر القلق، والخوف؟ (Song, & Webley, 1993).

فإذا كان علماء الاقتصاد ينظرون إلى المال بوصفه مجموعة أوراق مالية وعملات معدنية، ومعادن ذهبية أو فضية، فإن علماء النفس ينظرون إلى المشاعر والوجدان، والقيم، وجميع المظاهر السلوكية المرتبطة بهذه الأوراق وتلك العملات. إنهم يبحثون في موضوعات: السلوك الاستهلاكي، والبخل، والادخار، وهوس المال، وسلوك الرشوة، والتهرب من الضرائب، وفوبيا المال، وعلاقة المال بكل من السعادة من جهة واليأس والضيق من جهة أخرى. لكن مثل هذه التساؤلات تبقى من الموضوعات التي تتداخل في بحثها علوم الاقتصاد، والنفس، والاجتماع التي توصلت إلى نتائج مهمة عنها (Babiarz & Robb, 2014).

وبما أن المتطلبات والاحتياجات تزداد باستمرار مع التطور التكنولوجي والتغيرات الاجتماعية وزيادة المنتجات وتنوعها، فقد سيطرت نزعة الاستهلاك على الفرد في مختلف مراحل نموه وفي مختلف المجتمعات. ويرتبط سلوك الاستهلاك بالعديد من الأنشطة التي لا تقتصر على إشباع الحاجات الفردية والدوافع البيولوجية (مثل المأكولات، والمشروبات، والألبسة، والألعاب، والأحذية، والأثاث المنزلي، والأدوات المنزلية)، بل تمتد لتشمل كيفية تعامل الفرد مع مصادر البيئة والطاقة بأشكالها المختلفة مثل: الماء، والمصابيح الكهربائية، والحفاظ على البيئة المدرسية، وأثاثها (زيدان، 2008).

وبسبب التغيرات الاجتماعية السريعة والمعاصرة والتقدم التقني والإنتاجي، والتي رافقت العولمة وسيطرة القيم المالية، واقتصاد السوق، والنزعة الاستهلاكية المرافقة لها، فقد انعكس ذلك على عملية التربية والتنشئة الاجتماعية والاستهلاكية للطفل، حيث زاد الاهتمام ببحث علاقة الطفل بالمال، هذه العلاقة التي تبدأ على شكل لعب وهو وتسلية في مراحل النمو الأولى أكثر منها علاقة جدية. وبالتالي فإن المال يمثل عدداً من الدلالات النفسية والاجتماعية التي تعمل على تدريب الطفل للكثير من الأنشطة والسلوكيات الموجودة لديه بالقوة أو بالفعل، هذه العلاقة وجدانية، وتتغير معها الكثير من سمات شخصية الطفل، كما يكتسب من خلالها الكثير من القدرات، وتتسع خبراته

ومدركاته من خلال اكتسابه لمفاهيم وقيم مثل: الادخار، والمصروف، والإنفاق، والبيع، والشراء، والاستهلاك، والثروة، والغنى، والفقر، إضافة إلى الكثير من المعاني المجردة والحاجات النفسية والاجتماعية التي تتضمنها هذه السلوكيات مثل الاستقلالية، والاعتماد على الذات وتوكيد الذات، والإحساس بالأمن، والتملك، والمكانة، والانتفاء، وأخلاقيات استعمال المال (Beutler, & Dickson, 2008). وإذا اضطربت علاقة الطفل بالمال فإن هذه العلاقة المضطربة ستمتد آثارها إلى مراحل النمو اللاحقة وخاصة المراهقة لتتحول إلى حالات مَرضية منها البخل أو الإسراف، وحب التملك أو الأنانية، وسلوك الرشوة، والغش، والسرقه، أو سلوك المقامرة والاحتيال في مرحلة الرشد، وهوس المال. قد يدفع هوس المال الفرد إلى أن يستدين أو يقترض أو يسعى للكسب بشتى السبل، وذلك لأنه يُشبع حاجاتٍ نفسيةً وهميةً أو إحساسًا وهميًا بتقدير الذات والمكانة الاجتماعية (الدسوقي، 1998). إن الفرد الذي يعاني من هوس المال تسيطر عليه مشاعر القلق حين ينفق المال في أي وقت، كما يمتنع عن الحديث عن المال وعن الدخل أمام الآخرين، وقد يستيقظ ليلاً لدراسة خطة الادخار، وفي مواقف أخرى قد يستخدم المال بغرض التحكم في الآخرين. من جهة ثانية تظهر لدى هذا الفرد أعراض القلق حين يدفع الفواتير، أو يذهب للتسوق (Bearden, Hardesty, & Rose, 2001).

بين كل أربعة آباء هناك واحد فقط مقتنع بأهمية تعليم الطفل كيفية إدارة المال، ويقول عالم النفس مورغان هوسل «أفهم كيف أن الآباء لا يرون في تدريب الطفل على أمور البالغين مثل المال أمراً جذاباً، وأن مرح أن الأطفال الصغار يعيشون سنواتهم الأولى بتلقائية دون قيود ومشكلات الكبار، لكن إذا كنت تريد أن تقدم لطفلك مهارة تفيده مدى الحياة، فكلما بدأت مبكراً في تعليمه إدارة الذات وأن يتغلب على رغباته كان ذلك أفضل له» (Pliner, Freedman, Abramovitch, & Drake, 2019).

إلا أن هناك تساؤلات مهمة عن المال في مرحلة الطفولة بشكل خاص لأنها مرتبطة بالتنشئة الاجتماعية الاستهلاكية للطفل، ومن أبرز التساؤلات التي يسعى علماء النفس للإجابة عنها في مرحلة الطفولة: ماذا يعرف الأطفال عن المال؟ ومتى يدركون معناه؟ وما المحددات النفسية، والمعرفية، والاجتماعية التي تؤثر في إدراكهم للمال؟ وهل يؤدي النمو العقلي والمعرفي دوراً مهماً في تشكيل سلوكه الاستهلاكي وقيمه تجاه المال؟ وما علاقة متغيرات العمر، والجنس، والمستوى الاجتماعي والثقافي والاقتصادي في هذه المدركات؟ وما الدلالة النفسية لمصروف الجيب لدى الأطفال؟ كيف ولماذا يدخر الأطفال المال أو يصرفونه؟ تعدُّ هذه التساؤلات محورَ البحوث النفسية حول سيكولوجية المال لدى الأطفال (Chowa, & Despard, 2014).

يعد سلوك الاستهلاك لدى الأطفال من أبرز الموضوعات التي يبحثها علماء النفس لارتباط هذا السلوك بالعديد من المحددات النفسية، والاجتماعية. فهو يرتبط بدرجة إشباع الطفل لاحتياجاته المادية والسيكولوجية من مأكولات ومشروبات سواء داخل المدرسة أو خارجها، وبمصروف الجيب، كما يرتبط بسلوك الحرص الذي يظهر لدى الطفل حين استخدامه لمصادر الطاقة من كهرباء، وماء، أو محافظته على أثاث المنزل أو المدرسة وبيئتها، كما يرتبط من جهة ثانية بإشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية للطفل من الاستقلالية، والاعتماد على النفس، والمكانة، والتملك،

إلا أن هذا السلوك قد يتحول إلى سلوك غير سوي بحيث يظهر من خلال سيطرة مشاعر الخوف والقلق من المال لدى الطفل حتى يتحول إلى حالة مرضية تسمى هوس المال، هذه الحالة تؤثر في تفاعله الاجتماعي مع الآخرين، وفي سلوكياته التكيفية اليومية (Beutler, & Dickson, 2008). من جهة ثانية فإن النقود هي رمز الطاقة والقوة أحياناً، وليس لها قيمة داخلية، فهي ليست جيدة ولا سيئة، ليست إيجابية ولا سلبية، لأن العنصر المهم في استعمال النقود وما يرتبط بها من قيم هو وعي الذات (Fauzah & Murharsito, 2019).

وبسبب أهمية دراسة السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال، وقلق الكثير من الأهل حول مصروف أبنائهم، وعلاقة ذلك باحتياجاتهم ومتطلباتهم المتزايدة باستمرار، وبسبب عدم وجود دراسة محلية -على حد علم الباحث- درست العلاقة بين هوس المال وكل من السلوك الاستهلاكي وأخلاقيات المال فقد سعى الباحث لدراستها.

### مشكلة الدراسة:

جاءت فكرة هذه الدراسة من خلال ملاحظة الباحث - من خلال الإشراف على التدريب الميداني في الإرشاد النفسي وبرنامج الدعم النفسي الاجتماعي، والإشراف على الدراسات العليا- للكثير من السلوكيات الخاطئة المتعلقة بالمال التي يمارسها الأهل تجاه أبنائهم، ومن خلال العديد من التساؤلات التي يطرحها الأهل حول مصروف الأبناء، وعلاقة ذلك بالاحتياجات والمتطلبات المتزايدة باستمرار مع ازدياد المنتجات والسلع الاستهلاكية وتنوعها، وتنافس الشركات، وزيادة العرض (Thaler, 1990). إن السلوك الاستهلاكي السوي لدى الطفل يعكس وضوح الدور الذي يؤديه المال في حياة الطفل، حيث تبين أن السلوكيات الخاصة بالمال تتشكل في سن السابعة، وأنها تكون قادرين على فهم التخطيط للمستقبل وتأجيل الإنفاق حتى وقت لاحق، وكيف أن بعض القرارات لا رجعة فيها. فعادات الآباء تغلب على أطفالهم، وفي هذا السن المبكرة لا يتاح للأطفال التحكم سوى بالقليل من المال، وبذلك يكتسب الأطفال المهارات الأساسية منهم عبر التنشئة الاجتماعية (Clarke, Heaton, Israelsen, & Eggett, 2005). وهكذا يتكون العديد من سمات الشخصية السوية مثل: الاستقلالية، الإحساس بالأمن، واعتبار الذات، كما يساعد في تكوين مفاهيم عن: البيع، والشراء، والاستهلاك، والادخار، والمصروف، والأهم من ذلك أنه يساعد في تكوين حالة وجدانية وانفعالية حول المال بدلاً من سيطرة المخاوف، والقلق، والهوس، والرشوة، والسرقة، والاحتيال وغيرها من الحالات المرضية التي يكثر انتشارها في المجتمعات المعاصرة.

