

2022

## The Effect of Teaching an Advanced Unit from the Geograghy Textbook Based on Economic Values on Developing Consumer Awareness among Basic Eighth Grade Students in Jordan أثر تدريس وحدة مطورة من كتاب الجغرافيا قائمة على القيم الاقتصادية في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي في الأردن

Ali khalaf Sweilem Al murshid  
ali.j7410@yahoo.com

Hamed A. Talafha  
Faculty of Educational Sciences\ The University of Jordan\Jordan, h.talaafha@yahoo.com

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaes>

 Part of the [Education Commons](#)

### Recommended Citation

Al murshid, Ali khalaf Sweilem and Talafha, Hamed A. (2022) "The Effect of Teaching an Advanced Unit from the Geograghy Textbook Based on Economic Values on Developing Consumer Awareness among Basic Eighth Grade Students in Jordan" *Jordanian Educational Journal*: Vol. 7: Iss. 4, Article 3.

Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaes/vol7/iss4/3>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Jordanian Educational Journal by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact [rakan@aarj.edu.jo](mailto:rakan@aarj.edu.jo), [marah@aarj.edu.jo](mailto:marah@aarj.edu.jo), [u.murad@aarj.edu.jo](mailto:u.murad@aarj.edu.jo).

أثر تدريس وحدة مطورة من كتاب الجغرافيا قائمة على القيم الاقتصادية في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي في الأردن

علي خلف سويلم المرشد\*

أ.د. حامد عبد الله علي طلافحة\*\*

تاريخ قبول البحث 2020/3/31

تاريخ استلام البحث 2020/2/4

**ملخص:**

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر تدريس وحدة مطورة من كتاب الجغرافيا قائمة على القيم الاقتصادية في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطلاب الصف الثامن الأساسي في الأردن، وتكونت عينة الدراسة من (66) طالباً جرى اختيارهم قصدياً من مدرسة القاضي إياس الأساسية للبنين التابعة لمديرية التربية والتعليم في لواء سحاب، وجرى تقسيمهم عشوائياً إلى مجموعة تجريبية مكونة من (33) طالباً، ومجموعة ضابطة تكونت من (33) طالباً، وطورت الوحدة الثالثة الموارد الطبيعية من كتاب الجغرافيا للصف الثامن، و تم بناء مقياس الوعي الاستهلاكي، أظهرت النتائج وجود أثر للوحدة المطورة من كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي في ضوء منظومة القيم الاقتصادية في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطلاب في الأردن، وأوصت الدراسة باعتماد الوحدة المطورة في كتاب الجغرافيا لتدريس طلبة الصف الثامن الأساسي.

**الكلمات المفتاحية:** الوحدة المطورة، كتاب الجغرافيا، القيم الاقتصادية، الوعي الاستهلاكي، طلاب الصف الثامن الأساسي.

\*الأردن/ ali.j7410@yahoo.com

\*\* كلية العلوم التربوية/ الجامعة الأردنية/ الأردن/ h.talaafha@ju.edu.jo

## **The Effect of Teaching an Advanced Unit from the Geograghy Textbook Based on Economic Values on Developing Consumer Awareness among Basic Eighth Grade Students in Jordan**

**Ali khalaf Sweilem Al murshid\***  
**Prof. Hamed. A. Ali.Talafha\*\***

### **Abstract:**

This study aimed at discovering the effect of developed unit from the geograghy textbook, based on economic values on developing consumer awareness among basic eighth grade students in Jordan. The sample of the study consisted of (66) students who were purposely selected from the Judge Eyas Basic School for Boys in the Directorate of Education in Sahab District, and were randomly divided into an experimental group of (33) students and a control group consisting of (33) students. The third unit, "Natural Resources" of the 8th grade geograghy textbook were developed in light of economic values system, and the consumer awareness scale were built, the results showed that there was an effect of the developed unit from the geograghy textbook based on economic values on developing the consumer awareness in Jordan. The study recommended the adoption of the developed unit in the textbook of geograghy to teach students at the eighth grade.

**Keywords:** Developed Unit, Geography Textbook, Economic Values, Consumer Awareness, 8th Grade Students.

## المقدمة:

أسهمت التطورات التكنولوجية وثورة الاتصالات في إضافة أهداف تربوية جديدة لكي تتلاءم مخرجات التعليم مع واقع هذا العصر، فقد أصبح إعداد الطلبة للحياة أحد أهم أهداف المدرسة، وأصبح من واجب المدرسة العمل على إكساب الطلبة المقدرة على التكيف مع واقع يتسم بسرعة التغيير، مما فرض على المناهج التعديل والتطوير، كما تزايدت الحاجة إلى تضمين المناهج مفاهيم ومعارف وقيم تمس حياة الطلبة كالوعي الاستهلاكي والقيم الاقتصادية. فالواقع الاقتصادي الصعب الذي يعيشه المواطن الأردني جعل من الضروري تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطلبة، وتعزيز القيم الاقتصادية لديهم.

فالتعليم المدرسي يسعى إلى تحقيق أهدافه من خلال ربط ما تعلمه الطالب داخل الصف أو المدرسة بما هو خارج المدرسة، أو إمكانية نقله إلى خارج المدرسة؛ ليكون الطالب جزءاً من المجتمع، ويكون قادراً على التكيف مع الحياة، لذلك نجد أن الكتب أصبحت وسيلة لحمل المفاهيم والمعارف والقيم والاتجاهات التي تتسجم مع واقع الطلبة في هذا العصر، كالوعي الاستهلاكي والقيم الاقتصادية (Yassin, 2013).

ويبين لوكاندا (Lokhande, 2014) أن من حق الطلبة تلقي تعليم متعلق بالوعي الاستهلاكي إلى جانب حقهم في التعليم الرسمي المعتاد، مشيراً إلى أهمية تعليم الوعي الاستهلاكي لدى الطلبة، إذ يساعدهم الوعي الاستهلاكي في تعزيز مقدرة الطلبة على تجنب أي نوع من الممارسات غير العادلة أو الغش من قبل التجار الجشعين، ويتيح لهم أن يكونوا على دراية بالإجراءات القانونية الصحيحة المتاحة ضد الاستغلال، والحصول على أقصى قدر من الرضا عن السلع والخدمات التي دفع ثمنها.

وتهتم كتب الدراسات الاجتماعية في محتواها بالموضوعات التي تناسب واقع الطلبة كالوعي الاستهلاكي والقيم الاقتصادية، إذ تهتم كتب التربية الوطنية بإعداد المواطن الصالح، كما تهتم كتب التاريخ بربط الطالب بترائه وأمه، في حين تهتم كتب الجغرافيا بتنمية وعي الطالب ببيئته ومصادرها الطبيعية وكيفية استغلالها بحكمة، فكل فرد في هذا العصر يعد مستهلكاً، ولا تتأتى تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطلبة بطريقة عفوية، إذ تتطلب تنميتها تدريب الطلبة على حسن اختيار المشتريات والتوفير والادخار، ومع التقدم في السن يبدأ الطلبة في تحمل المسؤولية بالنسبة لاستهلاكهم الشخصي (Dweik, 2002).

ولأن الوعي الإستهلاكي والقيم الاقتصادية من الموضوعات المهمة لدى الطلبة في هذا العصر، فقد جاءت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر الوحدة المطورة في كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي في ضوء منظومة القيم الاقتصادية في تنمية الوعي الإستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي.

### مشكلة الدراسة وأسئلتها

ظهر انخفاض مستوى الوعي الإستهلاكي لدى الطلبة في المدارس الأساسية ظهوراً واضحاً، فقد أكدت دراسة (Ariqat&Qaaud, 2018) إلى الحاجة لتنمية مستوى الوعي الإستهلاكي لدى الطلبة في الأردن، فالوعي الإستهلاكي لدى الطلبة يجعلهم يتأكدون من جودة مشترياتهم ومناسبة سعرها، والتأكد من بعض المعلومات مثل الأسعار وتاريخ انتهاء الصلاحية وتاريخ التصنيع وغيرها من البيانات والمعلومات الموجودة على ملصقات المنتجات، وتجنبهم الاستغلال، والأنشطة غير الأخلاقية للمصنعين والتجار.

وقد لاحظ الباحث في أثناء عمله معلماً لمبحث التربية الاجتماعية أن الطلبة لا يقدمون أي معلومات لإدارة المدرسة عن السلع التي تقدم لهم في مقصف المدرسة، ولا يوصون بأنواع محددة من السلع التي قد تناسب احتياجاتهم.

وهذا ما جعل الباحث يهتم بدراسة أثر تطوير وحدة في كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي في ضوء منظومة القيم الاقتصادية في تنمية الوعي الإستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي.

