

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية

د. عبد الرؤوف أحمد الطلاع*

أ. شاكر عادل جودة**

الملخص

هدفت الدراسة إلى التحقق من فاعلية برنامج معرفي سلوكي في تغيير اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، وبلغت عينة الدراسة (36) شاباً من الشباب الفلسطيني، تم اختيارهم بطريقة قصدية، وتم توزيع العينة إلى مجموعتين بالتساوي، الأولى: تجريبية، والثانية: ضابطة، وقد قام الباحثان بتصميم أدوات الدراسة، والمتمثلة في (برنامج معرفي سلوكي لتغيير اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، ومقياس الاتجاهات نحو مقاطعة البضائع الإسرائيلية). وقد بينت نتائج الدراسة أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين أفراد المجموعة التجريبية والضابطة في القياس البعدي ولصالح المجموعة التجريبية، كما أظهرت وجود فروق دالة إحصائياً في القياس القبلي والبعدي لدى أفراد المجموعة التجريبية على مقياس الاتجاه نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية ولصالح القياس البعدي، كما أشارت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية في كل من القياس البعدي والتتبعي على مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

الكلمات المفتاحية: برنامج معرفي سلوكي، المقاطعة للمنتجات الإسرائيلية، اتجاهات الشباب.

Abstract

The effectiveness of cognitive behavioral program to change attitudes towards the Palestinian youth boycott of Israeli products

This study aimed to verify the effectiveness of cognitive behavioral program to change youth attitudes towards the boycott of Israeli products, the study sample was 36 young people from the Palestinian youth, were chosen deliberate manner, respondents were divided evenly into two groups, the first experimental and the other control, the researchers designed the study tools represented in the (cognitive behavioral program to change attitudes towards the Palestinian youth boycott of Israeli products, and the measure of attitude towards a boycott of Israeli products), The results of the study showed that there are significant differences between the experimental group and the control group in post measurement for the experimental group, as it showed of statistically significant differences in the pre

* كلية التربية-جامعة الأقصى-غزة-فلسطين.

** كلية العلوم الإدارية والاقتصادية-جامعة القدس المفتوحة-فلسطين.

and post measurements to the members of the experimental group on a scale trend showed about a boycott of Israeli products in favor of the post measurements, and results showed the absence of statistically significant differences between the mean scores of the experimental group in each of the post and tracking measurements on youth trends toward boycotting Israeli products.

Keywords: cognitive behavioral program, boycott of Israeli products, youth attitudes.

مقدمة:

كان للاحتلال الاسرائيلي على قطاع غزة وما تلاه من حروب متلاحقة من الاحتلال، وما اتسمت به من ممارسات لا إنسانية أثارها في تعميق حالة العداء لدولة الكيان، وكان لذلك أثره على الرأي العام الفلسطيني في معاداة كل ما هو إسرائيلي، ومن ضمن ذلك منتجات الاحتلال. وقد أشارت (ماس: 2014) إلى تصاعد حملات مقاطعة المنتجات الإسرائيلية في الأسواق الفلسطينية رداً على تلك الجرائم وإمعان الاحتلال الإسرائيلي في إلحاق خسائر كبيرة طالت حياة الناس وممتلكاتهم وأنشطتهم الاقتصادية، حيث تعالت الأصوات والحملات المنادية بمقاطعة المنتجات الإسرائيلية، وقد اكتسبت حملة المقاطعة زخماً كبيراً نتيجة استمرار العدوان على قطاع غزة.

وقد أشار الجعفري (2000) أن السوق الفلسطيني كان ولازال يعاني من التبعية الاقتصادية للسوق الإسرائيلي، وهذا ما ميز العلاقة الاقتصادية بين إسرائيل والمناطق الفلسطينية التي كانت ومازالت تجري باتجاه واحد، الشكل الذي يسمح للمنتجات الإسرائيلية أن تتدفق إلى الأسواق الفلسطينية بحرية كاملة، مما أدى إلى إغراق السوق الفلسطيني ببتلك المنتجات المدعومة سعراً والمتفوقة نوعياً، الأمر الذي أدى إلى تراجع القدرة التنافسية للمنتجات الفلسطينية في الأسواق المحلية.

وتعد مقاطعة الاحتلال ومنتجاته إحدى وسائل النضال اللاعنافية التي تستخدم للتعبير عن رفض الاحتلال، وقد أشار شارب (1996) أن الصراع والعنف لا يشكلان الوسيلة الفعالة الوحيدة لمعالجة النزاعات الحساسة. فقد استعمل الناس عبر التاريخ، وفي ظل أنظمة سياسية مختلفة، وسائل أخرى لمعالجة النزاعات وممارسات السلطة، مثل المقاطعة الاقتصادية، وهو شكل من أشكال عدم القبول بسلطة الحاكم والامتثال له ومقاومته بكل الوسائل.

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

ويعرّف معجم ميريام- ويبستر (2014) كلمة مقاطعة Boycott إلى أنها: "رفض شراء أو مشاركة (شيء) كطريقة للتعبير عن الاحتجاج والامتناع عن استخدام بضائع أو خدمات (شركة، دولة.. إلخ) حتى يحدث تغيير". ويضيف المعجم في تعريفه للمقاطعة: "الانخراط في رفض مشترك للتعامل مع (شخص، ومتجر، ومنظمة) عادة للتعبير عن الرفض أو لفرض قبول شروط معينة". وتعرف المقاطعة "بأنها وسيلة تلجأ إليها دولة (أو مواطنوها) بقصد خلق متاعب اقتصادية لدولة معينة. وفي أغلب الأحيان يكون فرض هذه المقاطعة عملاً سياسياً يستهدف التأثير على ممارسات أو سياسات الدولة المعتدية، وتكون الأسلحة الاقتصادية هي القوة الضاغطة. ويمكن اعتبار المقاطعة ناجحة إذا حققت الغايات المطلوبة من قبل منفذها. (Losmamm, 1972) وتكون المقاطعة أهلية غير رسمية (مقاطعة شعبية) حين يفرضها ويتولى تطبيقها الأفراد أو الهيئات غير الرسمية بدافع من عواطفهم وحماسهم الوطني، فيقررون إيقاف التعامل مع البضائع والمنتجات المستوردة من الدولة المعتدية وإيقاف التصدير إليها، والامتناع عن التعامل مع رعاياها. (القطيفي، 1967).

كما أن المقاطعة هي إحدى أسلحة الدفاع السلمية عن النفس التي يستخدمها الشعب الفلسطيني في حربه العادلة ضد الاحتلال الإسرائيلي، والتي تعتمد على تأجيج روح الانتماء الوطني لرفض الأعداء ومنتجاتهم ورفض التعامل التجاري والاقتصادي والاجتماعي والثقافي المباشر وغير المباشر معهم، بهدف تحويل الاحتلال لمشروع خاسر وتشجيع الصناعة الوطنية. (جودة: 2006).

وبالتالي فإن مقاطعة الاحتلال لا ينبغي أن تقتصر على المجال الاقتصادي، بل يجب أن تشمل مجالات الحياة المختلفة الأخرى الاجتماعية والثقافية والأكاديمية؛ لتكون ثقافة سائدة في كل المجالات، وينبغي أن يتم وضعها ضمن إطار المقاومة الشاملة.

