

الاستهلاك والهوية الاجتماعية: من الحاجة إلى التميز الرمزي

Consumption and Social Identity: From Need to Symbolic Distinction

د. ترايكية يامنة*¹¹ جامعة محمد البشير الإبراهيمي (الجزائر)، yamna.traikia@univ-bba.dz

تاريخ النشر: 2025 /12/28

تاريخ القبول: 2024 /11/11

تاريخ الاستلام: 2025 /07/ 16

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الاستهلاك والهوية الاجتماعية من منظور رمزي، لفهم كيف يتحول السلوك الاستهلاكي من مجرد تلبية للحاجات المادية إلى وسيلة للتعبير عن الانتماء والتميز داخل المجتمع، حيث تنبع أهمية الموضوع من دوره المتزايد في تشكيل الهويات الفردية والجماعية في ظل اقتصاد السوق وثقافة العلامات التجارية، وقد سعت الدراسة إلى تحديد الأبعاد النفسية والاجتماعية التي تجعل من الاستهلاك أداة لبناء صورة الذات والتفاعل مع الجماعة.

أظهرت النتائج النهائية للدراسة أن الأفراد غالبًا ما يستهلكون بهدف التميز أو الاندماج، وأن المنتجات والخدمات باتت تحمل دلالات رمزية تتجاوز وظيفتها الأساسية، ما يعزز الفوارق الطبقيّة ويؤثر على إدراك الهوية، توصي الدراسة بضرورة إدماج البعد الرمزي للاستهلاك في السياسات الثقافية والاجتماعية، والوعي بآثاره على التماسك الاجتماعي وصورة الذات، خاصة في المجتمعات التي تشهد تحولات سريعة في القيم والأنماط الاستهلاكية. كلمات مفتاحية: الاستهلاك، الهوية الاجتماعية، الحاجة، التميز الرمزي، علاقة.

تصنيفات JEL: D11، Z13، M31، A13

Abstract:

This study aims to analyze the relationship between consumption and social identity from a symbolic perspective, exploring how consumer behavior shifts from satisfying material needs to expressing belonging and distinction. The importance of this topic lies in its growing role in shaping identities within market-driven societies and brand cultures. The study seeks to uncover the psychological and social dimensions that turn consumption into a means of constructing self-image and engaging with social groups.

Findings show that individuals often consume not only for utility but also to integrate or stand out, with products acquiring symbolic meanings beyond their basic functions. This reinforces class distinctions and influences identity perception. The study recommends incorporating the symbolic aspect of consumption into cultural and social policies and raising awareness about its effects on social cohesion and self-concept, especially in societies experiencing rapid shifts in values and consumption patterns.

Keywords: consumption; social identity; need; symbolic distinction; relationship.**JEL Classification Codes:** D11, Z13, M31, A13

1. مقدمة:

في ظل التغيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي طرأت على المجتمعات الحديثة شهد مفهوم الاستهلاك تحولات عميقة ، حيث لم يعد يُنظر إليه بوصفه مجرد استجابة لحاجات مادية أو وظيفية، بل أصبح يُمثل فعلاً ثقافياً واجتماعياً مُحَمَّلاً بالمعاني والدلالات ، فالسلع لم تعد تُستهلك فقط لما تؤديه من وظائف، وإنما لما ترمز إليه، ولمكانتها في المخيال الاجتماعي ولما تمنحه للفرد من شعور بالانتماء أو التفرد، وهكذا تحول الاستهلاك إلى لغة رمزية تُستخدم للتعبير عن الذات، والموقع الاجتماعي، والذوق، وأحياناً حتى عن المواقف والأيدولوجيات، لقد دخلت الرموز السوقية إلى عمق الحياة اليومية، وباتت تحدد شكل العلاقات بين الأفراد، وتعيد إنتاج الحدود بين الفئات الاجتماعية، عبر ما يُعرف بـ"التميز الرمزي" الذي يسعى الفرد من خلاله إلى تأكيد ذاته أو إظهار اختلافه عن الآخرين عبر ما يقتنيه ويستهلكه.

في موازاة ذلك، تشكل الهوية الاجتماعية إحدى الركائز الأساسية التي تُبنى عليها شخصية الفرد داخل المجتمع، فهي لا تُختزل في البعد الذاتي فقط، بل تتأسس من خلال شبكة معقدة من الانتماءات الاجتماعية والرموز الثقافية والتفاعلات مع الآخر، والهوية ليست معطى ثابتاً، بل هي في تغير دائم، تتشكل وتُعاد صياغتها باستمرار من خلال ما يعيشه الفرد من تجارب، وما يتعرض له من تمثيلات اجتماعية، وما ينتهي إليه من جماعات ثقافية أو طبقية أو دينية أو رمزية، وفي عالم يتسم بالتعددية والانفتاح وتزايد الحضور الإعلامي والتجاري، أصبحت الهوية تُبنى وتُعبّر عن نفسها عبر وسائط جديدة، من أبرزها الاستهلاك، فالفرد المعاصر يستخدم اختياراته الاستهلاكية كوسيلة لإبراز هويته، أو لاكتساب هوية معينة، أو للتمايز عن الآخرين، في ما يشبه "توقيعاً اجتماعياً" خاصاً به.

من هنا تبرز أهمية تناول العلاقة بين الاستهلاك والهوية الاجتماعية، باعتبارها علاقة مركبة تتقاطع فيها الأبعاد النفسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، فالاشتغال على هذه العلاقة يسمح بفهم أعمق لدوافع الاستهلاك في المجتمعات الحديثة، ويكشف كيف تتحول السلع إلى أدوات لبناء الذات، وكيف يُعاد إنتاج الفروقات الاجتماعية من خلال ما يبدو ظاهرياً مجرد "اختيارات حرة"، كما يسلط الضوء على البعد الرمزي لاستهلاك الأفراد، الذين لا يشترون المنتجات فحسب، بل يشترون ما تعنيه وتُمثله في نظرهم ونظر الآخرين.