### أسئلة الدراسة

تمثلت مشكلة الدراسة بالسؤال الآتي:

ما أثر تدريس الوحدة المطورة من كتاب الجغرافيا في ضوء منظومة القيم الاقتصادية، في تنمية الوعي الإستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي؟

### أهداف الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق ما يأتي:

- تطوير الوحدة الثالثة "الموارد الطبيعية" من كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي في ضوء القيم الاقتصادية.

- الكشف عن أثر الوحدة المطورة من كتاب الجغرافيا في ضوء القيم الاقتصادية في تنمية الوعي

الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي.

### أهمية الدراسة

لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطلبة أهمية كبيرة في هذا العصر، ويمكن تلخيص أهمية هذه الدراسة بما يأتي:

- **الأهمية النظرية:** توفر هذه الدراسة إطارًا نظريًا حول القيم الاقتصادية والوعي الاستهلاكي، وكيفية تنميتها لدى طلبة الصف الثامن الأساسي، وقد تبني تصورًا لمصممي المناهج عن الوحدات التي يمكن تطويرها في ضوء القيم الاقتصادية.
- **الأهمية العملية:** يمكن لمعلمي التربية الاجتماعية توظيف الوحدة المطورة في ضوء القيم الاقتصادية في تدريسهم لطلبة الصف الثامن الأساسي؛ لتنمية الوعي الاستهلاكي لديهم، وقد بنت هذه الدراسة مقياسًا للوعي الاستهلاكي لطلبة الصف الثامن الأساسي، ويمكن أن يوظف معلمو التربية الاجتماعية هذا المقياس في قياس مستوى الوعي الاستهلاكي لدى طلبتهم، وقد يستفيد مصممو المناهج الجغرافيا من الوحدة المطورة ومن نتائج هذه الدراسة في تطوير برامج ومواد إثرائية تعزز القيم الاقتصادية وتنمي الوعي الاستهلاكي لدى الطلبة.

### التعريفات الاصطلاحية والإجرائية:

يمكن تعريف مصطلحات الدراسة على النحو الآتي:

**الوحدة المطورة:** هي الوحدة الثالثة "الموارد الطبيعية" من كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي التي تتناول الموارد الطبيعية واستغلالها، ولكن نتائج تحليلها بينت أنها تحتاج لتطوير وفقاً للقيم الاقتصادية، وتم تطويرها اعتماداً على القيم الاقتصادية الآتية: قيم ترشيد الاستهلاك، وقيم العمل، وقيم الإنفاق والادخار، وقيم التعامل مع الوقت، فقد أُضيفت نصوص وأنشطة وأفلام قصيرة إلى محتوى هذه الوحدة.

**منظومة القيم الاقتصادية:** مجموعة معايير وأحكام تتسم بالطابع الاقتصادي، وتعبّر عن اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع ومفيد من الناحية الاقتصادية، كحب الإنتاج، والمحافظة على الممتلكات العامة، واحترام العمل اليدوي، وتجنب التعامل القائم على الغش والخداع، ونبذ الإسراف والتبذير، والوفاء وعدم المماطلة بأداء الديون ( Al Zobon, Abu Melhem, and Awamleh, 2017: 337).

وتعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بمجموعة المعايير الاقتصادية التي تشكل إطاراً عاماً لميل

طالب الصف الثامن الأساسي نحو ما هو نافع ومفيد من الناحية الاقتصادية، وتتضمن قيم ترشيد الاستهلاك وقيم العمل، وقيم الإنفاق والادخار، وقيم التعامل مع الوقت.

**الوعي الاستهلاكي:** هو إدراك الفرد لكيفية الاختيار والاستخدام الأمثل للإمكانات المادية (السلع والخدمات، النقود) والإمكانات البشرية (المجهود، الوقت، المهارات) في إشباع احتياجاته واحتياجات أسرته في حدود الموارد المتاحة" (9: Khaled and Abu Al-Nasr, 2007).

ويعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بمجموعة الممارسات الاستهلاكية الواعية الخاصة بالتغذية والملابس، والمال والمدخرات، والسلع الاستهلاكية التي تمكن طلبة الصف الثامن الأساسي من استغلال موارده المالية في تحقيق احتياجاته المادية بما يتفق مع إمكانات مجتمعه. وجرى قياسها بالدرجة التي حققها طالب الصف الثامن الأساسي على مقياس الوعي الاستهلاكي الذي تم إعداده في هذه الدراسة.

#### حدود الدراسة:

- الحدود البشرية: طبقت هذه الدراسة على (66) طالباً من طلبة الصف الثامن الأساسي.
- الحدود المكانية: طبقت هذه الدراسة في مدرسة القاضي إياس الأساسية للبنين التابعة لمديرية التربية والتعليم في لواء سحاب
- الحدود الزمانية: جرى تطبيق هذه الدراسة على أفراد الدراسة في الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي 2020/2019.
- الحدود الموضوعية: تم تطوير الوحدة الثالثة الموارد الطبيعية من كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي في ضوء القيم الاقتصادية، وجرى استخدام مقياس الوعي الاستهلاكي لجمع المعلومات، ولهذا فإن تعميم نتائج هذه الدراسة قد تحدد بصدق أداتها وثباتها.

#### الإطار النظري

##### أولاً: القيم الاقتصادية:

أدى التغير المستمر في عالمنا المعاصر إلى بروز ظاهرة العولمة، التي صاحبت التطور التكنولوجي وخاصة في مجال الاتصالات، مما جعل العالم كأنه قرية صغيرة، وأدى هذا التطور إلى انفجار هائل في المعرفة، وتأثر القيم بشكل كبير، فتلاشت بعض القيم وظهرت قيم جديدة، فقد تركّز التغير الناتج عن العولمة في الجانب الاجتماعي والثقافي للمجتمعات، فالاختراق الاقتصادي بين المجتمعات قد يؤدي إلى إيجاد ثقافة عالمية قد تتعارض مع خصوصية وهوية

الشعوب وهويتها، وسلبهم إرادة الاختيار، فالسلع والخدمات المستوردة، وأنماط الإنتاج والاستهلاك تحمل معها ثقافة المجتمع المصدر (Soko, 2009).

وتعد القيم الإطار المرجعي الذي يتحكم في سلوك الأفراد والجماعات، وهي تؤثر بشكل مباشر وأساسي في بناء شخصية الفرد، وهي جزء من بنائه المعرفي، وهي المكون الأساسي في الجانب الاجتماعي للفرد، ولهذا فقد ظهر الاهتمام بإكساب الطلبة للقيم في المؤسسات الاجتماعية، وأهمها المدرسة التي يسند إليها مهمة التعليم والتربية أساساً، ويمكن تضمين القيم في المناهج كلها، ولكنها تظهر جلية في مناهج التربية الإسلامية والدراسات الاجتماعية، والاهتمام بتعليم القيم وإكسابها للأفراد يعمل على حماية المجتمع والحفاظ على تماسكه، في عصر أصبح العالم كالكفيرة الصغيرة نتيجة تطور وسائل الاتصالات، وأصبحت المجتمعات مهددة بالغزو الفكري والثقافي، وتعد فئة المراهقين أكثر فئات المجتمع تأثراً بهذا الغزو، في مختلف مجالات حياتهم الاجتماعية والثقافية والفكرية والاقتصادية والسياسية، فكان لا بد من حمايتهم بدرع من القيم الشاملة لجميع جوانب الحياة (Al-Zayoud, 2006).

وتعرف القيمة لغة بأنها ثمن الشيء، وفي اللغة العربية هي مشتقة من القيام نقيض الجلوس، وتصرف على أوجه منها قام يقوم قوماً وقياماً وقواماً وقامة، وتدل على البدء كما ورد في الآية الكريمة: " وَأَنَّهُ لَمَّا قَامَ عَبْدُ اللَّهِ يَدْعُوهُ كَادُوا يَكُونُونَ عَلَيْهِ لِبَدًا " (سورة الجن، 19)، ووردت بمعنى المحافظة والإصلاح في قوله تعالى: " الرَّجَالُ قَوَامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ " (سورة النساء، 34)، والقوام يعني العدل وحسن الطول وحسن الاستقامة (IbnManzoor, 1999).

وتعرف القيم بأنها مجموعة من الأفكار الأبدية والمبادئ التوجيهية التي تؤدي إلى أنماط سلوكية ايجابية ومرغوبة وهي توفر أساساً مهماً للخيارات الفردية القائمة على ربط الأفكار والمشاعر والعواطف مما يؤدي إلى عمل إيجابي (Robbins & Coulter, 2012)، وهي مثاليات توجد في النفس البشرية، يتوارثها الناس عبر الأجيال، ويدافعون عنها و يمكن تعريفها بسمات وصفات شخصية يرغب فيها ويفضلها بعض الناس في ثقافة ما (Al-Hawal, 2003).