ويستطيع المنتبع للشأن الفلسطيني أن يلمس التغييرات الاجتماعية في المجتمع الفلسطيني التي رافقت العدوان الأخير (2014) على قطاع غزة، ويتجلى أحد أبرز هذه التغييرات بالتجاوب الكبير من مختلف فئات المجتمع مع نداءات وحملات المقاطعة للمنتجات الإسرائيلية، وجزء مهم من الدوافع مرتبط بالشعور الوطني وتفاعلهم بإيجابية مع ما يحدث في قطاع غزة. (ماس: 2014).

ومن جانب آخر يتحدد السلوك الإنساني بمنظومة اتجاهات الأفراد والميول السائدة لديهم، بوصفها من مكونات الوعي الاجتماعي الذي يعكس الجانب الروحي المتلائم مع الجانب المادي من

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير ...

حياة المجتمع. (بلفيس: 1986).

واتجاهات الفرد لا تلاحظ بطريقة مباشرة، ولكن يتم التعرف عليها من خلال السلوك، وهناك العديد من التعريفات للاتجاهات من وجهة نظر الباحثين عرفها كوتلر. (2000, kotler) بأنها مشاعر عاطفية يحملها الإنسان من تفضيل وعدم تفضيل تجاه شيء أو فكرة. وعرف عبيدات (2004: 26) الاتجاهات بأنها تلك الميول الناتجة عن التعلم، أو الخبرات السابقة التي تجعل الفرد المستهلك يتصرف بطريقة إيجابية أو سلبية ثابتة نسبياً نحو هذا الشيء أو ذلك. يضاف إلى ذلك أن كل جزء من أجزاء تعريف الاتجاهات له أهمية كبيرة في تحديد قدرة الاتجاهات على التنبؤ بالسلوك الاستهلاكي للأفراد نحو السلع أو الخدمات المطروحة في الأسواق المستهدفة.

ويمكن النظر إلى مفهوم الاتجاه في ضوء مكوناته الثلاثة، وهي: المكون المعرفي ويشير إلى معلومات الفرد حول الموضوع، والمكون السلوكي يشير إلى الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الفرد، والمكون الوجداني، والذي يشير إلى تقويمات الفرد وما يصدره على الموضوع أو الفكرة من أحكام القبول أو الرفض، بالسلب أو الإيجاب (عبد المعطي: 1995). وفي ضوء هذا المفهوم يمكن النظر إلى الاتجاه بأنه نسق أو تنظيم لمشاعر الفرد ومعارفه وسلوكه، واستعداده للقيام بأفعال معينة، ويتمثل في درجات من القبول أو الرفض نحو الموضوع أو القضية موضوع الاهتمام (المصري: 2003).

وانطلاقاً من فهم الوظائف التي تؤديها الاتجاهات والدور الذي تلعبه في سلوك المستهلك يمكن تطوير استراتيجيات التغيير المناسبة (Solomon, 1992).

وجاء اهتمام الباحثين بعنوان هذه الدراسة واختيارهما للمشكلة انطلاقاً من إدراكهما للتأثير المتبادل بين النواحي الاقتصادية والسياسية والنفسية على أفراد المجتمع، وكذلك ما أظهرته الحرب الإسرائيلية الأخيرة (2014) على غزة من آثار للتبعية الاقتصادية التي يعاني منها الاقتصاد الفلسطيني، وانعكاسها على الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية كاملة؛ مما أدى إلى توفد حس وطني بضرورة محاربة هذه التبعية والتخلص منها قدر الإمكان. بالإضافة إلى إدراك الباحثين إلى أهمية تغيير اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية؛ مما كان له دور في قيامهما بهذه الدراسة، والتي يحاولان من خلالها التعرف على أثر برنامج تدريبي في تغيير اتجاهات الشباب نحو مقاطعة البضائع الإسرائيلية بعد حرب (2014) على غزة.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الأسئلة الآتية:

1. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة التجريبية والضابطة في القياس البعدي على مقياس اتجاهات مقاطعة الشباب الفلسطيني للمنتجات الإسرائيلية؟
2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية في كل من القياس القبلي والبعدي على اتجاهات مقاطعة الشباب الفلسطيني للمنتجات الإسرائيلية؟
3. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية في كل من القياس البعدي والتتبعي على مقياس اتجاهات مقاطعة الشباب الفلسطيني للمنتجات الإسرائيلية؟

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

1. أهمية الفئة، وهي الشباب الفلسطيني، والذي يمثل شريحة واسعة في المجتمع الفلسطيني يعول عليها في إحداث التغيير والبناء في المجتمع الفلسطيني.
2. إفادة المختصين ورجال الاقتصاد بأفضل الطرق والوسائل المساعدة في تغيير اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.
3. قد تشكل إضافة نظرية للأدب التربوي يستفيد منها الباحثون في هذا المجال.

الأهمية التطبيقية:

1. بناء برنامج إرشادي وتطبيقه يستند إلى مجموعة من الفنيات التي تساعد المشاركين فيه اكتساب معارف جديدة وإستراتيجيات علمية لتغيير اتجاهاتهم نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.
2. قد يستفيد من هذه الدراسة القائمون والعاملون على لجان مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.
3. قد تستفيد من نتائجها الجهات الرسمية باعتبارها وسيلة من وسائل مقاومة الاحتلال.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية للتعرف إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متوسطات درجات أفراد العينة التجريبية والضابطة في القياس البعدي على اتجاهات مقاطعة الشباب الفلسطيني للمنتجات الإسرائيلية، وأفراد المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس اتجاهات

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير ...

مقاطعة الشباب الفلسطيني المنتجات الإسرائيلية، وأفراد المجموعة التجريبية في القياسين البعدي والتتبعي على مقياس اتجاهات مقاطعة الشباب الفلسطيني المنتجات الإسرائيلية.

مصطلحات الدراسة:

البرنامج الإرشادي: هو مجموعة من الخدمات التخصصية، تتضمن أنشطة وتدريباً متنوعة يقدمها الباحثان لمجموعة من الشباب، بهدف مساعدتهم في تغيير اتجاهاتهم نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

اتجاهات الشباب: هي الخبرات السابقة التي توجه الشباب للتصرف بطريقة ثابتة نسبياً نحو موضوع معين. وتقاس إجرائياً بالدرجة التي يحصل عليها المفحوص على المقياس المستخدم في الدراسة الحالية.

مقاطعة المنتجات الإسرائيلية:

يعرف الباحث بأنها: "إحدى وسائل النضال اللاعنفي التي يستخدمها الشعب الفلسطيني تعبيراً عن رفض الاحتلال وممارساته، والتي تتمثل في رفض شراء واستهلاك المنتجات الإسرائيلية".

حدود الدراسة:

تحدد الدراسة بعينة من الشباب الفلسطيني قوامها (36) شاباً، و(18) منهم عينة تجريبية، و(18) عينة ضابطة، واستغرقت مدة الدراسة التجريبية شهرين تقريباً، وذلك من خلال الفترة الواقعة من بداية شهر فبراير 2015 وحتى نهاية شهر مارس 2015، وقد تم خلال الفترة تنفيذ البرنامج بواقع جلستين أسبوعياً في مركز المغازي الثقافي.

