

# النزعة الاستهلاكية

## أسبابها وسبل علاجها من منظور علم النفس القرآني

◆ د. عباس صبحي كنعان<sup>(١)</sup>

### ■ خلاصة

تتناول هذه الدراسة إشكاليةً رئيسةً، تتمثل في محاولة فهم وتحليل الأسباب النفسية التي تؤدي إلى الإفراط في النزعة الاستهلاكية، مثل سيطرة مشاعر القلق والفراغ... إلخ. ومحاولة استنباط سبل علاجها في ضوء علم النفس القرآني، لمواجهة هذه الظاهرة، والتقليل من آثارها السلبية في الأفراد والمجتمعات؛ حيث يوجهنا القرآن إلى تمثيل قيم القناعة والزهد والاعتدال، ويؤسس للرقابة الذاتية والإحساس بالمسؤولية أمام الله، لكبح سلوك الإسراف والتبذير.

كما تهدف الدراسة إلى تقديم تصور إسلامي متكامل، يربط بين علم النفس والجانب الروحي، ويعتمد على قيم القرآن، وتوجيهاته، لتصحيح المفاهيم، وتعديل السلوك؛ بغية خلق شخصية متوازنة ومتكاملة، قادرة على مقاومة إغراءات الاستهلاك المفرط، وتحقيق رضا النفس، وطمأنينة القلب.

**الكلمات المفتاحية:** النزعة الاستهلاكية، علم النفس القرآني، القيم، تزكية النفس، الإسراف والتبذير.

١ - أستاذ جامعي - لبنان .

## المقدمة

تُعتبر ظاهرة النزعة الاستهلاكية من أكثر الظواهر التي أفرزتها التحولات الاقتصادية والاجتماعية والحضارية في العصر الحديث؛ إذ أضحت سلوكاً سائداً ومتجذراً في حياة كثير من الأفراد والمجتمعات، فهي ليست مجرد رغبة عابرة أو ظاهرة عارضة، ولا سلوكاً أنياً ينقضي في ظرفية محدودة، وإنما ظاهرة أخذت أبعاداً نفسية عميقة، تتصل بجوانب متعددة من شخصية الإنسان وتكوين هويته الذاتية، وتمرُّ عبر مراحل نموّه وتكوينه النفسي، وتؤثر بشكل مباشر في سلوكه وتصرفاته اليومية. فالنزعة الاستهلاكية، بمعناها الأوسع، تعكس رغبة الإنسان المستمرة في التملك، والتباهي، والظهور بمظهر اجتماعي معين، بغض النظر عن الحاجة الحقيقية أو الضرورة، وهو ما يؤدي إلى استهلاك غير محسوب، واتباع أساليب شرائية وحياتية استهلاكية مفرطة، تنعكس على الجوانب المتعددة للفرد والمجتمع، كالجوانب النفسية، والاجتماعية، والبيئية. وفي هذا الإطار، تتضح - أيضاً - الحاجة إلى النظر في ظاهرة النزعة الاستهلاكية من منظور إسلامي، وبالأخص من خلال علم النفس القرآني الذي يركّز على فهم النفس البشرية من خلال النصوص المقدسة، ويقدم منهجاً متكاملًا لتزكية النفس، وتحقيق التوازن السلوكي، واحتواء رغبات الإنسان ضمن إطار من القيم الروحية والخُلُقِيَّة. فالإسلام، ومن خلال القرآن الكريم، يضع مبادئ وقيماً تسهم في تنظيم الرغبات، وتوجيهها نحو الخير، وتجنب الإفراط والتبذير، ويحثُّ على الاعتدال، والرضا، والتوازن في مختلف جوانب الحياة.

إنَّ أهميَّة فهم النفس البشرية، من خلال منظور علم النفس القرآني، لا تقتصر على معالجة النزعة الاستهلاكية فحسب، بل تمتدُّ لتشمل معالجة قضايا خُلُقِيَّة ونفسية أخرى، ترتبط ببناء شخصية الإنسان، وتعزيز توازنه النفسي، ورفاهيته الروحية، في زمن يتسم بالتغيرات السريعة، والضغوط الاجتماعية، والتحديات الثقافية، التي تهدد استقرار الإنسان النفسي والخُلُقِي.

## أولاً: أهمية الموضوع في ظلّ التغيرات الاقتصادية والثقافية

تعاظمت النزعة الاستهلاكية في ظلّ التحولات الاقتصادية والثقافية الراهنة، خاصة مع تصاعد هيمنة الرأسمالية النيوليبرالية وانتشار ثقافة السوق؛ حيث لم يعد الاستهلاك مجرد وسيلة لتلبية الحاجات الأساس، بل أصبح أداة لتشكيل الهوية والتعبير عن الذات، ما يستدعي دراسة معمّقة لهذه الظاهرة وآثارها المتعدّدة.

### ١ - النزعة الاستهلاكية بوصفه أداة للهيمنة الرأسمالية

تعدّ النزعة الاستهلاكية ظاهرةً محوريّة في بنية النظام الرأسمالي المعاصر؛ إذ لا يمكن اختزالها في بعدها الاقتصادي أو السلوكي فحسب، بل يتجاوز ذلك لتُصبح أداة أيديولوجية فاعلة في إنتاج الوعي وإعادة تكوين الذات الإنسانية بما يخدم استمرارية الهيمنة الرأسمالية. فالاستهلاك لم يعد مجرد وسيلة لإشباع الحاجات الطبيعية، بل أضحت غاية في ذاتها، تُنتج من خلاله الرغبات وتوجّه النفوس ضمن منطق السوق القائم على النموّ والتوسّع الدائم.

وقد أولى عدد من المفكرين النقديّين، خصوصاً من مدرسة فرانكفورت، اهتماماً بالغاً بتحليل هذه الظاهرة، مؤكّدين على أنّ النزعة الاستهلاكية لا تُعبر عن حرّية الاختيار بقدر ما تعكس خضوعاً ضمنياً لبنية قهريّة ناعمة. فقد أضاء (ديبورد-Debord) على البعد الرمزي للصورة في مجتمع «الاستعراض»<sup>(١)</sup>؛ حيث تتحوّل الحياة إلى مشهد استهلاكي دائم، وتُصبح العلاقة مع الواقع علاقة وساطة عبر الصور، لا عبر التجربة الحقيقية.

ومن خلال هذه المقاربة، يمكن فهم النزعة الاستهلاكية لا باعتبارها ظاهرة معزولة، بل جزءاً من مشروع أيديولوجي متكامل، يعمل على ضبط المجتمعات وإفراغ الأفراد من محتوَاهم

١ - غي ديبور هو فيلسوف ومفكر فرنسي وناقد ثقافي بارز، وُلد عام ١٩٣١ وتوفي عام ١٩٩٤، يُعدّ من أهمّ منظري النقد الثقافي المعاصر، خاصة في ما يتعلّق بتحليل المجتمع المعاصر من خلال البعد الرمزي للصورة والإعلام والاستهلاك. أشهر أعماله، كتابه المحوري: مجتمع الاستعراض (La Société du Spectacle) الذي نشرته المنظمة العربية للترجمة، في بيروت، سنة ٢٠٠٧م، وقد تحدّث في الصفحات: ٢١-٣٨، عن البعد الرمزي للصورة.

الروحي والقيمي، وتحويلهم إلى كيانات استهلاكية، تخضع لإملاءات السوق وتعيش في حالة فراغ معنوي دائم، يجري ملؤه مؤقتًا بالمزيد من السلع.

## ٢- الأبعاد النفسية للنزعة الاستهلاكية

لا شك أن للنزعة الاستهلاكية أثرًا بالغًا على الصحة النفسية للأفراد؛ إذ تتجاوز آثارها الجانب الاقتصادي أو السلوكي لتناول أعماق الذات البشرية، وتعيد تكوين منظومة القيم والهوية والروابط الاجتماعية. وقد أظهرت الدراسات النفسية والاجتماعية، أن أنماط الحياة الاستهلاكية ترتبط ارتباطًا وثيقًا بعدد من الاضطرابات النفسية والانفعالية، بما في ذلك القلق، والاكتئاب، والشعور بالفراغ، والاعتراب النفسي.

■ القلق والاكتئاب: يرتبط السعي المستمر نحو امتلاك المزيد من السلع والخدمات بارتفاع مستويات القلق والاكتئاب لدى الأفراد؛ حيث يتحوّل الاستهلاك من وسيلة لتلبية الحاجات الأساس إلى غاية في ذاته، تُغذيها دعاية إعلامية ضخمة تُروّج لفكرة أن السعادة والرضا مشروطان بالامتلاك والتجديد المستمر.

■ - اضطراب الهوية الذاتية: أحد أخطر آثار الاستهلاك يتمثل في تحوّل الهوية الفردية إلى هوية استهلاكية؛ حيث تُبنى قيمة الفرد في نظر ذاته والآخرين من خلال «ما يكتنيه» لا من خلال «ما يحققه» من عمق، أو معنى، أو أهداف. ويصبح الاستهلاك أداة لتعريف الذات، ما يُضعف من تماسك الهوية النفسية ويحوّلها إلى كيان هشّ، قائم على المعايير الخارجية الزائفة.