فهناك العديد من التساؤلات التي تسيطر على أذهان المربين والمختصين في الإرشاد النفسي، مثل: ما مظاهر السلوكيات الاستهلاكية لدى الأطفال؟ وما مدركات الأطفال حول هذا السلوك؟ ومتى يؤدي هذا الإدراك إلى سلوك الشراء، وتلبية الاحتياجات، والادخار؟ وكيف يتحول هذا السلوك إلى هوس المال؟ وما علاقة هذه السلوكيات بالقيم أو الأخلاقيات المرتبطة باستعمال المال والاستهلاك؟ خاصة أن مرحلة الطفولة المتأخرة هي المرحلة الحاسمة في تشكل هذا السلوك ببعديه السوي والمرضي. هذه التساؤلات تنطوي على دراسة اتجاهات الأطفال نحو

المال وسلوكهم الاستهلاكي، وعلاقة ذلك بهوس المال، والقيم الأخلاقية المرتبطة به، وهو موضوع الدراسة الحالية. وقد لاحظ الباحث الشحَّ الكبير في الدراسات العربية حول هذا الموضوع بل وحتى غيابها تمامًا باستثناء بعض الإشارات إلى نمو مفاهيم البيع والشراء، والنقد وغيرها من المفاهيم التي تتشكل وفقًا لنظرية النمو المعرفي عند جان بياجيه (Piaget, 1960). من هنا شعر الباحث بالحاجة لإجراء مثل هذه الدراسة.

على الرغم من وجود العديد من الدراسات الأجنبية التي بحثت سلوك الاستهلاك، وعلاقته بالحالات النفسية والانفعالية لدى الطفل، فإن الدراسات التي تناولت علاقة السلوك الاستهلاكي بهوس المال وأخلاقيات المال لدى الأطفال نادرة جدًا. وربما يعود ذلك إلى الاتجاه الذي يسود أذهان الكثيرين بأن المال وسلوك الاستهلاك هو موضوع يبحثه علماء الاقتصاد، ولكن يغيب عنهم أن السلوك الاستهلاكي مرتبط بحالات وجدانية وانفعالية كثيرة كالخوف والقلق والهوس، كما يرتبط بسمة الشخصية الأخلاقية والاجتماعية التي سيكون عليها الطفل في مراحل النمو اللاحقة. من هنا سعى الباحث للقيام بهذه الدراسة لعلها تكون خطوة أساسية تفتح المجال لمزيد من البحث في هذا الموضوع الحيوي الذي أهمله المتخصصون في العلوم التربوية والنفسية. وتتمحور مشكلة الدراسة في كشف العلاقة بين هوس المال والسلوك الاستهلاكي وأخلاقيات المال لدى الأطفال.

تساؤلات الدراسة: تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما المظاهر النفسية لهوس المال لدى الأطفال؟
2. ما السلوكيات الاستهلاكية الشائعة لدى الأطفال؟
3. هل توجد علاقة دالة إحصائية بين المظاهر النفسية لهوس المال والسلوك الاستهلاكي لدى الأطفال؟
4. هل توجد علاقة دالة إحصائية بين المظاهر النفسية لهوس المال وأخلاقيات المال لدى الأطفال؟

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1 - وصف المظاهر النفسية لهوس المال لدى الأطفال.
- 2 - التعرف على السلوكيات الاستهلاكية لدى الأطفال.
- 3 - التعرف على العلاقة بين المظاهر النفسية لولع الأطفال بالمال والسلوك الاستهلاكي لديهم.
- 4 - التعرف على العلاقة بين المظاهر النفسية لهوس المال وأخلاقيات المال لدى الأطفال.



## أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية: تبرز أهمية هذه الدراسة في ضوء تنامي الوعي بخطورة السلوكيات المرتبطة بالمال وعلاقتها بسمات الشخصية الانفعالية والاجتماعية والأخلاقية، وتأثير الاتجاهات العلمية التي تولي التنشئة الاجتماعية للطفل أهمية كبيرة في تكوين شخصيته السوية وتقليل السلوكيات غير السوية. فقد اهتمت الدراسة في تقصي العلاقة المحتملة بين هوس المال والسلوك الاستهلاكي وأخلاقيات المال لدى الأطفال. فحتى الخامسة من العمر لا يعرف الطفل من أين يأتي المال تحديداً على الرغم من أن بعض الدراسات أظهرت أن العادات المتعلقة بالمال لدى البالغين تتشكل عند السابعة من العمر.

الأهمية العملية: تكمن الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في العمل على تصميم برامج الإرشاد النفسي لتحسين السلوك الاستهلاكي وأخلاقيات المال من جهة أولى، وخفض السلوكيات اللاسوية في استعمال المال من جهة ثانية، كما يمكن الاستفادة من النتائج والتوصيات التي تتمخض عنها في برامج الإرشاد الوقائي والدعم النفسي الاجتماعي من جهة ثالثة.

## مصطلحات الدراسة:

هوس المال يعرف عبد الله (2014، ص 429) هوس المال بأنه «اضطراب نفسي يسيطر على الفرد نزعة قوية تدفعه بصورة مبالغ فيها إلى تملك المال، بغض النظر عن حاجته ومتطلباته. فهو سلوك لا عقلاني ومبالغ فيه نحو التملك واستعمال المال إلى درجة الهوس».

ويعرف الهوس بالمال إجرائياً بأنه «الدرجة العالية التي يحصل عليها الطفل من خلال استجابته على مقياس الهوس بالمال المستخدم في هذه الدراسة».

السلوك الاستهلاكي: يعرف كورزيني ( Corsini,2005, p 213 )، السلوك الاستهلاكي بأنه «كل فعل أو نشاط يستخدم فيها الفرد منتجاً ما بغرض إشباع حاجاته ورغباته ومتطلباته». كما يعرفه البكري (2006، ص 38) بأنه «ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في البحث عن شراء أو استخدام السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الخبرات التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته وحسب الإمكانيات الشرائية المتاحة».

ويعرف السلوك الاستهلاكي إجرائياً بأنه «الدرجة التي يحصل عليها الطفل على مقياس السلوك الاستهلاكي المستخدم في هذه الدراسة».

أخلاقيات المال: يعرف برقي وبومبي (Berti & Bombi,1981, p 23) أخلاقيات المال بأنها «هي المبادئ والقواعد الأخلاقية التي تحكم سلوك استعمال المال من قبل الطفل مثل الخير، والإنجاز، وتقدير الذات، والميزانية، والحرية، والقوة. ويعرف إجرائياً بأنه «الدرجة التي يحصل عليها الطفل من خلال استجابته على بنود مقياس أخلاقيات المال المستخدم في هذه الدراسة».

## الخلفية النظرية والدراسات السابقة:

على الرغم من أن علاقة الطفل بالمال هي في بادئ الأمر علاقة لعب وهو وتسلية أكثر منها علاقة جدية، فإن المال يمثل عددًا من الدلالات النفسية والاجتماعية التي تعمل على تهيئة الطفل للكثير من الأنشطة والسلوكيات المتعلقة بالمال عنده (زيدان، 2008)، فمن خلاله يكتسب الطفل مفاهيم الإنفاق، والادخار، والبيع، والشراء، والثروة، والغنى، والفقير، كما تتشكل لديه مفاهيم مجردة تتعلق بشخصيته منها: الاستقلالية، والاعتماد على الذات، والإحساس بالأمن، والتملك، هذه العلاقة إذا اختلت فإنها تنحرف بالطفل عن السلوك السوي، وقد تظهر لديه حالات مَرضية نتيجة ذلك من أبرزها: فوبيا المال، والهوس بالمال، والأنانية، والبخل، والغش، والسرقة، والتزوير، والاحتيايل، والمقامرة (Batty, Collins, & Odders-White, 2015).

و حين يتحدث علماء النفس عن سيكولوجية المال لدى الأطفال، فإنهم يركزون على الشكل التقليدي الذي لا يتعدى النقود الورقية أو المعدنية، أما عدا ذلك من أشكال المال التي يدركها الراشدون، فإن الأطفال يدركونها على أنها بمثابة حلي وزينة، أو من مصادر اللهو. ويدرك الطفل المال ليس في حدود الإحساسات من ملمس ولون، وحجم، وشكل فقط، بل يضيف عليها رموزاً معينة مع تقدمه بالعمر، وخاصة حين يسيطر على مخيلته الكثير من الخيالات والتصورات المتنوعة (Grinstein-Weiss, Spader, Yeo, Taylor, & Freeze, 2011). إن الدور الذي يؤديه المال في تحديد البناء النفسي للطفل ينطوي على ثلاثة عناصر أساسية هي: يتشكل لدى الأطفال بعض المفاهيم المالية والاقتصادية التي تنمو مع تقدم الطفل بالعمر، وأن المفاهيم المالية تنمو وفقاً للنمو المعرفي الذي ذكره جان بياجيه، كما أن العوامل الاجتماعية تؤدي دوراً مهماً في إدراك الطفل للمال (Miller, 1990).

عند الحديث عن المال فإنه يأتي لأذهاننا القيمة الاقتصادية، ومبادئ العرض والطلب والتضخم ومستوى المعيشة، ونتجاهل أثره النفسي والصراع في سبيل الحصول عليه. ويتعجب المرء عندما يعلم أن للمال أعراضاً اجتماعية ونفسية، ولا يعلم أنه مصاب بها، فالاتجاهات النفسية نحو المال اتجاهات ثنائية الشرط: فمنها السلبي للغاية وهو البخل، ومنها الإيجابي جداً وهو الإنفاق وقد يصل لدرجة مَرضية من الإسراف والتبذير (Morrow-Howell, & Sherraden, 2019).

فالهوس بالمال وراءه العديد من الجرائم كالرشوة والاختلاس والاحتيايل وغيرها حتى الوصول لطائفة الديون. أما عن التأثيرات النفسية للمال، فقد بين علماء التحليل النفسي أن للمال أربعة تأثيرات هي:

1 - الإحساس بالأمن وهو جمع المال لمجرد الخوف من المرض وله أنماط هي:

- المدخر القهري وصرفه في الظروف الصعبة.

- المتنكر لذاته وهو وهم الآخرين بأنه يضحى من أجلهم من أمواله.

- صائد الصفقة وهو الحصول على أفضل صفقة بأفضل سعر وأعلى فوائد وربح.

- الجامع الخيالي وهو جمع الأشياء المالية وتخزينها وهذا تعويض عن شعور بالحرمان في طفولته.