الأساليب الإحصائية:

اختبار مان وتي (Mann-Whitney test)، واختبار ويلكوكسون (Wilcoxon test).

أدوات الدراسة:

الأدوات المستخدمة، وهي: برنامج تدريبي، ومقياس الاتجاهات نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، من إعداد الباحثين.

الدراسات سابقة:

اطلع الباحثان على الأدبيات والدراسات السابقة المرتبطة بالدراسة الحالية، فوجدوا ندرة في الدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة محلياً وعربياً، وأجنبياً ذات الصلة بموضوع الدراسة، وفيما

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

يأتي عرض لأهم الدراسات ذات العلاقة:

دراسة جودة (2006) هدفت هذه الدراسة التعرف إلى علاقة حملات مقاطعة المنتجات الإسرائيلية باتجاهات المستهلك الفلسطيني نحو المنتجات المصنعة محلياً، وتكونت عينة الدراسة من (887) فرداً من سكان قطاع غزة، وقد أظهرت النتائج أن (66.4%) من أفراد العينة أكدوا معرفتهم الجيدة بحملات المقاطعة، وأشار (66.6%) منهم إلى وجود تأثير لشعارات حملات المقاطعة على مشاعرهم، وأكد (62%) على أن حملات المقاطعة أوجدت لديهم بعداً سلوكياً للمقاطعة، وجاءت نسبة المقاطعة الفعلية بنسبة (56.8%)، واتفق (70.6%) من المقاطعين على استبدال المنتجات الإسرائيلية بمنتجات محلية، كما بينت النتائج أن (75%) من أفراد العينة كانت اتجاهاتهم إيجابية نحو المنتجات الإسرائيلية، وأن (53.6%) من المستهلكين يحمل اتجاهات سلبية نحو المنتجات المحلية.

دراسة المصري (2003) هدفت التعرف إلى اتجاهات طلبة جامعات قطاع غزة نحو العملية السلمية الفلسطينية الإسرائيلية في ظل انتفاضة الأقصى، واستخدم الباحث مقياساً للاتجاهات من إعداده وتكونت عينة الدراسة من (600) طالب وطالبة، وكشفت نتائج الدراسة أن مستوى اتجاهات الطلبة نحو العملية السلمية إيجابي وبنسبة (73.7%) كما أشارت النتائج إلى وجود فروق في اتجاهات الطلبة يعزى لمتغير الجنس والجامعة والانتماء الحزبي السياسي، بينما لم توجد فروق تعزى لمتغير مكان الإقامة.

دراسة الجمعية الفلسطينية لحماية المستهلك (2003) هدفت التعرف إلى اتجاهات المستهلكين حول مقاطعة المنتجات الإسرائيلية في قطاع غزة، وقد أوضحت نتائج الدراسة إلى أن (77%) من المستهلكين لديهم قناعة بجدوى حملة المقاطعة للمنتجات الإسرائيلية، وأن (73%) من المستهلكين يؤيدون الاستمرار في حملة المقاطعة، كما بينت نتائج الدراسة أن (71%) من المستهلكين يرون أن المنتجات الفلسطينية لديها القدرة على منافسة المنتجات الإسرائيلية.

دراسة الجمعية الفلسطينية لحماية المستهلك (2000) هدفت التعرف إلى اتجاهات المستهلكين في قطاع غزة حول مدى تجاوز المستهلك مع الحملة، وقد بينت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى تجاوز المستهلكين في محافظات غزة مع حملات مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، وتفضيل البديل من المنتجات محلية الصنع، وأن (94%) من المستهلكين لديهم استعداد لمقاطعة الفواكه الإسرائيلية

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير ...

مقاطعة تامة، والاكتفاء بالمنتج الفلسطيني من الفواكه في حال استمرت الهجمة الشرسة على الشعب الفلسطيني من جنود الاحتلال. كما أشار (88%) من المستهلكين أنهم يرشّدون استهلاكهم بالفعل من الفواكه الإسرائيلية احتجاجاً على العدوان الإسرائيلي. بالإضافة إلى أن (87%) من المستهلكين أبدوا استعدادهم لإنجاح حملات مقاطعة البضائع الإسرائيلية بشكل عملي. كما أشارت النتائج إلى أن (69%) من المستهلكين يفضلون شراء السلع والمنتجات الغذائية المحلية.

يتضح من الدراسات السابقة أنها تناولت اتجاهات مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، واستخدمت المنهج الوصفي. وكشفت عن وجود علاقة موجبة لحملات مقاطعة المنتجات الإسرائيلية على اتجاهات المستهلك الفلسطيني، ووجود اتجاهات إيجابية لدى المستهلك الفلسطيني نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

ولم يجد الباحثان أية دراسة تجريبية تتناول أثر البرامج التدريبية في تغيير الاتجاهات نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية أو غيرها من المنتجات.

وجدير ذكره أن الباحثين استفادوا من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة، وتفسير نتائجها.

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها استخدمت المنهج التجريبي، كما أنها تناولت موضوعاً مهماً من النواحي السياسية والاقتصادية كافة، إضافة إلى تناولها شريحة مهمة من شرائح المجتمع الفلسطيني، وهي الشباب الفلسطيني، ووفق معرفة الباحثين لم تجر أية دراسة محلية أو أجنبية تتناول موضوع الدراسة الحالية. كما أنها تميزت عن الدراسات السابقة في اهتمامها بتصميم برنامج إرشادي مستند على مجموعة من الفنيات والأساليب لتغيير اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

فروض الدراسة:

في ضوء الأدبيات السابقة ذات العلاقة، تمت صياغة الفروض على نحو الآتي:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة التجريبية والضابطة في القياس البعدي على مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية لصالح المجموعة التجريبية.

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية في كل من القياس القبلي والبعدى على مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية لصالح القياس البعدى.

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية في كل من القياس البعدى والتتبعي على مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

إجراءات الدراسة:

يتناول الباحثان وصفاً لمنهج البحث المستخدم، والخطوات التي اتبعت في اختيار العينة، وكيفية تصميم الأدوات والتحقق من مدى صدقها وثباتها.

منهج الدراسة:

استخدم الباحثان المنهج التجريبي، الذي يعتمد على (القياس القبلي، والبعدى، والتتبعي) لكل من المجموعتين التجريبية، والضابطة؛ وذلك بهدف التعرف على فاعلية البرنامج التدريبي لتغيير اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية .

عينة الدراسة:

قام الباحثان بتطبيق مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية على عينة قوامها (180) شاباً، وذلك لتحديد الذين حصلوا على أدنى الدرجات على مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، وتم تحديد (36) شاباً ممن كانت درجاتهم متدنية على المقياس، وتم تقسيمهم إلى مجموعتين متساويتين: المجموعة الأولى تجريبية بواقع (18) شاباً، والمجموعة الثانية ضابطة بواقع (18) شاباً، من خلال تكوين المجموعة الضابطة من الأرقام الفردية والمجموعة التجريبية من الأرقام الزوجية، وقد تحقق الباحثان من تكافؤ المجموعتين وتجانسهما؛ وذلك للكشف عن دلالة الفروق بين متوسطات درجات المجموعتين على مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير...