وتعرف القيم الاقتصادية: على أنها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع (مادي)، ومن أجل تحقيق هذا الهدف يتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق



العمل والإنتاج والسعي، لذلك نجد أن الأشخاص الذين تتضح فيهم هذه القيم يتميزون بنظرة عملية (برجماتية) تقوم الأشياء والأشخاص تبعاً للمنفعة أو المصلحة الشخصية ( Al Shaheen, 2010).

ويعرف الباحث القيم الاقتصادية بأنها الفضائل والمعتقدات التي توجه الإنسان نحو التعامل الإيجابي المقبول في المجتمع في أثناء التعاملات الاقتصادية من إنتاج واستهلاك، وهي تعمل على تماسك المجتمع وانتشار المحبة والرحمة بين أفرادها والحفاظ على الممتلكات العامة والخاصة. والقيم الاقتصادية تمتزج بالقيم العامة التي دعا إليها ديننا الحنيف، فالمعاملات الاقتصادية يلتزم فيها الأفراد بالقيم الدينية مثل الصدق، فالصدق بالقول يؤدي إلى الصدق في العمل وفي وصف السلع، والوفاء بالالتزام بالعهود والعقود والوفاء بما يتعلق بالمال هو أعلاها ثمناً، والأمانة، والإخلاص والرحمة والتواضع وحس الخلق وغيرها من القيم (Al Maiman, 2003). وتمتاز القيم بمجموعة من الخصائص منها (Qurban, 2012):

1. ذاتية وشخصية: فهي تميز الأفراد عن بعضهم، وتظهر القيم لدى الفرد في اختياراته وسلوكه، وأحكامه، فهي معايير يحكم بها على الأشخاص، والمواقف.
2. نسبية: تختلف القيم في أهميتها من شخص لآخر، ومن مجتمع لآخر.
3. متدرجة: إذ تترتب القيم في سلم أولويات عند الفرد، فبعضها مهم وبعضها أكثر أهمية ويظهر هذا الترتيب جلياً عندما تتضارب القيم، فيصبح الفرد مضطراً للاختيار حسب أهميتها.
4. تجريدية: فهي معانٍ مستقلة موضوعية، تظهر معانيها عند تطبيقها في المواقف المختلفة.
5. إنسانية: فالإنسان هو الكائن الوحيد الذي يمتلك قيماً دون بقية الكائنات.
6. متعلمة " مكتسبة": يتعلمها الأفراد من بعضهم بالحاكاة والتقليد وتنتقل من جيل لآخر.
7. إلزامية: يلزم المجتمع أفرادها بالقيم الخاصة به، ويحكم على سلوكه ويتقبله من خلالها أو يرفضه، وهي متدرجة في إلزامها للأفراد.
8. مترابطة: ترتبط القيم بثقافة المجتمع وهويته، وهذا الترابط يجعل من الصعب سلب بعض القيم عن منظومة القيم المجتمعية.

وتصنف القيم وفق معايير مختلفة ومن هذه المعايير (Ma'ta, 2000):

1. المحتوى: وهي تشمل القيم الاقتصادية، والقيم الدينية، والقيم الجمالية، والقيم الاجتماعية، والقيم السياسية، والقيم الدينية.

2. الغاية: فقد تصنف حسب المقصد من ورائها فهناك قيم وسائلية تعد وسائل لغايات أبعد، وقيم نهائية.
3. الشدة: وهذا المعيار يعتمد على مدى إلزامها للأفراد، فمنها قيم ملزمة واجبة، وقيم اختيارية مفضلة للمجتمع، يحث المجتمع الأفراد على الالتزام بها ولا يلزمهم بها.
4. العمومية: وهذا المعيار يشير إلى الفئة أو الحدث التي تستخدم فيه، فهناك قيم عامة تعم المجتمع بأكمله، وقيم تخص مناسبات ومواقف اجتماعية معينة.
5. الوضوح: فالقيم إما أن تكون صريحة وواضحة تظهر في سلوك الفرد وكلامه، وقيم ضمنية يستدل عليها باختيارات الفرد واتجاهاته، المتكررة في سلوكه.
6. الاستمرارية: وتصنف القيم حسب هذا المعيار إلى قيم دائمة، تدوم زمناً طويلاً، وقيم عابرة تزول بسرعة. وتتم عملية اكتساب القيم من المتعلمين بمراحل متسلسلة، حتى الوصول إلى تدويت القيمة أي دمجها في منظومته القيمية وهذه المراحل هي (Al-Zayoud, 2012):
  - الاستقبال: وهي تتمثل في إحساس المتعلم بما حوله من مثيرات ورغبته في استقبال المنبه.
  - الاستجابة: وهي مرحلة المشاركة الفعلية في الموقف والاندماج فيه.
  - التقييم: ويقوم المتعلم في هذه المرحلة بتقييم الموقف وإبداء رأيه الذي يعكس قناعاته الذاتية.
  - التنظيم: وهي العملية التي يدمج فيها المتعلم القيمة المتعلمة في بنائه القيمي، حسب أهميتها ليصبح لديه منظومة متكاملة من القيم.
  - الوسم بالقيمة: وهي نهاية التدويت، إذ يصبح المتعلم يستجيب للمواقف بناء على القيمة المكتسبة، ويوسم بها، مثل التعاون والصدق نتيجة التوافق بين قيمه وممارساتها.

### ثانياً: الوعي الاستهلاكي:

الوعي في اللغة "مصدر الفعل وعى ووعى وهو الفهم وسلامة الإدراك، والحفظ والتقدير، وهو شعور الكائن الحي بما في نفسه وما يحيط به، والوعي الحُلُمي: شعور النفس بذاتها وقت الأحلام" (The Arabic Language Complex, 2004)، وكذلك ورد في لسان العرب "الوَعْيُ حَفْظُ الْقَلْبِ الشَّيْءَ وَعَى الشَّيْءَ وَالْحَدِيثَ يَعْيه وَعَاً وَأَوْعَاهُ حَفِظَهُ وَفَهَمَهُ وَقَبِلَهُ فَهُوَ وَاعٍ، وَفُلَانٌ أَوْعَى مِنْ فُلَانٍ أَي أَحْفَظُ وَأَفْهَمُ" (IbnManzoor, 1999). والوعي هو عنصر يظهر في

العمليات التلقائية للإنسان. والعمليات التلقائية التي يقوم بها الفرد قد تتطوي على وعي للعملية بجميع مراحلها، أو غير الوعي للعمل (Chartrand, 2005)

أما مفهوم الاستهلاك لغة فإن المتتبع لكلمة استهلاك يجد أنها مأخوذة من الفعل هلك، ولذا نلاحظ أن كلمة استهلاك تأتي بمعنى النفاذ والتغيير والتبديل (Abdo, 2002). ويعرف في الاصطلاح بأنه استخدام السلع والخدمات وإتلافها والتمتع بها وذلك من أجل إشباع حاجات ورغبات معينة (Abd al-Rahman, 2006)، ويعرّف المستهلك بأنه أي فرد، أو أفراد، أو أسر تستفيد من سلعة وخدمات متولدة داخل الاقتصاد (Azrina, Hock, , Muhammad ) (&Sakina, 2011).

ويعرف الوعي الاستهلاكي بأنه الدلالة الكاملة على حسن اختيار وشراء والعناية بالسلع الاستهلاكية والانتفاع بها إلى أقصى درجة ممكنة سواء الغذائية أم الملبسية أم الأجهزة المنزلية (Mahmoud, 2008).

فالوعي الاستهلاكي هو إدراك الفرد لقيمة الموارد واستثمارها بطريقة حكيمة تعود عليه وعلى المجتمع بالنفع وهذا الوعي يرتبط بشكل كبير بمعرفة الفرد وثقافته ومدى تحمله للمسؤولية الفردية والاجتماعية مع ارتباطه بالقيم الدينية التي تحث على الاقتصاد وعدم التبذير والإسراف، والوعي الاستهلاكي مبني على القواعد الشرعية في الاقتصاد الإسلامي، الذي يوجه الأفراد للإنفاق وفق سلم الأولويات والمصالح، وهو ما يطلق عليه وحدة سلم الإشباع، فلا يجب التحسين في أمر يخل في حاجة، ولا تراعى حاجة إذا كانت تتنافى مع ضرورة، بل ينبغي الالتزام بأولويات الإنفاق الاستهلاكي المتمثلة في اختيار السلع التي تلبى الضرورات أولاً مثل المأكل والمشرب والملبس والسكن، ومن ثم تلبية الحاجات التي ترفع الحرج عن الأفراد ويدفع عنهم المشقة وأخيراً تلبية التحسينات، وهي ما يحقق رغد العيش ورفاهيته بعيداً عن الإسراف والتبذير (Sawan, 2004).