- 2 - الإحساس بالقوة: بمعنى امتلاك قوة جبارة لتحقيق الطموح والأمنيات وهنا يتحول الفرد لمستعبد للمال.
- 3 - الإحساس بالحب: فالحب في جوهره العطاء لا الأخذ، وله أنماطه: (مشتري الحب يعطي الأموال للحصول على الحب، بائع الحب وهذا مرض نفسي عند انقطاع المال ينقطع معه الاهتمام، سارق الحب وهو أخذه عنوة ولفت الانتباه والاهتمام له فقط دون غيره).
- 4 - الإحساس بالحرية حينها يدرك المرء أنه حر وبمجرد امتلاكه للمال وبمرور الوقت يتضح له أن هناك قيوداً مجتمعية ودينية وقيماً أخلاقية، (Hensley, 2015).
- إن الفرد قد يعتقد أنه بمجرد امتلاكه للمال فهذا يحقق ذاته، ولكن لا يعلم أن هذا التحقيق وهمي، ومن هنا تبدأ المشكلات والاضطرابات النفسية مثل عدم قدرة الفرد على المثابرة والشعور بالتوتر الدائم والإحباط والقلق لأنفاه الأسباب، وهوس المال.
- إن الحديث عن المال يجب أن يكون محور نقاش دوري في الأسرة، وأن يتطرق الآباء على سبيل المثال عند اقتراب استلام الطفل لمكافأة ما إلى كيفية إنفاقها والقدر الذي سيوفره منها. في سن مبكرة يجب أن يكون الطفل قادراً على أن يفرّق بين ما يحتاج إليه فعلاً وبين ما يرغب فيه، فهذا سيساعده كثيراً على تحديد أوجه الإنفاق، حينما يطلب الطفل لعبة ثمنها 300 جنيهاً على سبيل المثال، فعلياً أن نخبره مثلاً كم ساعة سيكون علينا العمل لتمكّن من الحصول على هذا المبلغ، إذ يبدأ الطفل بهذا يتعلم أن يؤجل تحقيق رغباته ويدرك تكلفتها الحقيقية (Shim, Barber, Card, Xiao, & Serido 2018).
- عادة ما يتعرف الأطفال على النقود حين يشاهدون الآباء يتعاملون بها في سلوك البيع والشراء، وحين ينفقونها أو يحصلون عليها، ولكنهم لا يدركون المعنى الحقيقي المجرد لها إلا في الطفولة المتأخرة، كما يتفاوت هذا الإدراك من ثقافة إلى أخرى، ومن طفل إلى آخر، ويتوقف ذلك على طبيعة المعلومات التي يحصل عليها الطفل من والديه والمحيطين به، ولا يدرك الطفل القيم المختلفة لها إلا في مرحلة الطفولة المتأخرة وبداية المراهقة (Chowa, & Despard, 2014).
- مستويات معتقدات الأطفال ومدركاتهم نحو المال: لقد أشار أيمونس ونوث (Emmons, & Noeth, 2015) إلى أن معرفة الأطفال ومعتقداتهم التي تحدد استجاباتهم نحو المال تمر عبر أربعة مستويات هي:
- المستوى الأول: حيث لا يدرك الأطفال طبيعة المال، وكل ما يعرفه الأطفال هنا أن الأب يحصل على المال من جيبه الخاص، وأن المال يوضع في الجيب، وتكون هذه المدركات بين سني الرابعة والخامسة من العمر.
- المستوى الثاني: يعتقد أكثر الأطفال أن المال يأتي عن طريق بعض الأشخاص الذين يمنحونه لكل من يطلبه، ولكن القليل من الأطفال هم الذين يعتقدون بأن البنك هو المسؤول عن إعطاء المال، كما يعجز الأطفال في هذا المستوى عن إدراك العلاقة بين المال والعمل. ويسيطر هذا المستوى بين سني الخامسة والسادسة من العمر.

- المستوى الثالث: وفي هذا المستوى ينمو إدراك الطفل قليلاً حين يعتقد بأن باقي النقود التي يعطيها البائعون والتجار للمستهلك عند الشراء هي المصدر الأساسي للمال، وسيطر هذا المستوى بين السادسة والسابعة من العمر.

- المستوى الرابع: وفي هذا المستوى تحدث نقلة نوعية في مدركات الطفل عن المال، حيث يعرف المصدر الأساسي للحصول على المال، كما أنه يميز بين الأنشطة التي تعدّ عملاً يكافأ عليه بالمال، وبين الأنشطة العادية التي لا تستوجب الحصول على المال. وتسمى هذه المرحلة باسم «الطفرة الإدراكية للمال» وهي طفرة تحدث مع نمو معتقدات الطفل ومفاهيمه المتعلقة بالمستويات الثلاث السابقة. وتسود هذه المرحلة سني السابعة والثامنة من عمر الطفل.

السلوك الاستهلاكي ومصرف الجيب عند الأطفال: بما أن الخبرة بالمال والإنفاق في الطفولة تؤثر في خبرات الفرد في سنوات العمر اللاحقة، فقد أصبح مصرف الجيب من الأساليب الجيدة التي يمكن للوالدين أن يستخدموها في تطبيع الطفل اقتصادياً واجتماعياً ونفسياً، خاصة أن الطفل يضيف على المال الكثير من المعاني والدلالات النفسية والاجتماعية والشخصية، حين يشعر بالاستقلالية والاعتماد على النفس، والمسؤولية، والمساواة مع الآخرين، فضلاً عن الشعور بالخصوصية التي يتمتع بها الكبار. وهكذا فإنه خطوة مهمة في تكوين ذات الطفل وشخصيته، مما يتيح له أن يتفاعل مع الآخرين وفق مفاهيم البيع والشراء، والاستهلاك، والادخار، والإنفاق (Thaler, 1990). وعلى الرغم من أهمية مصرف الجيب بالنسبة للطفل، فإن كثيراً من الآباء يجهلون قيمته النفسية والاجتماعية والشخصية، ويركزون فقط على الجانب الاقتصادي، وكثيراً ما يمنح الآباء أبناءهم مصرف الجيب للأسباب التالية:

1. حتى لا يشعر الطفل بالنقص أو الدونية بين أقرانه.
2. بدافع المسايرة الاجتماعية لما هو سائد.
3. أو بدافع الافتخار والاستعراضية، وهو ما يظهر لدى الطفل الذي يكون مصرف جيبه كبيراً جداً وزائداً عن حاجته، كما لا يتلاءم مع عمره (Hira, Sabri, & Loibl, 2013).

و حين نتحدث عن مصرف الجيب نرى أن بعض الآباء يشددون على أنه ليس له قيمة، طالما أن الطفل تحقق له جميع احتياجاته ومتطلباته من مأكّل، وملبس، ومشرب، ووسائل لعب، وترفيه، ومستلزمات مدرسية، وغيرها. ولكن بالمقابل يشدد علماء النفس على أنه من الصحيح أن الطفل قد تحقق حاجاته المادية والنفسيولوجية، ولكن تغيب عنه مطالبه ورغباته، وحاجاته النفسية الاجتماعية، لذا يجب على الوالدين أن يدركا الأهمية النفسية والاجتماعية لمصرف الجيب، لأنه يساعد في تنمية الذات والشخصية من خلال تعليم الطفل كيف يتعامل مع المال (Grinstein-Weiss, Spader, Yeo, Key & Freeze, 2018).

وحيث تتكون مفاهيم المصروف وتلبية الاحتياجات المادية العضوية، والنفسية الاجتماعية للطفل تنمو لديه سلوكيات الاستهلاك، هذه السلوكيات المتعلقة بالتسوق والشراء، والتعامل مع مصادر البيئة، تحدد خبرته في التعامل مع المال وكيفية استخدامه، وكذلك تشجيعه على الكسب المالي خارج المنزل، إضافة إلى الخبرات المتزايدة في مدرجات الطفل عن الادخار والاستهلاك، والإنفاق (Webley, & Nyhus, 2008).

هوس المال ونزعة الشراء عند الأطفال والمراهقين: كثيراً ما يقع الفرد ضحية للديون حين يكون مدفوعاً بصورة مبالغ فيها لشراء الأشياء والرغبة في التملك لكل شيء، سواء كانت هذه الأشياء ضرورية أم غير ضرورية، يحتاج إليها أم لا يحتاج إليها، تناسب إمكاناته المادية أم تعوق هذه الإمكانيات. إن هؤلاء أفراد مهوسون بالشراء والاستهلاك ويعانون من جنون التسوق، كلما انتهى الفرد شيئاً اشتراه به أو مال غيره عن طريق الاقتراض، المهم أنه اشتراه. إن هذا الهوس يدفع الفرد إلى الاستدانة من الآخرين، واقتراض الكثير من المال، ولكنه في نفس الوقت يمنح صاحبه إحساساً وهمياً بتقدير الذات والهيبة والمكانة الاجتماعية، وكثيراً ما يلبي بعض الخيالات الطفولية لديه، كالإحساس بالقدرة المطلقة والسيطرة على البيئة المحيطة به. إن المهوسين بالشراء والاستهلاك إذ يشترون اليوم أشياء لا يحتاجونها، سوف يضطرون غداً تحت وطأة الديون - إلى بيع أشياء قد يكونون في أمس الحاجة إليها (Hensley, 2015).

في عام 1989 أجري مسح شامل عن معدلات الاستهلاك ومصروف الجيب في بريطانيا، وتبين أن متوسط هذا المصروف أسبوعياً يعادل 1.40 دولار، ويزيد كلما تقدم الطفل بالعمر. كما تبين أن الأطفال الذكور يحصلون على مصروف جيب أكثر قليلاً من الإناث، وأن أعلى معدل لمصروف الجيب هو في اسكتلندا. وقد لوحظ أن مصروف الجيب قد تزايد في بريطانيا في الفترة بين 1975 حتى 1989 بنسبة 25٪ وتفاوتت نسب الزيادة في الفترة بين 1989 حتى 1996 بسبب التضخم (مرتضى، 2008).

وقد أجري عدد من الدراسات المسحية على الاستهلاك ومصروف الجيب لدى الأطفال الفرنسيين، وتبين أن الآباء يمنحون أطفالهم قليلاً من المصروف، ولكن الأطفال أشاروا إلى أنهم يحصلون على المزيد منه، وجاءت هذه المفارقة لأن الأطفال يجمعون كل ما يحصلون عليه من أموال من الوالدين والأقارب. وقد ظهر أن المصروف يعد عاملاً مهماً بالنسبة للفرنسيين، إذ يمثل 100٪ من الدخل للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 4 - 7 سنوات، ويمثل 14.5 من الدخل بالنسبة للأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 13-14 سنة، (Kim, LaTaillade, & Kim, 2019).

وقد أجرى فرنهام وتوماس (Furnham, & Thomas, 1994) دراسة بعنوان «مدرجات الراشدين عن التطبيع الاجتماعي-الاقتصادي للأطفال» وتكونت عينة الدراسة من 200 مفعوص من الراشدين والمراهقين البريطانيين من الذكور والإناث. طُبّق عليهم مقياسٌ خاصٌ بالسلوك الاستهلاكي والمصروف، ويقاس معتقدات الراشدين والمراهقين بشأن الطريقة التي يُعطى من خلالها المصروف: هل هي يومية، أم شهرية أم أسبوعية؟ وهل يجب تشجيع الأطفال على المصروف مقابل بعض الأعمال البسيطة أم أن نعمل على ادخاره لهم؟ وقد أظهرت النتائج أن الإناث

يعتقدن أنه من الأفضل أن نعطي الكبار من الأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة مصروفًا شهريًا، أما الذكور فكانوا يفضلون مصروفًا جيب يومي للطفل ولا داعي لمحاسنته عليه. وقد تبين وجود فروق دالة إحصائيًا بين مدرجات الذكور والإناث نحو المصروف والاستهلاك.