وانطلاقاً من هذه الرؤية، تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف الكيفية التي يُستخدم فيها الاستهلاك كوسيلة للتعبير عن الهوية الاجتماعية، والوقوف على العوامل التي تدفع الأفراد إلى السعي وراء التميز الرمزي من خلال ما يستهلكونه، كما تهدف إلى تحليل هذا التفاعل بين الفرد والسوق، بين الرغبة في الانتماء والسعي إلى التفرد، بين ما هو شخصي وما هو اجتماعي، من خلال نماذج استهلاكية تعبر عن تحولات عميقة في أنماط العيش وتصورات الذات.

وتأسيساً على ما سبق، تطرح هذه الدراسة الإشكالية التالية: إلى أي مدى يمكن اعتبار الاستهلاك وسيلة فعالة لبناء الهوية الاجتماعية وتحقيق التميز الرمزي في المجتمعات الحديثة؟

- وتتفرع عن هذه الإشكالية أسئلة متعددة تتعلق بكيفية تشكل الرموز الاستهلاكية، وما إذا كان السلوك الاستهلاكي يعكس فعلاً حرية فردية أم خضوعاً لضغوط ثقافية واجتماعية غير مرئية، وما هي حدود التميز الرمزي في ظل طغيان النزعة الاستهلاكية المعممة.

2. أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على ماهية الاستهلاك .
- الكشف عن العوامل المتحكمة في ظاهرة الاستهلاك.
- استعراض أهم النظريات المفسرة لعملية الاستهلاك.
- التعرف على مفهوم الهوية الاجتماعية .
- التعرف على كيفية تشكل الهوية الاجتماعية وأهم مستوياتها.
- التطرق إلى مفهوم الحاجة والتميز الرمزي.
- إبراز التأثير الذي يلعبه الاستهلاك على الهوية الاجتماعية وكيفية التخفيف من هذه التأثيرات السلبية.

3. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في فهم الدور المتزايد للسلوك الاستهلاكي كوسيلة لتشكيل الهوية الفردية والجماعية، وليس فقط كأداة لتلبية الاحتياجات المادية، تساعد هذه الدراسة في توضيح كيف يعكس الاستهلاك القيم الثقافية والاجتماعية، ويساهم في بناء الانتماءات والتميز داخل المجتمعات، خاصة في ظل العولمة وانتشار ثقافة العلامات التجارية، كما تكشف الدراسة عن الأبعاد النفسية والاجتماعية للاستهلاك الرمزي، ما يعزز الوعي بتأثيراته على التماسك الاجتماعي والفوارق الطبقيّة، هذا الفهم مهم لصانعي السياسات والممارسين الاجتماعيين والثقافيين لوضع استراتيجيات تحفز على استهلاك واعٍ يساهم في تعزيز الهوية المستقرة والمجتمع المتماسك، مع مواجهة تحديات التغيرات السريعة في أنماط الاستهلاك والقيم الاجتماعية.

4. مفهوم الاستهلاك:

4.1. التعريف الكلاسيكي للاستهلاك:

الاستهلاك هو استخدام الموارد المالية في شراء السلع والخدمات النهائية، بهدف إشباع حاجات الأفراد وتلبية متطلباتهم من خلال الاستفادة من هذه السلع والخدمات. (ذبيح، 2025)

4.2. تعريف الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي:

يعرف على أنه: " الاستهلاك هو توجيه الفرد للسلع والخدمات بما يعود عليه بالنفع، في إطار ما تسمح به الشريعة الإسلامية وتقره من ضوابط " (ذبيح، 2025)

4.3. التعريف الاجتماعي للاستهلاك:

يُفهم الاستهلاك اجتماعياً على أنه يتجاوز كونه نشاطاً اقتصادياً بحثاً، ليُعبّر عن منظومة القيم والضوابط الثقافية والاجتماعية التي تحكم سلوك الأفراد داخل بيئتهم المجتمعية. " (جابر، 2015، ص 101)

4.4. العوامل المؤثرة في الاستهلاك: يتحدد سلوك الاستهلاك بعدة متغيرات أساسية، من أبرزها:

- الدخل المتاح: كلما زاد ما يتبقى للفرد من دخله بعد خصم الضرائب والمصاريف الأساسية، زادت قابليته للإنفاق على السلع والخدمات، ما يعزز من حجم الاستهلاك.
 - الضرائب: تؤثر مستويات الضرائب المفروضة بشكل مباشر على قدرة الأفراد الشرائية، فارتفاعها يقلل من الموارد المالية المتاحة، مما قد يؤدي إلى خفض الاستهلاك.
 - الثقة بالوضع الاقتصادي: يُعد الشعور بالاستقرار الاقتصادي دافعاً مهماً نحو الاستهلاك، فعندما يشعر الناس بالأمان المالي، يزداد إنفاقهم بفعل تفاؤلهم بالمستقبل.
 - النزعة نحو الادخار: الأفراد الذين يعطون الأولوية للادخار والاستثمار غالباً ما يقلصون من نفقاتهم الاستهلاكية، مفضلين توجيه مواردهم نحو تحقيق عوائد مستقبلية. (المنصة العربية لرأس المال، 2025)
- إلى جانب العوامل التقليدية المؤثرة في الاستهلاك، برزت مؤثرات إضافية مثل درجة الاستقرار الوظيفي، ومستوى الديون، والمرحلة العمرية، فمثلاً قد يؤدي غياب الاستقرار المهني إلى تراجع الإنفاق بسبب الشعور بعدم الأمان المالي، كما أن حجم القروض قد يقيّد أو يزيد من قدرة الأفراد على الاستهلاك تبعاً لمدى تحملهم للمزيد من الالتزامات المالية.

