

## Consumerism and its Relation to Self -Identity: A Field Study on the Students of the University of Jordan

Majd Abu Zaghlani\*, Ayed Al-Wraikat

Department of Sociology, School of Arts, The University of Jordan, Amman, Jordan.

Received: 2/6/2021  
Revised: 17/8/2021  
Accepted: 14/9/2021  
Published: 30/11/2022

\* Corresponding author:  
[majd.zaghlani@gmail.com](mailto:majd.zaghlani@gmail.com)

Citation: Abu Zaghlani, M., & Al-Wraikat, A. (2022). Consumerism and its Relation to Self -Identity: A Field Study on the Students of the University of Jordan. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 49(6), 404-417.  
<https://doi.org/10.35516/hum.v49i6.3778>

### Abstract

The study aims at identifying the relation between consumerism and the self identity. For this purpose, a questionnaire was designed as the study tool and consisted of two parts; the first part comprised of the demographic data whereas the second one comprised of a measurement scales of the consumerism (four-dimension scale) and self identity (one-dimension scale). On a theoretical level, this study considered some of the assumptions of Zygmunt Bauman's work, especially "Liquid Modernity" theory. The social survey method was used and applied to an organized random sample from the students of the University of Jordan. Descriptive statistics, analysis of variance, correlation, T-test and the multi-regression test were used. The study concluded that the sample subjects scored an average level for each of the cultural dimension, subjective dimension, and symbolic dimension of consumerism. However, the social dimension scored a low level. The study revealed that the sample subjects had high level of self identity. The independent variable (consumerism) interprets (0.026) of the variables occurring in the dependent variable (self identity). There was negative correlation between the consumerism in its subjective dimension and the self identity that resulted in reduced identification of the self identity. It was revealed that the symbolic dimension of consumerism is the second reason for the changes affecting the self identity; in fact, there was a positive correlation between them. However, the other dimensions of consumerism were not statistically significant.

**Keywords:** Consumerism, self-identity, liquid modernity.

### الثقافة الاستهلاكية وعلاقتها بالهوية الفردية: دراسة ميدانية على طلبة الجامعة الأردنية

مجيد أبو زغلان، عايد الوريكات

قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

#### ملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الثقافة الاستهلاكية والهوية الفردية، ومن أجل تحقيق ذلك تم تصميم الاستبيان كأداة للدراسة الذي تكون من جزئين؛ حيث شمل الجزء الأول البيانات الديموغرافية، في حين شمل الجزء الثاني مقياس الثقافة الاستهلاكية الذي تكون من أربعة أبعاد، مقياس الهوية الفردية الذي تكون من بعد واحد. ولقد تم توظيف نظرية الحدائق السائلة لزيغمونت باومان، كما جرى استخدام منهج المسح الاجتماعي وتطبيقه على عينة عشوائية منتظمة من طلبة الجامعة الأردنية المسجلين في مساق الحضارة الإنسانية بلغت (381) مبحوثاً، وجرى استخدام الإحصاء الوصفي وتحليل التباين والارتباط واختبار "T" واختبار الانحدار المتعدد. أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة لديهم مستوى متوسطاً لكل من البعد الثقافي والبعد الذاتي والبعد الرمزي للثقافة الاستهلاكية التي بلغت أوساطها الحسابية (3.29) و (2.52) و (3.04) على التوالي، بينما البعد الاجتماعي لديهم كان مستواه منخفضاً؛ حيث بلغ وسطه الحسابي (2.21) كما تبين بأن أفراد العينة لديهم تحقيق عالٍ للهوية الفردية؛ حيث بلغ الوسط الحسابي (4.53) وفسر المتغير المستقل (الثقافة الاستهلاكية) ما نسبته (0.026) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (الهوية الفردية)، وجاءت العلاقة عكسية ما بين الثقافة الاستهلاكية ببُعدها الذاتي والهوية الفردية وتؤدي إلى تقليل تحديد أفراد العينة لهوياتهم الفردية. كما تبين أن البعد الرمزي للثقافة الاستهلاكية هو السبب الثاني للتغيرات التي أثرت في الهوية الفردية، وكانت العلاقة طردية بينهما، وتؤدي إلى زيادة تحديد أفراد العينة لهوياتهم الفردية، أما باقي أبعاد الثقافة الاستهلاكية فلم تكن دالة إحصائياً. وأخيراً أبرزت الدراسة بعض التوصيات ذات العلاقة...

الكلمات الدالة: الثقافة الاستهلاكية، الهوية الفردية، الحدائق السائلة.



© 2022 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

## المقدمة

إن عملية بحث الفرد الدائم عن التمايز وإثبات الذات تمثل محركات سلوكية مهمة بالنسبة للحياة النفسية والاجتماعية له، ولذا يسعى إلى تحقيق ذلك من خلال العديد من الطرق المتاحة له ضمن الفضاء الاجتماعي. وتعدّ عملية استهلاك السلع واحدة من هذه الوسائل المتاحة في عالمنا المعاصر، حيث ترتبط ظاهرة الاستهلاك في مجتمع ما بعد الحداثة ارتباطاً وثيقاً بخلق الإحساس بالذات؛ إذ يكاد من المستحيل شراء أي منتج غير مضمّن برموز معيّنة، وهذا معناه أن الفرد لا يستهلك المنتجات لتلبية حاجاته الأساسية فقط بل لمساعدته في التمايز عن الآخرين وتشكيل هويته. ومن المعروف أن ظاهرة الاستهلاك ذات جذور تاريخية، ولكنها اتخذت تشكيلات جديدة وبالغة التأثير في المجتمعات المعاصرة، ويتمثل أهمّها في مجتمع السوق الذي تم رصده خلال الأربعين عام الأخيرة وظهور الاستهلاك كميّار على جودة الحياة، حيث لم يعد الاستهلاك مرتبطاً بالقيمة الحقيقية للسلع، وإنما بالصورة التخيلية التي يضيفها امتلاكها على الهوية الفردية. فالصراع من أجل التفرد ووهم تحقيق السعادة أصبح الآن بمثابة المحرك الرئيسي لعملية الإنتاج والاستهلاك، وتطلب ذلك الأمر من الاقتصاد الاستهلاكي أن يكون استهلاكاً لأشياء ينتهي عمرها بسرعة. ويرى باومان (2016) أن المجتمع الاستهلاكي يعمل على استدامة حالة عدم الإشباع من خلال الحطّ من قيمة السلع الاستهلاكية بعد ترويجها في عالم أمنيات ورغبات المستهلك، فما بدأ رغبة لا بد من أن ينتهي إدماناً وهذا أمر واقع.

وفي ضوء ما سبق يتضح لنا أن الإدانة المطلقة لهذه الثقافة لا تُعدّ المعالجة الأمثل للحد من انتشارها وتبعاتها، بل إن الرؤية الموضوعية هي الأوجب. لذا تمّ إعداد هذه الدراسة لكشف حقيقة العلاقة بين الثقافة الاستهلاكية والهوية الفردية لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية، من أجل التوصل لنتائج دقيقة قدر ما أمكن تساهم في إيجاد حلول مناسبة للارتقاء بمجتمعنا الأردني وتعزيز دعائمه الاجتماعية لمواجهة الحداثة التي نعيش في ظلها التي تشبعت بحالة من اللاتيقن وبات يسودها تهاوٍ في المسلّمات والثوابت.

## نظريات الدراسة

يشدّد هونيث على أن الاعتراف حاجة إنسانية جوهرية لها دور كبير في تشكيل الهوية الإنسانية. ويشير إلى ثلاثة أشكال من الاعتراف: الحب والحق والتضامن، متناسبة مع ثلاثة مستويات من العلاقة الإيجابية بالذات: الثقة في الذات واحترام الذات وتقدير الذات (رونو، 2017). ولما كانت الثقافة بمكوناتها المادية واللامادية تشهد تحولات جديدة ودائمة، يجد الأفراد أنفسهم مضطرين إلى التكيف معها من خلال عملية تغير دائم يفرض على إعادة تشكيل هوياتهم بصفة مستمرة (عماد، 2017).

وبينما يوفر شعور تحقيق الذات والتمتع بالهوية الفردية الأمن والاستقرار لدى الفرد، فالحالة ليست كذلك في مجتمع الاستهلاك. والسبب هو أن كل شيء يتغير ضمن هذا المجتمع، ونتيجة لذلك فإن "الأنا" عليها أن تتغير باستمرار من أجل مواكبة التغيير واتباع صيحات الأزياء التي تتبدل على نحو مستمر، وكل ذلك يدفع الفرد للبقاء متنهّياً على الدوام والتصرف وفق اتجاهات غير متوقعة مما يجعله قلقاً مفتقراً للاستقرار (ريتر، 2017). وتطوّرت عملية تحقيق الذات بالتوازي مع الأهمية المتزايدة لثقافة المستهلك، وتؤكد موران (Moran, 2015) أن فكرة البحث عن هوية فردية متميزة والتعبير عنها - بدلاً من الهوية التي تستند إلى انتمائها إلى منطقة محلية معينة أو كيان اجتماعي - اكتسبت أهمية متزايدة تتوازي بشكل وثيق مع "الزيادة الأسية في الاستهلاك" وصيحة "اختيار المستهلك" منذ خمسينيات القرن الماضي. وارتبطت هذه التغييرات أيضاً بضعف وتناقص الدور الذي مارسه الانتماءات الأسرية والمجتمعية والمحلية على حياة معظم الناس، إلى جانب الانتقال التدريجي إلى اقتصاد خدمات ما بعد الصناعة ابتداءً من سبعينيات القرن الماضي (باومان، 2017). وبالتالي أصبحت عملية التفرّد وتحقيق الذات توصف على أنها أمر مرغوب فيه كمشروع أساسي لحياة الأفراد.

وخلال العقود القليلة الماضية وقع تحوّل عميق في مقوّمات العيش الإنساني في المجتمعات المعاصرة، وحلّت مرحلة جديدة ومركّبة من الحداثة. حيث أصبح التغيير هو النموذج الأكثر استقراراً في حياة الأفراد والجماعات والعامل الذي يشكل الثقافة اليومية ويحدّد الفعل الاجتماعي. وفي ضوء هذه المعطيات تم توظيف نظرية الحداثة السائلة لزيغمونت باومان التي تشكّل نقداً مباشراً لمجتمع الرفاه المعاصر، ولأنها تُعدّ واحدة من أكثر النظريات قدرة على تفسير التغيّرات الاجتماعية وخاصة المشكلات التي نتجت عن فشل المشروع الحداثي العقلاني الغربي في تحقيق القيم التي كان من المفترض أن تنقل الإنسان إلى وضع اجتماعي أفضل. ولعل أهم سمة للحداثة في مرحلتها الأولى الصلبة هي الثبات وتصورها لوضعها المحدد القاطع في السعي لتحقيق نظام متوازن ومستقر، أما الحداثة السائلة فتطلق العنان للقوى التي تأتي بتغيرات ثقافية وتسعى إلى تغيير مسارها باستمرار على نحو لا يمكن التنبؤ به (باومان، 2018).