جدول (1) دلالة الفروق بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في القياس القبلي على مقياس اتجاهات الشباب باستخدام اختبار مان وتني

مستوى الدلالة	قيمة Z	قيمة U	المجموعة التجريبية ن = 18		المجموعة الضابطة ن = 18		الأبعاد	مقياس اتجاهات الشباب
			مجموع الرتب	متوسط الرتب	مجموع الرتب	متوسط الرتب		
			غير دالة إحصائياً	0.000	162.0	333.0		
غير دالة إحصائياً	0.254	154.0	341.0	18.94	325.0	18.06	الاتجاه السلوكي	
غير دالة إحصائياً	0.000	162.0	333.0	18.50	333.0	18.50	الاتجاه الانفعالي	
غير دالة إحصائياً	0.063	160.0	335.0	18.39	335.0	18.61	الدرجة الكلية	

حدود الدلالة الجدولية لقيمة "z" لدرجة حرية (17) وعند مستوى دلالة = 0.05) = 2.04

حدود الدلالة الجدولية لقيمة "z" لدرجة حرية (17) وعند مستوى دلالة = 0.01) = 2.73

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط رتب درجات المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية في القياس القبلي على مقياس اتجاهات الشباب، وهذا يدل على تجانس المجموعتين.

أدوات الدراسة:

أولاً: مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية:

خطوات إعداد المقياس:

- 1- الاطلاع على التراث السيكولوجي من نظريات تناولت مفهوم الاتجاهات.
- 2- الاطلاع على مجموعة من المقاييس التي اهتمت بقياس الاتجاهات مثل: مقياس جودة (2006)، عبيدات وطعاني (1999)، أبو شعيب سعود والبطاينه (2011)، خريس (2004)، الجراح والبطاينه (2005).
- 3- قام الباحثان بالتفاعل مع الشباب بهدف التعرف على اتجاهاتهم نحو المقاطعة.
- 4- كما قام الباحثان بتحديد الأبعاد الفرعية لمقياس اتجاهات الشباب.

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

5- تكون مقياس اتجاهات الشباب في صورته النهائية من (30) فقرة موزعة على ثلاثة أبعاد، فرعية هي: الاتجاه المعرفي، والاتجاه السلوكي، والاتجاه الانفعالي، بواقع (10) فقرات لكل بعد.

6- تم عرض المقياس على مجموعة من أساتذة الجامعات الفلسطينية المختصين في علم النفس، والصحة النفسية؛ لإبداء الملاحظات حول أبعاد المقياس وفقراته، وتم الأخذ بهذه الملاحظات، وفي ضوء آرائهم وملاحظاتهم وتوصياتهم تم بناء المقياس.

7- ثم قام الباحثان بالتحقق من الخصائص السيكومترية لمقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

تم تطبيق أدوات الدراسة على عينة استطلاعية قوامها (32) شاباً من أفراد المجتمع الأصلي. الصدق البنائي (الاتساق الداخلي):

• قام الباحثان بحساب الاتساق الداخلي لمقياس اتجاهات الشباب من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والبعد الذي تنتمي إليه. والجداول الآتية توضح ذلك.

أولاً: حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية لبعد الاتجاه المعرفي

جدول (2) معاملات الاتساق الداخلي لكل فقرة مع الدرجة الكلية للبعد

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	اعتقد أن مقاطعة البضائع الإسرائيلية هي أحد أسلحة الدفاع السلمية عن النفس.	0.459	**
2	اعتقد أن مقاطعة البضائع الإسرائيلية تدعم الانتماء الوطني.	0.558	**
3	اعتقد أن لجان المقاطعة تستخدم وسائل متنوعة لإقناعي.	0.444	*
4	لدي الاستعداد للمشاركة في الندوات التي تنظمها لجان المقاطعة للبضائع الإسرائيلية.	0.668	**
5	لدي الاستعداد للمشاركة في المسيرات المناهضة للمنتجات الإسرائيلية.	0.642	**
6	اعتقد أن شراء منتجات الاحتلال يسهم بثمن الرصاص الذي يقتلنا.	0.628	**
7	اعتقد أن استهلاك السلع الإسرائيلية يعطي الآخرين انطباعاً سيئاً عني.	0.689	**
8	اعتقد أن استهلاك السلع الإسرائيلية يتعارض مع الثقافة الوطنية.	0.610	**
9	أرى أن استهلاك البضائع الإسرائيلية يؤدي إلى تدمير الاقتصاد الوطني.	0.733	**
10	اعتقد أن الصناعة المحلية قادرة على تقديم بديل جيد عن البضائع الإسرائيلية.	0.623	**

* دالة عند مستوى دلالة (0.05)

** دالة عند مستوى دلالة (0.01)

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير ...

يتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات الارتباط دالة عند مستوى دلالة إحصائياً للبعد المعرفي مع الدرجة الكلية للبعد.

ثانياً: حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية لبعده الاتجاه السلوكي:

جدول (3) معاملات الاتساق الداخلي لكل فقرة مع الدرجة الكلية للبعد

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	أتابع البيانات التي تحرض على المقاطعة للبضائع الاسرائيلية.	0.510	**
2	أتابع وسائل الإعلام الداعية لمقاطعة المنتجات الإسرائيلية.	0.774	**
3	أشارك في الترويج لحمات مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.	0.790	**
4	أشجع مقاطعة كل المنتجات الإسرائيلية استجابة لدعوات حملة المقاطعة.	0.742	**
5	أدعو إلى إيجاد منتجات محلية بديلة عن المنتجات الإسرائيلية.	0.656	**
6	أدعم مطالبية اتحاد الصناعات الفلسطيني وأصحاب المصانع المحلية بمقاطعة المنتجات الإسرائيلية.	0.738	**
7	أقاطع كل المنتجات الإسرائيلية دون استثناء تلبية لدعوة لجان المقاطعة.	0.634	**
8	أقاطع المنتجات الإسرائيلية بعد الحرب على غزة رداً على العدوان الإسرائيلي.	0.643	**
9	أقاطع المنتجات الإسرائيلية تشجيعاً للمنتجات الوطنية.	0.685	**
10	أنقادي شراء السلع الإسرائيلية؛ لأن ذلك يسهم في آلة حربهم.	0.739	**

* دالة عند مستوى دلالة (0.05)

** دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً لبعده الاتجاه السلوكي والدرجة الكلية للبعد.

ثالثاً: حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية لبعده الاتجاه الانفعالي:

جدول (4) معاملات الاتساق الداخلي لكل فقرة مع الدرجة الكلية للبعد

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	تثير مشاعري البوسترات التي تدعو لمقاطعة البضائع الإسرائيلية.	0.495	**
2	أشعر بالرضى عند مشاهدة الشعارات التي تدعو للمقاطعة.	0.712	**
3	تحفزني شعارات الحملات المنظمة لمقاطعة المنتجات الإسرائيلية.	0.712	**

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

**	0.738	تدفعني الدعوات الدينية والوطنية لمقاطعة منتجات الاحتلال.	4
**	0.792	ارتكاب الجرائم من الاحتلال تثير مشاعري لضرورة المقاطعة.	5
**	0.618	أشعر بضرورة مقاطعة المنتجات الإسرائيلية تلبية لمطالبة جمعية حماية المستهلك.	6
**	0.678	أشعر بضرورة استبدال المنتجات الإسرائيلية ببديلها المحلي.	7
**	0.774	أشعر بالرغبة في مقاطعة المنتجات الإسرائيلية رغم جودتها.	8
**	0.804	يشعرتني شراء البضائع الاسرائيلية بخيانة دماء الشهداء.	9
**	0.761	أشعر بالغضب عند ترويج التجار للبضائع الإسرائيلية.	10

* دالة عند مستوى دلالة (0.05)

** دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتضح من الجدول السابق أن فقرات المقياس دالة إحصائياً لبعدها الاتجاه الانفعالي والدرجة الكلية للبعد.