ومن جهة أخرى، تقدم بعض النماذج النظرية رؤى متقدمة في تفسير السلوك الاستهلاكي، من أبرزها "نظرية دورة الحياة"، التي تسلط الضوء على العلاقة بين الدخل والموجودات النقدية وسلوك المستهلك، وتُبيّن أن الأفراد ذوي الدخل المنخفضة يميلون عادة إلى إنفاق نسبة أكبر من دخولهم مقارنة بذوي الثروات المرتفعة. (المنصة العربية لرأس المال، 2025)

4.5. نظريات الاستهلاك:

أ- المقاربة الكلاسيكية والنيوكلاسيكية: يُولي الفكر الكلاسيكي والنيوكلاسيكي أهمية كبيرة لسلوك المستهلك، حيث يُنظر إليه كفاعل عقلائي يسعى إلى تعظيم منفعته من خلال التوزيع الأمثل لدخله، ووفقاً لهذا التصور، فإن أي سياسة تهدف إلى تعزيز الاستهلاك تُعد من منظور التقليديين سبباً محتملاً لحدوث التضخم والاختلالات الخارجية. أما التقليديون الجدد، فقد ركّزوا على الكيفية التي يوزع بها المستهلك دخله على مختلف السلع المتاحة في السوق، وقد شكّلت أفكارهم ما يُعرف بمدرسة "التحليل الحدي"، والتي تنطلق من مفهوم دالة المنفعة، حيث تُربط قيمة السلع بالمنفعة المتحققة من استخدامها لا بتكلفة إنتاجها فقط.

ويُظهر التحليل الحدي أن قيمة السلعة تتأثر من جهة بالمنفعة الاقتصادية، ومن جهة أخرى بكمية السلعة المتاحة، وهي محدودة بفعل ندرتها النسبية، والتي ترتبط بدورها بقدرات الإنتاج.

ومع أن هذا التوجه يستند إلى مجموعة من الفرضيات، إلا أنه تعرّض لانتقادات عديدة، من أبرزها:

- المبالغة في تقدير منفعة السلعة، وهو افتراض لا ينسجم مع الواقع.
- تجاهل الأبعاد النفسية والاجتماعية التي تحكم قرارات الشراء، والتي لا تتم دائماً بشكل عقلائي مدروس.

- افتراض توفر حرية اختيار مطلقة، في حين أن الاستهلاك في الواقع مقيّد بعوامل عدة، أهمها الدخل). (مريزق، 2011، ص 707)

ب- المقاربة الكينزية (نظرية الدخل المطلق): تؤكد هذه النظرية أن قرارات الاستهلاك تعتمد بشكل رئيسي على مستوى الدخل الجاري للفرد، حيث تعتبر دالة الاستهلاك المحرك الأساسي لحجم الدخل الكلي، وتشكل الأساس لنظرية المضاعف الاقتصادي، إذ تشير إلى أن زيادة الدخل تؤدي إلى ارتفاع الاستهلاك، لكن بنسبة أقل من الزيادة في الدخل نفسه. (مريزق، 2011، ص 708)

ج- نظرية الدخل النسبي (أثر التقليد): ترى هذه النظرية أن الاستهلاك مرتبط بموقع الفرد النسبي على سلم الدخل مقارنة بالآخرين، فإذا زاد دخل الفرد مع بقاء مركزه النسبي ثابتاً، فإن معدل استهلاكه لا يتغير كثيراً، لأن المستهلك يسعى للحفاظ على مستوى استهلاكه مقارنة بمن حوله، ويبرز هنا دور التقليد والمحاكاة في تشكيل السلوك الاستهلاكي، حيث يعتمد الاستهلاك على الوضع النسبي للأسرة بين شرائح المجتمع، وليس فقط على الدخل المطلق. (مريزق، 2011، ص 708)

4.6. الآثار العامة للاستهلاك:

- الاستهلاك يُعتبر ركيزة أساسية لتحريك النشاط الاقتصادي، حيث تلعب عادات المستهلكين دوراً محورياً في تحديد حجم الطلب على السلع والخدمات، فارتفاع الطلب ينعكس إيجابياً عبر تعزيز الإنتاج وزيادة الإنفاق، مما يساهم في دفع النمو الاقتصادي، في حين أن انخفاض الطلب قد ينعكس سلباً على مستويات الإنتاج وفرص العمل.. (سكاي نيوز، 2025)
- الاستهلاك المفرط يساهم في تفاقم الفوارق الاجتماعية، إذ يحاول الأفراد تقليد أنماط استهلاك الطبقات الأعلى، مما يولد ضغوطاً مالية واجتماعية كبيرة على الطبقات الأدنى، ويعزز الفجوات الاقتصادية داخل المجتمع. (سليمان، 2000، ص 143)
- عادات الاستهلاك تلعب دوراً حاسماً في توجيه قرارات المستثمرين بشأن توسيع الإنتاج أو إطلاق مشاريع جديدة، إذ تعكس توجهات المستهلكين فرص النمو المستقبلية.
- تؤثر هذه العادات بشكل مباشر على أداء القطاعات الاقتصادية المتنوعة مثل التجزئة، الصناعة، والخدمات، مما يحدد ديناميكيات السوق.
- زيادة الاستهلاك تساهم في رفع معدلات الإنتاج، مما يفتح آفاقاً أوسع لخلق فرص عمل جديدة، بينما انخفاض الاستهلاك يؤدي إلى تقلص الوظائف وانكماش السوق. (سكاي نيوز، 2025)
- على الجانب البيئي، تُحدث أنماط الاستهلاك تأثيرات كبيرة قد تهدد الثروات الطبيعية، مما يستوجب تبني سلوكيات استهلاكية أكثر استدامة توازن بين متطلبات الاقتصاد وحماية البيئة، ومن أهم هذه التأثيرات:
- زيادة الاستهلاك ترفع مستويات الإنتاج، مما يؤدي إلى تصاعد انبعاثات الكربون وتفاقم التلوث، وهو ما يسرع من ظاهرة تغير المناخ ويضر بالنظم البيئية.