إن مصطلح الحداثة السائلة موجه تحديداً نحو نقد الأساس المرن والمائع للحداثة، بالإضافة لعدم اليقين الكامن فيما بعد الحداثة، الذي يتوافق مع فكرة السيولة. ويمكن اعتباره استياءً من عجز ما بعد الحداثة عن مواجهة الظروف الراهنة لعدم المساواة وتداعيات العولمة حول العالم. ولكي يتسنى لنا فهم هذا التحول إلى السيولة، فإنه من الضروري مراجعة السياق النظري الذي قارب فيه باومان جوانب القصور في الحداثة الصلبة (Lee, 2005).

وبالنسبة لباومان نحن ما زلنا نعيش في الحداثة، لكن التركيز تحول من تصور الأفراد كمبتدئين في المجتمع الصناعي إلى مستهلكين في مجتمع ما بعد

الحدث، الذي أطلق عليه باومان اسم "مجتمع المستهلكين". وتتسم الحياة السائلة بأنها استهلاكية في المقام الأول، حيث تجعل كل ما يتضمنه العالم موضوعاً للاستهلاك. ومن المعروف أن هذه الموضوعات لها عمر افتراضي، فإذا فقدت صلاحيتها وجب إزاحتها من أجل فتح المجال لغيرها من موضوعات استهلاك جديدة. فمنطق الحياة السائلة يُعَدّ الحفاظ على هذه العناصر "القديمة" عملاً ليس عقلانياً، وليس بوسع الفرد أن يدافع بسهولة عن حقه في الحفاظ عليها وأصبح عاجزاً أيضاً عن استقراء مسار التغيير والسيطرة عليه (Dawes, 2011). وتبعاً لذلك فإن إدارة الفرد لحياته السائلة الحالية تتمثل في مدى سيطرته على التدفق السريع للأحداث، وذلك بقدرته على توقع الاحتمالات أو التلاعب بها قدر الإمكان (Bauman, 2004).

#### مشكلة الدراسة

حلت الرغبة في الاستهلاك محل الحاجة أو القيمة الحقيقية للسلعة، مما أنتج أشكالاً من الهوية الاستهلاكية المتجلية بتسليع الفرد وتنميط منظومته القيمية والمعرفية واغترابه عن ثقافته ومجتمعه. مما أسهم في اعتقاد الفرد بأنه حرّ في اختيار مقتنياته ضمن ما يعرضه عليه مجتمع الاستهلاك، إلا أن حريته هذه وهمية وسعيه نحو الاختلاف زائف، لأن تعدد عناصر الاستهلاك التي يختار من ضمنها ليست إلا نتاج النظام الرأسمالي الذي يحاصر الفرد من مختلف الجوانب. وتكمن المشكلة أنه في ظل تحولات القيم والتقلبات في حاجات السوق يجد الفرد نفسه في حاجة إلى تغيير مساره على نحو دائم وتبقى رحلته مستمرة للبحث عن ذاته مما يسبب له حالة من فقدان اليقين وتشوّه في تصوّره لذاته، وكل ذلك يضعف الأبنية الثقافية والاجتماعية وعمليات التخطيط والتطوير.

ومن المهم أن نعلم ضمن هذا السياق أن البيانات الإحصائية الرسمية الصادرة عن دائرة الإحصاءات العامة الأردنية (2019) لعامي 2017/2018 أظهرت وجود عدم توازن بين دخل الأسرة الأردنية وحجم إنفاقها، حيث بلغ متوسط إنفاقها السنوي (12519) ديناراً أردنياً، بينما بلغ متوسط دخلها السنوي (11241.9) ديناراً أردنياً. وبالرغم من أن التكاليف المتزايدة للسلع والخدمات الأساسية تُعَدّ من الأسباب الأساسية في نقص واختلال ميزانية العديد من الأسر الأردنية، إلا أن لإغراءات السوق وتنوّع السلع أيضاً دور كبير في جذبهم بغض النظر عن دخلهم ومدى حاجتهم لها. ومن هنا تبرز مشكلة الدراسة الرئيسية المتمثلة بالسؤال التالي: ما العلاقة بين الثقافة الاستهلاكية والهوية الفردية لدى طلبة الجامعة الأردنية؟ ويتفرع من هذا السؤال، الأسئلة التالية:

- 1- ما مستويات الثقافة الاستهلاكية بأبعادها: الثقافي والاجتماعي والذاتي والرمزي لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية؟
- 2- ما مستويات الهوية الفردية لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية؟
- 3- ما علاقة الثقافة الاستهلاكية بأبعادها: الثقافي والاجتماعي والذاتي والرمزي بالهوية الفردية لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية؟
- 4- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في الثقافة الاستهلاكية بأبعادها: الثقافي والاجتماعي والذاتي والرمزي، والهوية الفردية تعزى إلى الجنس ومعدل المصروف اليومي لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية؟

#### أهمية الدراسة

##### • الأهمية العلمية (النظرية)

وفقاً للتحولات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي يشهدها العالم المعاصر على نحو عام مع اختلاف في الدرجة، فإن هذه الدراسة تلقي الضوء على تداعيات انتشار الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الأردني على الهوية الفردية لدى فئة الشباب تحديداً، نظراً لأنها مرحلة عمرية مهمة تساهم في بلورة وصقل تصور الأفراد عن ذواتهم، كما أن هذه الفئة تتعرض للكثير من المؤثرات المرتبطة بالاستهلاك التي قد تدفعهم للتماهي معها ومجاراتها للحصول على الاعتراف من الآخرين الذي يعدّ جوهرية لإحساس الفرد بفرادته وكذلك اندماجه في المجموع. لذا تسعى هذه الدراسة إلى الإحاطة بجوانب وأبعاد الثقافة الاستهلاكية وتعرّف أثرها في الهوية الفردية، من أجل معرفة مدى عمق هذه الإشكالية في المجتمع الأردني وتهيئة الظروف المناسبة للحد من توغل المنطق العقلاني الأداتي الذي يهيمن على المجتمع والأفراد ويحدد طريقة تفاعلهم ضمن الفضاء الاجتماعي في ضوء نظرية الحدث السائلة.

##### • الأهمية العملية (التطبيقية)

معظم الدراسات الاجتماعية والنفسية والاقتصادية التي تتناول موضوعات الاستهلاك والسلوك الاستهلاكي كانت وما زالت موجّهة في الغالب لخدمة عمليات التسويق من أجل زيادة أرباح الشركات والمصانع. لذا تكمن أهمية هذه الدراسة العملية في تعرّف واقع الاستهلاك بأبعاده كظاهرة اجتماعية - اقتصادية وعلاقته بالهوية الفردية لدى الشباب الأردني، والتوصل لتصورات واقعية حولها التي يمكن من خلالها الحد من الآثار السلبية لظاهرة الاستهلاك التي من ضمنها خلق مجتمع قائم على الامتيازات وتعميق التفاوت الاجتماعي الذي يزيد من الحرمان الفردي والاستبعاد الاجتماعي، وما يولّده كل ذلك من تبعات على كينونة الفرد وتحقيقه لذاته.

#### أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- تعرّف مستويات الثقافة الاستهلاكية بأبعادها: الثقافي والاجتماعي والذاتي والرمزي لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية.
- 2- تعرّف مستويات الهوية الفردية لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية.
- 3- تعرّف علاقة الثقافة الاستهلاكية بأبعادها: الثقافي والاجتماعي والذاتي والرمزي بالهوية الفردية لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية.

### المفاهيم الإجرائية

**الثقافة الاستهلاكية:** تم قياسها من خلال خمسة عشر عبارة موزعة على أربعة أبعاد: الثقافي والاجتماعي والذاتي "الشخصي" والرمزي، وتعني تحول كافة أساليب ومعاني ورموز الاستهلاك إلى أهداف في حد ذاتها، وارتباط العملية الاستهلاكية مع الممارسات الثقافية. بحيث لا تقتصر وظيفة الاستهلاك على إشباع الحاجات القائمة، بل خلق حاجات جديدة وبصفة مستمرة لخدمة المُنتَجين ولا أحد سواهم، مما يؤدي إلى حالة من اللاقين لدى الأفراد وبحثهم الدائم عن التفرد.

**البعد الثقافي للثقافة الاستهلاكية:** تم قياسه من خلال أربع فقرات، ويشمل العادات والسلوكيات التي تسعى الثقافة الاستهلاكية إلى تنميطها في المجتمع وإخضاع أفرادها لقيم وأنماط سلوك سائدة في ثقافات غربية، وتعميم القيم النفعية وتحويل الثقافة كسلعة عالمية الطابع.

**البعد الاجتماعي للثقافة الاستهلاكية:** تم قياسه من خلال خمس فقرات، ويشمل الاستهلاك الموجه لإشباع حاجات اجتماعية ويتجاوز مسألة إشباع الحاجات الأساسية، ويرتكز على التقليد والمحاكاة وليس على ذوق الفرد أو ما يحتاجه بل يتأثر بما يستهلكه الآخرون من أجل الحصول على مكانة اجتماعية معينة أو الاندماج في المجموع.

**البعد الذاتي "الشخصي" للثقافة الاستهلاكية:** تم قياسه من خلال ثلاث فقرات، ويشمل سعي الفرد ورغبته في تحقيق ذاته ومحاوله التمايز عن الآخرين مع الاندماج ضمن الإطار الاجتماعي الذي يعيش فيه، واعتبار الاستهلاك وسيلة لتحقيق ذلك.

**البعد الرمزي للثقافة الاستهلاكية:** تم قياسه من خلال ثلاث فقرات، ويشمل الجانب الضمني والمستتر للثقافة الاستهلاكية، الذي يُعنى بإعطاء دلالات غير مباشرة للسلع والمنتجات التي استبطنها المُنتَجون للتأثير في وعي الفرد وخياراته. حيث يظهر أنها تخضع لمبدأ المثير والاستجابة السلوكي، إلا أنها في الواقع تستلزم الأفراد وتدفعهم نحو الاستهلاك، وكما يقيسها مقياس الثقافة الاستهلاكية ويتكوّن من ثلاث عبارات.

**الهوية الفردية:** كل ما يحدد وجود الفرد وكيونته من العناصر والخصائص المادية والمعنوية التي تسهم في تشكيل بنيته وتصوّره عن ذاته وممارسته الاجتماعية، وتتمحور حول إثبات الذات والسعي نحو التميز والأصالة والحصول على الاعتراف من الآخرين، وكما يقيسها مقياس الهوية الفردية ويشمل بُعداً واحداً يتكوّن من خمس عبارات.

**الحداثة السائلة:** طور جديد من أطوار الحداثة ارتبط بالتحول الجذري في نشاط رأس المال من النشاط الإنتاجي إلى النشاط المالي، وتتسم أنماط الحياة الحديثة ضمن هذه المرحلة بطبيعتها الهشة وقابليتها للتغير الدائم واللاقين، ويظهر أثر ذلك جلياً في هويات الأفراد والعلاقات الاجتماعية والاقتصادية داخل المجتمع المعاصر.

### الدراسات السابقة ذات الصلة

تُعَدّ الدراسات السابقة في هذا الموضوع قليلة في حدود معرفة الباحثين بسبب حداثة هذا الموضوع خاصة في الأردن، ولكن هناك بعض الدراسات المحلية والأجنبية ذات الصلة والتي أشارت في مضمونها إلى العديد من الموضوعات التي تخدم هذه الدراسة، وكما يلي:

هدفت دراسة حفيظة والعربي (2018) إلى إبراز دور المراكز التجارية في تغيير الثقافة الاستهلاكية للأفراد وذلك من خلال عرض تجارب لبعض الدول العربية والإسلامية. وأشارت الدراسة إلى أن الاستهلاك لا يقتصر فقط على الجوانب المادية، وإنما هناك جوانب معنوية واضحة، فالأفراد يستهلكون بجانب السلع المادية، الصور والرموز والمعاني التي ترتبط بها. وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج وبينت ظهور سلوكيات جديدة كتوفر السلع والخدمات في مكان واحد يجعل من السهل اقتناءها، ولكن نشأت معها ظواهر سلبية أفرزها الجمع بين أماكن التسوق وأماكن الترفيه كإدمان الزبون على هذه المراكز التجارية، وهوسه بالتسوق والإنفاق المفرط.

وركّزت دراسة بوقلوف (2016) على موضوع أزمة الهوية الثقافية في ظل انفتاح العالم إعلامياً وثقافياً. وسعت إلى تحديد سبل تعزيز الانتماء إلى هوية ثقافية موحدة في ظل تمازج الثقافات المختلفة والمشبعة بالقيم الدخيلة في ظل غزو الإعلام الجديد. وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن استخدام الشباب الجزائري لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، كان له تأثير مباشر على الهوية الثقافية بأشكال متعددة نتيجة غياب الرقابة على الاستخدام؛ إذ أصبح الفرد لا يستغني عن الفضاء المستحدث الافتراضي الذي اتخذته كفضاء لتشكيل الذات. كما أن الذات الافتراضية تبيع مقومات وهويات دخيلة فرضتها العولمة بتجلياتها المختلفة مما أدى إلى إضعاف الانتماء الوطني.

وتناولت دراسة حماد (2016) أثر التغيرات المجتمعية المعاصرة وتحديداً ما يتعلق بثقافة العولمة وتأثيرها على محددات وأنماط الاستهلاك لدى

الشباب الجامعي في المجتمع المصري، وخاصة تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة. ومن أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة أن انتشار الثقافة الاستهلاكية من مراكز الثقافة العالمية إلى مراكز الثقافة التقليدية قد أوجد أيديولوجية استهلاكية أساسها النظر إلى الاستهلاك كهدف في حد ذاته وربطه بأسلوب الحياة والسعادة وبأشكال التمايز الاجتماعي، فأصبح الشباب في ظل أيديولوجية الاستهلاك أكثر تأثراً بمتغيرات السوق مما حوّل ذواتهم إلى ذوات تابعة، الذي بدوره أوجد نمطاً جديداً من الشخصية قائم على الفردانية والأنانية والمادية.

وأشارت دراسة عيدان (2011) إلى أن ثقافة الاستهلاك في عالمنا المعاصر تُعدّ ثقافة أصبح فيها كل شيء قابل للتبادل مع أي شيء. وهدفت الدراسة إلى الكشف عن السلوك الاستهلاكي لطلبة الجامعة المستنصرية، وتعرّف الفروق في السلوك الاستهلاكي وفقاً لبعض المتغيرات. وأشارت نتائج الدراسة إلى عينة الدراسة البالغة (210) طالب وطالبة لديهم سلوك استهلاكي، وتوصلت إلى عدم وجود فروق بين المجاميع تبعاً لمتغير الجنس، العمل، نوع الدراسة، أما متغيرات الحالة الاجتماعية فقد تبين أن هناك فروق دالة إحصائية لصالح غير المتزوجين، كذلك هناك فروق دالة إحصائية لصالح التخصص العلمي وهناك فروق دالة إحصائية لصالح المرحلة الدراسية الرابعة.

وسلطت دراسة رحومة (2010) الضوء على تنشئة الهوية الفردية لدى الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية، فالهوية الذاتية في تجاربها مع العوالم الاجتماعية ذات الدلالة والمعنى تتحول إلى نتاج عملها الهوياتي في البحث عن معنى، وحاجة دائمة إلى الاعتبار تجسدها أنماط التواصل مع الآخر الدال وأصناف التعبير عن الذات بالسلوكات والكلام والمظهر الجسدي. وبيّنت الدراسة أن التواصل في أثناء المحادثات الإلكترونية والهاتف الجوال شكّل هوية ثقافية شبابية جديدة. فمن تحت التموج السطحي لتدفق وسائل التواصل الحديثة، تحدث تبدلات باطنية في الفعل التنشيطي من إطار مؤسسي ومحلي ذي طابع أبوي تقليدي إلى فضاءات مستجدة معولة، ومن غير أصول اجتماعية وحضارية محددة.

وأبرزت دراسة صوالحة (2006) تأثير العولمة على بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية لدى الشباب الجامعي الأردني، ومعرفة أوجه إنفاقهم لمصروفهم الشهري. وتوصلت الدراسة إلى أن انتشار بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية يشير إلى حدوث تغيرات واضحة صاحبت الانفتاح الاستهلاكي والتجاري في المجتمع الأردني، فقد انتشرت على نحو لافت للنظر الثقافة الاستهلاكية المظهرية متمثلة بالعديد من السلوكات التي أبرزها حياة الأجهزة الهاتفية المحمولة والتسوق من المجمعات التجارية. إلا أن ذلك لا يعني هيمنة الثقافة الاستهلاكية على ثقافة الشباب الأردني، حيث لا زال هناك حرص على التمسك بالعادات العربية مقابل الثقافة الجديدة الوافدة، أي أن الشباب يعيد صياغة الثقافة الوافدة في ضوء عاداته وتقاليده.

وأشارت دراسة هيل (Hill, 2011) إلى أن أطفال العصر الحديث ينغمسون في ثقافات الاستهلاك؛ بحيث يمس كل جانب من جوانب حياتهم. وبيّنت أن فئة الشباب تتلقى مجموعة لا نهائية من الرسائل المادية التي تشجع سلوك الشراء والاستهلاك الذي يؤثر في الصورة الذاتية، فالأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين (4) إلى (12) عامًا قد تم تعريفهم وعرضهم على نحو متزايد من خلال قدرتهم على الإنفاق، مما أدى إلى ربط هويات الأطفال على نحو وثيق بجدول أعمال الشركات الذي يشجع الاستهلاك. وقد أفضى هذا التحول الثقافي الكبير إلى وجود سوق تنافسي قوي لجذب انتباه الأطفال عزمًا على جذب ولاء للعلامة التجارية "من المهد إلى اللحد".

وكشفت دراسة إهرنبرغ (Ehrenberg, 2010) بأن الثقافة الاستهلاكية تنتج فردًا قلقًا متعبًا من كينونته حيث تجري خبرات حياته على أساس من تساؤلات لا تنتهي حول موقعه الخاص، وأكد على المسؤولية المتعاطمة التي أصبح على الفرد أن يتحملها في هذا الزمن للبحث عن ذاته وإيجادها. ولاحظ أن الوجود المعاصر يولد الاكتئاب حيث ازداد تواتره وشدته، حيث إن هناك صلة وثيقة بين هذه الظواهر المؤلمة وبين تغير النموذج الثقافي الذي يواجهه الأفراد في العالم المعاصر، حيث بات تغير النموذج الثقافي يقتضي أن يكون المرء قويًا وبصورة خاصة أن يكون هو نفسه. وخلص إلى أن "الفرد الساعي لاكتساب هويته الفردية" حلّ محلّ "الفرد المتكيف" الذي يطبق معايير وسطه الاجتماعي وثقافته وطبقته الاجتماعية، أو التماهي بشخصيات جرى تحويلها إلى مثل عليا.

وبحسب دراسة باومان (Bauman, 2007) فإن المجتمع المعاصر يُشرك أفرادَه على أنهم مستهلكين في المقام الأول وذلك من أجل الاعتراف بهم كأفراد كاملين العضوية ولهم مكانة في المجتمع. وتبعًا لذلك يحتاج الفرد إلى الاستجابة بسرعة لإغراءات السوق الاستهلاكية. وفقًا لذلك، فإن القاعدة التي تحكم المجتمعات المعاصرة هي معيار كفاءة المستهلك وليس معيار إنتاجيته أو قدرته على العمل. وتوصل إلى أن هناك "أضرار جانبية للاستهلاك" نتجت من هذا المشهد الاجتماعي الجديد وتمثلت في إنتاج طبقة كبيرة ذات دخل منخفض ليس لها قدرة على الإنفاق والاستهلاك، وهذه الطبقة الدنيا ضمن المجتمع الاستهلاكي معزولة ومنبوذة ويتم تجاهلها. وشدد على أهمية تقوية التماسك والتضامن الاجتماعي لأن الحياة المشتركة هي أساس بقاء الإنسانية.

#### ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة ذات الصلة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة حول العلاقة بين ثقافة الاستهلاك والهوية الفردية رغم ندرتها وخاصة في الوطن العربي والأردن، تم ملاحظة اهتمام بعضها بظاهرة الاستهلاك من منظور الدوافع والحاجات، وبعضها الآخر بالنظام الرأسمالي وعلاقته ببروز النزعة الاستهلاكية، والعديد منها تطرق للعولمة الثقافية وتبعاتها على المجتمع. ولكن لم تتناول أي دراسة موضوع الثقافة الاستهلاكية وعلاقتها بالهوية الفردية تحديدًا رغم

أهميته البالغة في الزمن الحاضر؛ حيث أصبح التركيز على الهوية الفردية متأصلاً في توسع الاقتصاد الاستهلاكي وثقافته. لذا سعت هذه الدراسة إلى تعرّف أبعاد الثقافة الاستهلاكية وعلاقتها بالهوية الفردية من خلال بناء مقياس مخصص لتحقيق أهداف الدراسة والتوصل لنتائج علمية وواقعية حول العلاقة بينهما لدى المبحوثين.

#### منهجية الدراسة

تم اعتماد منهج "المسح الاجتماعي بالعينة" ملائمة لنوع الدراسة وأهدافها، الذي يسعى إلى تعرّف دوافع المبحوثين ومواقفهم تجاه قضية ما وتأثير ذلك على سلوكهم، مما يساهم في الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، بالإضافة للكشف عما تنطوي عليه ذلك من دلالات والتوصل لنتائج وبيانات دقيقة تثير الدراسات الاجتماعية.

#### مجتمع الدراسة

تكوّن مجتمع الدراسة من جميع طلبة البكالوريوس المسجلين في كافة المتطلبات الإجبارية المطروحة في الجامعة الأردنية خلال الفصل الأول من العام الدراسي 2020/2019، لأن هذه المواد تشمل على طلبة من كافة التخصصات والسنوات الدراسية. وبلغ مجموع شعب المواد التي تندرج ضمن المتطلبات الإجبارية (235) وعدد الطلبة المسجلين فيها (16414).

#### عينة الدراسة

لاختيار العينة العشوائية المنتظمة تم بداية اختيار مادة من المتطلبات الإجبارية على نحو عشوائي ووقع الاختيار على مادة الحضارة الإنسانية التي بلغ عدد شعبها (41) شعبة. ثم تم اختيار عينة عشوائية منتظمة من الشعب بواقع 10% أي (4) شعب، حيث بلغ عدد الطلبة المسجلين فيها (381) طالباً وطالبة.

#### أداة الدراسة

جرى استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وتكونت أداة الدراسة من جزئين؛ حيث شمل الجزء الأول البيانات الديموغرافية. في حين شمل الجزء الثاني مقياساً للثقافة الاستهلاكية ومقياساً للهوية الفردية.

تم بناء أداة لقياس كل من الثقافة الاستهلاكية والهوية الفردية لدى عينة الدراسة، نظراً إلى عدم توفر أداة محلية أو عربية أو عالمية معدة لقياس العلاقة بين الثقافة الاستهلاكية والهوية الفردية على حد علم الباحثين؛ حيث تم الاطلاع على الأدبيات السابقة لبناء مقياس الثقافة الاستهلاكية، بالإضافة لتضمين مرتكزات نظرية الحدائث السائلة لزيغمونت باومان ومفهومها حول الاستهلاك في العصر الراهن الذي يمتاز باللايقين وعدم الاستقرار. أما بخصوص عملية بناء مقياس الهوية الفردية تم تبني مبادئ نظرية الاعتراف المتبادل لأكسل هونيث، ومقارنته النظرية بأن الفرد يستطيع تحقيق ذاته وكذا هويته ضمن علاقات تداوتية مع الآخر. ووفقاً لما سبق تم مبدئياً صياغة ستة وثلاثين فقرة، حيث تضمن مقياس الثقافة الاستهلاكية (20) فقرة، أما مقياس الهوية الفردية تضمن (16) فقرة.

#### • الصدق:

لغاية تعرّف مدى صدق المقياس المستخدم في أداة الدراسة، تم عرضها بصيغتها الأولية على خمسة محكمين وبلغت نسبة الإجماع على الفقرات (80%).

#### • الثبات:

تم إجراء اختبار قبلي لأداة الدراسة وذلك على عينة استطلاعية قوامها ثلاثون طالباً وطالبة من إحدى الشعب غير المشمولة في عينة الدراسة وتم تعديل صياغة الفقرات وفقاً للنتائج للتأكد من الصدق الظاهري والثبات وصلاحية أداة الدراسة قبل البدء بتطبيقها النهائي على المبحوثين. وتبعاً للملاحظات المحكمين وتحليل نتائج العينة الاستطلاعية، تم الإبقاء على الفقرات التي حصلت على نسبة تشبعات (30%)، فما فوق وبذلك أصبح مقياس الثقافة الاستهلاكية النهائي يتكون من (15) فقرة وأربعة أبعاد، حيث تضمن البعد الثقافي (4) فقرات، والبعد الاجتماعي (5) فقرات، والبعد الذاتي "الشخصي" (3) فقرات، والبعد الرمزي (3) فقرات، ومقياس الهوية الفردية النهائي أصبح يتكون من (5) فقرات وبعد واحد.

#### مفتاح تصحيح المقياس

تم مراعاة أن يتدرج مقياس (ليكرت الخماسي) المستخدم في الدراسة تبعاً لقواعد وخصائص المقاييس، وكما يظهر في الجدول رقم (1) التالي:

الجدول (1) مفتاح تصحيح المقياس

أعاض بشدة	أعاض	محايد	أو افق	أو افق بشدة
1	2	3	4	5

وبناءً على ما تقدم فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة تم التعامل معها وفقاً للمعادلة التالية: ("القيمة العليا – القيمة الدنيا" لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات)، أي أن:

$$(1-5) = \frac{4}{3} = 1.33$$

وهذه القيمة تساوي طول الفئة.

وفيما يلي يكون قرار الأهمية على النحو التالي:

- الأهمية المنخفضة: من 1.00 – أقل من 2.34
- الأهمية المتوسطة: من 2.34 – أقل من 3.67
- الأهمية المرتفعة: من 3.67 - 5.00

#### البيانات الديموغرافية

تضمنت الصفحة الأولى من الاستبيان تساؤلات حول البيانات الديموغرافية للمبحوثين، وشملت: الجنس، السنة الدراسية، مكان السكن، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي للأب، المستوى التعليمي للأم، عمل الوالدين، المصروف اليومي.

حيث بلغ عدد الذكور (123) أي ما نسبته 32.3% من عينة الدراسة، وبلغ عدد الإناث (258) أي ما نسبته 67.7%، وقد كان الجنس عاملاً مؤثراً في بعض أبعاد الثقافة الاستهلاكية كما سيظهر في فصل النتائج. وبلغت نسبة أفراد العينة الذين كانوا في السنة الأولى 32.5% حيث مثلت أعلى نسبة من العينة، ثم الطلبة في السنة الثانية وكانت نسبتهم 31.5%، أما الطلبة الذين كانوا في السنة الثالثة فقد كانت نسبتهم 22%، وأخيراً فقد مثل الطلبة في السنة الرابعة نسبة 13.9% وكانت تمثل أقل نسبة من العينة. وأعلى نسبة في عدد أفراد الأسرة كانت لصالح (6) أفراد بنسبة 47.5%، وأقل نسبة لعدد أفراد الأسرة كانت لصالح (10) أفراد فأكثر بنسبة 4.5%. أما الأمهات الحاصلات على شهادة الثانوية العامة فأقل كانوا أعلى نسبة في العينة التي بلغت 33.1%، وأقل نسبة كانت للأمهات اللواتي حصلن على درجة ماجستير فما فوق بنسبة 4.2%.

وكان الطلبة اللذين معدل مصروفهم (4 – 7) دنائير أعلى نسبة وبلغت 59.1%، وأقل نسبة كانت للذين مصروفهم اليومي (8) دنائير فأكثر بنسبة 11.8%. وقد كان المصروف اليومي عاملاً مؤثراً في معظم أبعاد الثقافة الاستهلاكية كما سيظهر في فصل النتائج.

#### تحليل النتائج ومناقشتها

يتضمن هذا القسم مناقشة النتائج حسب ترتيب أسئلة الدراسة التي تم التوصل إليها، ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة وتفسيرها في ضوء نظريتي الحدائث السائلة والاعتراف المتبادل واقتراح التوصيات تبعاً لذلك.

للإجابة عن السؤال الأول للدراسة الذي ينص على "ما مستوى الثقافة الاستهلاكية بأبعادها الأربعة لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية؟"، تم حساب المتوسطات الحسابية لتلبية هذا الغرض.

الجدول (2) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الثقافة الاستهلاكية مرتبة ترتيباً تنازلياً

الرقم	الفقرة	حجم العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الالتواء	الأهمية النسبية
Q2	يخرجني حضور المناسبات بملابس سبق لي ارتداؤها	381	2.82	1.223	0.238	4
Q3	أفضل التسوق من مراكز التسوق الكبرى (المولات)	381	3.25	1.177	-0.162	3
Q4	أشجع أسرتي على التخلص من السلع القديمة وشراء أخرى حديثة	381	3.39	1.091	-0.369	2
Q1	أحب امتلاك السلع والأدوات الإلكترونية الحديثة لأنها تشعرني بالسعادة	381	3.66	1.022	-0.472	1
	<b>البعد الثقافي للثقافة الاستهلاكية</b>	<b>381</b>	<b>3.29</b>	<b>0.752</b>	<b>0.000</b>	
Q8	أرتاد المطاعم والمقاهي الفاخرة لمجاراة أصدقائي	381	1.92	1.026	0.189	5
Q7	عند شراء الملابس والعلطور والأدوات الإلكترونية عادةً ما أشتري تلك المرغوبة من قبل أصدقائي	381	2.04	1.070	0.978	4

الرقم	الفقرة	حجم العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الالتواء	الأهمية النسبية
Q5	أقوم بشراء الملابس ذات العلامة التجارية المشهورة لأنها تجعل معارفي وأصدقائي يتقبلونني على نحو أفضل	381	2.07	1.472	0.886	3
Q6	أحاول تحسين مكانتي الاجتماعية من خلال مجارة من مستواهم الاقتصادي أفضل مني	381	2.19	1.170	0.927	2
Q9	المسايرة الاجتماعية تفرض على الاهتمام بالكماليات	381	2.81	1.101	-0.004	1
<b>البعد الاجتماعي للثقافة الاستهلاكية</b>						
		<b>381</b>	<b>2.21</b>	<b>0.780</b>	<b>0.097</b>	
Q11	أشتري السلع بمجرد سماعي عنها وبغض النظر عن مدى حاجتي لها	381	1.98	1.400	0.013	3
Q10	اقتنائي ملابس لا تواكب الموضة أمر يخليني	381	2.32	1.185	0.668	2
Q12	أتسوق إلكترونياً	381	3.25	1.260	-0.427	1
<b>البعد الذاتي للثقافة الاستهلاكية</b>						
		<b>381</b>	<b>2.52</b>	<b>0.801</b>	<b>0.036</b>	
Q14	أعتبر السلع الرخيصة سلعة رديئة من حيث الجودة	381	2.59	1.191	0.321	3
Q13	أتابع كل ما هو جديد في عالم الأزياء	381	3.18	1.252	-0.245	2
Q15	أسافر خارج الأردن للتنزه والاستجمام	381	3.34	1.276	-0.471	1
<b>البعد الرمزي للثقافة الاستهلاكية</b>						
		<b>381</b>	<b>3.04</b>	<b>0.799</b>	<b>0.035</b>	
* الوسط الحسابي يعكس ما يلي: (الأهمية المنخفضة: من 1 إلى أقل من 2.34، الأهمية المتوسطة: من 2.34 إلى أقل من 3.67، الأهمية المرتفعة: من 3.67 إلى 5.00)						

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مستوى الثقافة الاستهلاكية متمثلة ببعدها الثقافي لدى عينة الدراسة كان متوسطاً، حيث بلغ وسطه الحسابي الإجمالي (3.29)، وكانت أعلى فقرة ضمن البعد الثقافي للثقافة الاستهلاكية هي "أحب امتلاك السلع والأدوات الإلكترونية الحديثة لأنها تشعرني بالسعادة". أما مستوى الثقافة الاستهلاكية ببعدها الاجتماعي كان منخفضاً؛ حيث بلغ وسطه الحسابي الإجمالي (2.21)، وكانت أعلى فقرة ضمن البعد الاجتماعي للثقافة الاستهلاكية هي "المسايرة الاجتماعية تفرض على الاهتمام بالكماليات". ومستوى الثقافة الاستهلاكية ببعدها الذاتي كان متوسطاً؛ حيث بلغ وسطه الحسابي (2.52)، وكانت أعلى فقرة ضمن البعد الذاتي للثقافة الاستهلاكية هي "أسافر خارج الأردن للتنزه والاستجمام". ونهاية تبين أن مستوى الثقافة الاستهلاكية ببعدها الرمزي كان متوسطاً، حيث بلغ وسطه الحسابي (3.04)، وكانت أعلى فقرة ضمن البعد الرمزي للثقافة الاستهلاكية هي "أتسوق إلكترونياً".

وقد تُعزى هذه النتيجة إلى خصائص عينة الدراسة ومحدودية الموارد المالية لديهم كطلبة التي تنحصر لدى الأغلب في مصروفهم اليومي أو الأسبوعي من ذوبهم. وذلك يحيلنا إلى راهنية فكرة كارل ماركس كون الموارد المالية تُعدّ من المحددات الأساسية في كمية ونوعية المصروفات والاستهلاك. حيث أوضح أن العاملين بأجر في ظل الرأسمالية هم أساس استدامة النظام، لأن الأجور تضمن استمرارية السوق وتحقيق الأرباح. ويتفق ذلك مع ما طرحه باومان ((Bauman, 2007) بأن المجتمع المعاصر يُشرك أفراداً على أنهم مستهلكين في المقام الأول، ويتم اعتبار الفئة ذات الدخل المنخفض التي ليس لها قدرة على الإنفاق والاستهلاك كطبقة دنيا ضمن المجتمع الاستهلاكي.

وقد اتفقت النتيجة التي تم الحصول عليها لأعلى فقرة ضمن البعد الثقافي للثقافة الاستهلاكية، التي نصّت على أن الفرد يحب امتلاك السلع والأدوات الإلكترونية الحديثة لأنها تشعره بالسعادة، مع دراسة حمّاد (2016) التي توصلت إلى أن انتشار الثقافة الاستهلاكية من مراكز الثقافة العالمية إلى دول الأطراف قد أوجد أيديولوجية استهلاكية أساسها النظر إلى الاستهلاك كهدف في حد ذاته وربطه بأسلوب الحياة والسعادة وبأشكال التمايز الاجتماعي. كما اتفقت مع فرضية باومان (Bauman, 2007) التي مؤداها أن القيمة العليا للمجتمع الاستهلاكي التي يتم الترويج لها هي "الحياة السعيدة"، حيث يُعدّ المجتمع الأوحّد في تاريخ البشرية الذي يعد الأفراد بالسعادة والرخاء في الحياة الدنيوية.

وللإجابة عن السؤال الثاني للدراسة الذي ينص على "ما مستويات الهوية الفردية لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية؟"، تمّ حساب المتوسطات الحسابية لتلبية هذا الغرض.



الجدول (3) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الهوية الفردية مرتبة ترتيباً تنازلياً

الرقم	الفقرة	حجم العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الالتواء	الأهمية النسبية
Q20	أشعر بأن لي قيمة عند الحصول على تقدير الآخرين	381	4.02	1.082	-0.063	5
Q19	أسعى لتكوين علاقات إيجابية مع الآخرين	381	4.58	0.773	-0.237	4
Q17	أهتم بإيجاد معنى لوجودي في الحياة	381	4.68	0.651	-0.831	3
Q16	أسعى لتنمية مهاراتي واكتساب الخبرات	381	4.69	0.516	-0.500	2
Q18	الاعتماد على النفس طريق تحقيق الأهداف	381	4.76	0.566	-0.950	1
<b>الهوية الفردية</b>						
* الوسط الحسابي يعكس ما يلي: (الأهمية المنخفضة: من 1 إلى أقل من 2.34، الأهمية المتوسطة: من 2.34 إلى أقل من 3.67، الأهمية المرتفعة: من 3.67 إلى 5.00)						

يتضح من الجدول (3) بأن أعلى فقرة في الهوية الفردية كانت "الاعتماد على النفس طريق تحقيق الأهداف" بوسط حسابي وانحراف معياري (4.76، 0.566) على التوالي، وأقل فقرة كانت "أشعر بأن لي قيمة عند الحصول على تقدير الآخرين" بوسط حسابي وانحراف معياري (1.082، 4.02) على التوالي. والبعد ككل كان وسطه الحسابي (4.53) وانحرافه المعياري (0.435). وأظهرت النتائج بأن العينة لديها تحقيق عالٍ للهوية الفردية حيث بلغ الوسط الحسابي للبعد ككل (4.53).

وربما تعزى هذه النتيجة إلى أن عينة الدراسة التي تم اختيارها من الطلبة في المرحلة الجامعية؛ حيث تُعدّ هذه المرحلة مهمة للإحساس بتوكيد الذات وبلورة الهوية الفردية، وتحصيل المعرفة والمهارات استعداداً للانخراط في الحياة العملية، كون هذه المرحلة تُعدّ الفرد للاندماج في المجتمع من خلال العمل والزواج.

ولكن أثناء فحص الاستجابات على فقرات بُعد الهوية الفردية اتضح أن أعلى فقرة في الهوية الفردية كانت "الاعتماد على النفس طريق تحقيق الأهداف" بوسط حسابي بلغت قيمته (4.76)، وأقل فقرة كانت "أشعر بأن لي قيمة عند الحصول على تقدير الآخرين" بوسط حسابي بلغت قيمته (4.02). وقد يُعزى ذلك وحسب نظرية الحدائة السائلة إلى التغيرات الجذرية التي طرأت على المسرح العالمي على الصعيدين الاقتصادي والسياسي والتحويلات التي طرأت على المجتمعات العربية ومنها الأردن خلال العقود الثلاثة الماضية، وزيادة الضغوط التي تواجه هذه الدول من قبل المنظمات الدولية والرامية إلى وجوب تقويض سلطة الدولة القومية وتقليص دورها الأبوي على نحو خاص وتحجيم دورها في النشاط الاقتصادي، وتحرير اقتصاديات البلدان النامية من كافة أشكال القيود لفتح أسواقها أمام المنافسة الخارجية حتى تتماشى مع سلسلة المعاهدات الاقتصادية الدولية، مما أفقدها مكانتها وهيبتها التي كانت تحظى بها في السابق.

وقد اتفقت النتيجة التي تم الحصول عليها لأعلى فقرة ضمن بعد الهوية الفردية مع ما أورده باومان (2018) حول مجتمعاتنا التي تحاول فرض النزعة الفردية وتخضع لها، مما يضرب اللابقيين الإنساني بجذور راسخة في هوة سحيقة بين حال "الفردية الصورية" والضغوط الدافعة لتحقيق "الفردية الفعلية". كما اتفقت مع دراسة بوقلوف (2016) التي توصلت إلى أن المعارف تحولت إلى سلع ثقافية في ظل العولمة مما يشكل تهديداً مباشراً للهوية وإضعافاً للانتماء الوطني، وأصبح الفرد لا يستغني عن الفضاء المستحدث الافتراضي الذي اتخذته كفضاء لتشكيل الذات.

ومن النتائج التي تستحق الذكر وذات الصلة بما ورد سابقاً التي توصلت لها الدراسة خلال بناء مقياس الهوية الفردية وبالا اعتماد على ركائز نظرية الاعتراف المتبادل، أن بعض العبارات ذات الأهمية لتحقيق الهوية الفردية حسب مبادئ النظرية، مثل: "القوانين العادلة تضمن حقوق الأقوياء والضعفاء في المجتمع على حد سواء" و "أساس التعامل بين أفراد المجتمع يجب أن يقوم على الاحترام المتبادل"، كانت قيم الشيوع "Communalities" لها منخفضة وتم استثنائها من الاستبيان النهائي. وهذا يؤكد تراجع مكانة الدولة في نفوس أبنائها كما تمت الإشارة إليه أعلاه، وذلك في ظل الوضع الاقتصادي والسياسي الراهن وانتشار شعارات مثل "حقك ذاتك" و "كن ما تريد"، التي تتمحور في المجتمع المعاصر حول الفرد والفردانية والاستهلاك والإشباع الفوري والمؤقت للرغبات وزيف السعادة.

وعودة لنظرية الاعتراف المتبادل اتضح وفق ما سبق بأن بعض أسسها بحاجة لمعالجة وتطوير في ظل الحدائة السائلة وخاصة لدى مجتمع الدراسة، وتحديداً ما يتعلق بالاندماج الاجتماعي وأهميته وحقيقة أن المعرفة التي يمتلكها الفرد عن قيمته الخالصة تعتمد على الغير. حيث من الممكن الأخذ بعين الاعتبار بعض المعطيات التي لها علاقة بالضغوط التي يرضخ لها الفرد التي عادة ما تكون خارجة عن إرادته التي تنشأ بفعل الأنظمة التي تسود خلال حياته وأهمها النظام الاقتصادي - السياسي العالمي، وعدم حصرها في الأطر الاجتماعية والثقافية والمحلية والإقليمية.

وما توصلت له الدراسة الحالية يثير تساؤلات حول تغير شكل هذه العلاقة بينهما ويفتح مجالاً للمزيد من الدراسات حول طبيعتها المستقبلية في ظل الظروف الراهنة والأنظمة المسيطرة على حياة الأفراد والمجتمعات. ومعرفة ما إذا كانت فئة الشباب في الأردن تحديداً تتجه نحو النزوع لتبني قيم أكثر فردانية والانفصال التدريجي عن المجتمع والانجذاب لجماعات جزئية وغير منسجمة مع غيرها في ثقافتها الفرعية أو قيمها، وذلك من أجل تغذية الشعور بالهوية السردية وسدّ فجوة الشك وتحقيق الأمان من خلال تلك الانتماءات الجماعية الضيقة.

وللإجابة عن السؤال الثالث للدراسة الذي ينص على "ما علاقة الثقافة الاستهلاكية بأبعادها الأربعة بالهوية الفردية لدى عينة من طلبة الجامعة الأردنية؟"، تمّ اختبار سؤال الدراسة الرئيسي والأسئلة الفرعية المنبثقة عنه وذلك من أجل تحديد علاقات الأثر وصولاً إلى تقديم النتائج وتوضيح العلاقات ما بين متغيرات الدراسة. وقد تم اعتماد مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) كقاعدة لرفض أو قبول الأسئلة، بمعنى إذا كانت قيمة ( $\alpha$ ) تساوي أو أكبر من 5% فإننا نجب بلا عن الأسئلة، وإذا كانت أقل من 5% فإننا نجب بنعم عن الأسئلة.

ومن أجل اختبار سؤال الدراسة الثالث الذي يدور حول تحديد أثر المتغير المستقل (الثقافة الاستهلاكية بأبعادها الأربعة) في المتغير التابع (الهوية الفردية)، فإن الوسائل الأقرب ملائمة لتحديد ذلك الأثر هي وسائل الإحصاء المعلمي "Parametric" أنها الأكثر ملائمة لطبيعة البيانات، وإن استخدامها يستلزم الإيفاء بشرطين أساسيين هما: التوزيع الطبيعي للبيانات، وعدم وجود ارتباط عالٍ وتداخل خطي "Multicollinearity" بين المتغيرات المستقلة. وللتأكد من توافر الشرطين المذكورين، فإن الشرط الأول يُستوفى باحتساب معامل الالتواء "Skewness" ومعامل التفلطح "Kurtosis"، والشرط الثاني يُستوفى من خلال اختباري معامل تضخم التباين "VIF" والتباين المسموح به "Tolerance". وبعد إجراء المعالجات الإحصائية تمّ الحصول على النتائج المبينة أدناه:

الجدول (4) معامل الالتواء ومعامل التفلطح

معايير الدراسة	المتغيرات	معامل الالتواء "Skewness"	معامل التفلطح "Kurtosis"
الثقافة الاستهلاكية	البعد الثقافي للثقافة الاستهلاكية	.0000	-0.196
	البعد الاجتماعي للثقافة الاستهلاكية	.0970	-0.382
	البعد الذاتي للثقافة الاستهلاكية	.0360	-0.253
	البعد الرمزي للثقافة الاستهلاكية	.0350	-0.201
الهوية الفردية	الهوية الفردية	-0.409	-0.560

الجدول (5) نتائج اختبارات معامل تضخم التباين والتباين المسموح به

معايير الدراسة	المتغيرات	معامل تضخم التباين "VIF"	معامل التباين المسموح به "Tolerance"
الثقافة الاستهلاكية	البعد الثقافي للثقافة الاستهلاكية	0.746	1.341
	البعد الاجتماعي للثقافة الاستهلاكية	0.762	1.313
	البعد الذاتي للثقافة الاستهلاكية	0.700	1.429
	البعد الرمزي للثقافة الاستهلاكية	0.723	1.382

ولمعرفة هل يوجد علاقة للثقافة الاستهلاكية بأبعادها الأربعة على الهوية الفردية لدى طلبة الجامعة الأردنية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ )، تمّ الإجابة من خلال الجدول التالي:

الجدول (6) الانحدار المتعدد بطريقة "Backward" لقياس أثر الثقافة الاستهلاكية بأبعادها الأربعة على الهوية الفردية

المتغير المستقل "الثقافة الاستهلاكية"	قيمة "Beta"	قيمة "T"	مستوى الدلالة
البعد الثقافي للثقافة الاستهلاكية	.0270	0.462	0.644
البعد الاجتماعي للثقافة الاستهلاكية	-0.014	-0.242	0.809
البعد الذاتي للثقافة الاستهلاكية	-0.147	-2.422	*0.016
البعد الرمزي للثقافة الاستهلاكية	0.163	2.728	*0.007
قيمة الثابت (constant)	4.431		
قيمة "R"	0.162		
قيمة "R <sup>2</sup> "	0.026		
قيمة "F"	2.533		
درجات الحرية "DF"	4,396		
مستوى الدلالة	*0040.		

واتضح من النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث أن الثقافة الاستهلاكية تمارس تأثيراً في الهوية الفردية لدى طلبة الجامعة الأردنية، وبأن المتغير المستقل للدراسة والمتمثل بالثقافة الاستهلاكية يفسر ما نسبته (0.026) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع للدراسة والمتمثل بالهوية الفردية وذلك من خلال قيمة معامل التحديد " $R^2$ ". ولمعرفة أي أبعاد الثقافة الاستهلاكية كانت سبب التغيرات الحاصلة في الهوية الفردية فقد تبين ما يلي:

• البعد الذاتي للثقافة الاستهلاكية كان أحد الأسباب التي أدت إلى التغيرات، وذلك يتضح من خلال قيم "T" و "Beta" والبالغة (-2.422) و (-0.147) على التوالي. أي أن العلاقة عكسية بين الثقافة الاستهلاكية ببعداها الذاتي والهوية الفردية، وتؤدي إلى تقليل تحديد الطلبة لهوياتهم الفردية بنسبة (14.7%).

وثُغِدَت الدراسة هذا الأمر تحديداً بمثابة ناقوس ينذر بالخطر على المجتمع الأردني وخاصة على عينة الدراسة، لما للرأسمالية المعاصرة على نحو عام والاستهلاك على نحو خاص من تأثير قهري على الأفراد. حيث يشوّه النظام الرأسمالي القائم على النزعة الاستهلاكية أسس بناء الهوية الفردية، ويحاول أن يخضع الأفراد لسيطرته من خلال بثّ أوهام التمايز عن طريق الاستهلاك والتملك، مؤدياً لخلق نزاع داخلي لدى الفرد أثناء بحثه عن فرادته وطلباً للاعتراف المتبادل من الآخرين حوله. مما يولد حالة أقرب ما تكون إلى "الحصار الرأسمالي للذات"، لأن الفرد أصبح مضطراً لأن يدور في فلك الاستهلاك كأحد الفضاءات المتاحة له باحثاً عن هويته التي لم يعد يجدها في فلك المجموع. إلا أنه في النهاية وبعد اقتناء السلع واستهلاكها يدرك بأنه لم يصل لما يصبو إليه ولم يحقق ذاته أو أي غاية تُرجى. وهنا تتجلى ضرورة توظيف بُعد جديد لمفهوم العنف الرمزي يرتبط بالثقافة الاستهلاكية، فالأفراد يرضخون لها كأنها حتمية وتقوم بالتحكم فيهم وتوجيه سلوكهم، وبالرغم من أنها تؤثر سلباً في هوياتهم وذواتهم إلا أنهم لا يرفضونها.

وما سبق يمكن تفسيره من خلال نظرية الحداثة السائلة التي ترى أن نظام العيش السائل الحالي يتغذى على مبادئ قائمة على السيطرة والاستلاب واللا يقين الذي لا تدركه الحواس. حيث في خضم اللا يقين الذي يعايشه الأفراد في حياتهم اليومية ضمن مجتمع مليء بالتوترات، تتحول عملية تشكيل الفرد لهويته مهمة عسيرة. لأن الضغط الهائل والقهر الذي يمارسه النظام الرأسمالي على الأفراد على نحو يومي وضمن المجتمع الأردني عبر مختلف الوسائط والوسائل التي يتم فيها عرض السلع ابتداءً من واجهات الأبنية في الشوارع والمحطات والمستشفيات وانتهاءً بإعلانات التلفاز والبرامج الإذاعية، يولد لديهم شعوراً بأن هويتهم الفردية وأناهم الذاتية سوف تتحقق من خلال الاستهلاك. ويمكن كذلك تفسيره من منظور الاعتراف المتبادل، حيث يمثل نمط الهيمنة والقهر المتمثل بالاستهلاك نوعاً من رفض الاعتراف بالآخر وإنسانيته. ويتضح لنا أن الثقافة الاستهلاكية تُعَدُّ آلية لا تقل خطورة عن باقي آليات العنف الرمزي، لما لها من سطوة على الأفراد وذواتهم التي أصبحت محاصرة في عالم متوحش تحكمه المنفعة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما بيّنته دراسة إهرنبرغ (Ehrenberg, 2010) بأن الثقافة الاستهلاكية تنتج فرداً قلقاً لا يملك هوية فردية محددة، وما يثير القلق في ذلك أن يتحوّل الانطباع الطاغى لديه هو انطباع "التألم من الذات" الناتج من ضعف الأنا وتناقص تقدير الذات وانهاياره.

• البعد الرمزي للثقافة الاستهلاكية كان السبب الثاني للتغيرات التي أثرت في الهوية الفردية، وذلك يتضح من خلال قيم "T" و "Beta" والبالغة (2.728) و (0.163) على التوالي. أي أن العلاقة طردية بين الثقافة الاستهلاكية ببعداها الرمزي والهوية الفردية، وتؤدي إلى زيادة تحديد الطلبة في الجامعة الأردنية لهوياتهم الفردية بنسبة (16.3%).

وقد يُعزى ذلك إلى تعزيز الأيديولوجية والسياسات النيوليبرالية الخطاب العام نحو الاستهلاك، بحجة أن تحقيق الذات والهوية الفردية ممكنة فقط عندما يستجيب الأفراد لإشارات السوق. ويتحقق فعل التأسيس هذا، من خلال التكرار لهذا الخطاب الذي يساهم في ترسيخ المبادئ الاستهلاكية في اللاوعي وسلب الوعي الفردي. ولأن الإنسان من وجهة نظر أنثربولوجية كائن رمزي بامتياز، تسعى الشركات إلى تضمين منتجاتها بالرموز وشحنها بشحنات وجدانية من أجل تسويقها لدى الأفراد وجعلها مرغوبة لديهم على نحو دائم ومستمر وهيمنتها وإحكام قبضتها عليهم لضمان استمراريتها وتعظيم أرباحها، موهمة إياهم بأنهم أحرار في الاختيار، كما قد يُعزى إلى أن أفراد العينة أكثر اهتماماً بالأهداف المباشرة من الأهداف الطويلة الأجل.

كما اتفقت هذه النتيجة مع دراسة هيل (Hill, 2011) التي تؤكد أن فئة الشباب تحظى بمجموعة لا نهائية من الرسائل المادية التي تشجّع سلوك الشراء والاستهلاك الذي يؤثر في الصورة الذاتية، مما أدى إلى ربط هوياتهم على نحو وثيق بجدول أعمال الشركات الذي يشجع الاستهلاك. ويتفق مع دراسة باومان (Bauman, 2007) حول إشراك المجتمع المعاصر لأفراده على أنهم مستهلكين في المقام الأول وذلك من أجل الاعتراف بهم كأفراد كاملي العضوية ولهم مكانة في المجتمع، وتبعاً لذلك يحتاج الفرد إلى الاستجابة بسرعة لإغراءات السوق الاستهلاكية.

ويتفق كل ما سبق مع المبادئ الأساسية لنظرية الحداثة السائلة التي تؤكد على أن التركيز في هذه المرحلة من الحداثة تحوّل من تصور الأفراد كمنتجين في المجتمع الصناعي إلى مستهلكين في مجتمع ما بعد الحداثة، الذي أطلق عليه باومان اسم مجتمع المستهلكين. فهي نحن نرى تجليات الحداثة السائلة يومياً عبر برامج تلفزيون الواقع والإعلانات، ومن الواضح أن هذه البرامج تسعى إلى إقناع المشاهد بأن تحقيق الذات ونمط الحياة الأفضل يمكن بلوغهما بسهولة من خلال اعتناق مذهب الاستهلاك والاختيار الأمثل والصائب للسلع الذي توفره العديد من ممارسات الاستهلاك الفردية.

• باقي أبعاد الثقافة الاستهلاكية (الثقافي والاجتماعي) فكانت غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ).

وقد يُعزى ذلك إلى تغير أهمية الأنساق الثقافية والاجتماعية في المجتمع الأردني لدى فئة الشباب تحديداً، وتعاظم المسؤولية التي تقع على عاتق

الفرد من أجل تحقيق ذاته في ظل الحداثة السائلة. لأن نمو القوى الاقتصادية ساهم في إضعاف المكونات الثقافية والمؤسسات الاجتماعية. ويرتبط ذلك أيضًا بما ورد في الإجابة عن التساؤل الثاني لهذه الدراسة الذي ينص على أن ضعف الإحساس بالأمان ضمن المجتمع الذي ينشأ الفرد فيه يؤدّي حالة من اللايقين لديه وتصبح مهمة تحقيق الذات مهمته وحده. فإن العملية الممنهجة التي تترأسها القوى الإمبريالية في مجتمعاتنا العربية لإضعاف الأنساق الثقافية والاجتماعية، تهدف إلى زعزعة أشكال التضامن الاجتماعي التي يلجأ لها الأفراد وإضعاف شوكة التنشئة الاجتماعية. وكل ذلك لتغيير التضاريس الحضارية لهذه المجتمعات وبثّ الفوضى وتعميق التفكك الاجتماعي والشخصي. ويتفق ذلك مع دراسة إهرينبرغ (2010) (Ehrenberg) التي خلصت إلى أن "الفرد الساعي لاكتساب هويته الفردية" حلّ محلّ "الفرد المتكثّف" الذي يطبق معايير وسطه الاجتماعي وثقافته وطبقته الاجتماعية. ويتفق ذلك أيضًا مع دراسة بوقلوف (2016) التي توصلت إلى أن المنظومة الثقافية المشكّلة للهوية في ظل التطوّر المتنامي لظاهرة العولمة، مسّها انسلاخ بفعل القوة الهائلة للتقنية المتمثلة في فصل المكان عن الهوية مما ساهم في إضعاف حس الانتماء.

وعودة لنظرية الاعتراف المتبادل، يتضح لنا أن سيرورات الاندماج الاجتماعي حاليًا وبأشكالها المتعددة قلّت أهميتها في بلورة الهويات وصقلها لدى مجتمع الدراسة، الذي يمكن اعتباره شكل من أشكال نسيان الاعتراف. ويتفق ذلك مع نظرية الحداثة السائلة التي تؤكد على أن البناء الاجتماعي في عالمنا المعاصر لم يعد يحتوي على نظم ومعايير ومؤسسات مستقلة وقوية تضمن القيم الفردية وتدعمها، مما أدى لاختفاء الفرد المستقل، وأصبحت المبادئ النفسية تتغلغل في المجتمع، الأمر الذي أدى إلى نمط جديد من السيطرة، ومن هنا أصبح كل من الوعي والثقافة المحلية أكثر اغترابًا عن مجال الفعل والقيم الاجتماعية الصلبة والممارسة العملية الإنسانية، كما أصبحت العلاقة بين الأفراد علاقة بين الأشياء. ويُعدّ تحول النشاطات والعلاقات الإنسانية إلى سلع أساس حالة التشيؤ، التي بمقتضاها سيتغير مفهوم الإنسان من ذات تفكر إلى ذات تستهلك. ونرى ذلك في مجتمعنا جليًا؛ إذ بينما كان المواطنون في السابق يشكلون منظمات ومؤسسات مجتمعية وينضمون إليها من أجل توفير الدعم الجماعي للمصائب الفردية وانعدام الأمن، أصبح الوضع مختلفًا في ظل حداثة اليوم السائلة، حيث أصبح الفرد يسترشد أكثر بالحاجات والرغبات الخاصة بوصفها سبيلًا لتحقيق الهوية.

نستخلص من نتائج هذه الدراسة وجود علاقة بين الثقافة الاستهلاكية في بعض أبعادها بالهوية الفردية، ويمكن القول بأن نظرية الحداثة السائلة لدى زيغمونت باومان قد انطبقت جزئيًا على تفسير نتائج هذه الدراسة. وبالرغم من ذلك لا يمكن اعتبار المجتمع الأردني مجتمعًا "سائلًا" بالمطلق أو بأن الثقافة الاستهلاكية مهيمنة على الشباب الأردني. واتضح أن المبادئ المادية والنفسية ليست ببنوية في تركيبة المجتمع الأردني، بل تُعدّ نتاج سياقات إمبريالية واستعمارية، ولكنها رغم ذلك استطاعت إحداث تغير ملموس لدى عينة الدراسة نحو التأثير بالثقافة الاستهلاكية. كما تساعدنا هذه الدراسة في أن نعي وبصورة مجردة كيف يتداخل "الاقتصادي" بـ "الذاتي" ويولد حالة من "الحصار الرأسمالي للذات"، الذي يدفع الفرد للانفصال التدريجي عن "الثقافي" و "الاجتماعي" الذي كان يمثل دعامة لحياة الأفراد والدفاع عن الذات ووسيلة لتحقيق الهوية الفردية.

وبذلك يتضح أننا نقف على أعتاب طريق اللايقين، الذي يمثل مرحلة انتقالية بين الحداثة الصلبة والسائلة التي لن تطول في ظل التحولات الاقتصادية العالمية والتوسع الكوكبي للنظام الرأسمالي. فآليات التسليع ستواصل لتعمّ العالم من شماله لجنوبه ومن شرقه لغربه، سعيًا لتحويل الأفراد طوعًا أو كراهيةً لمستهلكين واستدماجهم في هذا النظام القهري المتوحش.

وها نحن نلاحظ تراجعًا في المرجعيات التقليدية لدى أفراد مجتمع الدراسة، مما سوف يتولّد عنه تآكل للذات نتيجة تسليم الأمر للقوى الرأسمالية والثقافة الاستهلاكية المرتبطة بها، التي تسعى لتسيير العالم إلى وجهات غير مستقرة في ظلّ ضعف دور الدولة واضمحلال مكانتها في نفوس أبناءها، مما يجعل الحياة ممتلئة بالمخاوف ويدفع الأفراد تدريجيًا للتوقع نحو ذواتهم. ومع الانقلاب في أشكال الحياة الاجتماعية الذي فرضته سيطرة نظام الإنتاج الصناعي الرأسمالي، سوف يواجه المجتمع مشاكل ثقافية واجتماعية ويصبح العيش ضمن جماعة بمعناه التواصل أمر صعب التحقق. وما يثير القلق حقًا ضمن ذلك هو الوصول إلى نهاية الفرد ككائن اجتماعي له القدرة على الاختيار العقلاني الحر ليحلّ محله إنسان ذو بعد واحد يعيش دون أية مرجعيات، تحاصره المنظومة الاقتصادية ومبادئها وتعمل على نشر وتكريس ثقافة الاستبداد، وفي ضوء ذلك سيتحول الأفراد إلى أعضاء في قطاع جمعي.

ووفق ما سبق، يدور السؤال الأكثر إلحاحًا حول مدى ونوعية تأثير الثقافة الاستهلاكية على العلاقات والروابط الاجتماعية وأنماط السلوك في المجتمع الأردني ضمن هذا المجتمع السائل في المستقبل القريب، وهل سوف تصدق نبوءة إهرينبرغ (2010) (Ehrenberg) التي يرى بمقتضاها أن الوجود المعاصر يؤدّي الاكتئاب، فإلحاح أن يكون المرء ذاته وبنبي هويته الفردية هو ما يؤدّي هذا المرض الهوياتي المُرّمن الناتج من ضعف تقدير الذات، وهذا ما أشار إليه فرويد (1983) في كتابه "قلق في الحضارة" الذي يؤكد ضمنه أن الظواهر الحضارية تسعى جاهدة إلى السيطرة على الإنسان والتحكم به. ومن الجدير بالذكر أن الأمر سوف يختلف وتزداد حدته لدى الأفراد الذين أطلق عليهم باومان (2018) مسمى "المواطنون السائلون"، وهم الذين يولدون في ظل الحداثة السائلة ولن يكون بمقدورهم اختبار أي معايير صلبة ترشددهم لصقل هوياتهم وفهم أنفسهم والآخرين والمجتمع، وبناءً على ذلك سوف تطغى النزعة الفردية لأن الفرد سيكون الفاعل الوحيد في مرحلة السيولة.

ويُخشى في ظل وثنية العصر الراهن أن تتحول التجمعات البشرية إلى تجمعات صاخبة تحكمها علاقات سطحية استهلاكية تخلو من أي مشاعر

إنسانية، أو بلغة المسيري (2018) علاقات تعاقدية تقوم على عيش اللحظة الراهنة واستهلاكها دون الاهتمام بتكوين روابط حقيقية. ومن المرجح أيضاً أن يتفشى الانقسام الاجتماعي وحتى الاحتقار لمن هم "أقل نجاحاً" واستهلاكاً؛ إذ إن الفرد الذي يحيا في المجتمع السائل سوف يعاني من بعض الاضطرابات في نظراته لذاته وتخبط لتحقيق هويته. فإذا قرر الفرد الانقطاع عن تلك العلاقات والانفصال عن مجتمعه نظراً إلى الاضطراب الذي يحياه ضمن ضبابية الثوابت، فإنه سيصبح حسب ما جاء به إلياس (2014) حيواناً بشرياً نصف متوحش؛ إذ قد ينمو جسدياً ولكن لبوسه النفسي والاجتماعي سيبقى شبيهاً بالطفل الصغير.

والإشكالية المطروحة تدفعنا نحو السعي لإيجاد مخرج ليتمكن الفرد في العصر الحالي من النجاة من أخطار السيولة القادمة وغياب المعاني والحقائق من أجل أن ينعم بقدر من الاستقرار. وذلك لا يُعالج بالاكْتفاء بالنظر والتنظير حول المجتمع وأفراده ومآلاته، بل يتوجب علينا الانتقال وبسرعة توائم هذا التحول المتسارع نحو الفعل من أجل الاستعداد للمرحلة الآتية. وتُعطينا هذه الدراسة إضاءات وإشارات بأن الثقافة الحاضرة بتركيبها الاجتماعية الحالية تقود إلى كارثة بحسب تعبير ألبرت شوايترز، ولن يخرجنا منها إلا نهضة جديدة إلا إذا كنا نريد الزوال. فالحاجة لتغيير شامل لا تأتي كمطلب أخلاقي، ولا كمطلب نفسي ناجم عن الطبيعة المرضية للشخصية الراهنة، بل هي شرط أساسي لبقاء الإنسانية.

وبالرغم من صعوبة التصدي للوضع الراهن واستعادة التضامن الاجتماعي بأشكاله، في ظل التغيرات العالمية والأهمية الكبيرة التي تفرضها ثقافة الاستهلاك على تحقيق الذات، باعتباره المكون الأساسي الذي لا غنى عنه على ما يبدو لمشهد تجربة الحداثة ولا سيما في ضوء القدرة العظيمة التي تمتلكها القوى المؤيدة لهذا الوضع، إلا أن وعي الفرد بأنه جزء من قوة مهيمنة من أجل وصوله تدريجياً إلى وعي الذات الذي يدفع إلى الإحساس بالتميز، سوف يساهم على نحو كبير في نقل الأفراد من أعضاء خاضعين إلى ذوات فاعلة.

ويحيلنا كل ما سبق أيضاً إلى أهمية التعمق في مفهومي التبعية والحداثة في الفكر العربي من أجل تحقيق التقدم والتوصل لصيغة واقعية لحداثتنا تتفق مع تاريخنا وموارثنا لجعل نهضتنا التنويرية ممكنة وناجحة، وألا نهل من الحداثة الأوروبية ونحاكمها ونقتبس منها باعتبار أنها المرجع والأصل. ويتوافق ذلك مع أطروحة هشام جعيط التي تنص على أن العالم يتسع لحداثات مختلفة، لا لحداثة واحدة غربية (بلقزيز، 2009).

ونستحضر نهاية مقولة أرنولد (2015)، بأن السبيل الوحيد للخروج من معضلة اللامعنى في كل فلسفة نفعية يكمن في الإعراض عن العالم الموضوعي للأشياء والعودة إلى ذاتية الاستعمال. ووفق ذلك يكمن المنفذ الذي نمتلكه في تقوية التماسك الاجتماعي وإحياء المجال العام وتعزيز القيم الثقافية والاجتماعية ودمجها ضمن آلية تحقيق الذات، حتى يحطم الفرد الحصار الرأسمالي المفروض على ذاته وهويته، لأن الاعتقاد الأوسع بأن التضامن الاجتماعي يظل وسيلة فعالة لحل المشكلات الفردية.

## التوصيات

استناداً إلى نتائج الدراسة وجانبها النظري والعملية يمكن حصر أهم التوصيات في النقاط التالية:

- توصيات للمؤسسات وصناع القرار:
  - تعزيز أهمية دور المؤسسات التي تُعنى بالتنشئة الاجتماعية في ترسيخ منظومة القيم الإيجابية وتوجيه الفرد ودعمه على نحو مستمر حتى يستطيع تحديد أهدافه ولا يشعر بأنه المسؤول الوحيد عن ذاته. والسعي لتقوية التضامن الاجتماعي ابتداءً من الأسرة ووصولاً إلى مختلف مؤسسات المجتمع.
  - توصيات للباحثين:
    - إجراء المزيد من الدراسات حول الثقافة الاستهلاكية والهوية الفردية وعدم الاكتفاء بفئة عمرية محددة.
    - التعمق في مدى ونوعية تأثير الثقافة الاستهلاكية على أنماط السلوك في المجتمع الأردني.
    - إجراء دراسات حول مدى انتشار النزعة الفردية في المجتمع الأردني، لأن الفرد في مرحلة السيولة سوف يكون المسؤول الوحيد عن حياته وخياراته.
    - تعرّف أثر تراجع المرجعيات التقليدية على تشكيل الفرد لهويته وتصوره عن ذاته والآخرين والمجتمع.
    - إجراء دراسات استشرافية تتعلق بالواقع الاجتماعي في المجتمع الأردني في مرحلة السيولة لدرء مخاطرها المحتملة.
    - مراجعة الإطار النظري لنظرية الاعتراف المتبادل لأكسل هونيث، من أجل تعرّف مدى وطبيعة التغير في أهمية الاعتراف في العلاقات الاجتماعية في ضوء الحداثة السائلة.

## المصادر والمراجع

- أرندت، ح (2015). الوضع البشري، ترجمة: العرقي، هادية. بيروت: جداول للنشر والتوزيع.
- إلياس، ن (2014). مجتمع الأفراد، ترجمة: صالح، هاني. اللاذقية: دار الحوار للنشر والتوزيع.
- باومان، ز (2016). الحياة السائلة، ترجمة: أبو جبر، حجاج، بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- باومان، ز (2017). الحداثة السائلة، ترجمة: أبو جبر، حجاج، بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- باومان، ز (2018). الثقافة السائلة، ترجمة: أبو جبر، حجاج، بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- بلقزيز، ع (2009). من النهضة إلى الحداثة، سلسلة العرب والحداثة (2). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- بوقلوف، س (2016). أزمة الهوية في ظل الإعلام الجديد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، مركز جيل البحث العلمي، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، (22)، ص. 37 – 51.
- حفيفة، ت. والعربي، ب (2018). تأثير المراكز التجارية على الثقافة الاستهلاكية للأفراد في الدول الإسلامية، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، (2)، 7 ص. 11 – 27.
- حماد، ج (2016). أثر التغيرات المجتمعية المعاصرة على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعي: دراسة ميدانية لتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة عين شمس، حوليات آداب عين شمس، (44 تموز - أيلول)، ص. 78 – 118.
- دائرة الإحصاءات العامة (2019). جداول نفقات ودخل الأسرة، عمان، الأردن.
- رحومة، ع (2010). تنشئة الهوية الفردية عند الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية، الجمعية العربية لعلم الاجتماع، المجلة العربية لعلم الاجتماع – إضافات، (9)، ص. 133 – 146.
- رونو، إ (2017). بحثاً عن الاعتراف، في: كاترين ألبرين وجان كلود بوربالان (تحرير)، ترجمة: حسن، إياس، الهوية والهويات: الفرد، الزمرة، المجتمع (الجزء الثاني دمشق: دار الفرق للطباعة والنشر والتوزيع، ص. 69 – 76).
- ريتزر، ج (2017). مقدمة في علم الاجتماع، ترجمة: السوالقة، رولا عودة، عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون.
- صوالحة، ل (2006). تأثير العولمة على بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من بعض الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.
- عماد، ع (2017). سوسيولوجيا الهوية: جدليات الوعي والتفكير وإعادة البناء، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- عيدان، أ (2011). دراسة مقارنة في السلوك الاستهلاكي لطلبة الجامعة تبعاً لبعض المتغيرات الديموغرافية، الجامعة المستنصرية، مجلة كلية التربية الأساسية، (72)، ص. 261 – 316.
- فرويد، س (1983). قلق في الحضارة، ترجمة: طرابيشي، جورج. بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر.
- المسيري، ع (2018). الفلسفة المادية وتفكيك الإنسان. دمشق: دار الفكر.

## References

- Bauman, Z. (2004). Culture and Management, Parallax, 10 (2), 63 – 72.
- Bauman, Z. (2007). Collateral Casualties of Consumerism, Journal of Consumer Culture, (7), 25 – 56.
- Dawes, S. (2011). The Role of the Intellectual in Liquid Modernity: An Interview with Zygmunt Bauman, Theory, Culture & Society, 28 (3), 130 – 148.
- Ehrenberg, A. (2010). The Weariness of the Self: Diagnosing the History of Depression in the Contemporary Age. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Hill, J. (2011). Endangered Childhoods: How Consumerism is Impacting Child and Youth Identity, Media, Culture & Society, (33), 347 – 362.
- Lee, R; L. M. (2005). Bauman, Liquid Modernity and Dilemmas of Development, Thesis Eleven, London: Sage Publications Ltd. 83 (1), 61 – 77.
- Moran, M. (2015). Identity and Capitalism, London: Sage Publications Ltd.