■ - الانعزال الاجتماعي والشعور بالوحدة: تُؤدّي النزعة الاستهلاكية إلى تعزيز الفردانية المفرطة على حساب الروابط الاجتماعية الحقيقية، حيث يُستبدل التفاعل الإنساني بالمعاملات الاستهلاكية، وتُصبح العلاقات قائمةً على المظاهر لا على المعاني. فكلّما تعمّق الاندماج في نمط الحياة المادّي، ازداد الشعور بالوحدة والفراغ؛ لأنّ الروابط تُبنى على أسس سطحية غير ثابتة.

### ٣- التأثيرات الاجتماعية والثقافية للنزعة الاستهلاكية

تدخل النزعة الاستهلاكية في بنية المجتمعات المعاصرة، بل هي إحدى أبرز العوامل المؤثرة في نموها الاقتصادي؛ حيث تمتد آثارها لتطاول البنية القيمية والتراتبية الطبقية والضغوط النفسية والاجتماعية. فليست المسألة مجردّ ازدياد في الإنفاق أو الرغبة في التملك، بل تتعلق بإعادة تكوين الثقافة والهوية الاجتماعية وفق منطق السوق والاستهلاك.

#### ■ تآكل القيم التقليدية

أسهمت النزعة الاستهلاكية في تهميش القيم الاجتماعية الأصيلة، مثل القناعة والتضامن والرضا، لصالح قيم الفردانية والمادية والمقارنة الرمزية. فلم يعد الإنسان يُقدّر بناءً على أخلاقه أو عطائه، بل وفقاً لما يمتلكه ويظهره من علامات الثراء والموضة.

#### ■ الفجوة الطبقية

تُعيد النزعة الاستهلاكية إنتاج الفجوات الطبقية، من خلال التفاوت في القدرة على الاستهلاك؛ إذ أصبحت السلع المميزة رموزاً للتمايز الاجتماعي. فمن لا يملك القدرة على مواكبة هذه الأنماط يُقصى اجتماعياً، ما يخلق شعوراً دائماً بالنقص والتهميش.

#### ■ الضغط الاجتماعي

تنتج النزعة الاستهلاكية ما يُعرف بـ «الضغط الرمزي»؛ حيث يُجبر الأفراد على مواكبة «الترندات» والموضة، خوفاً من الإقصاء أو فقدان المكانة. فالعلامات التجارية لم تعد تباع سلعاً فحسب، بل تُسوَّق ما يمكن أن نطلق عليه «هويات جاهزة» تُجبر الأفراد على التشبُّه بها، مما يُسهم في خلق اغتراب داخلي مستمرّ.

### ٤- النزعة الاستهلاكية في العصر الرقمي

شهدت النزعة الاستهلاكية في العصر الرقمي تحولات نوعية، جعلتها أكثر تعقيداً وتأثيراً من أيّ وقت مضى. فقد أدّى تطوُّر التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي إلى إحداث قفزة في وسائل التسويق والإقناع، وتوليد أنماط استهلاك جديدة، تتغلغل في تفاصيل الحياة اليومية

بطرق شبه غير مرئية. وفي الوقت نفسه، تتسارع آثار هذا الاستهلاك في البيئة والموارد الطبيعية، ممّا يطرح تحدّيات وجودية على المستويين الفردي والجماعي.

### ■ الإعلانات المُستهدفة والتّلاعبُ بالسلوكِ الإنسانيّ

لم يعد الإعلان مجرد وسيلة لعرض منتج ما، بل أصبح أداة للتوجيه النفسي والسلوكي الدقيق، مستفيداً من خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة. تقوم المنصّات الرقمية بتجميع كمّ هائل من بيانات المستخدمين، وتوظيفها في صياغة إعلانات موجهة تتناسب بدقة مع رغباتهم ومخاوفهم وسلوكهم الرقمي.

وهذا ما أكّده - كذلك - المفكّر العربي نبيل علي الذي أشار إلى أنّ التلاعب الرقمي يُعيد تشكيل القيم والمعايير الاجتماعية ببطء ولكن بثبات، حيث تُعيد التكنولوجيا «هندسة الوعي الجمعي» بما يتماشى مع حاجات السوق<sup>(١)</sup>.

### ثانياً: مفهومُ النزعةِ الاستهلاكيّةِ: من الحاجةِ إلى الهويّةِ

تُشير النزعة الاستهلاكية إلى ميل الأفراد والجماعات إلى شراء واستهلاك كمّيات متزايدة من السلع والخدمات، غالباً بما يفوق حاجاتهم الأساس. وفي حين يُعدُّ الاستهلاك ظاهرة طبيعية في حياة الإنسان، فإنّ تحوُّله إلى «نمط حياة» وإلى مكوّن مركزي في تشكيل الهويّات، يمثّل انحرافاً عن وظيفته الأصلية.

وفي عالم يشهد تحوُّلات جذرية في أنماط العيش، تتجلّى النزعة الاستهلاكية باعتبارها أحد أبرز ملامح الحداثة المتأخّرة. لم يعد الاستهلاك مقتصرًا على تلبية الحاجات الضرورية، بل تجاوزها ليصبح ثقافة وسلوكاً وشكلاً من أشكال التعبير عن الذات. في قلب هذا التحوُّل تكمن ظاهرة معقّدة تستحقُّ التوقُّف عندها: النزعة الاستهلاكية، بوصفها ظاهرة نفسية اجتماعية لها جذورها الفكرية والثقافية، وآثارها العميقة في الفرد والمجتمع.

١ - انظر: نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، ص ١١٩.

## ١ - الجذور النفسية للنزعة الاستهلاكية

من منظور علم النفس، تتداخل النزعة الاستهلاكية مع عدّة عوامل داخلية لدى الفرد، يمكن تلخيصها في المحاور الآتية:

### أ - تعويض النقص والفراغ الداخلي

يشير عددٌ من علماء النفس والفلاسفة إلى أنّ الإنسان في العصر الحديث يعيش حالة من القلق الوجودي والفراغ الروحي؛ نتيجة لانفصاله عن القيم المعنوية والروحية التي كانت تشكّل جزءاً رئيساً من وعيه وهويّته. وفي هذا السياق، يرى (إريك فروم - Erich Fromm) أنّ الإنسان المعاصر قد استبدل «الوجود» بـ «الامتلاك»؛ إذ لم يعد يسعى إلى بناء ذاته وتحقيق كينونته من خلال التجربة والمعنى، بل أصبح مهووساً باقتناء الأشياء باعتبارها وسيلة لإثبات الذات، وإرضاء الحاجات النفسية العميقة. ويفسّر (فروم) هذا التحوّل بأن الإنسان فقدَ علاقته الأصيلّة مع الوجود، فأصبح يقيس قيمته بما يملكه لا بما هو عليه<sup>(١)</sup>.

أمّا (كارل يونغ - Carl Jung)، فيؤكّد أنّ هذا الانفصال عن الجوانب الروحية والرمزية في النفس الإنسانية، يدفع الإنسان إلى البحث عن بدائل سطحية، مثل التراكم الاستهلاكي والتعلّق بالمادّيات، تعويضاً عن غياب المعنى. ويُرّجع (يونغ) هذا السلوك إلى «غياب مركز داخلي متماسك» لدى الإنسان الحديث، أي افتقاده لهويّة نفسية متوازنة ترتكز على وعي ذاتي روحي وخلقّي<sup>(٢)</sup>.

وليس غريباً في هذا الإطار أن نرى مجتمعات اليوم تغرق في النزعة الاستهلاكية التي تُسوّق للسُّلع على أنّها مفاتيح السعادة والرضا، في حين أنّ كثيراً من الأبحاث النفسية والاجتماعية تؤكّد أنّ الإشباع المادّي وحده لا يفضي إلى السعادة، بل قد يزيد من الشعور بالفراغ والقلق، خاصّة عندما يغيب العمق الوجودي والروحي<sup>(٣)</sup>.

١ - إريك فروم: الإنسان بين الجوهر والمظهر، ص ٥٩-٦١.

٢ - كارل يونغ: الإنسان ورموزه، ص ١١٢-١١٤.

٣ - عبد الستار إبراهيم: الأرض اليباب: دراسة في اضطرابات النفس المعاصرة، ص ٧٣-٧٥.

## ب- الضَّغْطُ الاجْتِمَاعِيُّ وَالْإِعْلَانُ

أظهرت دراسات علم الأعصاب التسويقي (Neuromarketing) أنَّ الرسائل الإعلانية لا تقتصر على تقديم معلومات عن المنتجات، بل تتجاوز ذلك لتؤثِّر مباشرة في البنية العصبية والعاطفية للدماغ. فقد كشفت الأبحاث أنَّ الإعلانات المُصمَّمة بعناية تعمل على تنشيط مناطق معينة في الدماغ مثل «الجهاز الحوفي» (Limbic System) المسؤول عن المشاعر، خاصَّة مناطق اللذة والمكافأة مثل «النواة المتكئة» (Nucleus Accumbens)، ما يُؤدِّي إلى شعور فوري بالمتعة والرغبة<sup>(١)</sup>.

وتقدِّم الرسائل الإعلانية صورة مثالية للحياة، يجري فيها ربط المنتج بمفاهيم مرغوبة بقوة؛ مثل السعادة، والنجاح، والجاذبية، والانتماء، والقبول الاجتماعي. وبهذا المعنى، لا يُسَوَّق المنتج بوصفه شيئاً مادياً فقط، بل بوصفه وسيلة لتحقيق الذات أو الوصول إلى نمط الحياة المثالي<sup>(٢)</sup>. وتُبنى هذه الصورة بشكل مقصود اعتماداً على علم النفس السلوكي والعصبي، لتستثير العواطف العميقة للفرد، وتغذِّي لديه شعوراً بأنَّ استهلاك هذا المنتج سيملاً فراغاً داخلياً، أو يلبي حاجة نفسية غالباً ما تكون لا واعية، وقد أشار بعض الباحثين إلى أنَّ هذا النوع من التلاعب العاطفي يُؤدِّي إلى «تصنيع الرغبة»، حيث لا يستهلك الفرد المنتج لحاجته إليه، بل لرغبته فيما يرمز إليه الإعلان<sup>(٣)</sup>. وعندما تتكرَّر هذه الرسائل بصورة دائمة ومكثِّفة، يصبح المستهلك أسيراً لصورة نمطية مزيَّفة عن السعادة، ما يعمِّق من اغترابه عن ذاته وعن الواقع الفعلي لحياته.

## ج- القلقُ واللا يقينُ

قيل إنَّنا «نستهلك لنشعر أنَّنا نتحكَّم، ولو وهمًا، في عالم لا يمكن السيطرة عليه»<sup>(٤)</sup>، في المجتمعات التي يسودها الاضطراب والقلق، وتغيب فيها الضمانات الاجتماعية والاقتصادية

١ - أحمد عبد الحليم بدر: علم النفس العصبي المعرفي، ص. ٢٣٢-٢٣٥.

٢ - عبد الوهاب المسيري: العالم من منظور غربي، ص. ٧٨-٨٠.

٣ - نعمان عبد الغني: التسويق العصبي: آليات التأثير الخفي في المستهلك، ص ٤٥-٤٧.

٤ - انظر: هارتموت روزا، التسارع: نقد اجتماعي للزمن، ص ١٤٠.

والسياسية، تنشأ لدى الأفراد مشاعر لا يقين وجودي؛ حيث تنزعز الثقة بالأنظمة والمؤسسات وحتى بالعلاقات الإنسانية. في مثل هذه البيئات، يبحث الإنسان عن بدائل تمنحه شعوراً بالأمان والاستقرار، ولو كان ذلك شعوراً مؤقتاً أو موهوماً. ومن هنا، تصبح السلع والأشياء المادية بمنزلة «رموز للثبات»، يتشبَّث بها الفرد في محيط سريع التغيُّر وعديم اليقين<sup>(١)</sup>.

فالاستهلاك يتحوَّل إلى آلية دفاعية نفسية؛ هدفها تقليل القلق الوجودي وتوفير شعور سريع بالسيطرة والطمأنينة<sup>(٢)</sup>.

وفي هذا الإطار، يشير عدد من علماء النفس الاجتماعي إلى أنَّ الإفراط في الاستهلاك في مجتمعات الأزمات هو استجابة انفعالية وليست عقلانية، يحاول فيها الفرد «شراء» الإحساس بالتحكُّم والاستقرار، كما يحدث في ظواهر مثل الشراء القهري أو التكديس المفرط للسلع عند حدوث الأزمات<sup>(٣)</sup>. والمفارقة أنَّ هذا السلوك، وإن كان يُشعر الفرد بالراحة مؤقتاً، فإنَّه لا يلبث أن يُعمِّق الشعور بالفراغ وانعدام الجدوى لاحقاً، ما يضعه في حلقة مفرغة من القلق والاستهلاك المتكرَّر<sup>(٤)</sup>.

## ٢ - النزعة الاستهلاكية باعتبارها ممارسة اجتماعية وثقافية

### أ. الهوية الاجتماعية والاستهلاك

تُعَدُّ النزعة الاستهلاكية من أبرز الظواهر التي تميَّز المجتمعات الحديثة؛ حيث تجاوزت حدود تلبية الاحتياجات الأساس لتصبح سلوكاً يعكس الهوية والمكانة الاجتماعية. لقد أصبحت هذه النزعة محوراً لعدد من الدراسات في مجالات علم النفس والاجتماع والاقتصاد، نظراً لتأثيرها العميق في الأفراد والمجتمعات.

١ - مصطفى حجازي، التخلف الاجتماعي: مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور، ص. ١٢٦-١٢٨.

٢ - محمد الحاج سالم: الاستهلاك والهوية في المجتمعات المعاصرة، ص. ٩٤.

٣ - عماد علي دياب: الاستهلاك كتعويض نفسي: قراءة سوسيولوجية، ص. ٥٧-٦٠.

٤ - عبد الكريم بكار: الفوضى النفسية: مظاهرها وعلاجها، ص. ١٤٥-١٤٧.

## ب. البُعدُ النَّفْسِيُّ لِلزَّعَةِ الاسْتِهْلَاكِيَّةِ

### ■ الإِشْبَاعُ العَاطْفِي:

في ظلِّ الضغوط النفسية والاجتماعية المتزايدة، بات كثير من الأفراد يلجؤون إلى الشراء ليس بدافع الحاجة الفعلية، وإنما باعتباره وسيلة للهروب من المشاعر السلبية مثل القلق، أو الحزن، أو الشعور بالوحدة. يُعرف هذا السلوك في علم النفس بمصطلح «الاستهلاك التعويضي» أو «الاستهلاك العاطفي»؛ حيث يسعى الفرد إلى تهدئة ذاته وتسكين آلامه النفسية من خلال اقتناء أشياء جديدة توفر له شعوراً لحظياً بالرضا أو النشوة المؤقتة<sup>(١)</sup>.

ويؤكد الباحثون أنَّ عملية الشراء في هذه الحالة تصبح بمنزلة «مُسْكِنٌ نفسي»، يؤدي إلى إفراز هرمونات اللذة في الدماغ مثل الدوبامين، ما يمنح الفرد شعوراً سريعاً بالراحة. لكن هذا الإشباع العاطفي لا يلبث أن يتلاشى، ليعود معه الشعور السابق بالفراغ أو الحزن، وربما بشدة أكبر، ما يجعل الفرد يدخل في دوامة من الاستهلاك القهري<sup>(٢)</sup>.

ويشير عدد من علماء النفس إلى أن مثل هذا السلوك يمثل «حلاً وهمياً» للمشاكل النفسية، فهو لا يغيّر من أسباب القلق أو الاكتئاب، بل قد يضيف إليها أعباءً مالية وشعوراً بالذنب لاحقاً. بل إنَّ بعض الدراسات توصلت إلى أن الإفراط في هذا النوع من الاستهلاك قد يكون عرضاً من أعراض اضطرابات نفسية أعمق، مثل الاكتئاب غير المعالج أو اضطراب القلق العام<sup>(٣)</sup>.

### ■ التَّقْدِيرُ الدَّائِي:

في المجتمعات التي تُمنح فيها المظاهرُ أهميّة مفرطة، يصبح امتلاك السلع الفاخرة وسيلةً لإثبات الذات وتعزيز الشعور بالقيمة الشخصية. وتظهر هذه الظاهرة بوضوح في الأوساط الاجتماعية التي تربط بين المظهر الخارجي والنجاح؛ حيث يُنظر إلى امتلاك السيَّارات الفارهة، أو الساعات الفاخرة، أو الملابس ذات العلامات التجارية العالمية، على أنَّه دليل ملموس على التميُّز والتفوق. فالفرد، في هذه الحالة، لا يستهلك السلعة لحاجتها الوظيفية، بل لقيمتها الرمزية

- ١ - عبد الستار إبراهيم: الأرض البياب: دراسة في اضطرابات النفس المعاصرة، ص. ١٢١-١٢٣.
- ٢ - محمود السيد علي: الاستهلاك القهري: الأسباب والنتائج والعلاج، ص. ٨٨-٩٠.
- ٣ - محمد شعلان: القلق والاكتئاب: الأسباب وطرق العلاج، ص. ٦٧-٦٩.

والاجتماعية، أي ما تُعبّر عنه في نظر الآخرين.

وفي سياق مواز، أظهرت بعض الدراسات النفسية أن الإفراط في الاهتمام بالمظهر وامتلاك السلع الفاخرة قد يكون تعويضاً عن نقص داخلي في الشعور بالأهمية أو الثقة بالنفس. وبالتالي، فإنّ هذا النوع من الاستهلاك لا يُعبّر عن رفاه حقيقي، بل عن قلق مقنّع، يسعى فيه الفرد إلى تغطية هشاشته النفسية من خلال رموز الشراء الخارجي<sup>(١)</sup>.

### ج- البعد الاجتماعي للنزعة الاستهلاكية

في المجتمعات الحديثة، لم تعد الهوية الفردية تُكوّن فقط من خلال القيم أو المعتقدات أو الانتماءات الثقافية، بل باتت تُبنى بشكل متزايد عبر أنماط الاستهلاك والذوق الماديّ. فالفرد يُعرّف نفسه ويقدمها للآخرين من خلال ما يلبسه، أو ما يقنّيه، أو ما يستخدمه من علامات تجارية، بدءاً من الهاتف المحمول، وصولاً إلى السيارة، أو حتّى نوع القهوة التي يشربها. في هذا السياق، يصبح الاستهلاك لغةً رمزية تُعبّر عن الانتماء الطبقي، والذوق الشخصي، والموقع الاجتماعي.

ويُستخدم الذوق الفردي - وهو ما يُفضّله الفرد من منتجات وأنماط حياة - باعتباره وسيلة لإعادة إنتاج الفروقات الاجتماعية. فالطبقات العليا، على سبيل المثال، تسعى إلى تمييز نفسها عن الطبقات الأخرى من خلال استهلاك سلع معينة تُعدُّ حكراً على «الذوق الرفيع»، سواء في عالم الموضة، أم في اقتناء الأجهزة الفاخرة، أم حتى في أساليب الترفيه والسفر. وبهذا المعنى، لا تكون السلع مجرد أدوات للاستخدام، بل رموزاً ذات وظيفة اجتماعية: تحدّد من ينتمي إلى من، وتُظهر حدود التمايز بين الفئات.

### ■ الاحتفال بالرغبة لا بالحاجة

أصبح من الشائع أن يُنظر إلى الاستهلاك بوصفه احتفاءً بالرغبة، لا بالحاجة؛ حيث تُشجّع

١ - مصطفى حجازي، الإنسان المهدور: دراسة في النفسية العربية، المركز الثقافي العربي، بيروت، ٢٠٠٥،

الثقافة الحديثة على خلق رغبات مصطنعة، وتعتبر الإشباع الفوري رمزاً للحريّة والنجاح، فيما يُنظر إلى التقشّف أو الاعتدال علامة على الفشل أو عدم الانخراط في روح العصر، ففي ظلّ التحوّلات الثقافية التي شهدتها العالم المعاصر، لم يعد الاستهلاك يُنظر إليه وسيلة لتلبية الحاجات الأساس أو الضرورية، بل تحوّل إلى ممارسة رمزية تعبّر عن الهويّة، والمكانة، وتقدير الذات. فأصبحت الثقافة الحديثة التي تتغذّى بالإعلام والدعاية، تُضفي على الرغبة طابعاً احتفالياً، فتروّج لفكرة أنّ الإشباع الفوري هو من مظاهر النجاح والحريّة الشخصية. بمعنى آخر، لم يعد السؤال: «ماذا نحتاج؟»، بل أصبح: «ماذا نرغب؟»، بصرف النظر عن الضرورة أو المنطق.

ومع تكريس هذا النمط، يغدو الامتناع عن الشراء أو الميل إلى البساطة ضرباً من «الرجعية» أو دليلاً على الفشل في «مواكبة الحياة». في المقابل، يُصوّر التقشّف أو الاعتدال - وهما في جوهرهما ممارستان عقلائيّتان - على أنّهما حرمان، بل أحياناً يُعتبران إشارة إلى عجز مادّي أو ضعف في المكانة الاجتماعية.

### ■ التقليدُ والمحاكاة:

تؤدّي آليّة التقليد والمحاكاة دوراً بالغ التأثير في دفع الأفراد نحو تبني أنماط استهلاكية لا تنبع بالضرورة من حاجاتهم الحقيقية، بل من ضغط اجتماعي ناتج عن رغبتهم في الانتماء أو اللحاق بالآخرين. ففي المجتمعات المعاصرة؛ حيث تُبثُّ الصور والمظاهر عبر وسائل الإعلام ووسائط التواصل الاجتماعي باستمرار، يصبح الاستهلاك وسيلة للتشبه بالطبقات الأعلى، أو بمجموعات أخرى، أو حتّى بشخصيات مؤثّرة تُقدّم على أنها نماذج للنجاح والجدانية.

ومع تزايد هذا الضغط، يشعر الفرد بأنّه مهدّد بالتهميش أو الإقصاء إذا لم يواكب «الموضة» أو يقتن ما يقتنيه الآخرون، حتّى لو كان ذلك فوق قدرته المادّية أو خارج أولويّاته الفعلية. وهكذا تنشأ دوامة من الاستهلاك القائم على المحاكاة؛ حيث لا يستهلك الفرد لأنّه يريد، بل لأنّه يرى الآخرين يستهلكون، فيسعى إلى محاكاتهم اتّقاءً للإحراج أو إثباتاً للذات<sup>(١)</sup>.

١ - أحمد زكي بدوي: الاستهلاك والهوية الاجتماعية، ص ٧٤.

## ■ تآكل القيم التقليدية:

في ظل هيمنة الثقافة الاستهلاكية، يُلاحظ تآكلٌ تدريجي للقيم الاجتماعية التقليدية التي لطالما شكّلت العمود الفقري للعلاقات داخل المجتمعات؛ مثل التعاون، والتكافل، ونكران الذات. وحين يُعاد تكوين المنظومة القيمية حول المركزية المادية والفردانية، يتراجع الحسُّ الجماعي لصالح النزعة الأنانية، ويُستبدل مفهوم «نحن» بمفهوم «أنا». وهذا التحول لا يحدث بشكل فجائي، بل يتسلل عبر الخطاب الإعلامي، والممارسات اليومية، وصور «النجاح» التي تُقدّم بوصفها مرتبطة بالامتلاك الفردي لا بالعطاء أو الانتماء.

### ٣- الآثار السلبية للنزعة الاستهلاكية

#### أ- الديون المالية:

يؤدي الإفراط في الاستهلاك إلى دخول الأفراد في دوامة من الإنفاق تفوق إمكانياتهم الحقيقية، مدفوعين برغبة في مواكبة الأنماط الاستهلاكية السائدة أو الاستجابة للضغط الإعلاني والاجتماعي. ومع استمرار هذا السلوك، يجد كثير من الأفراد أنفسهم مضطرين إلى اللجوء للاقتراض، أو استخدام بطاقات الائتمان لتغطية نفقاتهم اليومية، ما يؤدي إلى تراكم الديون بشكل تدريجي. هذا التراكم لا يسبب فقط أزمات مالية، بل يتحوّل إلى عبء نفسي دائم؛ إذ يشعر الفرد بأنه مكبل بالتزامات مالية تحدّ من حرّيته وتؤثّر في استقراره الشخصي والأسري<sup>(١)</sup>.

#### ب. التأثير البيئي:

إنّ السلوك الاستهلاكي غير المنضبط لا يؤثر فقط في الأفراد، بل يُخلّف آثاراً مدمّرة في البيئة. فمع ازدياد الطلب على السلع، يتسارع الإنتاج الصناعي بشكل يفوق طاقة الأرض على التجدّد؛ ما يؤدي إلى استنزاف الموارد الطبيعية مثل المياه والمعادن، فضلاً عن تدمير الغابات وارتفاع معدلات التلوّث. كما تسهم الصناعات الكبرى المرتبطة بالاستهلاك - مثل صناعة الأزياء

١ - سامي نصر: الاستهلاك والمجتمع: دراسة سوسولوجية، ص ١٣٤.

السريعة والإلكترونيات - في انبعاث الغازات الدفيئة، وتفاقم التغير المناخي، وتهديد التنوع البيولوجي. وهكذا يتحوّل الاستهلاك من ممارسة شخصية إلى أزمة بيئية جماعية تهدد مستقبل الكوكب<sup>(١)</sup>.

### ج- الصِّحَّةُ النَّفْسِيَّةُ:

رغم أن الاستهلاك يُروَّج له بوصفه طريقاً نحو السعادة والرضا، فإنَّ التجربة الفعلية غالباً ما تُثبت العكس. فالميل نحو الشراء المفرط لا يلبي حاجات حقيقية بقدر ما يسعى إلى ملء فراغ نفسي أو عاطفي. ومع الوقت، ينشأ نمط من «الإدمان الاستهلاكي»؛ حيث يشعر الفرد بالرضا المؤقت بعد الشراء، يعقبه شعور بالفراغ أو الذنب. وتتكرَّر الحلقة، ما يزيد من التوتر والقلق والاكتئاب. وتدُلُّ الدراسات النفسية على أنَّ هذا السلوك يرتبط غالباً بانخفاض احترام الذات والشعور بعدم الكفاية في مواجهة نماذج النجاح المثالية المنتشرة عبر الإعلام<sup>(٢)</sup>.

## ٤- المظاهر السلوكية والنفسية للنزعة الاستهلاكية

### أ. الاكتئاب بعد الشراء:

يمرُّ كثير من الأفراد بعد عملية الشراء، خاصة المندفع منها، بحالة من التراجع النفسي؛ حيث يظهر شعور بالذنب أو انعدام الجدوى. فبدلاً من الإحساس بالسعادة المتوقعة، تنشأ حالة من الفراغ أو الندم، خصوصاً عندما يدرك المشتري أنَّه لم يكن بحاجة حقيقية للمنتج، أو أنَّه أنفق ما لا كان ينبغي توجيهه لاحتياجات أكثر أهمية. هذه الظاهرة تُعرف أحياناً بـ «كآبة ما بعد الشراء»، وهي ترتبط بشكل وثيق بتضخم التوقعات النفسية عن النتائج المرجوة من الاستهلاك؛ إذ يُحمَّل الشراء أكثر ممَّا يحتمل نفسياً أو عاطفياً<sup>(٣)</sup>.

١ - حسين العودات: البيئة والتنمية المستدامة في الوطن العربي، ص ٨٨.

٢ - محمد شعلان: الاستهلاك والصحة النفسية: قراءة في أثر القيم المادية، ص ٥٦.

٣ - عبد الله أحمد عبد الله: الاستهلاك والاعتراب النفسي، ص ٨٩.

### ب. إدمان التسوق:

يُعدُّ إدمان التسوق أحدَ الاضطرابات السلوكية المعترف بها، ويُصنّف ضمن أنواع الإدمان غير المرتبطة بالمواد الكيميائية. يعاني المصابون به من رغبة قهرية ومتكررة في الشراء، غالبًا دون حاجة أو خطة، وذلك للحصول على شعور مؤقتة بتحسُّن النفسي أو الهروب من التوتر. غير أنَّ هذا السلوك لا يلبث أن يعود عليهم بنتائج سلبية؛ مثل التبذير، أو تراكم الديون، أو مشاكل في العلاقات الاجتماعية. ويشير المختصُّون إلى أنَّ هذا النوع من الإدمان يرتبط أحيانًا باضطرابات في المزاج أو ضعف في آليات التنظيم الذاتي والانفعالي<sup>(١)</sup>.

### ج. عدم الرضا المزمن:

من السمات النفسية الأشدَّ تعقيدًا في ثقافة الاستهلاك الحديثة هي ما يمكن تسميته بـ «عدم الرضا المزمن»؛ حيث يُصبح الفرد محاصرًا برغبات لا تنتهي. فكلَّمَا حصل على شيء، نشأت لديه رغبة في شيء آخر، وهكذا دواليك. ويرجع ذلك إلى أنَّ الثقافة السائدة لا تسوّق للمنتج فقط، بل تسوّق لفكرة أن الإشباع الكامل ممكن ومتاح دائمًا، في حين أنَّ الواقع الإنساني أكثر تعقيدًا. وهذا النمط يرسخ لدى الفرد شعورًا دائمًا بالنقص، ويدفعه للدخول في دائرة استهلاكية مغلقة لا تنتهي، ممَّا يؤثر سلبًا في استقراره النفسي وثقته بذاته<sup>(٢)</sup>.

### ثالثًا: علم النفس القرآني: المفهوم- المرتكزات- وخصائص النفس الإنسانية

يُعدُّ علم النفس القرآني مجالًا معرفيًا يتناول دراسة النفس الإنسانية من منظور قرآني؛ حيث يُسلط الضوء على طبيعة النفس، ومراتبها، وسبل تزكيتها. ومع أنَّنا لا ندعي أنَّ هذا العلم قد بانث جميع معالمه، لكنَّ يمكننا القول بأنَّ القرآن الكريم يُقدِّم تصوّرًا شاملًا للنفس، يُبرز تعقيداتها وتفاعلاتها مع السلوك الإنساني، ما يُسهم في بناء شخصية متوازنة ومجتمع سليم، وإن كان هذا

١ - يوسف زيدان: أمراض العقل الحديث، ص ١٤٢.

٢ - عبد الرحمن العيسوي: علم النفس الاقتصادي والسلوك الاستهلاكي، ص ١٦٨.

الميدان العلمي لم يكتمل بشكلٍ كافٍ، لكنّه يمكن لنا أن نقدّم مقارنةً أوليّةً لهذا الموضوع، وبما يتّسع له المقام هنا.

## ١ - تعريفُ علمِ النَّفسِ القرآنيِّ

علم النفس القرآني هو فرع من العلوم الإسلامية، يُعنى بدراسة النفس الإنسانية كما وردت في القرآن الكريم، أو وفقاً للمنطلقات والإطار النظري الذي تقدّمه الآيات القرآنية، مع التركيز على خصائصها، ومراتبها، وتأثيرها في السلوك. ويهدف هذا العلم إلى فهم النفس البشرية من منظور إيماني، وتقديم حلول لمشكلاتها النفسية والروحية.

## ٢ - المرتكزاتُ العامّةُ والأساس

يرتكز علم النفس القرآني على عدة أسس، منها:

- التّوحيد: إنّ الإيمان بوحداية الله يُشكّل الأساس في فهم النفس وتركيتها؛ لقوله تعالى: ﴿وَاللَّهُكُمْ إِلَهٌ وَاحِدٌ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ﴾ [البقرة: ١٦٨]، وإنّ الله هو المؤثّر الحقيقي في الوجود، بكلّ مراتبه، وأبعاده، ومتصرّف بالكائنات بما فيها الإنسان، وما تختلج به نفسه.
- الفطرة: الاعتراف بأنّ النفس خُلقت على فطرة سليمة؛ لقوله تعالى: ﴿فَطَرَهُ اللَّهُ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ﴾ [الروم: ٣٠]، وهذه النفس لها قابليّة لاكتساب الخير والشر؛ لقوله تعالى: ﴿فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا﴾ [الشمس: ٨].
- المسؤولية: حيث يتحمّل الإنسان مسؤولية أفعاله، وسيُحاسب عليها؛ لقوله تعالى: ﴿كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ﴾ [المدثر: ٣٨].
- لكلّ عملٍ أثر: أي إنّ كلّ ما يقوم به الإنسان في هذه النشأة له أثر، سواء في هذا العالم أم في عالم الآخرة؛ لقوله تعالى: ﴿فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ \* وَمَنْ يَعْمَلْ

مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ﴾ [الزلزلة: ٧-٨].

■ التزكية: ضرورة السعي المستمر لتزكية النفس، بغرض إبعادها عن المعاصي واتباع الشهوات المحرمة، ﴿قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا\* وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا﴾ [الشمس: ٩ - ١٠].

■ الاختيار: أي لدى الإنسان حرية الاختيار؛ لقوله تعالى: ﴿إِنَّا هَدَيْنَاهُ السَّبِيلَ إِمَّا شَاكِرًا وَإِمَّا كَفُورًا﴾ [الإنسان: ٣].

■ الإيمان بعالم الغيب: أي إن هناك أموراً غير محسوسة وغير مادية أو مشاهدة لا بد أن نؤمن بوجودها، ولها إمكانية التأثير في الإنسان؛ لقوله تعالى: ﴿الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ﴾ [البقرة: ٣].

■ الإنسان كائن مركب من مادة وروح: فهو مخلوق من جسد من طين وروح إلهية؛ لقوله تعالى: ﴿فَإِذَا سَوَّيْتُهُ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي فَقَعُوا لَهُ سَاجِدِينَ﴾ [الحجر: ٢٩].

إن هذا التصور للإنسان هو جزء من الإطار المفاهيمي، والخلفية النظرية التي تحكم الرؤية الخاصة للنفس الإنسانية، ولا يمكن إغفال ذلك، حينما نريد وضع أي إجراء أو علاج، أو توجيه للنفس الإنسانية، بكلّ حيثياتها وأبعادها، وهذا التصور يشكّل جوهر الاختلاف بين المقاربة القرآنية أو الإسلامية للنفس، وبين النظريات النفسية الغربية، وآليات علاج النفس، أو إرشادها وتوجيهها.

### ٣- خصائص النفس الإنسانية في القرآن الكريم

يتحدّث القرآن الكريم عن ثلاث حالات للنفس الإنسانية هي:

- النفس الأمارة بالسوء: وهي النفس التي تميل إلى الشهوات والملذات، وتُغري صاحبها بارتكاب المعاصي. قال تعالى: ﴿إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ﴾ [يوسف: ٥٣].
- النفس اللوامة: وهي النفس التي تلوم صاحبها على التقصير في الطاعات أو ارتكاب المعاصي، وتُحفّزه على التوبة والرجوع إلى الله، قال تعالى: ﴿وَلَا أُفْسِمُ بِالنَّفْسِ اللّوَامَةِ﴾ [القيامة: ٢].

■ - النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ: وهي النفس التي بلغت درجة عالية من الإيمان والرضا بقضاء الله، فتعيش في سكينه وطمأنينة. قال تعالى: ﴿يَا أَيَّتُهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ \* ارْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَّرْضِيَّةً﴾ [الحجر: ٢٨].

وهذه الأحوال الثلاثة للنفس - وفقاً للقرآن الكريم - تختلف وتمتاز كل واحدة منها عن الأخرى، وهذا التحديد، وإن كان يحتاج إلى كثير من التوضيح، والشرح والبيان، لكنه يُشكّل مدخلاً ضرورياً لفهم النفس البشرية، وكيفية التعامل معها.

### رابعاً: العلاقة بين النَّفْسِ وَالسُّلُوكِ فِي الْمَنْظُورِ الْقُرْآنِيِّ

يُبرز القرآن الكريم العلاقة الوثيقة بين النفس والسلوك؛ حيث يُشكّل حال النفس دافعاً رئيساً لأفعال الإنسان، فالنفس الأمارة بالسوء تدفع صاحبها نحو المعاصي، فيما تُحفّز النفس اللوامة على التوبة والإصلاح، وتوجّه النفس المطمئنة صاحبها نحو الطاعات والرضا، قال تعالى: ﴿قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا \* وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا﴾ [الشمس: ١٠]؛ إذ نفي هذه الآية بأن تزكية النفس تؤدي إلى صلاح السلوك، فيما يؤدي دسها إلى الفساد والانحراف. ويُقدّم علم النفس القرآني إطاراً شاملاً لفهم النفس الإنسانية، يُبرز مراتبها وتأثيرها في السلوك، ومن خلال التزكية والارتقاء بالنفس، يُمكن للإنسان تحقيق التوازن النفسي والروحي، ما يُسهم في بناء مجتمع فاضل قائم على القيم والأخلاق. نعم؛ يحتاج علم النفس القرآني إلى مزيد من الأبحاث والدراسات، والتمحيص لاستكمال عملية العلاج التفصيلي لكثير من الأمراض النفسية التي تحيط ببناء مجتمعنا، من خلال الرؤية القرآنية للنفس، خاصة على مستوى الاضطرابات والتحديات النفسية المعاصرة والمستجدة.

### خامساً: الأسباب النَّفْسِيَّةُ لِلنَّزَعَةِ الْاسْتِهْلَاكِيَّةِ فِي ضَوْءِ عِلْمِ النَّفْسِ الْقُرْآنِيِّ

#### ١ - النَّزَعَةُ الْاسْتِهْلَاكِيَّةُ مِنْ مَنْظُورٍ قُرْآنِيِّ عَامٍّ

ترتبط النزعة الاستهلاكية ارتباطاً وثيقاً بمفاهيم الجشع، والترف، والتبذير؛ حيث تعكس هذه المفاهيم جوانب مختلفة من السلوك الاستهلاكي المفرط:

## أ- الجشع

يرتبط الجشع بالنزعة الاستهلاكية؛ بوصفه دافعاً نفسياً يقود الأفراد إلى الرغبة المفرطة في اقتناء المزيد من السلع والخدمات، دون تقدير حقيقي للحاجة. هذا السلوك غالباً ما ينطلق من فراغ داخلي أو شعور بالنقص، ما يدفع الإنسان إلى التعويض عبر التملك والاستهلاك. والجشع لا يراعي تأثير هذا التملك في الآخرين، سواء من حيث العدالة الاجتماعية أم استنزاف الموارد. قال تعالى: ﴿وَتُحِبُّونَ الْمَالَ حُبًّا جَمًّا﴾ [الفجر: ٢٠]، وهي آية تشير إلى الميل الفطري عند الإنسان نحو المال، لكن قد يتحوّل هذا الحبُّ إلى جشع مرضي إذا لم يُضبط بالوعي والإيمان، فعن الإمام علي (عليه السلام) أنه قال: «الحرص مفتاح التعب، ومطيّة النَّصَب، وسارق الشرف، ودليل على ضعف العقل»<sup>(١)</sup>.

والجشع الاقتصادي «لا يعني فقط حبّ المال، بل هو الرغبة المتزايدة في التملك حتى لو جاء ذلك على حساب الآخرين وحقوقهم، وهو من السمات البارزة في المجتمعات الرأسمالية الاستهلاكية»<sup>(٢)</sup>، مضافاً إلى ذلك، فقد «نهى الإسلام عن الجشع؛ لأنّه يقود إلى الظلم، ويزرع الحقد بين الناس، ويجعل المال هدفاً بدل أن يكون وسيلة»<sup>(٣)</sup>.

## ب- الترفّ

الترفّ يمثل أحد أبرز مظاهر النزعة الاستهلاكية؛ لأنّه يعني العيش في رفاهية زائدة تتجاوز الحاجات الرئيسة للإنسان، والإنفاق على الكماليّات والسلع الفاخرة. وهذا السلوك ينشأ في الغالب من ثقافة استهلاكية تروّج لاعتبار الامتلاك معياراً للنجاح الاجتماعي. والترفّ وفق المفهوم الديني والاجتماعي، يُعدُّ علامة على ضعف المسؤولية وخلل يُصيب التعامل مع قضايا المجتمع الجوهرية، قال تعالى: ﴿وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا﴾ [الإسراء: ١٦]، أي إنّ الترفّ سببٌ في فساد المجتمعات وهلاكها، إذا استُخدم دون ضوابط، فعن الإمام الصادق (عليه السلام): «إنَّ الله

١ - شريف الرضي: نهج البلاغة، الحكمة رقم ٢٢٦

٢ - عبد الرحمن يسري: الاقتصاد الإسلامي في مواجهة الجشع الرأسمالي، ص ٩٢.

٣ - يوسف القرضاوي: الحلال والحرام في الإسلام، ص ٢٤٣.

يبغض كثرة الأكل، ويكره كثرة النوم، ويكره كثرة الراحة، ويكره الترف، وإنما العبد عبد الله، ما دام على ما يحبُّ الله»<sup>(١)</sup>.

وهنا لا بدَّ من الإشارة إلى أن «الترف لا يقتصر على مجرد الرفاهية، بل يتحوَّل إلى سلوك استهلاكي يُنتج فجوة طبقية، قد تُؤدِّي إلى التمرد الاجتماعي إذا لم يُضبط<sup>(٢)</sup>». وهذا ما حذر الله -تعالى- منه، عندما اعتبر الترف سبباً لهلاك القرى والمجتمعات.

### ج- التبذير

التبذير هو وجه آخر للنزعة الاستهلاكية، يتمثل في إنفاق المال أو استهلاك الموارد دون حاجة، ما يؤدي إلى استنزاف الثروات الفردية والعامّة. وهذا السلوك لا يُدان فقط لأنه غير اقتصادي، بل لأنه يتعارض مع قيم الاعتدال والوعي البيئي والاجتماعي. والتبذير في الإسلام والفكر التربوي الإسلامي مرفوض بشدّة، ويُعدُّ من صفات الشياطين، قال تعالى: ﴿إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ﴾ [الإسراء: ٢٧]، وهو تصريح صريح بدم هذا السلوك وربطه بالشياطين، لما فيه من فساد وعبث، فعن الإمام علي عليه السلام قال: «لَا تُبَدِّرْ فَعُوزَ، وَلَا تَقْتَرُ فَتُجْحَفَ»<sup>(٣)</sup>، كما أنّ التبذير هو «نوع من الفساد المالي، لا ينتج عنه إلا الهدر وضياع الموارد، وهو سلوك مرفوض اقتصادياً وخلقياً»<sup>(٤)</sup>.

## ٢ - الأسبابُ النَّفسِيَّةُ للإفراطِ في الاستهلاكِ

النزعة الاستهلاكية هي واحدة من الظواهر الاجتماعية والنفسية التي ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بالمجتمعات المعاصرة، خاصّة في ظلّ التغيّرات الاقتصادية التي تمرُّ بها دول العالم، وزيادة

١ - محمد بن يعقوب الكليني: الكافي، ج ٥، ص ٨٧.

٢ - عبد العزيز الخضر، تحولات الترف في الخليج، ص ٣٨.

٣ - نهج البلاغة، الحكمة رقم ٣٤٢

٤ - محمد عبده، رسالة التبذير والاقتصاد، ص ٢٠٤.

القوة الشرائية والتقدم التكنولوجي. وهذه النزعة لا تقتصر فقط على الاستهلاك المادي، بل تشمل أيضاً الانغماس في الأنماط الثقافية والاجتماعية التي تروج لها بعض الوسائل الإعلامية والإعلانات التجارية.

من هنا تأتي الحاجة لفهم الأسباب النفسية لهذه الظاهرة وعلاجها من خلال منطلقات علم النفس القرآني الذي يوفر إرشادات وتوجيهات تربوية وخلقية؛ تهدف إلى تهذيب النفس الإنسانية ومنعها من الانجراف وراء الاستهلاك المفرط.

في هذا السياق، سنعرض أبرز الأسباب النفسية للنزعة الاستهلاكية في ضوء علم النفس القرآني، مع تقديم بعض الحلول والمعالجات لهذه الظاهرة، بناءً على المفاهيم القرآنية والتوجيهات الإيمانية التي تهدف إلى تعزيز الوعي والفهم الصحيح للمال واستهلاكه.

### أ. ضعف الوازع الديني والخلل في معرفة منظومة القيم الدينية والالتزام بها

إن الوازع الديني هو أحد الأسس النفسية المهمة التي تسهم في توجيه سلوك الإنسان وتحديد أولوياته في الحياة. ومن أبرز الأسباب التي تؤدي إلى النزعة الاستهلاكية المفرطة، ضعف الوازع الديني وفقدان الوعي بأهمية القيم الدينية. وفي المجتمعات التي يغيب فيها الوعي الديني، يواجه الأفراد صعوبة في التحكم في رغباتهم المادية؛ مما يعزز من استهلاكهم المفرط وتبذيرهم.

وفي ضوء علم النفس القرآني، يُعتبر الوازع الديني حاجزاً نفسياً يحمي الفرد من الانجراف وراء رغباته وشهواته المادية؛ ما يعزز قدرة الإنسان على تحقيق التوازن في حياته. وفي هذا السياق، يشير القرآن الكريم إلى أهمية التقوى والابتعاد عن التعلق الزائد بالمال. على سبيل المثال، يذكر الله تعالى: ﴿زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالبَنِينَ وَالقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالفِضَّةِ وَالحَبْلِ المُسَوِّمَةِ وَالأَنْعَامِ وَالحَرْثِ ذَٰلِكَ مَتَاعُ الحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ المَآبِ﴾ [آل عمران: ١٤]. ففي هذه الآية يُبين القرآن أنَّ حُبَّ المال والزينة المادية في الحياة الدنيا أمر طبيعي، لكن يعقب ذلك بالتحذير الضمني من الانغماس أو الإفراط في هذا الحب، لِيؤكد أنَّ الأفضل للإنسان المؤمن، هو ما عند الله في الآخرة من نعيم مُقيم.

### ب. تأثير البيئة والوسط الاجتماعي في انتشار النزعة الاستهلاكية والتبذير والتفاخر

تؤدي البيئة الاجتماعية دوراً مهماً في تشكيل سلوكيات الأفراد، وخاصة فيما يتعلق بتوجهاتهم نحو الاستهلاك. في المجتمعات التي تروج للمظاهر والرفاهية، يزداد الضغط الاجتماعي على الأفراد لاستهلاك المزيد من السلع؛ بغية تحقيق قبول اجتماعي أو لإظهار الثراء والمكانة، فالنزعة الاستهلاكية لا تقتصر على الفرد بحد ذاته، بل تُعتبر أيضاً انعكاساً للضغط الاجتماعي والمجتمعي. عندما يتعرض الأفراد للأفكار التي تروج لها الإعلانات التجارية ووسائل الإعلام، فتتأثر أذهانهم بأفكار مبالغ فيها عن «السعادة» والنجاح الذي يرتبط بشراء السلع الفاخرة أو امتلاك الأشياء المادية. لذلك نجد القرآن الكريم يحث على الاعتدال في إظهار المال والمكانة الاجتماعية، إذ يُحذّر من التفاخر بها. قال الله تعالى في سورة الحديد: ﴿اعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُمْ وَزِينَتُهُمْ وَقَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ﴾ [الحديد: ٢٠].

### ج- النزعة إلى التملك باعتباره تعويضاً عن نقصٍ نفسي

يُعتبر التملك مظهرًا من مظاهر الرغبة في السيطرة والتعويض عن النقص النفسي، فالأفراد الذين يعانون من مشاعر الفراغ أو القلق قد يلجؤون إلى شراء الأشياء أو التعلق بالماديات للهروب من مشاعر العجز والتوتر، ومن الأسباب النفسية الأخرى التي تدفع الأفراد نحو الاستهلاك، محاولة سدّ الفراغ الداخلي الذي يشعرون به.

إنَّ غياب الوعي العقدي والإيماني أو الاستقرار النفسي قد يجعل الشخص يشعر بأنه في حاجة إلى ملء هذا الفراغ من خلال التملك المفرط للأشياء المادية.

هناك أيضاً، علاقة بين القلق والتوتر وبين الاستهلاك المفرط. فالأفراد الذين يعانون من القلق الدائم أو التوتر النفسي، ينجذبون إلى التسلية المؤقتة التي قد يوفرها لهم الاستهلاك وشراء السلع بكثرة والتبذير. بالمقابل يدعونا علم النفس القرآني إلى الرجوع إلى أنفسنا والبحث عن السكينة والاطمئنان الداخلي من خلال التوجه إلى الله عز وجل والاشتغال بعبادته وذكره، يقول سبحانه وتعالى: ﴿أَلَا يَذْكُرُ اللَّهُ تَطْمِئِنُّ الْقُلُوبُ﴾ [الرعد: ٢٨].

## د- فقدان الإحساس بالكفاية النفسية والرضا

من الأسباب النفسية الأخرى للنزعة الاستهلاكية، فقدان الإحساس بالكفاية النفسية، ما يجعل الشخص يسعى للحصول على المزيد من الأشياء المادية واقتنائها ليشعر بنوع من الاكتفاء. إنَّ فقدان الرضا الداخلي يدفع بعض الأفراد إلى البحث عن السعادة في الخارج، وهنا قد يُصبح الاستهلاك المفرط هو السبيل الوحيد لتحقيق هذا الشعور المفقود؛ حيث يشعر بعض الأفراد أنَّهم لن يكونوا «مكتفين» أو «راضين» إلا إذا امتلكوا الأشياء المادية المترفة؛ ما يعزِّز من السعي وراء الاستهلاك المفرط وغير المبرر.

## سادساً: كيفية العلاج في ضوء علم النفس القرآني

### ١. ترسيخ قيمة القناعة والرضا:

﴿كَيْلًا تَأْسُوا عَلَىٰ مَا فَاتَكُمْ وَلَا تَفْرَحُوا بِمَا آتَاكُمْ﴾ [الحديد: ٢٣]، القناعة قيمة عليا في ميزان النفس الإنسانية، وهي تعني في جوهرها الرضا بما قسم الله للعبد، من غير تطلُّع إلى ما في أيدي الناس من نعم، ولا حزن مفرط على ما فقد منها. وهذه القيمة تشكّل تريباً للعديد من المشكلات النفسية المعاصرة، كالاكتئاب، والقلق، والاحترق النفسي الناتج عن المقارنات المستمرة، بين ما يملكه الإنسان وما يملكه الآخرون.

وتشير هذه الآية الكريمة إلى أنَّ النفس البشرية تحتاج إلى توازن انفعالي، فلا تقع فريسةً للأسى إذا فقدت شيئاً، ولا للشعور بالزهو إذا نالت نعمةً ما. فكلمة «تأسوا» تدلُّ على حالة نفسية متكررة تصيب الإنسان عندما لا يُحقِّق ما يُريد، وقد تكون هذه الحالة مؤقتة أو مستديمةً بحسب شدة التعلُّق بالمفقود. بينما «تفرحوا» هنا لا تعني الفرح المحمود، بل الفرح المشوب بالغرور الذي يدفع الإنسان إلى الفخر والتفاخر والزهو.

وفي هذه الآية الكريمة يعلِّمنا القرآن مبدأ «الاتزان العاطفي»، وهو مفهوم يوازي في علم النفس الحديث ما يُعرف بالمرونة الانفعالية أو «Emotional Agility»، وهي مهارة تُكتسب وتُدرَّب عليها النفس، حتى تصل إلى حالة من التوازن تمنعها من الانهيار عند الأزمات، أو الغرور عند النجاحات.

وقد كشفت أبحاث علم النفس، أن الأفراد الذين يتحلّون بالقناعة يعيشون حياة أكثر استقراراً نفسياً، وأقل تأثراً بالمتغيّرات المادّية. فالشخص القنوع يملك طاقةً داخليةً تمكّنه من التركيز على ما لديه وتقديره، بدلاً من الدوران المستمرّ في حلقة الطموحات غير المنتهية. ويؤدّي ذلك إلى تحسين جودة الحياة والرضا الذاتي. والتربية على القناعة يجب أن تبدأ من الطفولة؛ حيث يُعلّم الطفل أن لا يربط حبه لنفسه أو لغيره بما يملكه من أشياء، بل بما يحمله من قيم. ويُستعان في ذلك بالاستفادة من سير الأنبياء والصالحين الذين لم تكن السعادة في حياتهم مقرونةً بالمظاهر المادّية، وكثرة الاستهلاك، بل بالإيمان والعمل الصالح.

## ٢ . تربية النفس على الزهد وضبط الشهوات؛ لقوله تعالى:

﴿وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَذَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ﴾ [الذاريات: ٤٠].

الزهد في المفهوم القرآني ليس تركاً للدنيا، بل تحرراً منها؛ بحيث لا يملك الإنسان الشيء وهو مُستعبد له، بل يملك الأشياء دون أن تُسيطر عليه. فالآية تُحدّد منهجاً نفسياً واضحاً للسمو فوق الشهوات، من خلال عنصرين اثنين: الخوف من مقام الرب، ونهي النفس عن الهوى، فمن خاف مقام ربه، تعني إدراك عظمة الله واستحضار مراقبته وحسابه، وهذا الإحساس يولّد رهبة داخلية تُحفّز على محاسبة النفس، ومراقبة نزعاتها، وعدم الاستجابة الفورية لرغباتها. أما «ونهي النفس عن الهوى»، فهي دعوة للتربية الذاتية المستمرة التي يدرّب فيها الإنسان نفسه على مقاومة الإغراءات، وتأجيل الإشباع، والتمييز بين ما ينفع وما يضرّ.

## ٣ - تعزيز الرقابة الذاتية لقوله تعالى:

﴿إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾ [النساء: ١].

الرقابة الذاتية جوهر الاستقامة النفسية والخلقية، وهي من أنجع الوسائل لضمان الثبات السلوكي بعيداً عن الضغوط الخارجية. والقرآن الكريم يؤسّس لهذا المعنى بعبارة قصيرة لكنها بالغة التأثير: ﴿إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾، فالوعي بأنّ الله مُطلّع على سرائرنا وأعمالنا يولّد

نوعاً من المراقبة الذاتية التي تضبط التصرفات حتى في أدقّ المواقف، وهو ما يُسمّى اجتماعياً بـ «الضمير الحي». غير أنّ الفرق بين الرقابة القرآنية والضمير المجتمعي، هو أنّ الأولى ثابتة وشاملة، لا تتأثر بالبيئة أو العرف.

#### ٤ . التربيّة على الإنفاق المعتدل والمتوازن؛ لقوله تعالى:

﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾ [الفرقان: ٦٧].

إنّ الاستهلاك المفرط سمةٌ من سمات المجتمعات المعاصرة، وقد نتج عنه اضطرابات مالية، وضغوط نفسية، ومشكلات أسرية. والقرآن الكريم يدعو إلى الاعتدال، ويقدم نموذجاً راقياً في التعامل مع المال، انطلاقاً من قاعدة: لا إسراف ولا تقتير، وإنّما قوام وتوازن.

والإسراف غالباً ما يُخفي وراءه فراغاً نفسياً، أو رغبة في إرضاء الآخرين، فيما التقتير يُخفي خوفاً مَرَضِيّاً من الفقر، أو إحساساً دائماً بعدم الأمان. وكلا السلوكين يؤديان إلى اختلال في نفسية الفرد، ويُشوّهان علاقته بالمال.

أما الإنفاق المتوازن، فيترجم إلى راحة داخلية، وثقة في الرزق، وإحساس بالمسؤولية. وتشير دراسات في الاقتصاد السلوكي إلى أنّ التوازن المالي يُسهم في خفض التوتر، ويعزز الاستقرار الأسري، ويُطيل من الشعور بالرضا الذاتي، ومن المهمّ أن تُربى الأجيال الجديدة على فهم فلسفة المال في الإسلام، باعتباره وسيلة لا غاية، وعلى قيم مثل الادّخار، والصدقة، والمسؤولية في الشراء، حتى لا تقع في فخ المظاهر والديون والقلق المالي.

#### ٥ - بناء هويّةٍ نفسيّةٍ متوازنةٍ قائمةٍ على الكفايةِ الذاتيّةِ والرّضا الإيمانيّ:

الهويّة النفسية حجر الزاوية في شخصية الإنسان، وهي التي تُحدّد من هو، وما غايته، وما المرجعية التي يحتكم إليها. والقرآن الكريم يُقدّم تصوّراً شاملاً لبناء هذه الهويّة على أسس متينة: العبودية لله، والخلافة في الأرض، والكرامة الإنسانية.

وحين يدرك الإنسان هذه المعاني، يُصبح أقلُّ تأثراً بتقلُّبات الخارج، وأكثر تماسكاً أمام إغراءات الاستهلاك، وأقدر على اتخاذ قرارات منبثقة من ذاته، لا من ضغط المجتمع أو الإعلام أو الدعاية، وهذا ما يُسمَّى في علم النفس «الهويَّة المتكاملة». والرضا الإيماني يُعفي النفس من اللُّهات خلف رضا الناس، ويُغنيها عن القلق المزمّن بشأن المستقبل. كما أنَّ الكفاية الذاتية تُحصِّنُها ضدَّ التبعية، وتُساعدُها على بناء شبكة دعم داخلية متينة.

وتؤكِّد دراسات في علم النفس أن الأفراد الذين يتمتَّعون بهويَّة روحية واضحة، هم أقلُّ عُرضَةً للاكتئاب، وأكثر شعوراً بالمعنى في حياتهم، وأقوى في مواجهة المحن. إنَّ علم النفس القرآني لا يُقدِّم وصفات آنيَّة، بل منهجاً متكاملًا لتزكية النفس وبنائها وتحقيق سلامها الداخلي. فالقرآن يُعلِّمنا كيف نرى الحياة، وكيف نفهم أنفسنا، وكيف نضبط مشاعرنا، ونُهذِّب شهواتنا، ونتفاعل مع ما يمرُّ بنا من أفراح وأحزان.

## خاتمة

في ظلِّ تضخُّم الأنماط الاستهلاكية في المجتمعات المعاصرة، برزت الحاجة إلى مراجعة المنطلقات الفكرية التي توجَّه السلوك الإنساني. ومع تزايد المشكلات النفسية المرتبطة بها أو الناتجة عنها، بات واضحاً أنَّ الإنسان فقد بوصلته الداخلية، وانجرف خلف منظومة قيمية ماديَّة، تقيِّمه بناءً على يملك لا على ما يكون.

وفي هذا السِّياق، يبرز المنظور القرآني للنفس البشرية بوصفه إطاراً شاملاً يُعيد تعريف الإنسان، ويضبط دوافعه، ويوجَّهه نحو حياة متوازنة روحياً وسلوكياً. وتشكِّل النزعة الاستهلاكية أحد أبرز المشكلات التي يُمكن للقرآن أن يُسهِّم في معالجتها عبر مقارنته المتكاملة لفهم النفس ودوافعها.

إنَّ النزعة الاستهلاكية، بما تحمله من أبعاد نفسية واجتماعية وثقافية، تمثِّل تحدياً معقِّداً يرتبط بجوهر الإنسان وهويَّته في العصر الحديث. وقد حاولنا في هذه المقالة أن نكشف عن حقيقة هذه الظاهرة؛ باعتبارها ليست مجرد سلوك اقتصادي، بل تعبيراً عن اضطراب أعمق في

منظومة القيم والهوية. كما تبين أنّ علم النفس القرآني يقدم إطاراً عاماً لا بدّ من الاستناد إليه لفهم النفس وسبل تركيتها، بما يساعد على كبح هذه النزعة من خلال تفعيل قيم القناعة، والاعتدال، والرقابة الذاتية.

وفي سياق هذه المعالجة، نقدّم التوصيات الآتية:

- إدماج التربية الاستهلاكية في المناهج التعليمية: من خلال تعزيز مهارات التمييز بين الحاجة والرغبة، وتعليم تدريب الناشئة على التفكير النقدي تجاه الإعلانات.
- تعزيز الوعي الديني والروحي: عبر برامج توعويّة تُظهر دور القيم القرآنية في تحقيق التوازن النفسي والسلوكي.
- تنظيم سوق الإعلانات الرقمية والإعلام الاستهلاكي: بسنّ قوانين تحدّ من الاستهداف النفسي للمستهلكين، خاصة الأطفال والمراهقين.
- اتخاذ نماذج اقتصادية بديلة: مثل الاقتصاد الدائري؛ لتقليل الهدر وتعزيز الاستهلاك المسؤول.
- تشجيع الأنماط الحياتية البسيطة: من خلال دعم المبادرات التي تروّج لثقافة القناعة والاكتفاء، بما يعزّز من المعنى الداخلي ويقلّل من التبعية للاستهلاك.
- تفعيل دور المؤسسات الدينية والإعلامية: لإعادة صياغة خطاب يُقاوم النزعة الماديّة، ويعيد الاعتبار للإنسان بوصفه كائنًا متكاملًا لا يُقاس بما يملك.

## المصادر والمراجع

- أحمد زكي بدوي: الاستهلاك والهوية الاجتماعية، القاهرة: دار الفكر العربي، ط ١، ٢٠٠٧.
- أحمد عبد الحليم بدر: علم النفس العصبي المعرفي، القاهرة: دار الشروق، ط ١، ٢٠١٥.
- إريك فروم: الإنسان بين الجوهر والمظهر، ترجمة جورج طرابيشي، بيروت، دار الساقي، ط ٢، ٢٠١٠.
- حسين العودات: البيئة والتنمية المستدامة في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط ١، ٢٠٠٨.
- سامي نصر: الاستهلاك والمجتمع: دراسة سوسولوجية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط ١، ٢٠١٥.
- السيد علي حمود: الاستهلاك القهري: الأسباب والتناج والعلاج، القاهرة، دار الفجر، ط ١، ٢٠١٦.
- عبد الرحمن يسري: الاقتصاد الإسلامي في مواجهة الجشع الرأسمالي، القاهرة، مكتبة وهبة، ط ١، ٢٠١٠.
- عبد الستار إبراهيم: الأرض اليباب: دراسة في اضطرابات النفس المعاصرة، الكويت، عالم المعرفة، ط ١، ٢٠٠٠.
- عبد العزيز الخضر: تحولات الترف في الخليج، دبي، مركز المسبار، ط ١، ٢٠١٤.
- عبد الله أحمد عبد الله: الاستهلاك والاغتراب النفسي، الرياض، دار الزهراء، الرياض، ط ١، ٢٠١٠.
- عبد الله أحمد عبد الله: الاستهلاك والاغتراب النفسي، الرياض، دار الزهراء، ط ١، ٢٠١٠.
- عبد الوهاب المسيري: العالم من منظور غربي، القاهرة، دار الشروق، ط ١، ٢٠٠٦.

- عماد علي دياب: الاستهلاك كتعويض نفسي: قراءة سوسيولوجية، مجلة دراسات نفسية واجتماعية، العدد ١٢، ٢٠٢٠.
- كارل يونغ: الإنسان ورموزه، ترجمة: سمير عباس، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط١، ١٩٩٨.
- محمد الحاج سالم: الاستهلاك والهوية في المجتمعات المعاصرة، بيروت، دار المدار الإسلامي، ط١، ٢٠١٩.
- محمد شعلان: الاستهلاك والصحة النفسية: قراءة في أثر القيم المادية، مجلة علم النفس، العدد ٩١، ٢٠١٤.
- محمد شعلان: القلق والاكتئاب: الأسباب وطرق العلاج، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ٢٠١١.
- محمد عبده: رسالة التبذير والاقتصاد، مجلة المنار، المجلد ٨- ١٩٠٥.
- مصطفى حجازي: التخلف الاجتماعي: مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور، بيروت، المركز الثقافي العربي، ط١، ٢٠٠١.
- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ط١، ٢٠٠١.
- نعمان عبد الغني: التسويق العصبي: آليات التأثير الخفي في المستهلك، مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد ١٨٤، ٢٠١٨.
- هارتموت روزا (Hartmut Rosa): التسارع: نقد اجتماعي للزمن، الناشر Polity Press، المملكة المتحدة، ط١، ٢٠٢٠.
- يوسف القرضاوي، الحلال والحرام في الإسلام، مكتبة وهبة، لام، ط١٩، ٢٠٠٣.