- الاستهلاك المفرط يستنزف الموارد الطبيعية الحيوية مثل المياه والوقود الأحفوري، ما يهدد توفرها على المدى البعيد.
- يرافق ارتفاع الاستهلاك تراكم كميات كبيرة من النفايات، خاصة المواد البلاستيكية التي تسبب تلوثاً بيئياً واسع النطاق.
- الاستهلاك الزائد يسبب تدهور التنوع البيولوجي، عبر تغيير استخدام الأراضي وتدمير المواطن الطبيعية التي تعتمد عليها الأنظمة البيئية. (سكاي نيوز، 2025)

5. الهوية الاجتماعية:

5.1. الهوية الاجتماعية هي: جزء من مفهوم الذات لدى الفرد، تنبع من وعيه بانتمائه إلى مجموعة اجتماعية محددة، وما يكتسبه من قيم ومعايير وجدانية مرتبطة بهذه العضوية، كما يمكن اعتبارها الصورة التي يراها الآخرون عنه، حيث يعيش الفرد داخل الجماعة التي تمنحه شعوراً بالانتماء وتوجهه نحو تكوين هويته وتعزيز ارتباطه بها. "(الحربي، 2016، ص522)

يرى ريجارد جينكز أن الهوية الاجتماعية هي تصورنا لمن نكون، ولمن هم الآخرون، بالإضافة إلى كيف يرى الآخرون أنفسهم ومن حولهم، وهذه الهوية تتشكل وتتبلور من خلال عمليات التفاعل الإنساني المستمرة. (عبد الحميد، 2021، 196)

يتقارب مفهوم الهوية الاجتماعية مع الهوية الثقافية إلى حد كبير، حيث تذهب بعض الدراسات إلى عدم التفريق بينهما، وفي هذا السياق يرى الباحث ف. بارث أن الهوية الاجتماعية تتمتع بفاعلية اجتماعية بارزة، وتشكل ظاهرة مركزية في نظام العلاقات الاجتماعية وتنظيم التبادلات في مختلف مجالات الحياة، إذ لا يقتصر تحديدها على تعداد جميع سماتها الثقافية، بل يركز على التعرف إلى السمات التي تعتمدها جماعة معينة دون غيرها، مما يبرز تفرداها وتميزها بين الجماعات الأخرى.

ويُعتبر التمايز بين الهويات ناتجاً عن طبيعة العلاقات بين الجماعات، حيث تُعد الهوية عملية بناء مستمرة وليست ثابتة، ولا يمكن دراستها إلا من خلال التفاعلات الاجتماعية التي تكشف بوضوح الشعور بالانتماء، والذي يستخدم لتأكيد الهوية أو تحديد حدودها مقابل الهويات الأخرى التي تميز جماعات مختلفة. (مبادرون، 2025)

5.2. نظرية الهوية الاجتماعية:

أ- تعريف نظرية الهوية الاجتماعية:

نظرية الهوية الاجتماعية في علم النفس الاجتماعي تعرّف بالعلاقة التفاعلية والمتبادلة بين الهويات الشخصية والاجتماعية، وتهدف هذه النظرية إلى تحديد والتنبؤ بالظروف التي يرى فيها الأفراد أنفسهم كأفراد مستقلين أو كأعضاء ضمن مجموعة معينة، كما تدرس الآثار المترتبة على الهويات الشخصية والاجتماعية في تشكيل التصورات الفردية والسلوك الجماعي. (قطيشات، 2025)

ب- مراحل نظرية الهوية الاجتماعية:

أولاً: مرحلة التصنيف الاجتماعي: يميل الأفراد بشكل طبيعي إلى تصنيف الآخرين ضمن مجموعاتهم أو خارجها، بهدف تبسيط وفهم البيئة الاجتماعية المحيطة، ويُبنى هذا التصنيف على مدى التشابه والاختلاف بينهم، مع وجود ميل إلى مبالغة في رؤية الفروق أو التشابهات بشكل نمطي، مما قد يجعل الأفراد يظنون أن الآخرين أكثر تشابهاً أو اختلافاً مما هم عليه فعلياً. (قطيشات، 2025)

ثانياً: مرحلة التحديد الاجتماعي: يتعرف الأفراد على ذاتهم من خلال صفاتهم الشخصية والعلاقات الفردية، وفي الوقت ذاته يستمدون هويتهم الاجتماعية عبر انتمائهم إلى فئات أو شرائح اجتماعية محددة، حيث يشكل الانتماء الملحوظ لهذه الفئات جزءاً من المفهوم الذاتي للفرد. (قطيشات، 2025)

ثالثاً: مرحلة المقارنة الاجتماعية: يقوم الأفراد بمقارنة أنفسهم مع أعضاء الفئات الاجتماعية الأخرى، محاولين إظهار تفوقهم وتميزهم عن الآخرين، وذلك للحفاظ على هوية اجتماعية إيجابية ومفهوم ذاتي راقٍ، ويعتمد هذا التمييز على الخلفية الاجتماعية والإطار الثقافي الذي ينتمي إليه الفرد. (قطيشات، 2025)

5.3. المجالات الأساسية للهوية الاجتماعية والوسائط المؤثرة فيها: يتعلم الأفراد أدوارهم الاجتماعية من خلال التفاعل المباشر مع أفراد مجموعاتهم المقربين، مثل الوالدين، والأشقاء، والأقران، والأقارب، والمدرسين، فكلما ابتعد الفرد عن هذه الجماعة ضعفت أواصر الألفة وتضاءلت هويته الاجتماعية، بينما يزداد إدراكه وتأكيد لهويته كلما اقترب منهم.