ويظهر الوعي الاستهلاكي بسلوك المستهلك، ويمتاز سلوك المستهلك ببعض الخصائص منها (Al-Mansour, 2006):

- السلوك نتيجة لباعث ما: فالسلوك الإنساني بشكل عام يحدث نتيجة باعث أو محفز يدفع الفرد للقيام بالسلوك كإشباع حاجة أو حل مشكلة أو غيرها.
- السلوك هادف: فالسلوك الإنساني لا يكون دون هدف، وقد يكون الهدف ظاهراً معروفاً وقد يكون ضمناً، ويشكل عام السلوك يعيد التوازن للفرد، سواء أكان توازناً جسيماً أم معرفياً أم

نفسياً.

- السلوك متنوع: يتنوع السلوك بما يتناسب مع المواقف المختلفة.

وقد صنّف الاستهلاك إلى ثلاثة أصناف هي (Ali, 2006):

1. الاستهلاك النهائي: وهو استخدام السلع في إشباع الحاجات الأساسية للأسرة، ويكون الاستهلاك لها استهلاكاً لا يُبقي منها شيئاً.
2. الاستهلاك الخاص: وهو استهلاك السلع للأغراض الفردية.
3. الاستهلاك العام: وهو استهلاك السلع لإشباع الحاجات العامة مثل مستلزمات التعليم والصحة وغيرها.

وتُظهر عديد من الدراسات أن وعي المستهلكين ومعرفتهم تؤثر تأثيراً كبيراً في أنواع مختلفة من سلوك المستهلكين الفعالة (Dommeyer & Gross, 2009)، وقد وضعت القوانين الدولية والمحلية التي تعمل على حماية المستهلك، وهذا يتطلب من المستهلك أن يكون واعياً لحقوقه وواجباته فضعف الوعي الاستهلاكي لدى الفرد مشكلة خطيرة تواجه الاقتصاد؛ لأن جهله بالحقوق والواجبات تعرضه للغش الذي يؤدي إلى ضياع حقه، وإفادته من السلع بشكل صحيح وأخيراً نجد أن للمؤسسات الاجتماعية كالمدرسة والأسرة دوراً كبيراً في تعليم الأفراد المهارات الاستهلاكية؛ فالتمويل المادي الذي توفره الأسرة للطفل يؤثر في اختيارات الطفل، وتحدد حاجاته، وتشجعه على سلوك استهلاكي معين برود فعلها على المواقف المختلفة، ويظهر دور المدرسة والأسرة في التأثير في التنشئة الاستهلاكية للطفل من خلال تزويده بالخبرات المعرفية عن القيم الاستهلاكية، والتي تعمل على تنمية المهارات الاستهلاكية، وتوفر له المواقف التي تساعد على ممارسة السلوك المعبر عن القيم الاستهلاكية الإيجابية، فالتنشئة الاستهلاكية عملية مستمرة يتعلم فيها الأفراد المعايير التي تحدد المهارات والمعارف والاتجاهات التي تتناسب مع السلوك الاستهلاكي المتعلق بالحصول على المنتجات والخدمات و كيفية التعامل معها، وعلى القائمين على التربية العمل على التحكم في تربية الأطفال على التصرف الحكيم في الاستهلاك حتى لا تتأثر القيم الاقتصادية للمجتمع وتتأثر التنمية الاقتصادية للمجتمع. (Soyeon, 2004)

ومن المواد الدراسية التي تهتم بغرس القيم الاقتصادية والوعي الاستهلاكي لدى الطلبة؛ مادة الدراسات الاجتماعية، وهي تتكون من فروع متعددة، والجغرافيا أحد فروعها وهي تدرّس كمنهاج منفصل ابتداء من الصف السادس الأساسي، والجغرافيا علم مختص بدراسة الظواهر الطبيعية،

والعلاقات التي تربط الإنسان بمحيطه، وبيئته، وهي من المواد المهمة التي توظفها التربية في بناء المجتمع من خلال دورها في تنمية مقدرة الطالب على حل المشكلات، واستثمار الموارد البشرية والمادية في بيئته والحفاظ عليها (Ziadat and Qatawi, 2010). وتبرز أهمية الجغرافيا من خلال توفير الصورة الواضحة للكرة الأرضية، ومقدرتها على تفسير الظواهر الطبيعية، التي تجعل الأفراد قادرين على التنبؤ وضبط الظواهر، وأنها تبين الآثار الإيجابية للإنسان على البيئة، كترشيد الاستهلاك، والتدوير، واستغلال الموارد الطبيعية، وأنها تطرح الآثار السلبية للإنسان على البيئة كتلويث الموارد الطبيعية، واستنزاف الموارد الطبيعية (Al-Masoudi, 2014).

#### الدراسات السابقة

اطلع الباحث على بعض الدراسات التي تناولت الوعي الاستهلاكي والقيم الاقتصادية، ويمكن عرضها كما يأتي:

دراسة ماكدونالد وشارب (Macdonald & Sharp, 2000) التي هدفت إلى الكشف عن أثر الوعي الاستهلاكي بالماركة التجارية على اتخاذ القرار لدى طلبة الجامعة في عدة جامعات في أستراليا، وتكونت عينة الدراسة من (472) طالباً وطالبة، وجرى استخدام طريقة عرض ماركات مختلفة بطرائق متنوعة على عينة الدراسة، لاتخاذ القرار حول الشراء أو عدم الشراء، وكشفت نتائج الدراسة أن الوعي الاستهلاكي بالماركة هو أول خطوات اتخاذ القرار حول الشراء أو عدم الشراء، وأن القرارات اتخذت بعيداً عن معايير الجودة أو السعر، و زاد الوعي الاستهلاكي بالماركة في سرعة اتخاذ القرار.

ودراسة كل من ليزارد وكوتاندريوبولوس وبيوايو (Lessard, Contandriopoulos & Beaulieu, 2009) التي هدفت إلى الكشف عن دور القيم الاقتصادية في عمليات اتخاذ القرار، وتكونت عينة الدراسة من (10) عائلات في ولاية كيبيك في كندا، وجمعت البيانات من خلال المقابلات والأسئلة ذات النهاية المفتوحة لجمع بيانات عن مصروفات العائلة، وكشفت النتائج عن وجود دور للقيم الاقتصادية في ازدياد المعرفة عن بعض العمليات الاقتصادية، وتسهيل اتخاذ القرار.

أما دراسة محمد (Muhammad, 2012) فقد هدفت إلى تحديد مفهوم الوعي الاستهلاكي ومكوناته ومراحل نموه لدى الطفل، فضلا عن تعرف فاعلية برنامج مقترح في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى طلبة الحلقة الأولى من التعليم الاساسي، وتكونت عينة الدراسة من (76) طالباً

من طلبة المدارس الابتدائية في المنيا/ مصر، وتم تقسيمهم إلى مجموعتين مجموعة ضابطة لم يطبق عليها البرنامج، ومجموعة تجريبية تم تطبيق البرنامج عليهم، وقد اثبتت النتائج فاعلية البرنامج المقترح في تنمية الوعي الاستهلاكي، إذ ارتفع مستوى الوعي الاستهلاكي لأطفال المجموعة التجريبية أكثر من المجموعة الضابطة التي لم يتعرض أطفالها للبرنامج.

ودراسة أرورا وشاولا وساجديفا (Arora, Chawla and Sachdeva, 2014) التي هدفت لقياس درجة الوعي الاستهلاكي بين المراهقين ومنظورهم للسوق حالياً، وتكونت عينة الدراسة من (120) طالباً في مرحلة المراهقة في الهند وتم جمع البيانات باستخدام الاستبيان والمقابلة، وتبين أن المراهقين ليسوا على وعي كاف بعلامات ضمان الجودة الموجودة على البضائع المختلفة، وأنهم لا يتأكدون من المعلومات الملصقة على المنتج، مثل الأسعار، وتاريخ انتهاء الصلاحية، وتاريخ التصنيع، والماركة التجارية وغيرها، كما وجدت الدراسة أن الذكور أكثر وعياً استهلاكياً بحقوق المستهلك من الإناث، في حين لا توجد فروق وعي المستهلك بشكل عام تعزى للنوع الاجتماعي والعمر، كما أظهرت الدراسة وجود أثر للتغليف وطريقة الإعلان في التسويق للمراهقين.

ودراسة بو عطيط (BouAtit, 2017) التي هدفت إلى الكشف عن القيم الشخصية (الاقتصادية والسياسية) وعلاقتها بالتوافق المهني لدى هيئة التدريس الجامعي، فقد نُفذت الدراسة في ثلاث جامعات من الشرق الجزائري هي: جامعة أوتبسكيدة، جامعة الأمير عبدالقادر بقسنطينة، جامعة باجي مختار بعنابة، وتكونت عينة الدراسة من (80) أستاذاً جامعياً، واختيرت بطريقة عشوائية من تخصصات مختلفة، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقات إيجابية وأخرى سلبية بين قيم الفرد وتوافقه مهنياً.

وهدف دراسة شادهوري (Chaudhury, 2017) إلى معرفة مستوى الوعي الاستهلاكي لدى طلبة الكليات في الهند ومحاولة نشر هذا النوع من الوعي بينهم، وتكونت عينة الدراسة من (625) طالباً وطالبة. وجمعت البيانات من عينة الدراسة باستخدام المقابلات والاستبيانات، وأشارت النتائج إلى أن مستوى وعي الطلبة كمستهلكين غير مرضٍ حتى أن بعضهم لم يكن يعي أنه مستهلك، لأن معرفتهم تقف عند حد أن من يدفع ثمن السلع والخدمات هو فقط المستهلك، ولم يكن لديهم أدنى فكرة عن الفارق بين المستهلك والزبون.

### التعقيب على الدراسات السابقة

يتبين للباحث أن بعض الدراسات تناولت الوعي الاستهلاكي ودوره في صنع القرار كدراسة (Macdonald & Sharp, 2000)، أو مفهوم الوعي الاستهلاكي كدراسة (Muhammad, 2012)، وسعت دراسة (Arora, Chawla and Sachdeva, 2014) إلى قياس درجة الوعي الاستهلاكي بين المراهقين وكذلك دراسة (Chaudhury, 2017) التي هدفت إلى معرفة مستوى الوعي الاستهلاكي لدى طلبة الكليات في الهند.

في حين تناول بعض الدراسات السابقة مستوى القيم الاقتصادية ودورها في المقدر على اتخاذ القرار كدراسة (Lessard, Contandriopoulos & Beaulieu, 2009)، أو القيم الشخصية والاقتصادية كدراسة (BouAtit, 2017).

وقد استخدمت الدراسات السابقة المنهج الوصفي التحليلي واستخدم بعضها المنهج شبه التجريبي، واختارت الدراسات السابقة عينتها من طلبة المدارس والمعلمين وأفراد المجتمع. وقد تشابهت هذه الدراسة مع بعض الدراسات السابقة التي تناولت الوعي الاستهلاكي والقيم الاقتصادية.

ولكن هذه الدراسة تتميز عن بقية الدراسات بأنها استخدمت المنهج شبه التجريبي في دراسة أثر وحدة مطورة من كتاب الجغرافيا في ضوء منظومة القيم الاقتصادية للصف الثامن في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى طلبة الصف الثامن الأساسي.

### الطريقة والإجراءات

#### منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة المنهج شبه التجريبي (Quasi Experimental Design) ذي المجموعتين؛ التجريبية والضابطة، إذ قُسم طلاب الصف الثامن الأساسي إلى مجموعة تجريبية درست الوحدة الثالثة الموارد الطبيعية المطورة في ضوء القيم الاقتصادية، ومجموعة ضابطة درست الوحدة ذاتها دون تطوير، وطُبّق مقياس الوعي الاستهلاكي على المجموعتين قبل تدريس الوحدة الثالثة، وبعد تدريسها ومن ثم إجراء مقارنات بين المتوسط الحسابي للمجموعتين على مقياس الوعي الاستهلاكي.

#### مجتمع الدراسة

تكون مجتمع هذه الدراسة من جميع طلبة الصف الثامن الأساسي في مديرية التربية والتعليم

في سحاب، وبلغ عددهم وفقاً لسجلات المديرية (647) طالباً وطالبة يدرسون الصف الثامن الأساسي خلال العام الدراسي 2020/2019.

### عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (66) طالباً جرى اختيارهم قصدياً من مدرسة القاضي إياس الأساسية للبنين التابعة لمديرية التربية والتعليم في لواء سحاب الذين يدرسون في الصف الثامن الأساسي في العام الدراسي 2020/2019، وذلك لقربهم من مكان سكن الباحث، ولتعاون مدير المدرسة ومعلم الجغرافيا مع الباحث، فُسمت عينة الدراسة عشوائياً إلى مجموعة تجريبية مكونة من (33) طالباً، ومجموعة ضابطة تكونت من (33) طالباً.

### أداة الدراسة

### مقياس الوعي الاستهلاكي

لجمع البيانات اللازمة لتقدير مستوى الوعي الاستهلاكي لدى طلبة الصف الثامن الأساسي، جرى بناء مقياس الوعي الاستهلاكي على شكل استبانة مكونة من أربعة مجالات "الغذاء وملابس والمال والمدخرات والسلع الاستهلاكية"، وتكون كل مجال من فقرات من نوع التقرير الذاتي بحيث تقيس وعي الطلبة في كل مجال من مجالات الوعي الاستهلاكي، ويقابل كل فقرة تدرج خماسي ليليكرت (Likert)، بحيث يستطيع طالب الصف الثامن الأساسي تحديد مدى انطباق الفقرة عليه، وقد قام الباحث بالإجراءات الآتية لبناء مقياس الوعي الاستهلاكي بصورته النهائية:

- الاطلاع على الأدب التربوي المتعلق بالوعي الاستهلاكي، والدراسات السابقة التي استخدمت مقاييس لقياس مستوى الوعي الاستهلاكي كدراسة (Khaled & Abu Alnaser, 2007) ودراسة تشادهوري (Chaudhury, 2017) والإفادة من مجالات الوعي الاستهلاكي المرصود في مقاييس الوعي الاستهلاكي.

- استخدام بعض الفقرات الواردة في المقاييس، وتعديل بعض فقرات المقاييس بما يتناسب مع طلاب الصف الثامن الأساسي، وصياغة فقرات تقيس الوعي الاستهلاكي لدى طلبة الصف الثامن الأساسي.

- إعداد مقياس الوعي الاستهلاكي بصورته الأولية واستخلاص خصائصه السيكومترية من صدق وثبات.

- وقد خرج المقياس بصورته النهائية مكوناً من (40) فقرة تقيس المجالات الآتية:



- الغذاء: اشتمل هذا المجال على (11) فقرة.
- الملابس: اشتمل هذا المجال على (11) فقرة.
- المال والمدخرات: اشتمل هذا المجال على (11) فقرة.
- السلع الاستهلاكية: اشتمل هذا المجال على (7) فقرات.

### صدق مقياس الوعي الاستهلاكي

جرى التحقق من صدق مقياس الوعي الاستهلاكي بطريقتين:

1. الصدق الظاهري: جرى التحقق من صدق مقياس الوعي الاستهلاكي بعرضه على مجموعة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية ذوي الاختصاص في أساليب تدريس التربية الاجتماعية، وعلم النفس والقياس، ورصدت آراءهم وتوجيهاتهم والآخذ بها لتحسين إخراج المقياس بصورته النهائية ليكون قابلاً لتطبيق، وقد تم اعتماد (80%) كنسبة لاتفاق المحكمين لتعديل فقرات المقياس، وعُدّل المقياس في ضوء آراء المحكمين، فخرج المقياس بصورته النهائية مكوناً من (40) فقرة، وبدرجة كلية مقدارها (200) درجة.

2. صدق البناء: جرى التحقق من صدق بناء مقياس الوعي الاستهلاكي من خلال حساب ارتباط كل بُعد من أبعاد المقياس بالدرجة الكلية للمقياس، وذلك بتطبيقه على عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة وخارج عينتها مكونة من (30) طالباً من طلبة الصف الثامن الأساسي في مدرسة الموقر الثانوية التابعة لمديرية التربية والتعليم في لواء الموقر، والجدول (1) يُظهر معامل ارتباط بيرسون (Pearson Coefficient) بين كل بُعد والدرجة الكلية للمقياس.

الجدول (1) معامل ارتباط بيرسون (Pearson) بين كل بُعد من أبعاد مقياس الوعي الاستهلاكي

#### والدرجة الكلية للمقياس

الرقم	البعد	معامل ارتباط بيرسون
1	الغذاء	0.94**
2	الملابس	0.87**
3	المال والمدخرات	0.95**
4	السلع الاستهلاكية	0.93**

\*\* دالة احصائياً عند (  $\alpha = 0.01$  )

يتبين من الجدول (1) أن معاملات ارتباط أبعاد مقياس الوعي الاستهلاكي مع الدرجة الكلية للمقياس مناسبة لأغراض هذه الدراسة، فقد تراوحت معاملات الارتباط ما بين (0.87 و0.95).

### ثبات مقياس الوعي الاستهلاكي

تم التحقق من ثبات مقياس الوعي الاستهلاكي بتطبيقه على عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة وخارج عينتها مكونة من (30) طالباً من طلبة الصف الثامن الأساسي في مدرسة الموقر الأساسية التابعة لمديرية التربية والتعليم في لواء الموقر، إذ جرى استخلاص معامل ثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha Coefficient) للمقياس، وبلغ (0.93)، كما جرى حساب درجة ارتباط كل فقرة بالدرجة الكلية للمقياس، كما في الجدول (2).

الجدول (2) معاملات ارتباط فقرات مقياس الوعي الاستهلاكي بالبُعد الذي تنتمي إليه وبالدرجة الكلية

#### للمقياس

رقم الفقرة	البُعد	معامل الارتباط مع البُعد	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية	رقم الفقرة	البُعد	معامل الارتباط مع البُعد	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية
1	الغذاء	0.47	0.53	23	المال والمدرجات	0.66	0.71
2		0.81	0.88	24		0.87	0.93
3		0.87	0.91	25		0.69	0.78
4		0.64	0.78	26		0.68	0.86
5		0.88	0.94	27		0.71	0.80
6		0.89	0.91	28		0.61	0.74
7		0.76	0.80	29		0.67	0.78
8		0.78	0.81	30		0.68	0.76
9		0.69	0.78	31		0.69	0.75
10		0.74	0.81	32		0.71	0.74
11		0.77	0.87	33		0.63	0.61
12	الملابس	0.88	0.93	34	السلع الاستهلاكية	0.88	0.90
13		0.78	0.87	35		0.89	0.93
14		0.91	0.94	36		0.87	0.91
15		0.87	0.91	37		0.69	0.74
16		0.85	0.88	38		0.89	0.91
17		0.71	0.88	39		0.84	0.88
18		0.92	0.95	40		0.75	0.79
19		0.83	0.87				
20		0.84	0.90				
21		0.85	0.88				
22	0.93	0.95					

يتبين من الجدول (2) أن قيم معاملات ارتباط فقرات مقياس الوعي الاستهلاكي بالبُعد الذي تنتمي إليه وبالدرجة الكلية للمقياس هي معاملات ارتباط مناسبة، فقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرات بالدرجة الكلية للمقياس ما بين (0.53-0.95).

وجرى تحويل فئات التدرج الخماسي لمقياس الوعي الاستهلاكي إلى ثلاثي بإعادة تدرج المدى المطلق وفقاً للمعادلة الآتية:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{المدى}}{\text{عدد الفئات}}$$

المدى = أكبر قيمة لفئات الإجابة - أصغر قيمة لفئات الإجابة.

المدى = 5 - 1 = 4 وبالتالي يكون طول الفئة: 4 ÷ 3 مستويات (مرتفعة، متوسطة،

منخفضة) = 1.33 وعليه يكون:

- مستوى بدرجة مرتفعة (3.68 - 5.00).

- مستوى بدرجة متوسطة (2.34 - 3.67).

- مستوى بدرجة منخفضة (1.00 - 2.33).

#### الوحدة المطورة في ضوء القيم الاقتصادية

جرى تطوير الوحدة الثالثة "الموارد الطبيعية" من كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي، وتم بناء دليل للمعلم لتسهيل تدريس الوحدات المطورة في ضوء القيم الاقتصادية، إذ تم الرجوع لبعض الدراسات التي تناولت القيم الاقتصادية كدرسة (Lessard, Contandriopoulos & Beaulieu, 2009)، ودراسة (BouAtit, 2017)، ووضع قائمة بالقيم الاقتصادية التي تناسب طلبة الصف الثامن الأساسي، كما تم الرجوع لمعلمي التربية الاجتماعية والوطنية وتحديد بعض القيم الاقتصادية المناسبة لطلبة الصف الثامن الأساسي، ثم وضع الباحث قائمة مقترحة للقيم الاقتصادية، وعرضها على بعض أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الأردنية، وبعد تنقيحها توصل الباحث لقائمة نهائية بالقيم الاقتصادية.

ولتطوير الوحدة الثالثة الموارد الطبيعية في ضوء قائمة القيم الاقتصادية، تم تحليل الوحدة الثالثة "الموارد الطبيعية"، وتحديد القيم الاقتصادية الواردة فيها، ومن ثم تحليل المحتوى المعرفي إلى مفاهيم وحقائق وتعميمات واتجاهات، ثم جرى إعادة بناء الوحدة الثالثة "الموارد الطبيعية" بحيث تتضمن القيم الاقتصادية التي تم التوصل إليها، بحيث يغطي تطوير الوحدة جميع القيم الاقتصادية التي وردت في القائمة، وقد تضمن الدليل ما يأتي:

1. إطاراً نظرياً عن القيم الاقتصادية التي تناولتها الوحدة المطورة.

2. التعريف بالدليل، وبيان مسوغات التطوير، وفلسفة الدليل.

3. الهدف العام من الدليل.

4. النتائج الخاصة التي يسعى الدليل لتحقيقها.
  5. جوانب التطوير في الوحدة الثالثة "الموارد الطبيعية"
  6. الفئة المستهدفة من الدليل.
  7. المدة الزمنية لتطبيق الدليل.
  8. خطط دراسية تغطي جميع دروس الوحدة الثالثة "الموارد الطبيعية".
- وقد أُضيفت أفلام فيديو وأنشطة تعليمية وصور واقتباسات عن القيم الاقتصادية التي تضمنها الدليل.

#### صدق الوحدة المطورة في ضوء القيم الاقتصادية

جرى التحقق من صدق الوحدة المطورة في ضوء القيم الاقتصادية بعرضه على مجموعة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية ذوي الاختصاص في أساليب تدريس التربية الاجتماعية، وعلم النفس والقياس، ورصد آرائهم وتوجيهاتهم والآخذ بها لتحسين إخراج دليل استخدام الوحدة المطورة في ضوء القيم الاقتصادية بصورته النهائية ليكون قابلاً للتطبيق. وأُخذت بملاحظاتهم لتعديل الصياغة اللغوية وإضافة بعض الأنشطة، وحذف الأنشطة غير المنتمية، وتعديل بعضها.

#### أجراءات الدراسة

لتحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث بما يأتي:

1. الحصول على كتاب من وزارة التربية والتعليم لتسهيل مهمة الباحث لتطبيق الدراسة.
2. تحليل الوحدة الثالثة "الموارد الطبيعية" وفقاً للقيم الاقتصادية، وتحديد مجالات الإثراء.
3. بناء مقياس الوعي الاستهلاكي ودليل استخدام الوحدة المطورة "الموارد الطبيعية".
4. الاجتماع مع معلم التربية الاجتماعية في مدرسة القاضي إياس الأساسية للبنين التابعة لمديرية التربية والتعليم في لواء سحاب، وبيان أهداف الدراسة وإجراءات تطبيقها.
5. اختيار عينة الدراسة من طلبة الصف الثامن الأساسي، وتحديد المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة عشوائياً باستخدام القرعة.
6. تطبيق مقياس الوعي الاستهلاكي على طلبة الصف الثامن الأساسي في المجموعتين التجريبية والضابطة تطبيقاً قبلياً.
7. تدريس طلبة المجموعة التجريبية باستخدام الوحدة المطورة (الموارد الطبيعية) من كتاب

الجغرافيا في حين تم تدريس وحدة الموارد الطبيعية كما هي في كتاب الجغرافيا لطلبة المجموعة الضابطة.

8. تطبيق مقياس الوعي الاستهلاكي على طلبة الصف الثامن الأساسي في المجموعتين التجريبية والضابطة تطبيقاً بعدياً.

9. تنظيم النتائج وترتيبها وإدخالها في الحاسوب ومعالجة البيانات باستخدام برنامج (SPSS).

10. مناقشة النتائج وتفسيرها ووضع التوصيات.

### متغيرات الدراسة

تشتمل الدراسة على المتغيرات الآتية:

#### 1. المتغير المستقل:

محتوى الوحدة (الوحدات الثلاثة "الموارد الطبيعية" المطورة وفق القيم الاقتصادية، الوحدة الثالثة "الموارد الطبيعية").

2. المتغير التابع: الوعي الاستهلاكي.

#### تصميم الدراسة

سعت الدراسة إلى تطوير محتوى كتاب الجغرافيا في ضوء القيم الاقتصادية والكشف عن

أثره في الوعي الاستهلاكي، واتبعت الدراسة التصميم شبه التجريبي ( Quasi Experimental

Design)، ويمكن التعبير عن تصميمها بما يأتي:

EG	Q1	X	Q1
CG	Q1	--	Q1

EG : المجموعة التجريبية

CG : المجموعة الضابطة

IQ : مقياس الوعي الاستهلاكي (قبلي، وبعدى).

X : المعالجة التجريبية (الوحدة المطورة في ضوء القيم الاقتصادية).

#### المعالجة الإحصائية

للإجابة عن سؤال الدراسة استخدم المعالجات الإحصائية الآتية:

1. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية (Standard Deviation & Means) لحساب

المتوسطات الحسابية للمجموعة التجريبية والضابطة على مقياس الوعي الاستهلاكي.

2. تحليل التباين المصاحب (ANCOVA) للإجابة عن سؤال الدراسة.

### نتائج الدراسة ومناقشتها

نتائج السؤال الأول: ما أثر تدريس الوحدة المطورة من كتاب الجغرافيا في ضوء منظومة القيم الاقتصادية، في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي؟  
للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي في التطبيقين القبلي والبعدي، كما في الجدول (3).  
الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات لمقياس الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي في التطبيقين القبلي والبعدي

المجموعة	قبلي		بعدي	
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري
التجريبية	3.26	0.12	3.84	0.27
الضابطة	3.30	0.12	3.40	0.09
المجموع الكلي	3.28	0.12	3.62	0.30

يتبين من الجدول (3) أن هناك فروقاً ظاهرية في المتوسطات الحسابية للمجموعة التجريبية وللمجموعة الضابطة في التطبيقين القبلي والبعدي على مقياس الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي، فقد بلغ المتوسط الحسابي للمجموعة التجريبية في القياس القبلي (3.26) بانحراف معياري (0.12)، في حين بلغ المتوسط الحسابي لطلبة المجموعة الضابطة في القياس القبلي (3.30) بانحراف معياري مقداره (0.12).

وبلغ المتوسط الحسابي للمجموعة التجريبية في القياس البعدي (3.84) بانحراف معياري (0.27)، في حين بلغ المتوسط الحسابي لطلبة المجموعة الضابطة في القياس البعدي (3.40) بانحراف معياري مقداره (0.09).

وللكشف عن الدلالة الإحصائية لهذه الفروق جرى تطبيق تحليل التباين المصاحب (ANCOVA)، ويبين الجدول (4) نتائج هذا التحليل.

الجدول (4) تحليل التباين المصاحب (ANCOVA) للكشف عن الفروق في المتوسطات الحسابية بين المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة على مقياس الوعي الاستهلاكي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	(ف) المحسوبة	مستوى الدلالة	مربع إيتا
الاختبار القبلي	0.357	1	0.357	8.843	0.004	
طريقة التدريس	3.059	1	3.059	75.848	0.000	0.562
الخطأ	2.379	59	0.040			
الكلي	5.873	65				

يُظهر الجدول (4) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha = 0.05$ ) بين المجموعة

التجريبية والمجموعة الضابطة في مستوى الوعي الاستهلاكي، إذ بلغت قيمة (ف) المحسوبة (75.848) بمستوى دلالة ( $\alpha = 0.00$ ) ، وهي قيمة دالة إحصائياً وتدل أن هناك أثراً لتدريس الوحدة المطورة في ضوء القيم الاقتصادية في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي.

ولتحديد لصالح أي مجموعة تميل الفروق في المتوسطات الحسابية؛ جرى حساب الوسط الحسابي المعدل لطلاب الصف الثامن الأساسي على مقياس الوعي الاستهلاكي في التطبيق البعدي، وهي كما في الجدول (5).

الجدول (5) المتوسطات الحسابية المعدلة بين المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة على مقياس

#### الوعي الاستهلاكي في القياس البعدي

الانحراف المعياري	المتوسط	المجموعة
0.36	3.849	التجريبية
0.36	3.391	الضابطة

يتبين من الجدول (5) أن المتوسط الحسابي المعدل للمجموعة التجريبية على مقياس الوعي الاستهلاكي في التطبيق البعدي أعلى من المتوسط الحسابي المعدل للمجموعة الضابطة على مقياس الوعي الاستهلاكي في التطبيق البعدي بفارق مقداره (0.458)، فقد بلغ المتوسط الحسابي المعدل البعدي للمجموعة التجريبية على مقياس الوعي الاستهلاكي (3.849) بانحراف معياري (0.36)، في حين بلغ المتوسط الحسابي المعدل البعدي للمجموعة الضابطة على مقياس الوعي الاستهلاكي (3.391) بانحراف معياري (0.36). بمعنى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha = 0.05$ ) للتدريس باستخدام الوحدات المطورة في ضوء القيم الاقتصادية في تحسين مستوى الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي في المجموعة التجريبية في مدرسة القاضي إياس الأساسية للبنين التابعة لمديرية التربية والتعليم في لواء سحاب.

وللكشف عن حجم أثر التدريس باستخدام الوحدات المطورة في ضوء القيم الاقتصادية في تحسين مستوى الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي في المجموعة التجريبية، يُنظر إلى قيمة مربع إيتا في الجدول (4)، نجد قيمتها قد فسرت ما نسبته (56.2%) من التباين في مستوى الوعي الاستهلاكي.

#### مناقشة النتائج

تبين من نتائج سؤال الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha = 0.05$ )

للتدريس باستخدام الوحدات المطورة في ضوء القيم الاقتصادية في تحسين مستوى الوعي الاستهلاكي لدى طلاب الصف الثامن الأساسي في المجموعة التجريبية. وتعزى هذه النتيجة إلى أن الوحدات المطورة تضمنت قيماً اقتصادية تحث على ترشيد الاستهلاك وتعزز بعض الأنماط السلوكية الخاصة بالمحافظة على الموارد الطبيعية، الأمر الذي يعزز لدى الطلبة التآني في الاستهلاك وعدم الإسراف، كما عززت الوحدات المطورة لدى الطلبة الاستخدام الواعي للموارد المتاحة، واختيار الطالب لما يحتاجه بقدر مناسب، الأمر الذي نمى لدى الطلبة الوعي الاستهلاكي.

كما أن الأنشطة المرفقة في الوحدة المطورة كانت أنشطة تفاعلية، جعلت من الطالب محوراً للتعلم، وأثارت لديهم التفكير الناقد في الممارسات اليومية، الأمر الذي جعل الطلبة مدركين لمتطلباتهم، ناقدين لبعض الأنماط السلوكية التي تستنزف الموارد الطبيعية، كما أن الوحدات المطورة جعلت الطلبة في المجموعة التجريبية يدركون أن الاستنزاف للموارد الطبيعية قد ينشأ من السلوك غير الواعي للمستهلك، كقطع الأشجار وتلويث المياه، واستنزاف مصادر الطاقة، وهي مخاطر لكي نتجنب نتائجها يجب ممارسة الاستهلاك الواعي والحكيم للموارد الطبيعية.

وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن الوحدات المطورة تناولت قيماً اقتصادية ترتبط باستهلاك الطالب كقيم ترشيد الاستهلاك، وقيم الإنفاق والادخار، إذ إن هذه القيم في جوهرها تحث الطالب على ترشيد الاستهلاك، والتعامل بحكمة مع مصروفه من حيث الإنفاق والادخار، وتبني لديه قناعات بأن استهلاكه يؤثر في بيئته، لذلك فإن هذه القيم انعكست على تفكيره وسلوكه، بحيث عززت لديه قناعة بأنه كلما قل استهلاك الفرد حافظ على موارده الطبيعية.

وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن الوحدة المطورة في ضوء القيم الاقتصادية عملت على إكساب الطلبة معارف واتجاهات وأنماط سلوكية استهلاكية مدروسة، تجعلهم يتصرفون بحكمة في مصروفهم، ويتخذوا قرارات صائبة عند اختيارهم للسلع.

وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن الوعي الاستهلاكي لدى الطلبة يتأثر بالبيئة التي يعيشها الطالب، فطلبة المجموعة التجريبية تفاعلوا مع الوحدة المطورة، وانتقدوا ممارسات خاطئة، وقرأوا اقتباسات، وتأملوا بعض الصور التي ترمز إلى ترشيد الاستهلاك، وإعادة التدوير والاهتمام بالموارد الطبيعية، كما أنهم أدركوا زيف بعض الإعلانات، ونما لديهم وعي اقتصادي يمنعهم من الانخداع بالدعايات.



وتتشابه نتائج هذا السؤال مع نتائج الدراسات التي أشارت إلى إمكانية تنمية الوعي الاستهلاكي كدراسة (Muhammad, 2012).

### الخلاصة:

يمكن تلخيص هذه الدراسة في ما يأتي:

1. هدفت هذه الدراسة إلى تطوير محتوى كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي في ضوء منظومة القيم الاقتصادية ومن ثم قياس أثرها في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطلاب في الأردن.
2. تكونت عينة الدراسة من (66) طالباً اختيروا قسدياً من مدرسة القاضي إياس الأساسية للبنين التابعة لمديرية التربية والتعليم في لواء سحاب، وقسموا عشوائياً إلى مجموعة تجريبية مكونة من (33) طالباً، ومجموعة ضابطة تكونت من (33) طالباً، وطُورَت الوحدة الثالثة (الموارد الطبيعية) من كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي، ويدرسون في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2020/2019.
3. بُني مقياس الوعي الاستهلاكي الذي تكون من (40) فقرة توزعت على أربعة مجالات، هي: الغذاء، والملابس، والمال والمدخرات، والسلع الاستهلاكية.
4. أظهرت النتائج وجود أثر لتطوير محتوى كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي في ضوء منظومة القيم الاقتصادية على الوعي الاستهلاكي لدى الطلاب في الأردن.
5. أوصت الدراسة باعتماد الوحدة المطورة في كتاب الجغرافيا لتدريس طلبة الصف الثامن الأساسي.

**التوصيات:** وفي ضوء النتائج السابقة يمكن وضع التوصيات الآتية:

1. اعتماد معلمي التربية الاجتماعية للوحدة المطورة في ضوء منظومة القيم الاقتصادية في تدريسهم لطلبة الصف الثامن الأساسي؛ لتنمية الوعي الاستهلاكي لديهم.
2. تصميم مناهج الجغرافيا في ضوء القيم الاقتصادية لربط واقع الطلبة بما يدرسونه.

### References:

- Abd al-Rahman, J. (2006). **Consumer Behavior. An Analytical Study of Purchasing Decisions of the Saudi Family.** Saudi Arabia, King Fahd National Library.
- Abdo, M. (2002). **Consumer Protection in Islamic Jurisprudence.** Amman, publishing House.

- Al-Hawaly, O. (2003). **Gaza's Social and Philosophical Origins**. Library, Horizons Library.
- Ali, N. (2006). **Family Economics and Rationalization of Consumption**. Riyadh, International Publishing House.
- Al Maiman, B. (2003). **Towards an Islamic Rooting for the Concepts and Goals of Education**. Riyadh, Dar Al Alam Books.
- Al-Masoudi, M. (2014). **Teaching Concepts and Conceptual Maps in Geography**. Amman, Dar Safa for Publishing and Distribution Al-Alamah Library for Publishing and Distribution.
- Al-Mansour, K. (2006). **Consumer Behavior: The Entrance to Advertising**. Amman, Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution.
- Ariqat, M. & Qaaoud, I. (2018). The Rang of knowledge structure of productive and consumer education is included in national education and Civil textbooks in the upper basic stage in Jordan, **Derasat**, 45(4): 76- 91.
- Al Shaheen, G. (2010). The Extent of the Impact of Social, Economic and Religious Values on the Attitudes of Female Teachers in the Teacher Preparation Institution towards the Teaching Profession, **Journal of Educational Sciences**, Bahrain, 11 (2) 154-188.
- Al-Zayoud, M. (2006). **Youth and Values in a Changing World**. Amman, Dar Al-Shorouk
- Al-Zayoud, Z. (2012). The Normative Basis for Choosing Educational Values, and Setting Educational Goals for the Two Stages of Pre-University Education in Syria (an Analytical and Evaluation Study of Educational Goals and Values), **The Scientific Journal of the Faculty of Education**, Assiut University. 28 (2), 334-372.
- Al Zobon, A. and Abu Melhem, M. and Awamleh, A. (2017). The Degree of the Influence of Digital Social Networks on the Value System among Students of the Ajloun University College. **Jordanian Journal of Social Sciences**, 10 (3): 331-358.
- Arora, R., Chawla, A. and Sachdeva, V. (2014). An Analytical Study of Consumer Awareness among Teenagers. **International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences**. 3(8): 251-273.
- Azrina A., Hock, H., Muhammad, R., & Sakina S. (2011). Quality and labeling of minerals in selected bottled mineral water. **International Conference on Consumer Law 2011: Social Justice and Consumer**

- Law Proceedings. Bangi: Faculty of Law University Kebangsaan Malaysia.**
- BouAtit, S. (2017). Economic and Political Values in Relation to the Professional Consensus of the University Teaching Body. **Journal of Psychological and Educational Studies**, 1 (18): 77-91.
- Dommeyer, C., & Gross, B. (2009). What consumers know and what they do: an investigation of consumer knowledge, awareness, and use of privacy protection strategies. **Journal of Interactive Marketing**, 17(2), 34-51. <http://dx.doi.org/10.1002/dir.10053>, Retrieve in 2/9/2019.
- Dweik, A. (2002). The Role of Media Programs in Developing Consumer Awareness of Rural Women. **The Seventh Annual Conference on Home Economics, 15-16 December, Menoufia University, Egypt.**
- Chartrand, T. L. (2005). The role of conscious awareness in consumer behavior. **Journal of Consumer Psychology**, 15(3), 203-210. [http://dx.doi.org/10.1207/s15327663jcp1503\\_4](http://dx.doi.org/10.1207/s15327663jcp1503_4), retrieve in 2/9/2019
- Chaudhury, K (2017). Consumer Awareness among College Students. **International Journal of Research, Granthaalayah**. 5(6): 223-230.
- IbnManzoor. (1999). **Arabes Tong**. Beirut, Lebanon House for the Arabs.
- Khaled, Z. and Abu Al-Nasr, R. (2007). The Effectiveness of the Content of Some Decisions of Home Management in Developing Consumer Awareness among Students of the College of Home Economics. **The Second Annual Scientific Conference: Criteria for Quality Assurance and Accreditation in Specific Education in Egypt and the Arab World '3-5 / April 2007, Faculty of Specific Education, Mansoura University, Egypt.**
- Lessard, C., Contandriopoulos, A. & Beaulieu, M. (2009). The role of economic evaluation in the decision-making process of family physicians: design and methods of a qualitative embedded multiple-case study, **BMC ejournal**, at <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2653479>, retrieve in 8/10/2018.
- Lokhande, A. (2014). Consumer Awareness – A Case Study of JalnaCity. **Indian Journal of Marketing May**, 36(5): 1132- 1158.
- Macdonald, E., & Sharp, B. (2000). Brand Awareness Effects on Consumer Decision Making for a Common, Repeat Purchase Product: A Replication, **Journal of Business Research**, 48(1):5-15 .

- Ma`ta, K. (2000). **Social Psychology**. Amman, Dar Al-Fikr for Printing and Publishing.
- Mahmoud, K. (2008). **Criminal Protection of the Consumer in Private Laws**. Saudi Arabia, the modern library.
- Mohammad, Z. (2012). The Effectiveness of a Proposed Program to Develop Consumer Awareness among Children in the First Cycle of Basic Education. **Journal of Research in Education and Psychology**, 25 (2), 23-54.
- Qurban, B. (2012). **The Effectiveness of Using Animation to Develop Some Scientific Concepts and Social Values for Kindergarten Children in the City of Makkah Al-Mukarramah**. Unpublished Master Thesis, College of Education, Umm Al-Qura University, Saudi Arabia.
- Robbins, S. & Coulter, M., (2012). **Management** (11<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Sawan, M. (2004). **Basics of Islamic Economics**. Amman, the Curriculum House for Publishing.
- Soko, A. (2009). **The Reality of Values among Adolescents in the Educational Institution**. Unpublished Master Thesis, University of Mentouri, Algeria.
- Soyeon, S. (2004). **Ethnic identity socialization factors and culture specific consumption behavior**, school of family and consumer sciences. The University of Arizona.
- The Arabic Language Complex (2004). **Intermediate Dictionary**. Arab Republic of Egypt, Cairo: Dar El-Shorouk International.
- Yassin, I. (2013) **The Effect of Using Word-of-Evidence Method on Achievement and Transmission of the Learning Effect among First-year Secondary School Students in Nablus Governorate**, Unpublished Master Thesis, College of Graduate Studies, An-Najah University.
- Ziadat, M. and Qatawi, M. (2010). **Social Studies, Their Nature and Methods of Teaching and Learning**. Amman, House of Culture for Publishing and Distribution.