أما بالنسبة للعمر فإن كل مرحلة عمرية لها معتقداتها ومدرجاتها نحو الاستهلاك والمصروف، فقد تبين أن هناك فروقًا دالة إحصائيًا بين مدرجات المراهقين والراشدين، حيث يعتقد المراهقون أن الأطفال الذكور ينفقون مصروفهم في شراء الأطعمة وبعض الحاجيات التي لا تلزمهم، من دون أن يتعلموا منه أي مهارات، وذلك بخلاف الإناث اللاتي يحرصن غالبًا عليه وينفقنه في ما يفيدهن. أما بالنسبة للعمر الذي يجب أن يحصل فيه الطفل على المصروف للاستهلاك الشخصي، فقد تبين أن الطبقة الوسطى تمنح أطفالها مصروفًا في سن مبكرة بخلاف الطبقة العاملة التي تمنحه في سن متأخرة. ويعتقد 90% من أبناء الطبقة المتوسطة أن الطفل يجب أن يحصل على مصروف في الثامنة من العمر، وهناك نسبة 80% من الطبقة العاملة يرون أن الطفل يجب أن يحصل على المصروف في بداية الثامنة من العمر أيضًا (Hensley, 2015).

في دراسة للباحثين سونغ وويبي (Song, & Webley, 1993) بعنوان «ادخار الأطفال: دراسة في نمو السلوك الاقتصادي» اتضح أن الأطفال يدركون سلوك الادخار بوصفه شكلاً جيداً من أشكال إدارة المال والحفاظ عليه، كما يعلم الطفل الدلالة الوظيفية للمال، ويشجع الحاجات المادية والفسولوجية للطفل وللوالدين. وحين يدخر الأطفال أموالهم يتم ذلك بدوافع عديدة أبرزها: الرغبة في انتزاع الإعجاب من المحيطين بهم، خصوصاً الوالدين، مما يسهم في دعم الوالدين للطفل، ويدخر الأطفال بدافع من الأنانية وحب التملك، والرغبة في منافسة الأطفال والتفوق عليهم ماليًا، وإغاضة أقرانهم بامتلاكهم نقود تفوق نقودهم.

أجرى دستون هيات (Doston & Hyatt, 2005) دراسة بهدف التعرف على قدرة الطفل على الصرف والإنفاق، وتأثير التعرض لوسائل الإعلان وتقديم تفسير نفسي وعملي للطريقة التي ينشأ بها الطفل مستهلكًا. وقد أجرى الباحثان استطلاعاً لعدد من الأطفال بلغ عددهم (663) طفلاً، مستخدماً التحليلي العاملي لقياس اتجاهات الأطفال وتفاعلهم مع وكلاء التنشئة الاستهلاكية، ومتغيرات السوق بما فيها التسوق واستخدام وسائل الإعلام. وخلصت الدراسة إلى أن العوامل الخمسة الأكثر تأثيراً في التنشئة الاستهلاكية للطفل في الولايات المتحدة الأمريكية هي: العوامل الاجتماعية، والتلفزيون، والعائلة، وعملية التسوق، والعلامة التجارية. كما أظهرت الدراسة اختلاف تأثير هذه المتغيرات باختلاف جنس الطفل وعمره، وما تتوفر لديه من ميزانية للإنفاق، وعدد ساعات مشاهدته للتلفزيون، وكيف يقضي وقته بعد المدرسة.

أجرت طمليمة (2012) دراسة بعنوان «العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل: دراسة ميدانية للطفل الأردني من عمر 10 - 16 سنة»، وهدفت إلى التعرف على العوامل المؤثرة في التنشئة الاستهلاكية للطفل الأردني. وقد اختبرت الدراسة ثلاث فرضيات رئيسة تناولت المتغيرات المستقلة التالية: الأسرة، الأقران، نجوم الفن والرياضة

والإعلان التجاري عبر وسائل الاتصال (وكلاء التنشئة)، وتأثيرها على المتغير التابع وهو التنشئة الاستهلاكية للطفل. وقد استخدمت الاستبانة أداة قياس وزّعت على (500) طفل من عمر (10 - 16) سنة في مجموعة من المدارس المنتشرة في مختلف مناطق عمان الكبرى. وخلصت الدراسة إلى أن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل تتأثر بمجموعة من وكلاء التنشئة منها: الأسرة، والأقران، والإعلان التجاري على القنوات التلفزيونية، في حين لا يؤثر نجوم الفن والرياضة على عملية التنشئة الاستهلاكية، كما تبين وجود فروق دالة إحصائية في هذا التأثير باختلاف المتغيرات لكل من الطفل والأسرة.

في دراسة لقنديل ومصطفى وريحان وإبراهيم (2012) بعنوان «دراسة السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين في بعض المواقف الحياتية»، هدفت إلى التعرف على سلوك الشراء باعتباره أحد مظاهر السلوك الاستهلاكي لدى عينة من المراهقين (المرحلة الإعدادية) وذلك في مواقف حياتية (شراء، الغذاء، الملابس، الهاتف المحمول)، كما هدفت إلى تحديد دور متغيرات (نوع الجنس، محل الإقامة، عمل الأم، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي للوالدين، ومستوى دخل الأسرة) في تحديد مستوى السلوك الشرائي. تكونت عدة الدراسة من (220) طالبًا وطالبة في المرحلة الإعدادية، وطبقت استبانة البيانات العامة للأسرة، واستبانة السلوك الشرائي العام، واستبانة قياس السلوك الشرائي للغذاء، واستبانة قياس السلوك الشرائي للملبس، واستبانة قياس السلوك الشرائي للمحمول. وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين الطلاب من الذكور والإناث في السلوك الشرائي العام، في حين لم توجد فروق دالة بين الذكور والإناث في السلوك الشرائي للغذاء والملبس والمحمول. من جهة ثانية فقد وجدت فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بالنسبة للسلوك الشرائي العام وبين المستوى التعليمي للأب، وكذلك فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بالنسبة للسلوك الشرائي العام والمستوى التعليمي للأم. كما وجدت فروق دالة إحصائية وبين متوسطات درجات أفراد العينة في السلوك الشرائي العام وبين متوسط دخل الأسرة.

أجرى علي (2007) دراسة بعنوان «العوامل الاجتماعية والثقافية وعلاقتها بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري»، وهدفت إلى الكشف عن العلاقة بين العوامل الاجتماعية والثقافية وتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري بالنسبة للسلع والخدمات. واعتمد المنهج الوصفي التحليلي وأدوات جمع البيانات وهي المقابلة الموجهة والاستبانة. وقد طبقت على عينة مؤلفة من (270) فرداً وفق المتغيرات التالية: الجنس، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي - الاقتصادي. ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها وجود علاقة دالة إحصائية بين العوامل الاجتماعية وتغير اتجاه المستهلك بالنسبة للسلع والخدمات وفق المتغيرات المذكورة، كما وجدت علاقة دالة إحصائية بين العوامل الثقافية وتغير اتجاه سلوك المستهلك بالنسبة للسلع والخدمات وفق المتغيرات نفسها.

على الرغم من أن الدراسات التي أجريت على إدراك الأطفال للمال قد زدتنا بالكثير من النتائج المهمة عن سيكولوجية المال في مرحلة الطفولة، ومصروف الجيب، مثل دراسة غرينستين - ويس وآخرين (Grinstein- Weiss et al., 2018)، فإن معظم الدراسات السابقة ركزت على سلوك الشراء لدى المراهقين وعلاقته بمتغيرات ديمغرافية كما في دراسة قنديل وآخرين، (2012)، ودراسة علي (2007)، أو على التنشئة الاستهلاكية للطفل كما في



دراسة طملية (2013)، أو سلوك الصرف والإنفاق وتأثره بوسائل الإعلام كما في دراسة دستون وهييات (Doston & Hyatt, 2005)، أو بحث سلوك الادخار لدى الأطفال (Song, & Webley, 1993). وهكذا فإن أغلب هذه الدراسات بحثت الموضوع من منظور التنشئة الاجتماعية للسلوك الاستهلاكي، وأنها ركزت على المراهقين، ولم تبحث السلوكيات اللاسوية مثل هوس المال، ولا القيم الأخلاقية المرتبطة بالسلوك الاستهلاكي في مرحلة الطفولة وهو ما يميز هذه الدراسة التي تبحث المظاهر النفسية لهوس المال وعلاقتها بكل من السلوك الاستهلاكي وأخلاقيات المال لدى الأطفال.

### إجراءات الدراسة:

منهجية الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها.

العينة: تكونت عينة الدراسة من (380) طفلاً بواقع (195 ذكور، 185 إناث) تتراوح أعمارهم بين التاسعة والرابعة عشرة من العمر (بمتوسط قدره 12.8 للذكور، ومتوسط قدره 12.2 للإناث) وتمثل هذه الفئة العمرية مرحلة الطفولة المتأخرة وبداية المراهقة. وقد تم سحب أفراد العينة بطريقة طبقية عشوائية من عدة مدارس في مدينة حلب، والجدول التالي يوضح توزيع أفراد العينة.

الجدول (1) توزيع أفراد العينة وفق المدارس

اسم المدرسة	عدد الذكور	اسم المدرسة	عدد الإناث
الكرامة	35	الشهباء	33
الشبيبة	49	رابعة العدوية	39
التضامن	36	حداد	34
حسين غروي	38	أسعد عقيل	41
العدالة	37	الثورة للبنات	38

### أدوات الدراسة: لقد تم استخدام الأدوات التالية في هذه الدراسة:

- أولاً - مقياس هوس المال: وهو مقياس أعدته فرنهام (Furbham, 1996) ويتألف في صيغته الأساسية من 20 عبارة تقيس سلوكيات الفرد ومشاعره وتفكيره حول المال مثل العبارات التالية «هل تشعر بالسعادة حين تصرف المال؟ هل تنفق أموالك بصورة تتجاوز ما يقدمه لك والداك؟ هل تشتري أشياء لا تحتاجها لأن الآخرين يشترونها؟ هل تستخدم المال للتحكم في الآخرين؟» ويُجاب عنها بأحد الاختيارات الثلاث (نادراً، أحياناً، دائماً). وقد قام الباحث بترجمة المقياس وتعديله ليناسب البيئة المحلية، وقام بعرضه على عدد من



أعضاء هيئة التدريس في جامعة حلب، بتخصص علم النفس والتربية، والاقتصاد (13 عضواً) للتأكد من صدقه الظاهري. وقد اتفق هؤلاء على العبارات في صيغتها النهائية التي بلغ عددها (20 عبارة). أما بالنسبة لثبات المقياس، فقد تم تطبيق المقياس على عينة تقنين من الأطفال والمراهقين (ن= 23 طفلاً ومراهقاً)، ثم إعادة تطبيقه بعد مرور 18 يوماً من التطبيق الأول، وبحساب معامل الارتباط بين درجات التطبيقين تبين أنها دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، حيث بلغت قيمتها (0.78). كما قام الباحث بحساب معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ فبلغ ثبات المقياس (0.77).