تمثل هذه المعرفة حالة ذهنية تتعلق بتوقعات المجتمع تجاه الفرد، وتتطور هوية الفرد الاجتماعية بالتزامن مع نموه الاجتماعي، وتظهر بشكل جلي عند مطالبته بأداء أدواره الاجتماعية.

وتشمل مجالات الهوية الاجتماعية الأساسية: الصداقة، إدراك الدور الجنسي، العلاقة مع الجنس الآخر، والاستمتاع بوقت الفراغ. (الشماس، حمود، 2011، ص 567)

أ- الصداقة: تلعب الصداقة دوراً مهماً في دعم مفهوم الذات وتعزيز بروز الهوية الفردية، حيث تتسم بوجود روابط قوية تنشأ من التشارك في الأنشطة وتبادل المنافع، مما يهيئ الفرد لممارسة سلوكيات وأنماط حياة مستمدة من النموذج الثقافي المحيط.

تُعد مرحلة المراهقة فترة حرجة تظهر فيها القدرات الاجتماعية، لكنها تتزامن أيضاً مع ميل للفردية والتميز، وتلعب التنشئة الاجتماعية دوراً كبيراً في كيفية تكوين علاقات إيجابية مع الآخرين، خاصة في ظل المخاطر المحتملة التي قد تنجم عن تأثيرات علاقات الأقران على السلوكيات الاجتماعية. (الشماس، حمود، 2011، ص 567)

ب- إدراك الدور الجنسي وتحديد هويته: يتبلور الإدراك الأولي للجنس منذ الطفولة، ويصبح أكثر وضوحاً خلال مرحلة المراهقة، ففي حالات عدم وجود مشاكل تشريحية، يرتبط اضطراب وضوح الدور الجنسي بعلاقات الطفل مع الوالدين، والنزاعات الزوجية، بالإضافة إلى التجارب السلبية مثل الاضطهاد أو التمييز من الأقران. تؤثر هذه العوامل على تشكيل هوية الجنس والدور لدى المراهق، حيث تعتبر معايير الهوية الجنسية أساسية لتمييز الأدوار

المرتبطة بها، وذلك وفق السياق الثقافي وتطوره، مع الأخذ في الاعتبار الجنس كدور بيولوجي وكفاءة اجتماعية. (الشماس، حمود، 2011، ص 567)

ج-العلاقة مع الجنس الآخر: تتعلق حاجة المراهقين بفهم مواقفهم واكتشاف أدوارهم الجنسية بتأثير القيم الأسرية، والتنوع الثقافي، والتغيرات الاجتماعية، حيث يكون الأبناء مشاعرهم الأساسية تجاه مفاهيم الرجولة والأنوثة والأبوة والأمومة من خلال مراقبة وتفاعلهم مع طريقة تعامل الآباء والأمهات مع بعضهم البعض. (الشماس ومحمد، 2011، ص 172)، كما تلعب الصداقة دورًا مهمًا في تعزيز استقرار وتأکید الدور الجنسي لدى الفرد، حيث تهيئ بيئة طبيعية تسمح بالتعبير عن الألفة وتبادل المشاعر والأفكار المشتركة، بالإضافة إلى توحيد أساليب التربية بين الأفراد، مما يساهم بشكل أساسي في تكوين الهوية.

كما تولي التوجهات التربوية العالمية اهتمامًا خاصًا بالتربية الجنسية، مع التركيز على توقيتها ومحتواها بما يتناسب مع مراحل النمو المختلفة لضمان ملاءمتها وفعاليتها. (الشماس، حمود، 2011، ص 568)

د- أسلوب الاستمتاع بوقت الفراغ «الترفيه»: يؤكد علم النفس الاجتماعي أهمية استثمار وقت الفراغ في تنظيم السلوك الاجتماعي، وفهم الذات والآخرين، وتطوير مهارات التفاعل، مما يعزز الاندماج الاجتماعي والتوقعات والمشاعر، فضلاً عن تنمية الفاعلية داخل السياق الاجتماعي. كما يتيح وقت الفراغ فرصة لتجريب الهوايات والإشباع المعرفية، والحصول على معلومات متنوعة، وتحقيق أهداف حياتية، والنضج الاجتماعي السليم. يُعد اختيار نوع النشاط مؤشراً مهماً لفهم مستويات ومكونات المجتمع، ويعكس صراعات الميول وشروط تنظيم النشاط وممارسته، وهو جزء من أسلوب الحياة وشعور الفرد بالأمل وتخطيطه لأهدافه وفقاً لقيمه الشخصية، التي تُعد من سمات الهوية.

وتُعتبر الأسرة، المدرسة، والأقران من أهم الوسائط الاجتماعية في تشكيل الهوية، وتبرز الدراسات أهمية تطوير إمكانات المراهقين المرتبطة بالأبعاد الشخصية والاجتماعية والحضارية، مع التركيز على النماذج البيئية وعلاقاتهم مع الآباء، الأشقاء، الأقارب، الأقران، والرفاق من الجنس الآخر، بالإضافة إلى مشاركتهم في المجتمع. هذه النتائج تفتح آفاقاً للبحث والتطوير، مما يجعل أي جهد تربوي أو بحثي جزءاً من مسيرة مستمرة ومتداخلة مع جهود أخرى في المجال. (الشماس، حمود، 2011، ص. 568، 569)

5.4. تشكّل الهوية:

تبدأ الهوية في النمو والتطور خلال حياة الفرد الشخصية من خلال تدريبات أساسية لضبط السلوك وإشباع الحاجات، وفقاً للغة والعادات والمعايير والأدوار المتعارف عليها في الثقافة الاجتماعية، حيث تفرض المؤسسات الاجتماعية هذه الالتزامات على الفرد، مما يستدعي منه إيجاد حلول إيجابية للتكيف معها.