رابعاً: حساب معاملات الارتباط بين كل بعد والدرجة الكلية للمقياس:

ثم قام الباحثان بحساب معاملات الاتساق الداخلي لكل بعد من أبعاد المقياس مع الدرجة الكلية للمقياس كما يوضحه الآتي:

جدول (5) معاملات الاتساق الداخلي لكل بعد من أبعاد المقياس مع الدرجة الكلية للمقياس

الرقم	الأبعاد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	الاتجاه المعرفي	0.944	**
2	الاتجاه السلوكي	0.944	**
3	الاتجاه الانفعالي	0.946	**

* دالة عند مستوى دلالة (0.05)

** دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتبين من الجدول السابق أنه توجد ارتباطات دالة إحصائياً بين درجة كل بعد من أبعاد مقياس الاتجاهات لدي الشباب والدرجة الكلية للمقياس عند مستوى الدلالة (0.01)، وبذلك يكون الباحثان قد تحققوا من أن المقياس يتسم بدرجة عالية من الصدق، الأمر الذي يطمئن الباحثين من النتائج المتحصل عليها.

ثبات المقياس: للتحقق من ثبات المقياس قام الباحثان باستخدام الطرق الآتية:

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير ...

1- طريقة التجزئة النصفية: وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين الفقرات الفردية والفقرات الزوجية، وباستخدام معادلة جتمان.

جدول رقم (6) يبين معامل ثبات مقياس اتجاهات الشباب بطريقة التجزئة النصفية

م#	الأبعاد#	عدد الفقرات#	معامل الارتباط#	مستوى الدلالة#
1	الاتجاه المعرفي	10	0.723	**
2	الاتجاه السلوكي	10	0.859	**
3	الاتجاه الانفعالي	10	0.924	**
	الدرجة الكلية	30	0.960	**

* دالة عند مستوى دلالة (0.05)

** دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتضح من الجدول السابق أن معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية دالة إحصائياً جيدة، مما يدل على أن المقياس يتمتع بدرجة جيدة من الثبات.

2 - طريقة كرونباخ ألفا: حسب الثبات بواسطة معامل كرونباخ ألفا، وذلك بالاستعانة بدرجات عينة الثبات السابقة.

جدول رقم (7) يبين معاملات الثبات بطريقة كرونباخ ألفا لكل بعد من أبعاد مقياس الاتجاهات

م	الأبعاد	معامل ثبات كرونباخ ألفا	مستوى الدلالة#
1	الاتجاه المعرفي	0.798	**
2	الاتجاه السلوكي	0.880	**
3	الاتجاه الانفعالي	0.888	**

* دالة عند مستوى دلالة (0.05)

** دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتضح من الجدول السابق أن معاملات كرونباخ ألفا جميعها كانت جيدة، وأن الدرجة الكلية بلغت (0.948) مما يدل على ثبات المقياس.

تصحيح المقياس:

يستجيب المفحوص على كل فقرة حسب سلم خماسي يتكون من البدائل: (أوافق بشدة_ أوافق_ غير متأكد_ لا أوافق_ لا أوافق بشدة)، ويقابلها على التوالي الدرجات (5-4-3-2-1)، للفقرات الإيجابية، وتعكس الدرجات للفقرات السلبية.

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

ثانياً- البرنامج الإرشادي:

وصف البرنامج الإرشادي:

يتناول الباحث عرضاً لمراحل إعداد البرنامج الإرشادي والمتمثلة في: خطوات تصميمه، والأسس والمبادئ التي استند عليها في إعداده، وتعريف البرنامج والهدف العام والأهداف الفرعية المنبثقة عنه، ووسائل التقويم المتبعة، والأساليب والفنيات المستخدمة، والفئة المستهدفة، والفترة الزمنية اللازمة لتنفيذ البرنامج.

خطوات تصميم البرنامج الإرشادي:

- الإطلاع على التراث السيكلوجي المتعلق (بالاتجاهات) بالنظريات النفسية والكتابات المختلفة التي تناولت موضوع الاتجاهات، وكذلك الاطلاع على أدبيات الدراسات السابقة المتصلة بموضوع البحث.
- التفاعل مع مجموعة من الشباب حول اتجاهاتهم نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.
- إجراء مقابلات مع عينة مكونة من (30) شاباً بهدف التعرف على اتجاهاتهم نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.
- تقديم سؤال مفتوح الطرف لعدد من الشباب يتناول رؤيتهم لمدى إمكانية تطبيق المقاطعة للمنتجات الإسرائيلية.
- تم إعداد البرنامج ثم عرضه في صورته الأولى على ثمانية من أساتذة علم النفس في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، وذلك بهدف التحقق من ملاءمة البرنامج لأفراد العينة، وصحة الإجراءات التطبيقية للبرنامج.

الهدف العام من البرنامج الإرشادي:

تغيير اتجاهات الشباب إيجاباً نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية (انفعالياً ومعرفياً وسلوكياً).

الأهداف الخاصة:

يتوقع الباحثان بعد الانتهاء من تنفيذ الإجراءات التدريبية أن يكون أفراد العينة قادرين على بلوغ الأهداف الآتية:

1. التعارف بين أفراد المجموعة التجريبية، وإيجاد حالة من الألفة بينهم. والتوافق على المبادئ والأسس الضابطة والتعريف بمحتوى البرنامج التدريبي وأهدافه.

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير ...

2. تعريف المشاركين بمفهوم الاتجاهات وأبعادها والنتائج المترتبة عليها.
3. تزويد المشاركين بأبعاد معرفية حول تاريخ المقاطعة للمنتجات الإسرائيلية.
4. تشكيل وعي لدى المشاركين بجدوى المقاطعة كأحد أشكال النضال السلمي للاحتلال.
5. التعرف على مدى تأثير استهلاك المنتجات الإسرائيلية على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للمجتمع الفلسطيني.
6. استبدال الاتجاهات الإيجابية لدى أفراد العينة حول المنتجات الإسرائيلية باتجاهات سلبية.
7. استبدال الاتجاهات السلبية لدى المشاركين حول المنتجات الفلسطينية باتجاهات إيجابية وتعزيزها.
8. تنمية ثقة المشاركين بقدرتهم على استبدال المنتجات الإسرائيلية بمنتجات فلسطينية.
9. تنمية مهارات حشد ومناصرة الجماهير حول مقاطعة المنتجات الإسرائيلية لدى المشاركين.
10. تنمية رغبات المشاركين بالإقلاع عن استهلاك المنتجات الإسرائيلية.
11. تنمية قدرة المشاركين على اتخاذ قرارات بالمقاطعة للمنتجات الإسرائيلية.
12. رفع قدرة المشاركين على مواجهة الاحتلال من خلال مقاطعة منتجاته.