ثانياً - مقياس السلوك الاستهلاكي: اعتمد الباحث في إعدادهِ بعد الرجوع إلى عدد من الدراسات السابقة والاطلاع على عدد من المقاييس أبرزها: الأول: هو مقياس السلوك الاستهلاكي للأطفال من إعداد رايح وساوي (2003) ويقيس السلوكي الاستهلاكي للأطفال، والثاني: هو مقياس فرنهام (Furnham & Thomas, 1994) الذي يهدف إلى التعرف على سلوكيات الأفراد المالية في الماضي والحاضر، وما يرغبون فيه في المستقبل، وكشف معتقداتهم. والثالث مقياس الاتجاهات النفسية نحو الادخار (Saving Attitudes Rabinovich, & Webley, 2007) وقد قام الباحث بإعداد المقياس حيث شمل في صيغته الأولية 60 عبارة، ثم عرضها على عدد من المحكمين للتحقق من صدقها الظاهري وبعد استبعاد العبارات التي لم توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجاتها ودرجة البعد الذي تنتمي إليه طبقاً لطريقة الاتساق الداخلي، أصبح عدد بنود المقياس في صيغته النهائية (46) عبارة، تتوزع على الأبعاد التالية:

1. السلوك القسري: وهي البنود التي تعبر عن سلوك قسري نحو المال كما في العبارات (21، 28، 45)
2. القوة والإنفاق: وهي البنود التي تعبر عن أن المال قوة، وكذلك سلوك الإنفاق، كما في العبارات (3، 9، 16).
3. الاحتفاظ والادخار: وهي العبارات التي تعبر عن سلوك الاكتناز وادخار المال كما في العبارات (7، 9، 27).
4. الإحساس بالأمن والحماية: وهي السلوكيات التي تعبر عن دور المال في الأمن مثل العبارات (15، 55، 20)
5. عدم الكفاية: وهي السلوكيات التي تعبر عن دور المال السلبي ومشاعر الشخص حياله مثل العبارات (25، 29، 46).
6. الجهد والقدرة: وهي السلوكيات التي تعبر عن دور المال وقدرته في حل المشكلات مثل العبارات (19، 12، 31).
7. الاستهلاك: وهي العبارات التي تعبر عن نزعة الإفراط في الاستهلاك مثل العبارات (8، 14، 22).

صدق المقياس وثباته: قام الباحث باستخدام طريقة الصدق الظاهري من خلال عرض الفقرات على عدد من المتخصصين في التربية وعلم النفس وعلم الاقتصاد من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة حلب (وعدددهم 13 عضواً)، وقد أظهر المحكمون اتفاقاً على فقرات في صيغتها النهائية. كما قام بحساب الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بند ودرجة البعد الذي تنتمي إليه، وقد تم حذف عدد من البنود التي لم يكن ارتباطها دالاً إحصائياً. أما بالنسبة لثبات المقياس فقد قام الباحث بحساب الثبات بطريقة إعادة التطبيق، حيث قام بتطبيق المقياس على عينة تقنين (ن= 23 طفلاً)، وإعادة تطبيقه بعد مرور 18 يوماً من التطبيق الأول، وبحساب

معامل الارتباط بين درجات التطبيقين فقد بلغ معامل الثبات (0.79) وهي مرتفعة إلى حد يؤكد تمتع المقياس بثبات جيد. كما تم حساب معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ فكانت جميع المعاملات مناسبة وتحقق ثبات المقياس (0.81).

ثالثاً- مقياس أخلاق المال: وهو من إعداد تانغ (Tang, 1995) وهو مقياس تم تصميمه بعد عدد من الدراسات التجريبية التي أجراها تانغ على الاتجاهات النفسية الخاصة بالقيم نحو المال، مكوّن من 30 عبارة تقيس أخلاقيات المال، وموزّعة في ستة عوامل هي: الخير، الشر، الإنجاز، تقدير الذات، الميزانية، الحرية، والقوة. وقد قام الباحث بتعريب المقياس وتطبيقه على عينة تجريبية من الأطفال لحساب صدقه وثباته. وقد اتبع في ذلك الخطوات التالية:

1. تم عرض العبارات الأولية على عدد من أعضاء الهيئة التدريسية في كليتي التربية والاقتصاد في جامعة حلب (ن=13) وقد أجرى التعديلات اللازمة وفقاً لرأي المحكّمين، وبلغ عدد العبارات في صيغتها النهائية 25 عبارة.

2. قام بحساب الانساق الداخلي للمقياس من خلال حساب معامل الارتباط بين درجة العبارة والدرجة الكلية لكل بُعد من الأبعاد التي تنتمي إليه هذه العبارة، وقد تبين أنها دالة عند مستوى (0.01).

3. تم حساب معامل الثبات بطريقة إعادة التطبيق. حيث طبّق المقياس على عينة مؤلفة من 23 طفلاً، ثم أعيد تطبيقه ثانية بعد مرور 18 يوماً، وحسب معامل الارتباط بين التطبيقين، فبلغت النسبة (0.82)، وهي درجة تدل على تمتع المقياس بثبات مرتفع.

المعالجة الإحصائية: تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية للبنود، كما تم حساب الوزن النسبي لها حيث أعطيت الاختيارات الثلاثة ( نادرًا، أحيانًا، دائمًا) الدرجات التالية على التوالي (1، 2، 3) في المقاييس، ثم ضربت كل قيمة بالتكرارات المقابلة لها، وجمعت، ثم قُسمت على العدد الكلي، وبذلك تراوح الوزن النسبي بين 1 و3. وعد الوزن النسبي مرتفعًا إذا تجاوز 1.5. كما تم استخدام معامل الارتباط لتقدير العلاقة بين السلوك الاستهلاكي وهوس المال وأخلاقيات المال.

### النتائج ومناقشتها:

يتناول هذا الجزء من الدراسة عرض النتائج التي تم التوصل إليها وذلك وفقًا لتساؤلات الدراسة، وهي كما يلي:

بالنسبة للتساؤل الأول الذي نصه «ما المظاهر النفسية لهوس المال لدى الأطفال عينة الدراسة؟» فقد تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لبنود مقياس هوس المال وتم ترتيبها ترتيبًا تنازليًا، كما عرضت في الجدول (2).

## الجدول (2) يبين المتوسطات والانحرافات المعيارية لبنود هوس المال مرتبة ترتيباً تنازلياً

ع	م	العبرة	
0.45	2.88	هل تشعر بالسعادة حين تصرف المال؟	1
0.41	2.86	هل تنفق أموالك بصورة تتجاوز ما يقدمه لك والداك؟	2
0.35	2.73	هل تشتري أشياء لا تحتاجها لأن الآخرين يشترونها؟	3
0.52	2.72	هل تستخدم المال للتحكم في الآخرين؟	4
0.36	2.66	هل تشعر بالقلق من إنفاق المال في أي وقت؟	5
0.31	2.62	هل تشتري أشياء لا تحتاجها لمجرد أنها ذات قيمة عالية؟	6
0.27	2.54	هل تشعر بالندم حين تصرف نقودك بسذاجة؟	7
0.45	2.53	هل تمنع عن الكلام عن المال وعن مصروفك مع الآخرين؟	8
0.27	2.46	هل تفكر ليلاً بما ستصرفه في اليوم التالي؟	9
0.34	2.45	هل تقضي وقتاً طويلاً في السوبر ماركت؟	10
0.52	2.41	هل النقود التي يقدمها لك والدك غير كافية؟	11
0.26	2.30	ألا تهتم بالثمن حين تشتري أي شيء؟	12
0.39	2.21	هل ما تدخره من مال لا يكفي احتياجاتك مما يسبب مزيداً من المشكلات؟	13
0.47	2.20	هل تقوم بالشراء عندما تكون قلقاً أو مكتئباً أو تشعر بالغضب؟	14
0.18	2.18	هل تكره أن تتعلم طرقاً تجلب لك المال؟	15
0.16	2.17	هل تكره أن تتعلم طرقاً تجلب لك المال؟	16
0.23	2.14	هل تفكر باستمرار في مصروفك؟	17
0.26	2.12	هل تدخر أموالك؟	18
0.15	2.10	هل تضيع مصروفك على الآخرين؟	19
0.22	2.9	هل تتضايق من دفع ثمن أي شيء وتريد تأجيل جزء من ثمنه؟	20

يتبين من الجدول (2) أن هناك عددًا من العبارات التي احتلت المرتبة الأولى لدى الأفراد عينة الدراسة وهي: شعورهم بالسعادة حين صرف المال، وإنفاق الأموال بما يفوق ما يقدمه لهم والداهم، وشراء أشياء رغم عدم حاجتها، واستخدام المال للتحكم بالآخرين. وبالرغم من هذه السلوكيات المتعلقة بالإنفاق والشراء، فإن الأطفال قلقون حول زيادة المصروف، وإنفاق المال في الكثير من الأوقات. إضافة إلى مشاعر القلق، فإنهم يشعرون بالندامة من

زيادة المصروف، ويفكرون ليلاً بذلك. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عدة دراسات غرينستاين وآخرون (-Grinstein, Weiss, Spader, Yeo, Taylor, & Freeze, 2018) ودراسة هنسلي (Hensley, 2015)، والتي أظهرت أن استعمال الأطفال للمال خطوة مهمة في تكوين ذات الطفل وشخصيته، وفي إشباع عدد من الحاجات النفسية والاجتماعية كالتملك، والانتفاء للجماعة الأقران، والسيطرة.