ترى المفاهيم التربوية أن تشكيل الهوية المثالي يتم عبر المرور بطقوس غنية تساعد في فهم التحولات التي تطرأ على الهوية خلال مرحلة البلوغ، وتوضح التآلف بين الأبعاد النفسية والاجتماعية، حيث ينتقل المراهق إلى عالم مرتبط بنوعه الاجتماعي مكتسباً من الثقافة، ويحتاج في هذه المرحلة إلى تطوير مفهوم الذات وفهم «أنا» داخل الجماعة.

تعمل وظيفة مفهوم الذات كآلية معرفية تدعم السلوك المرتبط بالإدراك الاجتماعي، والذي يرتبط ببروز الهوية الاجتماعية في حالات الارتباط النفسي بين الأفراد.

يسهم المجتمع في تطوير نمو «الأنا» ومساعدة الفرد على إيجاد أدواره الملائمة ضمن النظام الثقافي، رغم وجود قيم متضادة وتأثيرات اجتماعية ليست دائماً إيجابية، خاصة في الثقافات التي تشهد صراعات، حيث تؤثر هذه الظروف سلباً على تكوين الهوية.

ويمكن اعتبار تشكل هوية «الأنا» أزمة نمو اجتماعي في مرحلة المراهقة، ووفقاً لأريكسون، فإنها تمثل مرحلة انتقال من الطفولة إلى الرشد، تتسم بالصراعات والقلق، حيث يواجه المراهق تحديات مهمة مثل الاستقلالية والتفرد، ما يسبب أزمة تنموية تستمر حتى تحقيق نضج الرشد.. (الشماس، حمود، 2011، ص، ص. 564، 565)

5.5. مستويات الهوية :

تشكل الهوية نتيجة لتقاطع عوامل النضج الاجتماعي والسيولوجي لدى المراهق، وقد استند مارشيا إلى مفهوم أريكسون لأبعاد الهوية، وحدد أربع حالات أو مستويات تندرج من الأقل نضجاً إلى الأكثر تقدماً، حيث يكون الأفراد في إحدى هذه الحالات: (الشماس، حمود، 2011، ص 569)

أ- الهوية المشتتة: في هذه الحالة، لم يواجه الفرد بعد أزمة هوية، ولا يلتزم بأي قيم أو أدوار مهنية أو شخصية، ولا يظهر جهداً نشطاً للبحث عن هويته.

ب- الهوية المغلقة: يكون الفرد هنا ملتزماً بقيم ومعتقدات محددة، غالباً مرتبطة بالأشخاص المهمين في حياته مثل الأسرة، دون أن يمر بأزمة هوية.

ج- الهوية المؤجلة (المعلقة): تتميز هذه المرحلة بوجود أزمة، حيث يكون الفرد في حالة بحث نشطة عن بدائل وهو يسعى لاكتشاف هويته.

د- الهوية المنجزة: يصل الفرد في هذه المرحلة إلى التزام واضح بقيمه وأدواره الاجتماعية، ويشعر بالإنجاز والارتباط بالأخلاقيات، ويعزز مفهوم الذات لديه بفضل الفرص الاجتماعية والمعرفة المكتسبة، مما يؤكد مكانته وأدائه المناسب في المجتمع.

(6) الحاجة والتميز الرمزي:

6.1. تعريف الحاجة:

الحاجة الاقتصادية هي: "الرغبة في اقتناء سلعة أو خدمة معينة تُلبّي حاجة أو تحقق منفعة للفرد، بحيث تكون هذه الحاجة قابلة للتلبية باستخدام الموارد الاقتصادية المتوفرة." (موقع جامعة سطيف 2، 2025)

6.2. تعريف التميز الرمزي:

يشير مفهوم التميز الرمزي إلى اعتماد الأفراد أو الجماعات على رموز ثقافية واجتماعية—مثل الذوق، أنماط الاستهلاك، اللغة، أو المظهر—كوسيلة للتعبير عن مكانتهم الاجتماعية والتميز بين أنفسهم والآخرين. يُعتبر هذا التميز أداة لإعادة إنتاج الفوارق الطبقية، حيث تُستخدم الرموز الثقافية كوسائل للهيمنة الرمزية. وفي هذا السياق، يوضح بيير بورديو قائلاً:

"الذوق يصنّف، ويصنّف المصنّف. فالموضوعات الاجتماعية، المصنّفة من خلال تصنيفاتها، تميز نفسها عبر التمييزات التي تقوم بها بين الجميل والقبيح، وبين الراقي والمبتذل، والتي تعبّر أو تكشف عن موقعها في التصنيفات الموضوعية". (بورديو، 2024، ص6)

7. العلاقة بين الاستهلاك والهوية الاجتماعية – الحاجة والتميز الرمزي - في مجتمعاتنا المعاصرة:

في المجتمعات المعاصرة أصبح الاستهلاك ليس مجرد وسيلة لتلبية الحاجات الأساسية، بل بات أداة فعالة في بناء وتشكيل الهوية الاجتماعية للفرد، حيث يعبر الأفراد عن مكانتهم الاجتماعية وانتمائهم عبر نمط استهلاكهم، فيُنظر إلى السلع والخدمات التي يختارونها كرموز تعكس هويتهم، قيمهم، وطموحاتهم. هذه العملية، المعروفة بالتميز الرمزي، تمكن الأفراد من التمييز بين أنفسهم والآخرين، وتتيح لهم الانتماء إلى جماعات معينة أو التميز عن باقي المجتمع. فمثلاً، في مجتمع الحضر في العديد من الدول العربية، نلاحظ كيف أثر الاستهلاك التكنولوجي مثل امتلاك أحدث الهواتف الذكية أو الأجهزة الإلكترونية (مثل آيفون أو سامسونج الفاخرة) - الذي بات رمزاً للمكانة الاجتماعية والحداثة- في الشباب والكبار على حد سواء حيث يستخدمون هذه الأجهزة للتعبير عن الانتماء إلى ثقافة التكنولوجيا والتميز بين أقرانهم، فاختيار نوع الجهاز وطرازه يعكس الذوق والقدرة الشرائية، ويمنح شعوراً بالانتماء إلى طبقة اجتماعية معينة أو مجتمع رقي متطور.

كذلك الأمر بالنسبة للملابس والموضة حيث نجد أن ماركات الموضة العالمية مثل "غوთشي" و"نايكي" تُستخدم بشكل واسع كرموز للهوية الاجتماعية، حيث يتنافس المستهلكون على اقتناء قطع محددة تعبر عن ذوق معين أو انتماء لفئة شبابية أو اجتماعية معينة، فنجد الشباب في المدن الكبرى مثلاً يختارون ملابس معينة لتأكيد هويتهم الثقافية أو التمرد على القيم التقليدية كذلك الأمر أيضاً بالنسبة للاستهلاك الثقافي فالانخراط في استهلاك أنواع معينة من الموسيقى أو حضور مهرجانات ثقافية أو رياضية (مثل الحفلات الكبرى أو مباريات كرة القدم العالمية) يعبر عن انتماءات اجتماعية وجماعية، ويشكل جزءاً من الهوية الاجتماعية للأفراد، خاصة الشباب الذين يستخدمون هذه الأنشطة للتمايز عن الأجيال السابقة أو لمجرد الاندماج في جماعات محددة.

ومن أهم الأسباب التي أدت إلى تحول الاستهلاك إلى أداة للتمييز والهوية الاجتماعية نجد: التغيرات الاقتصادية والاجتماعية الناتجة عن العولمة وتوسع الأسواق حيث فتحت العولمة آفاقاً واسعة أمام تدفق السلع والخدمات عبر الحدود، مما أتاح تنوعاً أكبر في الخيارات الاستهلاكية، هذا التنوع جعل من السهل على الأفراد اختيار منتجات تعبر عن هويتهم وتميزهم عن الآخرين.

كذلك من أبرز الأسباب التي خلقت هذا الواقع هو التطور التكنولوجي والإعلامي، حيث أصبحت وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي مثل منصات إنستغرام، تيك توك، وفيسبوك مساحات لعرض أنماط الاستهلاك، حيث يعرض الأفراد حياتهم الاستهلاكية ويبرزونها كجزء من هويتهم، مما يحفز الآخرين على محاكاة هذه الأنماط أو التمايز عنها. ومن أهم الأسباب أيضاً نجد التسويق والإعلان حيث يلعب التسويق دوراً محورياً في ربط السلع بقيم ثقافية ورموز اجتماعية، حيث تروج الشركات لمنتجاتها على أنها تعبير عن أسلوب حياة معين أو طبقة اجتماعية.

وبالعودة إلى العلاقة بين الاستهلاك والهوية نجد أنها تحمل معها انعكاسات نفسية واجتماعية عميقة، نفسيًا، يُولد هذا الربط ضغطًا هائلًا على الأفراد لمجاراة المعايير الاستهلاكية السائدة، مما يسبب مشاعر القلق، الإحساس بالنقص، والاضطرابات النفسية مثل الاكتئاب أو تراجع احترام الذات، خاصة لدى من لا يمتلكون القدرة المالية على تحقيق هذه المعايير، وهذا ينعكس بدوره على الصحة النفسية للفرد وجودة حياته، أما اجتماعيًا، فإن الاستهلاك الرمزي يعزز التفاوت الطبقي والتمييز الاجتماعي، إذ يصبح معيارًا لتحديد مكانة الفرد في المجتمع، مما يؤدي إلى تهميش الفئات الأقل قدرة وخلق فجوات عميقة بين طبقات المجتمع. وهذا يعزز الشعور بالاستقطاب الاجتماعي، حيث تتصاعد الحساسيات والصراعات بين الطبقات، وينخفض مستوى التضامن والتكافل، مما قد يفضي إلى توترات اجتماعية وأزمات في النسيج الاجتماعي.

علاوة على ذلك، يؤدي التركيز على الاستهلاك كوسيلة لبناء الهوية إلى إضعاف القيم الثقافية الحقيقية التي تقوم على التماسك الاجتماعي والتعاون، إذ يتحول الإنسان إلى مجرد مستهلك يبحث عن الإشباع المادي بدلاً من التطوير الذاتي أو خدمة المجتمع، كما أن هذا النمط من الاستهلاك الموجه يُغذي ثقافة الاستعجال والسطحية، ويُضعف القيم البيئية والاستدامة، مما يزيد من الأضرار البيئية والاجتماعية على المدى البعيد.