أهمية البرنامج الإرشادي:

تكمن أهمية تصميم البرنامج الإرشادي في أنه يساهم بالتعامل مع مشكلة حيوية وواقعية أفرزها تفاقم الصراع السياسي وأثاره على الشباب من ارتفاع نسبة البطالة بين الشباب، والحصار المفروض على قطاع غزة، وحالة الغضب الناتجة عن الحرب على قطاع غزة؛ لذا جاء البرنامج للمساهمة في تغيير الاتجاهات الشباب إيجاباً نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

الأسس التي يقوم عليها البرنامج الإرشادي:

يقوم البرنامج الإرشادي على مجموعة من الأسس: العامة والنفسية والتربوية والفسولوجية والاجتماعية، لعل من أهمها:

- 1- مراعاة مرونة السلوك الإنساني، وقابليته للتعديل والتغيير.
- 2- الأخذ بالحسبان الفروق الفردية بين المشاركين في القدرات العقلية، والانفعالية، والاجتماعية، والعمل على توفير ظروف مناسبة بعيدة عن أجواء التوتر والقلق، وتنمية جو من الثقة.

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

3- مراعاة التغيرات والظروف النفسية والاجتماعية والسياسية التي تنتاب المشاركين، والتي تؤثر على أدائهم خلال عملية التدريب.

4- الأخذ بالحسبان الواقع المجتمعي والظروف البيئية، والمؤثرات السائدة في المجتمع على المشاركين في التدريب.

حدود البرنامج الإرشادي:

الحدود البشرية: طبق البرنامج الإرشادي على عينة مكونة من (18) ثمانية عشر شاباً.

الحدود المكانية: نفذ البرنامج الإرشادي على أفراد الفئة المستهدفة، وفي جلسات جماعية، وذلك في مركز المغازي الثقافي.

الحدود الزمنية: تكون البرنامج الإرشادي من (13) جلسة تدريبية، بواقع جلستين أسبوعياً، واستغرق تنفيذ البرنامج شهرين.

الأساليب والفنيات المستخدمة في البرنامج الإرشادي:

تم استخدم عدد من فنيات الإرشاد النفسي في البرنامج والأكثر ملاءمة لتغيير الاتجاهات، وقد اختار الباحثان الفنيات، والأساليب الآتية: أسلوب المحاضرة، والحوار، والمناقشة، والعصف الذهني، ولعب الأدوار، وفنية إعادة البناء المعرفي.

تقويم البرنامج الإرشادي:

تقويم قبلي: وتم ذلك بتطبيق أداة الدراسة المتمثلة في مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، على كل من المجموعة التجريبية والضابطة قبل البدء في تنفيذ البرنامج التدريبي للتحقق من تجانس المجموعات.

تقويم بعدي: تم ذلك بتطبيق أداة الدراسة على أفراد المجموعة التجريبية والضابطة، للتأكد من أن البرنامج الإرشادي حقق أهدافه المرجوة.

تقويم تتبعي: بعد الانتهاء من تطبيق البرنامج الإرشادي بشهر، تم تطبيق أدوات الدراسة على المجموعة التجريبية، بهدف متابعة استمرارية أثر البرنامج.

نتائج الدراسة وتفسيرها:

نتائج الفرض الأول وتفسيرها، والتي تنص على:

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير ...

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة التجريبية والضابطة في القياس البعدي على مقياس اتجاهات الشباب للمقاطعة.

وللتحقق من الفرض الأول استخدم الباحث اختبار مان وتني Mann-Whitney test :

جدول (8) يبين الفروق في متوسطات رتب أفراد كل من المجموعتين التجريبية والضابطة في القياس

البعدي على مقياس اتجاهات الشباب بقيمة (U) وقيمة (Z)، ومستوى الدلالة باستخدام اختبار مان وتني

الأبعاد	نوع العينة	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة U	قيمة Z	مستوى الدلالة
الاتجاه المعرفي	تجريبية	18	27.47	494.50	0.500	-5.126	دالة إحصائياً عند (0.01)
	ضابطة	18	9.53	171.50			
الاتجاه السلوكي	تجريبية	18	27.17	489.00	6.000	-4.944	دالة إحصائياً عند (0.01)
	ضابطة	18	9.83	177.00			
الاتجاه الانفعالي	تجريبية	18	27.47	494.50	0.500	-5.146	دالة إحصائياً عند (0.01)
	ضابطة	18	9.53	171.50			
الدرجة الكلية	تجريبية	18	27.50	495.00	0.000	-5.128	دالة إحصائياً عند (0.01)
	ضابطة	18	9.50	171.00			

حدود الدلالة الجدولية لقيمة "z" لدرجة حرية (17) وعند مستوى دلالة (0.05) = 2.04

حدود الدلالة الجدولية لقيمة "z" لدرجة حرية (17) وعند مستوى دلالة (0.01) = 2.73

نلاحظ من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين الضابطة والتجريبية في القياس البعدي، ولصالح المجموعة التجريبية، وهذه النتيجة تثبت صحة الفرض.

نتائج الفرض الثاني وتفسيرها، والتي تنص على:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية في كل من

القياس القبلي والبعدي على مقياس اتجاهات الشباب لصالح القياس البعدي.

وللتحقق من صحة الفرض الثاني استخدم الباحثان اختبار ويلكوكسون Wilcoxon test :

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

جدول (9) نتائج اختبار ويلكوسون وقيمة (Z) للفروق بين متوسطات رتب درجات المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية

الأبعاد	الرتب	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة Z	مستوى الدلالة
الاتجاه المعرفي	الرتب السالبة	0	0.00	0.00	-3.730	دالة إحصائياً عند (0.01)
	الرتب الموجبة	18	9.50	171.00		
	الرتب المتعادلة	0				
الاتجاه السلوكي	الرتب السالبة	0	0.00	0.00	-3.729	دالة إحصائياً عند (0.01)
	الرتب الموجبة	18	9.50	171.00		
	الرتب المتعادلة	0				
الاتجاه الانفعالي	الرتب السالبة	0	0.00	0.00	-3.728	دالة إحصائياً عند (0.01)
	الرتب الموجبة	18	9.50	171.00		
	الرتب المتعادلة	0				
الدرجة الكلية	الرتب السالبة	0	0.00	0.00	-3.725	دالة إحصائياً عند (0.01)
	الرتب الموجبة	18	9.50	171.00		
	الرتب المتعادلة	0				

حدود الدلالة الجدولية لقيمة "z" لدرجة حرية (17) وعند مستوى دلالة (0.05) = 2.04

حدود الدلالة الجدولية لقيمة "z" لدرجة حرية (17) وعند مستوى دلالة (0.01) = 2.73

نلاحظ من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القياسين القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية، ولصالح القياس البعدي، وهذه النتيجة تحقق صحة الفرض.

ولمعرفة حجم تأثير المتغير المستقل (البرنامج الإرشادي) في تنمية اتجاهات الشباب (المتغير التابع) استخدم الباحثان مربع إيتا (η^2):

جدول (10) يوضح قيمة Z وإيتا تربيع وحجم تأثير متغير البرنامج الإرشادي علي أبعاد مقياس اتجاهات الشباب

باستخدام مربع إيتا (η^2)

الأبعاد	Z	Z ²	إيتا تربيع (η^2)	حجم التأثير
الاتجاه المعرفي	3.730	13.9129	0.503	كبير

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير ...

الاتجاه السلوكي	3.729	13.90544	0.560	كبير
الاتجاه الانفعالي	3.728	13.89798	0.653	كبير
الدرجة الكلية	3.725	13.87563	0.787	كبير

ومن الجدول السابق اتضح أن حجم التأثير كبير، مما يدل على فاعلية البرنامج الإرشادي.

نتائج الفرض الثالث وتفسيرها والتي تنص على:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية في كل من القياس البعدي والتتبعي على مقياس اتجاهات الشباب. وللتحقق من صحة الفرض الثالث تم استخدام اختبار ويلكوكسون Wilcoxon test:

جدول (11) يبين نتائج اختبار ويلكوكسون وقيمة (Z) للفروق بين متوسطات رتب درجات المجموعة التجريبية في القياسين البعدي والتتبعي على مقياس اتجاهات الشباب

الأبعاد	الرتب	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة Z	مستوى الدلالة
الاتجاه المعرفي	الرتب السالبة	5	5.50	27.50	0.000	غير دالة إحصائياً
	الرتب الموجبة	5	5.50	27.50		
	الرتب المتعادلة	8				
الاتجاه السلوكي	الرتب السالبة	4	5.00	20.00	-0.794	غير دالة إحصائياً
	الرتب الموجبة	6	5.83	35.00		
	الرتب المتعادلة	8				
الاتجاه الانفعالي	الرتب السالبة	4	5.50	22.00	-0.061	غير دالة إحصائياً
	الرتب الموجبة	5	4.60	23.00		
	الرتب المتعادلة	9				
الدرجة الكلية	الرتب السالبة	5	5.60	28.00	-0.865	غير دالة إحصائياً
	الرتب الموجبة	7	4.14	50.00		
	الرتب المتعادلة	6				

حدود الدلالة الجدولية لقيمة "z" لدرجة حرية (17) وعند مستوى دلالة (0.05) = 2.04

حدود الدلالة الجدولية لقيمة "z" لدرجة حرية (17) وعند مستوى دلالة (0.01) = 2.73

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

نلاحظ من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القياسين البعدي والتتبعي للمجموعة التجريبية، وهذه النتيجة تحقق صحة الفرض.

تفسير النتائج:

في ضوء النتائج السابقة اتضح للباحثين بأن اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية لا يلاحظ بشكل مباشر، ولكن يمكن التعرف عليها من خلال تصرفاتهم واعتقاداتهم بضرورة وأهمية مقاطعة هذه المنتجات. ونظراً لأن الاتجاهات تتغير إيجاباً أو سلباً تبعاً للظروف التي يعيشها الشباب، وعلى وجه التحديد بعد الحرب الأخيرة على غزة 2014. قام الباحثان بإعداد برنامج تدريبي مساهمة منهما في محاولة تغيير اتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

ومن هنا جاءت أهمية البرنامج الإرشادي التدريبي المقدم بتقنياته العلمية كالمناقشة والحوار والعصف الذهني والتأمل، علماً بأن هذه الفنيات كان لها دور وأثر واضح في تعديل الجانب المعرفي والانفعالي لدى الشباب الخاضعين لهذا البرنامج، فالنقاش والعصف الذهني يعملان على رفع مستوى الوعي لدى الشباب بالأثر السلبي المترتب على استهلاك المنتجات الإسرائيلية، ومدى الضرر الذي يلحق بالمجتمع اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً، بالإضافة إلى مساهمته في استبدال الأفكار الإيجابية نحو المنتجات الإسرائيلية بأفكار سلبية، وبالتالي أصبح الشباب أكثر تفهماً للواقع الذي يشير إلى أن شراء واستهلاك هذه المنتجات، إنما يمثل مساهمة في آلة الحرب الإسرائيلية الموجهة نحو أبناء الشعب الفلسطيني.

كما ساهمت الجلسات في تغيير انفعالات الشباب، وأشعرتهم أن مقاطعة المنتجات الإسرائيلية إنما يمثل عملاً وطنياً، وشراء هذه المنتجات يعتبر خيانة لدماء الشهداء الذين سقطوا بألة حرب الاحتلال، وبالتالي أسهم البرنامج في تكوين اتجاهات إيجابية نحو مقاطعة منتجات الاحتلال ومحاولة البحث عن البديل الوطني لهذه المنتجات، وأكد ذلك غانم (2008: 194) حيث أشار إلى أن الفنيات التدريبية تتضمن تدريب الأشخاص على الاتجاهات الإيجابية للدلالة على الاستحسان والتقبل وحب الاستطلاع وأداء الواجبات والمشاركة الإيجابية.

وقد أكد ذلك عبيدات (2004) حيث أشار إلى أن اتجاهات المستهلك ناتجة عن التعلم وتجعله يتصرف بطريقة إيجابية أو سلبية نحو شيء ما قد يكون سلعة، ويتم تعلمها عملياً من خلال خبرات

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير ...

الأفراد، وأن اتجاهات المستهلك هي ميول ناتجة عن التعلم أو الخبرات السابقة التي تجعله يتصرف بطريقة إيجابية أو سلبية ثابتة نسبياً نحو هذه السلعة.

يتضح من نتائج الدراسة مدى التغيير الإيجابي لاتجاهات الشباب نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية بعد تطبيق البرنامج التدريبي، وللتحقق من صحة الفروض، قام الباحثان بالمقارنة بين المجموعتين التجريبية والضابطة في القياس البعدي من خلال حساب اختبار (مان وتتي)، حيث أظهرت نتائج القياس البعدي فاعلية البرنامج في تغيير اتجاهات الشباب إيجاباً نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، وقد انفتحت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (أبو شعيب) سعود والبطاينه (2011) التي تناولت موضوع الاتجاهات، والتي أكدت على أثر البرنامج التدريبي في تغيير الاتجاهات.

وبالنظر للنتيجة التي أظهرت فروقاً بين متوسطات درجات أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة لصالح التجريبية، وكذلك وجود فروق في اتجاهات المجموعة التجريبية بعد تطبيق البرنامج التدريبي مقارنة بأدائها قبل تطبيق البرنامج، فإنه يمكن تفسير ذلك من خلال الرؤية النفسية لموضوع الاتجاهات حيث يرى عبيدات (2004) أن هناك اتفاقاً شبه كامل على أن اتجاهات الأفراد نحو الأشياء إنما هي نتيجة التعلم، وهذا يعني أن الاتجاهات المرتبطة بالسلوك الشرائي إنما تكون نتيجة للتجربة، بالإضافة إلى المعلومات التي يتم الحصول عليها، وأن تعرض الأفراد لهذه المعلومات يؤدي إلى تكوين اتجاه محدد نحوها وبشكل متدرج ومدروس.

ولما كان المجتمع الفلسطيني بشكل عام وشريحة الشباب على وجه التحديد قد تأثروا بعملية الإلحاق الاقتصادي على مدار سنوات الاحتلال، وزيادة هذا الإلحاق بعد اتفاقية باريس الاقتصادية التي تضمنها اتفاق أوسلو، إضافة إلى تفوق العديد من السلع الإسرائيلية على نظيرتها الفلسطينية من حيث الجودة ارتباطاً بالخبرة من ناحية، والحصار الاقتصادي من ناحية أخرى بالإضافة إلى ترافق ذلك مع آلة الدعاية الإسرائيلية التي ترفع من شأن كل ما هو إسرائيلي، وتبخس من قيمة كل ما هو فلسطيني أو عربي. وقد أكد ذلك الجعفري (2000) بأن السوق الفلسطينية كانت ولا زالت تعاني من التبعية الاقتصادية للسوق الإسرائيلية منذ بداية الاحتلال، وهذا ما ميّز العلاقة الاقتصادية بين إسرائيل والمناطق الفلسطينية، والتي كانت ومازالت تجري باتجاه واحد، الأمر الذي سمح للمنتجات الإسرائيلية بالتدفق للأسواق الفلسطينية بحرية كاملة؛ مما أدى إلى إغراق السوق

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

الفلسطيني بتلك المنتجات المدعومة سعرياً والمتفوقة نوعياً، كما أدى إلى تراجع القدرة التنافسية للمنتجات الفلسطينية في الأسواق المحلية.

التوصيات:

وفقاً للنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة يوصي الباحثان بالعمل على تغيير اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو مقاطعة المنتجات الإسرائيلية من خلال:

1. رفع درجة معرفة الشباب بجدوى المقاطعة للمنتجات الإسرائيلية من خلال استعراض تاريخي لخبرات الشعوب الأخرى .
2. تنمية قناعات الشباب بأن المقاطعة تعد شكلاً من أشكال النضال.
3. زيادة ثقة الشباب بقدراتهم على استبدال المنتجات الإسرائيلية بمنتجات وطنية.
4. إشعار الشباب بأن استهلاكهم للمنتجات الإسرائيلية يعد مساهمة في آلة حرب الاحتلال.
5. تنمية رغبات الشباب في شراء المنتجات المحلية.
6. الربط بين الانتماء الوطني ومقاطعة المنتجات الإسرائيلية.
7. رفع قدرة الشباب على اتخاذ القرار بالمقاطعة.
8. تحفيز الشباب على المشاركة في فعاليات المقاطعة للمنتجات الإسرائيلية.

المراجع:

أولاً- المراجع العربية:

1. أبو شعيب سعود، منى والبطاينه، أسامه (2011) أثر برنامج تدريبي في تعديل اتجاهات والدي الأطفال التوحدين نحو أطفالهم، مجلة دراسات، العلوم التربوية، المجلد 38، ملحق 2، الجامعة الأردنية، ص 504-534.
2. بلقيس، أحمد (1986) الاتجاهات وطرائق تكوينها وتعديلها في التعليم الدراسي، دائرة التربية والتعليم، الأنروا، قسم تربية المعلمين والتعليم العالي، معهد التربية، وكالة الغوث الدولية، عمان، الأردن
3. الجراح، عبد الناصر والبطاينه أسامه (2005) اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو المعاقين وعلاقتها ببعض المتغيرات، أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية، الأردن، 21(3)، 459-480.
4. الجعفري، محمود (2000) التجارة الخارجية الفلسطينية الإسرائيلية: واقعها وآفاقها ومستقبلها، معهد أبحاث ماس، رام الله، فلسطين.

فاعلية برنامج معرفي سلوكي لتغيير...

5. الجمعية الفلسطينية لحماية المستهلك (2000) "مدى تجاوب المستهلك الفلسطيني مع حملة مقاطعة المنتجات الإسرائيلية ودعم البديل الوطني"، غزة ، فلسطين.
6. الجمعية الفلسطينية لحماية المستهلك (2003) "مدى تجاوب المستهلك الفلسطيني مع الحملة الوطنية لتشجيع المنتجات الفلسطينية ومقاطعة المنتجات الإسرائيلية"، غزة، فلسطين.
7. الجمعية الفلسطينية لحماية المستهلك (2004) "مدى قناعة المستهلك الفلسطيني بجدوى مقاطعة المنتجات الإسرائيلية بشكل كلي أو جزئي"، غزة، فلسطين.
8. جودة، شاكر (2006) حملات مقاطعة المنتجات الإسرائيلية وعلاقتها باتجاهات المستهلك الفلسطيني نحو المنتجات المصنعة محليا "حالة تطبيقية على السلع الغذائية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية - غزة، فلسطين.
9. جوردان، مارشال (2000) موسوعة علم الاجتماع، مراجعة وتقديم محمد الجوهري، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، مصر.
10. خريس، ميساء (2004) أثر برنامج تدريبي في تعديل اتجاهات والدي الاطفال ذوي صعوبات التعلم نحو ابنائهم، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الأردن.
11. رينوفان، بيبير (2004) مدخل إلى تاريخ العلاقات الدولية، مكتبة الفكر الجامعي، بيروت لبنان.
12. شارب، جين (1996) العصيان المدني، ترجمة وليد الصليبي، مركز اللاعنف وحقوق الانسان، بيروت، لبنان.
13. الشامي، محمود (2002) ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة الفلسطينية في محافظة رفح، دراسة ميدانية على سكان محافظة رفح، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى، غزة ، فلسطين.
14. شقفة، عطا (2011) الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمس الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة دكتوراه، معهد البحوث والدراسات العربية، مصر.
15. طعاني، محمد وعبيدات، محمد (1999) "اتجاهات المستهلك الأردني نحو دعوة الجمعية الوطنية لحماية المستهلك لمقاطعة السلع الاستهلاكية" مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 26، العدد2، الأردن.
16. عبد المعطي، عبد الباسط (1990) البحث الاجتماعي، محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.

د. عبد الرؤوف الطلاع، د. شاكر جودة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2017

17. عبيدات، محمد (2004) "سلوك المستهلك: مدخل إستراتيجي"، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

18. عبيدات، محمد (2000) "دراسة ميدانية حول مقاطعة المشروبات الغازية" دراسات الجمعية الوطنية لحماية المستهلك، عمان، الأردن.

19. القطيفي، عبد الحسين (1967) المقاطعة الاقتصادية في العلاقات الدولية مجلس السياسة الدولية، مجلة السياسة الدولية، كانون الثاني، القاهرة، مصر.

20. ماس (2014) مقاطعة المنتجات الإسرائيلية "المحددات والآثار"، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية، فلسطين.

21. المصري، رفيق (2003): اتجاهات طلبة جامعات قطاع غزة نحو العملية السلمية الفلسطينية الإسرائيلية في ظل انتفاضة الأقصى، مجلة جامعة الأقصى للعلوم الانسانية، (ص1-41)، فلسطين.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

1. Kotler, Philip(2000)**Marketing Management**, The Millennium Edition, Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle, New Jersey.
2. Losmam, D.(1972), **The Arab Boycott of Israel**: "article in international Journal of Middle East studies": April 1972.Vol.3,N2. Cambridge University Press, New York. P.99.

مواقع إلكترونية:

[1] - موقع معجم ميريام- ويبستر الإلكتروني (2014):

www.merriam-webster.com

[2] - ميثاق الأمم المتحدة، الفصل السابع، مادة 41، (2014):

www.un.org/ar/documents