وهكذا فإن مظاهر هوس المال لدى الأطفال ترتبط لديهم بمشاعر: الضيق، والقلق، والندم، والأحلام، وزيادة التفكير بالمصروف والإنفاق. إن هذه المشاعر هي بمثابة نتيجة ومحصلة لرغبة الأطفال في الإنفاق وزيادة الإعجاب في المحيطين بهم. وإذا كان الآباء يمنحون أبناءهم نقوداً حتى لا يشعر الطفل بالدونية بين أقرانه، أو بدافع المسامرة الاجتماعية، أو حتى بدافع الفخر والاعتزاز، فإن مثل هذه الدوافع لن تكون بلا ثمن، وقد ينتج عنها الكثير من مظاهر الهوس بالمال كما عبّر عنه أفراد العينة، وتتفق هذه النتيجة مع ما أظهرته نتائج دراسة بيكفانس وبيكفانس (Pickvance, & Pickvance, 2017).

بالنسبة للتساؤل الثاني «ما السلوكيات الاستهلاكية الشائعة لدى الأطفال؟» فقد حسبت المتوسطات والانحرافات المعيارية للبنود التي شملها مقياس السلوك الاستهلاكي، وقد تم ترتيبها ترتيباً تنازلياً، كما هي في الجدول (3).

الجدول (3) يبين المتوسطات والانحرافات المعيارية لكل بند من بنود السلوك الاستهلاكي.

م	العبارة	م	ع
1	أعتقد أن المال مصدر السعادة.	2.67	0.75
2	عادة أشتري أشياء لا أحتاجها لمجرد أنها رخيصة.	2.62	0.35
3	أشتري أحياناً أشياء لا أحتاجها لأن الآخرين يشترونها.	2.46	0.78
4	أشعر بالقوة نحو الذين يملكون مالاً أقل مني.	2.43	0.64
5	عادة أضيع مصروفي بسذاجة على الآخرين، وأشعر بعدها بالندم.	2.42	1.12
6	يضايقني من يجادلون البائع حول الأسعار.	2.39	1.11
7	عادة ما أجد صعوبة في تحديد ما أنفقه من مال.	2.37	0.99
8	أفضل ادخار المال ولا أدخر الأشياء.	2.35	1.14
9	إذا شاركت أحداً في شراء شيء، فإنني أساهم بنصيب كبير حتى لا أشعر أنني مدين لأحد.	2.32	0.97
10	أشتري أصدقائي بإعطائهم الكثير من المال خصوصاً الذين أريدهم أن يحبوني.	2.29	0.89
11	أشعر بالنقص تجاه الذين يملكون مالاً كثيراً.	2.27	1.13

0.85	2.25	أستخدم المال في السيطرة على الذين يضايقونني.	12
1.21	2.23	عندما يكون لدي الكثير من المال أشعر بالذنب لأنني أنفقه على أشياء غير ضرورية.	13
0.45	2.21	أؤمن بأن المال يحل جميع مشكلاتي.	14
1.11	2.18	أشعر بالارتباك عندما يسألني أحد عن أموالي الخاصة.	15
1.22	2.16	أضع الثمن في اعتباري حين شراء أي شيء.	16
1.23	2.15	أكره المال وأكره الذين يملكونه.	17
0.89	2.12	أشعر بالغباء لشراء أشياء غالية الثمن ويشتريها الآخرون رخيصة.	18
1.12	2.11	أعرف جيداً كيف أضع نقودي في جيبتي أو في محفظتي.	19
1.14	1.99	ما أذخره من مال غير كاف.	20
1.26	1.97	المال هو الشيء الوحيد الذي يمكن الاعتماد عليه.	21
0.99	1.94	حين يطلب مني المتسولون نقوداً نادراً ما أعطيهم.	22
1.15	1.92	ما يشتريه المال يمكن أن أحصل عليه من دون مال.	23
1.29	1.89	المال يمنحني قوة كبيرة.	24
0.86	1.87	رأيت في المال يشبه رأي والدي.	25
0.79	1.84	ما يحصل عليه الفرد من مال يرتبط بقدرته وجهوده.	26
1.15	1.81	أنا فخور بقدرتي على ادخار المال.	27
0.69	1.78	أدفع فواتير الطعام، حتى لو كانت غالية الثمن.	28
0.89	1.76	أنفق الكثير من مصروفي حين أكون قلقاً أو مكتئباً.	29
0.78	1.73	أشتري كل ما أجد من ألعاب الكمبيوتر، ولو كانت غالية الثمن.	30
1.75	1.71	أكره إقراض الآخرين أي نقود.	31
1.34	1.67	كثيراً ما نقارن أنفسنا من خلال المال.	32
0.89	1.63	أقوم بتغيير حقيبتتي المدرسية خلال العام ولو كانت بحالة جيدة.	33
1.27	1.62	أفضل إنفاق مصروفي على أشياء استهلاكية كالطعام.	34
0.47	1.60	أفتخر بحصولي على مصروف كبير من والدي وأحب أن يعرف أصدقائي ذلك.	35
1.65	1.58	أشتري لأخوتي عدة أصناف من المأكولات كل يوم.	36

37	أكثر أصدقائي لديهم مال أقل مني.	1.53	1.14
38	أخفي أموري المالية عن أصدقائي وأقاربي.	1.52	0.78
39	أعتقد أنني أستحق ما أخذه من مصروف من والدي.	1.41	0.86
40	لا أستطيع التحكم في أموالي ومصروفي.	1.38	0.75
41	أحافظ على سلامة أثاث منزلنا.	1.24	1.13
42	أشعر بالقلق حول مصروفي.	1.16	1.11
43	أحلم كثيرًا بالمال والثراء.	1.12	0.86
44	المال هو أصل كل الشرور.	1.09	0.67
45	أعتقد أن الوقت الذي يمر دون ادخار المال، هو وقت ضائع.	0.98	1.14
46	تفكيري بالمال أفضل من تفكير أصدقائي به.	0.76	0.94

يتبين من الجدول (3) أن أبرز السلوكيات الاستهلاكية لدى الأطفال عينة الدراسة هي العبارات التالية: «أعتقد أن المال مصدر السعادة»، «عادة أشتري أشياء لا أحتاجها لمجرد أنها رخيصة»، «أشتري أحياناً أشياء لا أحتاجها لأن الآخرين يشترونها»، «أشعر بالقوة نحو الذين يملكون مالاً أقل مني»، «عادة أضيع مصروفي بسذاجة على الآخرين، وأشعر بعدها بالندم»، «يضايقني من يجادلون البائع حول الأسعار» وقد كان متوسطها مرتفعاً وهي على التوالي: (2.67)، (2.62)، (2.46)، (2.43)، (2.42)، (2.39). ويلاحظ أن اتجاهات الأطفال عينة الدراسة تعبر عن أنهم يشترون أشياء كثيرة رغم عدم حاجتهم إليها، أو لمجرد أنها رخيصة، من جهة ثانية فإنه يشترون بدون أن يسألوا البائع أو يجادلونه حول الأسعار. وأن هذه الاتجاهات السلوكية تعبر عن شعورهم بأن المال هو مصدر السعادة لهم، وهي العبارة التي احتلت المرتبة الأولى بين العبارات المختلفة وقد كان متوسطها مرتفعاً (2.67). وتعبر هذه الاتجاهات عن مصروف الجيب ونزعة الاستهلاك لدى الأطفال عينة الدراسة. وقد ثبت أن الأطفال يكتسبون من مصروف الجيب العديد من الميزات منها: الخبرة الكبيرة في التعامل مع المال، وتشجيع الطفل على الشراء والكسب المالي، إضافة إلى اتساع خبرته في الإنفاق والادخار. فقد تبين أن سلوك الادخار والإنفاق قد احتل مكانة مهمة في اتجاهات الأطفال عينة الدراسة، فقد كان متوسط العبارات التالية: «عادة ما أجد صعوبة في تحديد ما أنفقه من مال»، «أفضل ادخار المال ولا أدخر الأشياء»، «إذا شاركت أحداً في شراء شيء، فإني أساهم بنصيب كبير حتى لا أشعر أنني مدين لأحد» مرتفعاً وهي على التوالي (2.37)، (2.35)، (2.32).

تعكس هذه النتائج الدلالات النفسية والاجتماعية والشخصية للسلوك الاستهلاكي، حيث يشعر الطفل بالاستقلالية والاعتماد على الذات، وتحمل المسؤولية، فضلاً عن الشعور بالخصوصية التي يتمتع بها الكبار. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Hira, Sabri, & Loibl, 2013).



بالمقابل هناك عدد من السلوكيات التي لم يكن لها قيمة مرتفعة بالنسبة للأطفال عينة الدراسة، وهي التي احتلت المراتب الأربعة الأخيرة «أحلم كثيراً بالمال والثراء»، «المال هو أصل كل الشرور»، «أعتقد أن الوقت الذي يمر دون ادخار المال هو وقت ضائع»، «تفكيري بالمال أفضل من تفكير أصدقائي به»، حيث كانت متوسطها على التوالي: (1.12)، (1.09)، (0.98)، (0.76). ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الفروق في التنشئة الاجتماعية للطفل وموقف الأهل من استخدام المال، وأسلوب الادخار منذ مراحل النمو الأولى ودخول الطفل المدرسة (مرتضى، 2008).

بالنسبة للتساؤل الثالث الذي ينص على: «هل توجد علاقة دالة إحصائية بين هوس المال والسلوك الاستهلاكي، لدى الأطفال عينة الدراسة؟».

للإجابة عن هذا التساؤل تم حساب معامل الارتباط بين هوس المال وأبعاد السلوك الاستهلاكي، وعرضت النتائج في الجدول (4).

الجدول (4) يبين معاملات الارتباط بين هوس المال وأبعاد السلوك الاستهلاكي

السلوك الاستهلاكي							المتغير/ الأبعاد
الاستهلاك	الجهد والقدرة	عدم الكفاية	الإحساس بالأمن	الاحتفاظ والادخار	القوة والإنفاق	السلوك القسري	
* 0.78	* 0.65	* 0.26	* 0.67	* 0.46	* 0.64	* 0.75	هوس المال

\* دال عند مستوى 0.01

يتبين من الجدول (4) أن هوس المال يرتبط ارتباطاً موجباً دالاً إحصائياً (0.01) مع كل من السلوك القسري (0.75)، والإنفاق والقوة (0.64)، والاحتفاظ والادخار (0.46)، والإحساس بالأمن (0.67) وعدم الكفاية (0.26)، والجهد والقدرة (0.65)، والاستهلاك (0.78).