لمواجهة هذه الآثار السلبية، لا بد من تبني سياسات وحلول متكاملة، تبدأ بتعزيز الوعي الاستهلاكي من خلال التعليم والتثقيف، بحيث يُعلم الأفراد التمييز بين الحاجات والرغبات، وتشجيع استهلاك واعٍ ومستدام، كما يجب أن تركز البرامج التربوية والثقافية على بناء هوية اجتماعية قائمة على القيم الجوهرية مثل التضامن، التعاون، والاحترام المتبادل بدلاً من التنافسية المفرطة، بالإضافة إلى ضرورة تنظيم الإعلانات والرسائل التسويقية للحد من الترويج للاستهلاك المفرط، خاصة تلك التي تستهدف الشباب والفئات الضعيفة، ومن المهم أيضاً دعم المبادرات الاقتصادية والاجتماعية التي تشجع على الاقتصاد الدائري والتشاركي، والذي يعزز من العدالة الاجتماعية ويقلل من الفجوات الطبقة وأخيراً، يجب تشجيع الفعاليات الثقافية والاجتماعية التي تعزز الانتماء الجماعي والهوية المجتمعية على أسس غير مادية، مما يساهم في بناء مجتمع أكثر تماسكاً واستقراراً نفسيًا واجتماعيًا.

8. خاتمة:

إن العلاقة بين الاستهلاك والهوية الاجتماعية تمثل مرآة دقيقة للتغيرات العميقة التي عرفتها المجتمعات الحديثة، حيث لم يعد الاستهلاك مجرد استجابة لحاجة مادية، بل أصبح وسيلة للتعبير عن الذات، والتميز، والانتماء إلى فئات أو قيم ثقافية معينة، هذا التحول يعكس كيف أن الرمزي قد طغى على النفعي، وكيف أصبح ما نستهلكه يعبر عن من نكون، أو على الأقل عن من نريد أن نكون.

غير أن هذا التداخل بين الحاجة والتمييز الرمزي قد ألقى بثقله على النفس الإنسانية، فأنتج حالات من القلق والمقارنة المستمرة، وخلق هوية هشّة في بعض الأحيان، تعتمد على المظهر الخارجي بدل العمق الداخلي، ومع تنامي الضغوط الاجتماعية والإعلامية، تبرز الحاجة إلى وعي نقدي يُمكن الأفراد من التحرر من الاستهلاك القهري، وبناء هوية متوازنة تتجاوز الإملاءات الرمزية.

في نهاية المطاف، لا يمكن فصل أنماط الاستهلاك عن البنى الثقافية والاجتماعية المحيطة، لكن يمكن إعادة توجيهها نحو أشكال أكثر وعياً واتساقاً مع الذات، حيث يصبح الاستهلاك فعل اختيار لا فعل خضوع، وأداة بناء لا وسيلة تبعية.

بناء على ما سبق نقترح البحث بتعمق أكبر في المواضيع التالية:

- دراسة كيف يعزز الاستهلاك الفجوة بين الطبقات الاجتماعية ويكرّس التمييز الطبقي في المجتمعات الحديثة.
- تحليل كيف أصبحت منصات التواصل مساحات لعرض الهوية من خلال أنماط الاستهلاك والظهور الرمزي.
- بحث في أشكال المقاومة الثقافية والاستهلاكية ضد النموذج السائد للاستهلاك، مثل حركات "ضد الاستهلاك"، و"الحد الأدنى".
- دراسة سيكوسوسيولوجية لكيفية استخدام الشباب للاستهلاك في تشكيل هويتهم ضمن بيئة اجتماعية ضاغطة.
- تحليل نقدي للخطاب التسويقي الذي يربط المنتجات بقيم مثل "النجاح"، "التحرر"، "التميّز"، وتأثير ذلك في قرارات الشراء.

• قائمة المراجع:

1. أبو سليمان، أحمد علي، 2000، سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودية، معهد الإدارة العامة، الرياض، السعودية.
2. بورديو، بيير، 2024، التمييز: النقد الاجتماعي للحكم، ترجمة نصير مروة، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط1، بيروت، لبنان.
3. جابر، سعاد، 2015، علم الاجتماع الاقتصادي، دار الحامد، عمّان، الأردن.
4. الشماس، عيسى، فريال، حمود، 2011، مستويات تشكّل الهوية الاجتماعية وعلاقتها بالمجالات الأساسية المكونة لها، مجلة جامعة دمشق، مجلد 27، سوريا.
5. عبد الحميد، أماني، 2021، الجامعة وتنمية الهوية الثقافية في سياق التحديات المعاصرة، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، العدد 126، مصر.
6. مريزق، عدنان، 2011، الأزمة المالية العالمية كنتاج لأزمة سلوك استهلاكي والحل البديل، مجلة واحات للبحوث والدراسات، العدد 12، جامعة غرداية، الجزائر.
7. الحربي، خالد بن سليم، 2016، الهوية الاجتماعية للشباب بين الأسرة والمدرسة والمجتمع في دول مجلس التعاون الخليجي، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، العدد 58، مصر.
8. ذبيح، محمد دمان، 2025/6/2، الاستهلاك وضوابطه في الاقتصاد الإسلامي، <https://shariaa.org>.
9. قطيشات، رندى، 31/05/2025، مفهوم نظرية الهوية الاجتماعية، نشر بتاريخ: 2022/10/6، <https://mawdoo3.com>

10. سكاي نيوز، 31/05/2025، كيف تؤثر عادات الاستهلاك على الاقتصاد والبيئة؟، نشر بتاريخ: 2023/08/27،
<https://www.snabusiness.com/article>
11. مبادرون، 31/05/2025، الهوية والبعد الاجتماعي، نشر بتاريخ: 2023/09/11،
<https://mobaderoon.org>
12. المنصة العربية لرأس المال، 2025/6/2، الاستهلاك وأهم تحولاته: من الاقتصاد التقليدي إلى الاستهلاك
المستدام، <https://blog.arab-platform.com>
13. موقع جامعة سطيف، 31/05/2025، ماهية الاقتصاد السياسي، المشكلة الاقتصادية، قسم التعليم
الإلكتروني، <https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/book>