لكي يصبح الطفل فرداً مستقلاً متكيفاً مع مجتمعه لا بد من أن يمر بعملية التنشئة الاجتماعية الاستهلاكية التي يتحول فيها الطفل إلى فرد متفاعل مع مجتمعه وفقاً للثقافة الخاصة بذلك المجتمع الذي نشأ فيه، ولكي يصبح الطفل مستهلكاً لا بد من معرفته بالمنتجات، والأسعار، والاستهلاك، والضرية، وحقوق المستهلك، والاحتفاظ، والادخار، والإنفاق. وتعكس العلاقة بين هذه المتغيرات والمفاهيم شمولية عملية التنشئة الاجتماعية الاستهلاكية للطفل التي تبدأ من عمر مبكر حين يرافق الطفل والديه إلى التسوق، ويتعرض للمنبهات التسويقية المختلفة (طلمية، 2013). وفي الثانية من عمره يستطيع أن يطلب شراء منتج يرغب به. وعندما يتجاوز السادسة من عمره يستطيع اتخاذ قرار الشراء بمساعدة والديه أو بشكل مستقل (Deborch, 1999).

بالنسبة للتساؤل الرابع الذي ينص على: «هل توجد علاقة دالة إحصائية بين هوس المال وأبعاد أخلاقيات المال لدى الأطفال عينة الدراسة؟».

للإجابة عن هذا التساؤل تم حساب معامل الارتباط بين هوس المال وأبعاد أخلاقيات المال، وعرضت النتائج في الجدول (5).

الجدول (5) يبين معاملات الارتباط بين هوس المال وأبعاد أخلاقيات المال

أخلاقيات المال						المتغير/ الأبعاد
الحرية والقوة	الميزانية	تقدير الذات	الإنجاز	الشر	الخير	
* 0.61	* 0.43	* 0.53	* 0.61	* 0.49 -	* 0.55	هوس المال

\* دال عند مستوى 0.01

يتبين من الجدول (5) أن هوس المال يرتبط ارتباطاً موجباً ودالاً إحصائياً (0.01) مع الخير (0.55)، والإنجاز (0.61)، وتقدير الذات (0.53)، والميزانية (0.43)، والحرية والقوة (0.61). وبالمقابل يرتبط هوس المال بعلاقة سالبة مع الشر (- 0.49).

يظهر من خلال هذه النتائج عن العلاقة بين هوس المال وكل من السلوك الاستهلاكي وأخلاقيات المال عن طبيعة الإنسان المعقدة في الشخصية والتي تعكس مجموعة من الحاجات والرغبات التي يسعى لإشباعها مما يخلق نوعاً من الاستقرار على مستوى الشخصية. إلا أن السلوك غير ثابت ويتميز بالدينامية خاصة وأن حاجات الأطفال للاستهلاك والرغبات في طور النمو والازدياد وذلك وفقاً للبيئة الاجتماعية والثقافية. إن الأطفال الذين يكون مصروفهم مرتفعاً يعتقدون بأن المال يحقق لهم الحرية، والقوة، والإنجاز، ولو كان البعض يعتبره بمثابة شر أحياناً. من جهة ثانية فإن هناك علاقة وثيقة بين نزعة الاستهلاك المرتفعة لدى الأطفال وبين مظاهر هوس المال كما تبدو من خلال مصروف الجيب، والميزانية، والشراء، وغيرها من المظاهر. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه تانغ (Tang, 1995) من أن هناك علاقة موجبة ودالة إحصائية بين المال وكل من الإنجاز، والاحترام، وتقدير الذات، وأن المال بطبيعته خير، وأن الأفراد ذوي الأخلاقيات المرتفعة يعتقدون بأن المال شر، ولكنه من وجهة نظرهم يمثل مصدرًا للقوة والكفاية.

يعتبر السلوك الاستهلاكي ومصروف الجيب من العادات الأسرية المتأصلة في مختلف المجتمعات حيث يقوم الآباء بطريقة روتينية بذلك دون معرفتهم أن هذا المصروف يساعد في تشكيل سلوكهم الاستهلاكي وتكوين نمط شخصيتهم، ويرى علماء النفس أن هذا المصروف مهم لأنه يمثل درساً عملياً للأطفال حين يعلمهم القيم الاستهلاكية والسلوكية المهمة (Fauziah & Murharsito 2019)، والسلوك الاستهلاكي مظهر حضاري يختلف من شعب لآخر بل يختلف من فرد إلى آخر في المجتمع نفسه تبعاً للوعي والثقافة الاستهلاكية السائدة في المجتمع ومدى تقدمه ودرجة تحضره وقيمه الاجتماعية. من هنا تتطلب التربية السليمة إكساب الأبناء حقائق ومهارات واتجاهات سليمة نحو ترشيد الاستهلاك وحسن الإنفاق بحيث تتسم بالتعقل والاعتدال، من جهة وتمثل أخلاقيات المال من جهة ثانية (Shim, Barber, Card, Xiao, & Serido, 2018).

## مناقشة النتائج

إن معرفة التنشئة الاجتماعية الاستهلاكية للطفل تتم في المرحلة ما قبل الإجرائية وذلك من وجهة نظر الأطفال والوالدين. كما أن وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق تؤدي دوراً مهماً ومنتزاعاً في تشكيل سلوك الاستهلاك لدى الأطفال في حياتنا المعاصرة ( Sramova, 2017 ).

لقد تبين من نتائج الدراسة أن السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال والمراهقين يرتبط بمصرف الجيب وبالقيم السائدة، حيث ينفق الطفل مصروفه على سلع كثيراً ما تكون كعالية بأسلوب التباهي والتفاخر أمام الأقران، وقد يصل إلى مرحلة مَرضية كما ظهر من خلال سيطرة ظاهرة هوس المال الذي يؤدي إلى مخاطر نفسية واجتماعية لا يتوقف عند استهلاك المال فقط، بل يمتد ليشمل نواحي أخرى من الحياة البشرية مثل الماء والكهرباء، والأثاث المنزلي، والممتلكات العامة والبيئة. وهناك عدة عوامل تسهم في جعل الطفل استهلاكياً: التعلم والمحاكاة وتأثير القدوة وخاصة سلوك الوالدين الاستهلاكي، ومستوى الدخل النقدي، لأن هناك علاقة موجبة بين دخل الأسرة وزيادة الاستهلاك، ووسائل الإعلام والإعلانات الدعائية والتجارية التي ترسخ ظاهرة الاستهلاك، وتعليم الأم للطفل، واتخاذ القرارات الاستهلاكية، والبيئة الاجتماعية، وخاصة الأهل والأقران داخل المدرسة وخارجها، والعوامل النفسية مثل الغيرة ( Webley, & Nyhus, 2008 ).

إن كثيراً من الأطفال يعتقدون أن مصروف الجيب فرصة تربوية لتنمية السلوك الاستهلاكي والاعتماد على النفس، ويساعد في اتخاذ الكثير من القرارات الاقتصادية، كما أنه وسيلة لدعم الفرد وتطبيع اجتماعياً وخاصة فيما يتعلق بتنمية مفهوم الذات وتنمية الدور الجنسي (Miller, 1990). من جهة ثانية يعكس هوس المال والسلوك الاستهلاكي القيم الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع. فقد تبين أن هناك مجموعة من المتغيرات التي تؤثر في السلوك الاستهلاكي وهي: متغيرات اجتماعية وحضارية (الثقافة والثقافة الفرعية، والطبقات الاجتماعية، والجماعات المرجعية ودورة حياة الأسرة، وعادات المستهلك في الشراء) ومتغيرات شخصية ونفسية (الدوافع والحاجات الفطرية والمكتسبة، والتعلم، والاتجاهات). ومن بين الدوافع النفسية المهمة الراحة، وحب الجمال، واللعب، والشعور بالأهمية والقوة والتملك، وحب الاستطلاع، والشعور بالمسؤولية (Harari & Hornik, 2010). كما أن الاتجاهات النفسية لدى الأغنياء نحو المال تشير إلى أن المال قوة، (عبد العزيز، 2003).

علاوة على ذلك فإن التنشئة الاستهلاكية للطفل تتأثر بالعديد من مؤسسات التنشئة الاجتماعية وخاصة وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي إلى درجة أن الآباء في الوقت الحاضر يفقدون سيطرتهم على عملية تنشئة سلوك الطفل الاستهلاكي واستعمال المال لأبنائهم في ظل انشغالهم بالعمل ساعات طويلة واستهداف الإعلانات التجارية للأطفال مما أدى إلى أن تصبح ثقافة الأطفال حالياً استهلاكية مرئية مقارنة بثقافة الأطفال في القرن الماضي نتيجة تأثير ثقافة الطفل بوسائل الاتصال المرئية (عبد الله، 2017)، والأقران. وهذا ما جعل الآباء في مأزق الانصياع لقرارات الطفل الشرائية المتأثرة بوسائل الإعلام المرئية وبين تعليم الطفل القيم، والاتجاهات، وأخلاقيات المال والمعلومات الاستهلاكية المستحبة من وجهة نظر الوالدين (Schor, 2006).

## التوصيات

1. تدريب الطفل على ضبط نزعاته ودوافعه وخاصة شهوة حب الشراء، لأن التربية السليمة تتطلب إكساب الأبناء قيماً ومهارات نحو ترشيد الاستهلاك وحسن الإنفاق اللذين يتسمان بالتعقل والاعتدال.
2. مناقشة الطفل بالمبلغ الذي سيقدم له، وبمصروف الجيب، وهل هو مناسب لاحتياجاته والميزانية الشهرية. فنتائج الدراسة تساعد المربين وأولياء الأمور في تعليم الأطفال السلوك الاستهلاكي السوي وخفض حالات القلق وهوس المال وغيرها من الحالات الانفعالية غير السوية.
3. تطبيق برامج الإرشاد النفسي الجمعي التي تتضمن تدريب الطفل على مهارات الشراء والسلوكيات الاستهلاكية والترشيد وما يرتبط بها من قيم أخلاقية.
4. تصميم وتنفيذ برامج إرشاد نفسي فردي للحالات التي تظهر لديها سلوكيات لا سوية مثل القلق وهوس المال لدى الأطفال.
5. تشجيع الأطفال على التوفير والتكافل الاجتماعي، فهو من طرق الضبط الذاتي والتحكم بالسلوك والذي يسهم في تكوين شخصيته الناضجة لاحقاً.
6. إدخال موضوعات التربية المالية، وسيكولوجية المال في المناهج الدراسية ومؤسسات التنشئة الاجتماعية الاستهلاكية.
7. إجراء المزيد من الدراسات حول هذه الظاهرة خلال مراحل النمو المختلفة، ودراسة السلوك الاستهلاكي وعلاقته بمتغيرات نفسية أخرى وخاصة سمات الشخصية السوية والمرضية.

## المراجع

## أولاً: المراجع العربية:

- البكري، تامر (2006). الاتصالات التسويقية والترويج، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- الدسوقي، كمال (1998). ذخيرة علوم النفس المجلد الأول. القاهرة: الدار الدولية للنشر.
- رابح، محمد، وسلوى ساوي (2003). مقياس السلوك الاستهلاكي الطفولة المتأخرة. في: عبد العزيز الحسين، أسماء، المدخل المبسر إلى الصحة النفسية والعلاج النفسي. الرياض: دار عالم الكتب.
- زيدان، أكرم (2008). سيكولوجية المال: هوس الثراء وأمراض الثروة. عالم المعرفة. العدد 351، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.
- طمليّة، إلهام (2013). العوامل المؤثرة في التنشئة الاستهلاكية للطفل الأردني من عمر 10-16 سنة. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 31، ص 245-267.
- عبد العزيز الحسين، أسماء (2003). المدخل المبسر إلى الصحة النفسية والعلاج النفسي. دار الرياض: عالم الكتب.
- عبد الله، محمد قاسم (2014). علم الأمراض النفسية، منشورات جامعة حلب.
- عبد الله، محمد قاسم (2017). ثقافة الصورة والثقافة المرئية لدى الأطفال. مجلة الطفولة العربية. 18، 71، 9-36.
- علي، لونيس (2007). العوامل الاجتماعية والثقافية وعلاقتها بتغير اتجاه المستهلك الجزائري: دراسة ميدانية بطيف. رسالة دكتوراه في علم نفس العمل. جامعة منتوري-قسنطينة.
- قنديل، سميرة، ومصطفى، عبد العظيم، وريحان، الحسيني، وإبراهيم، دعاء (2012). دراسة السلوك الشرائي لدى المراهقين في بعض المواقف الحياتية. مجلة العلوم الاجتماعية والاقتصادية. جامعة المنصورة، 3 (10) ص 1515-1536.
- مرتضى، سلوى (2008). الأبناء ومصرف الجيب، مجلة المعلم العربي العددان (2 و 3)، -19 16.

## ثانياً: المراجع الأجنبية:

- BABIARZ, P. & ROBB, C. A. (2014). FINANCIAL LITERACY AND EMERGENCY SAVING. JOURNAL OF FAMILY AND ECONOMIC ISSUES. 35,1, 40-50. [HTTP://DX.DOI.ORG/10.1007/S10834-013-9369-9](http://dx.doi.org/10.1007/s10834-013-9369-9)
- BATTY, M., COLLINS, J. M. & ODDERS-WHITE, E. (2015). EXPERIMENTAL EVIDENCE ON THE EFFECTS OF FINANCIAL EDUCATION ON ELEMENTARY SCHOOL STUDENTS' KNOWLEDGE, BEHAVIOR, AND ATTITUDES. JOURNAL OF CONSUMER AFFAIRS. 49, 1,69-96.
- BEARDEN, W. O., HARDESTY, D. M., & ROSE, R. L. (2001). CONSUMER SELF-CONFIDENCE: REFINEMENTS IN CONCEPTUALIZATION AND MEASUREMENT. JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH, 28, 1, 121-134.
- BERTI, H. & BOMBI, A.(1981). THE DEVELOPMENT OF CONCEPT OF MONEY AND ITS VALUES, CHILD DEVELOPMENT,82,11-78.
- BEUTLER, I., & DICKSON, L. (2008). CONSUMER ECONOMIC SOCIALIZATION. IN J. J. XIAO (EDS.), HANDBOOK OF CONSUMER FINANCE RESEARCH (83-102). NEW YORK, NY: SPRINGER SCIENCE + BUSINESS MEDIA.
- CHOWA, G. A. & DESPARD, M. R. (2014). THE INFLUENCE OF PARENTAL FINANCIAL SOCIALIZATION ON YOUTH'S FINANCIAL BEHAVIOR: EVIDENCE FROM GHANA. JOURNAL OF FAMILY AND ECONOMIC ISSUES. 35,3, 376-389.

- CLARKE, M. C., HEATON, M. B., ISRAELSEN, C. L. & EGGETT, D. L. (2005). THE ACQUISITION OF FAMILY FINANCIAL ROLES AND RESPONSIBILITIES. *FAMILY AND CONSUMER SCIENCES RESEARCH JOURNAL*, 33,4, 321–340.
- DEBORCH, J. (1999). CONSUMER SOCIALIZATION OF CHILDREN: A RETROSPECTIVE LOOKE AT TWENTY-FIVE TEARS OF RESEARCH, *JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH*, 26, 183-213.
- CORSINI, R. (2005). *THE DICTIONARY OF PSYCHOLOGY*. LONDON: BRUNNER- ROUTLEDGE.
- DOSTON, M. & HYATT M. (2005). MAJOR INFLUENCE FACTORS IN CHILDREN'S CONSUMER SOCIALIZATION. *JOURNAL OF CONSUMER MARKETING*, 22 ,1, 34-42.
- EMMONS, W. R., & NOETH, B. J. (2015). THE ECONOMIC AND FINANCIAL STATUS OF OLDER AMERICANS: TRENDS AND PROSPECTS. IN N. MORROW-HOWELL, M. S. SHERRADEN,
- FAUZIAH F. & MURHARSITO R. ( 2019). THE EFFECTS OF MONEY ETHICS ON ETHICAL ATTITUDE WITH RELIGIOSITY AS THE MODERATING VARIABLE. *MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN*. 4 , 1, 70-84.
- FURNHAM, A. & THOMAS M.(1994). ADULT PERCEPTION OF ECONOMIC SOCIALIZATION OF CHILDREN. *JOURNAL OF ADOLESCENCE*.7, 217-231
- FURNHAM, A. & THOMAS. M.(1994). POCKET- MONEY: A STUDY OF ECONOMIC EDUCATION. *BRITISH JOURNAL OF DEVELOPMENT PSYCHOLOGY*,2, 205-218.
- GRINSTEIN-WEISS, M., SPADER, J. , YEO, Y., KEY, C. & FREEZE, E. B. (2018). LOAN PERFORMANCE AMONG LOW-INCOME HOUSEHOLDS. *SOCIAL WORK RESEARCH*. 36, 257–270.
- HARARI, T. & HORNIK, J.(2010). FACTORS INFLUENCING PRODUCT INVOLVEMENT AMONG YOUNG CONSUMERS. *JOURNAL OF CONSUMER MARKETING*. 27 ,6, 499-506.
- HENSLEY, B. J. (2015). ENHANCING LINKS BETWEEN RESEARCH AND PRACTICE TO IMPROVE CONSUMER FINANCIAL EDUCATION AND WELL-BEING. *JOURNAL OF FINANCIAL COUNSELING AND PLANNING*. 26,1, 94–101.
- HIRA, T. K., SABRI, M. F., & LOIBL, C. (2013). FINANCIAL SOCIALIZATION'S IMPACT ON INVESTMENT ORIENTATION AND HOUSEHOLD NET WORTH. *INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES*. 37,1, 29–35.
- KIM, J., LA TAILLADE, J., & KIM, H. (2019). FAMILY PROCESSES AND ADOLESCENTS' FINANCIAL BEHAVIORS. *JOURNAL OF FAMILY AND ECONOMIC ISSUES*. 32,4, 668–679.
- MILLER, G (1990). THE ROLE OF ALLOWANCES IN ADOLESCENT SOCIALIZATION, *YOUTH AND SOCIETY*.22, 137-156.
- MORROW-HOWELL, & M. S. SHERRADEN (2019). FINANCIAL CAPABILITY AND ASSET HOLDING IN LATER LIFE: A LIFE COURSE PERSPECTIVE (PP. 3–26). NEW YORK, NY: OXFORD UNIVERSITY PRESS.
- PIAGET, J. (1960). *THE CHILD'S CONCEPTION OF THE WORLD*. PATERSON, NJ: LITTLEFIELD, ADAMS.
- PICKVANCE, C. G., & PICKVANCE, K. (2017). THE ROLE OF FAMILY HELP IN THE HOUSING DECISIONS OF YOUNG-PEOPLE. *SOCIOLOGICAL REVIEW*. 43, 123-149.
- PLINER, P., FREEDMAN, J., ABRAMOVITCH, R., & DRAKE, P. (2019). CHILDREN AS CONSUMERS: IN THE LABORATORY AND BEYOND. IN P. LUNT, & A. FURNHAM (EDS.), *ECONOMIC SOCIALIZATION* (PP. 35-46). CHELTENHAM: EDWARD ELGAR.
- RABINOVICH, A., & WEBLEY, P. (2007). FILLING THE GAP BETWEEN PLANNING AND DOING: PSYCHOLOGICAL FACTORS INVOLVED IN THE SUCCESSFUL IMPLEMENTATION OF SAVING



- INTENTION. *JOURNAL OF ECONOMIC PSYCHOLOGY*, 28, 444-461.
- RAINER, J. (2008). WHY DO YOUNG PEOPLE PAY MORE? LONDON: YOUgov SURVEY, RAINER, 2008. RETRIEVED ON 11 NOVEMBER, 2008, FROM [HTTP://WWW.CATCH- 22.ORG.UK/INDEX.ASP?M=242](http://www.catch-22.org.uk/index.asp?m=242).
- SCHOR, J. (2006). EMPOWERMENT YOUNG PEOPLE AND HARMFUL MEDIA REGULATION, AWARENESS CONTENT IN DIGITAL AGE. *MEDICUM*. (JUNE), 116-117.
- SHIM, S., BARBER, B. L., CARD, N. A., XIAO, J. J., & SERIDO, J. (2018). FINANCIAL SOCIALIZATION OF FIRST-YEAR COLLEGE STUDENTS: THE ROLES OF PARENTS, WORK, AND EDUCATION. *JOURNAL OF YOUTH AND ADOLESCENCE*. 39,12, 1457-1470.
- SONG, B. AND WEBLEY, P.(1993). CHILDREN SAVING; A STUDY IN THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC BEHAVIOR. LAWRENCE ELBRAM ASSOCIATION.
- SRAMOVA, B.(2017). CHILDREN,S CONSUMER BEHAVIOR. [HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/321312283](https://www.researchgate.net/publication/321312283).
- TANG.T. (1995).THE DEVELOPMENT OF A SHORT MONEY ETHICS SCALE: ATTITUDES TOWARD MONEY. *PERSONALITY AND INDIVIDUAL DIFFERENCES*.19, 809-816.
- THALER, R. H. (1990). TOWARD A POSITIVE THEORY OF CONSUMER CHOICE. *JOURNAL OF ECONOMIC BEHAVIOR AND ORGANIZATION*. 1, 39-60.
- WEBLEY, P., & NYHUS, E.(2008). INTER-TEMPORAL CHOICE AND SELF-CONTROL: SAVING AND BORROWING. IN A. LEWIS (ED.), *THE CAMBRIDGE HANDBOOK OF PSYCHOLOGY AND ECONOMIC BEHAVIOR* (PP. 105-131). CAMBRIDGE, UK: CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS.