

أنماط تفاعل الشباب المصري مع شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بهويتهم الثقافية: تحليل نقدي في ضوء مبادئ الحدائثة الجديدة "Metamodernism"

د. عادل رفعت عبد الحكيم (*)

مقدمة:

اختلف المفكرون في تحديد نشأة ما يعرف بالحدائثة، فالبعض يرى أنها ظهرت في فكر الفيلسوف الفرنسي "رينيه ديكرت" في القرن السابع عشر، بينما يربطها آخرون بعصر التنوير في أوروبا خلال القرن الثامن عشر⁽¹⁾، والبعض يربطها بالثورة الأمريكية سنة 1776م والثورة الفرنسية 1789م⁽²⁾.

وتطورت الأفكار التي تجسدت من خلالها مفاهيم الحدائثة خلال القرن التاسع عشر الذي شهد -أيضاً- ظهور الأنظمة التقنية الأساسية للاتصال، وتكريس مبدأ التداولية الديمقراطية، إذ احتضن هذا القرن ميلاد رؤى وأفكار تأسيسية، ترى في الاتصال عامل اندماج وتواصل للمجتمعات الإنسانية، وصار أساساً لأيدولوجية التقدم بدلاً من تمركزه قديماً في شبكات فيزيائية (مادية).

وظلت الأفكار الحدائثة في الغرب (الاشتراكية، والحقائق الشاملة، والدين ... وغيرها) تتصارع حتى الربع الأخير من القرن العشرين، عندما راجت أفكارٌ جديدة وتأسست وفقاً لها مرحلةٌ جديدةٌ أطلق عليها "مرحلة ما بعد الحدائثة" التي قامت على فكرة تجريد المعنى من السلطة على المنتج الثقافي، فكل المعاني ممكنة ويمكنها أن تتعايش معاً دون تناقضات وجوذية.

بعد ذلك، وخلال العقد الأخير من القرن العشرين، حدثت تحولات كثيرة وسريعة ليس في طبيعة الإنتاج الثقافي فحسب بل في أشكال السلطة وهيكلية القوة ومعنى المعرفة وطرائقها، فالتكنولوجيا المعاصرة أوجدت أفكاراً جديدة أعادت ترتيب العالم، وأعطت تعريفات جديدة لكثير من المفاهيم؛ المنتج والمنتج والمستهلك لكل معطيات الحياة، وعلى الصعيد الثقافي لم يعد المستهلك -كما تفترض العلاقات في مجتمع ما بعد الحدائثة- مجرد متلقٍ للمنتجات الثقافية، بل أصبح جزءاً لا يتجزأ من عمليتي الإنتاج والاستهلاك، وأطلق على تلك المرحلة اسم الحدائثة الجديدة Meta Modernism⁽³⁾، أو الحدائثة المغايرة Alter-Modern⁽⁴⁾، أو بعد ما بعد الحدائثة Post Post Modernism⁽⁵⁾، ولم يستقر المفكرون على تسمية واحدة لها بعد.

* المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنوفية.

بدأ ذلك النمط الثقافي مع ظهور برامج تليفزيون الواقع وانتشار برامج المواهب التي لا يمكن لها أن تكتمل دون تصويبات المشاهدين، ثم تطور الأمر مع تطوّر طريقة تلقّي الأخبار عبر شبكة الإنترنت، وانتشار المنتديات الإلكترونية والمدونات، ثم حدثت الثورة الطاغية في ذلك الفضاء اللامتناهي مع ظهور ما عُرف بالشبكات الاجتماعية، التي ألغت حدود المعرفة التقليدية القديمة وأثرت في جميع عناصر العمليات الاتصالية المختلفة.

فالمزيج التسويقي التقليدي مثلاً رباعي التكوين الذي كان يتمثل في (المنتج "Product"، والسعر "Price"، والترويج "Promotion"، والتوزيع "Place") أضيف له مكّون جديد أسماء خبراء التسويق المشاركة "Participation"⁽⁶⁾، ثم اختلف المزيج كلية نتيجة تغيّر طبائع مكوناته بسبب التكنولوجيا. فقواعد التسعير اختلفت عن ذي قبل، وآليات الترويج انقلبت قواعدها، وتطورت طرق التوزيع، وبات كل ذلك يعتمد على طريقة تفاعل المواطن "المستهلك" مع تلك المكونات، فأصبح المستهلك شريكاً أساسياً في عمليات الترويج، والتوزيع، والتسعير، وأخيراً الإنتاج ذاته.

حدث ذلك نتيجة تماهي الحدود الفاصلة بين أشكال الاتصال التقليدية، فالصحافة المطبوعة باتت تُقدّم من خلال مواقع إلكترونية توفرّ عناصر تفاعلية جديدة، والبيت الإذاعي والتليفزيوني الأرضي والفضائي أصبح يشاهد من خلال وسائط اتصالية أكثر حداثة عبر الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية. ليتحرر المشاهد من القيود القديمة للمواد الإعلامية (نوْعاً وكَمّاً). كما تغيّرت كثير من القواعد فأصبح مستهلك المادة الإعلامية منتجاً لها عبر التطبيقات المتعددة مثل " Facebook live, YouTube ... وغيرها".

وقد أحدث انتشار شبكات التواصل الاجتماعي تغيّراً في شكل ومضمون الثقافة، وزالت الحواجز النفسية بين المنتج والمستهلك، حيث خلقت تلك الشبكات نوعاً من التواصل اللامحدود في اتجاهات متشابكة، فلم يعد هناك تمييز بين مصدرٍ ومتلقٍ، كما أنه في حالة وسائل الإعلام التقليدية (التليفزيون مثلاً) مهما بلغت قدرته على التأثير إلا أن فكرة أن التليفزيون يقدّم واقعاً متخيلاً أو موجّهاً وليس حقيقياً ظلت موجودة وإن كانت بنسبٍ ضئيلة. لكن الحال تغيّر مع الشبكات الاجتماعية، نظراً لكون الاتصال فيها يقوم بين أفراد حقيقيين داخل مجتمع واحد أو مجتمعات متعددة غالباً ما يعرفون بعضهم البعض بشكل شخصي (أو على الأقل يميلون إلى تصديق بعضهم البعض نتيجة التواصل الشخصي عبر تلك الشبكات)، ولهذا فإن الأفكار المنقولة عبر تلك الشبكات أقرب إلى تمثيل الواقع من الأفكار المنقولة عبر وسائل الاتصال التقليدية.

تلك التطورات الفكرية الثقافية لم يكن العالم العربي عموماً ومصر خصوصاً بمعزل عنها، لهذا، وفي ذلك الإطار، نحاول من خلال البحث الراهن

استكشاف وتحليل وتفسير طرائق استهلاك وإنتاج (تفاعل) الشباب المصري للثقافة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ونقد أنماط هذا التفاعل مع تلك الشبكات، ودراسة تأثيراتها على الهوية الثقافية عبر أبعاد محددة هي: (البعد المعياري، والبعد المعرفي، والبعد المادي).

أبعاد الهوية الثقافية التي يناقشها البحث:

يعرف الأنثروبولوجيون عمومًا الثقافة بأنها طريقة حياة، وأنها أسلوب الحياة الذي يميز مجتمع ما عن غيره من المجتمعات⁽⁷⁾. فالثقافة هي التي تقدم معنى للحياة، وتحددها أيضاً، كما أنها الشيء الذي يكمن خلف سلوكنا الاجتماعي، والبحث الراهن يركّز في دراسته لتأثير الشبكات الاجتماعية على الهوية الثقافية على أبعاد الثقافة باعتبارها محددًا أساسيًا للبحث والدراسة. تلك الأبعاد يقسمها "علي هاشم" إلى⁽⁸⁾:

- بعد معياري (normative)، ويعني مجموعة قواعد السلوك المختارة لمجتمع ما، ويشتمل على معايير (norms) وحوافز وزواجر (motives & sanctions) وقيم (values). وسيأتي تعريف كل منها في الجزء الخاص بمصطلحات البحث. والمعايير يقصد بها تلك التي تحدد الفعل (ماذا يجب أن أفعل؟) أما السلوك الحقيقي فيجسده السؤال (ما الذي أحب أن أفعله؟)⁽⁹⁾. لذا يفرّق البحث الراهن بين ما يجب فعله وما يقوم الشباب بفعله في الواقعين الحقيقي والافتراضي.

- بعد معرفي (cognitive)، ويقصد به عملية معالجة المعلومات (الترميز، الحفظ، واستعادة المعطيات)، فالبعد المعرفي يشمل مركّب الأفكار والمعارف، والأكثر أهمية ضمنها هو المعتقدات "الأفكار حول طبيعة الحقيقة". دون النظر إلى مدى صحة هذا المعتقد أو خطئه. وتكمن أهمية هذا البعد في أنه يؤسس لتصرفات الناس في المواقف المختلفة. تلك المعرفة الثقافية الرمزية التي يتعلم من خلالها وبواسطتها الأطفال، ويفهم الكبار هويتهم ومكانتهم في العالم⁽¹⁰⁾.

- بعد مادي (material)، ويتمثل في الأشياء المادية التي نستخدمها، والثقافة المادية تظهر في تصميم منازلنا، وطرفاتها، وألوان سياراتنا، واختياراتنا لملابسنا، وهذا البعد يرتبط تفسيره بالبعدين المعياري والمعرفي.

وتعدّ الحداثة الجديدة metamodernism، واحدة من أفضل المداخل النظرية التي تفسر تلك المرحلة المعاصرة للحداثة، ويسمّيها البعض بالحداثة المتذبذبة⁽¹¹⁾ لاتصافها بالتذبذب المستمر، وإعادة التوضع الثابت بين المواقف والأفكار التي تعيد ذكرى الحداثة وما بعد الحداثة، ولكنها توحى بفكرٍ آخر يتفاوض بين التوق إلى الحقائق الكونية من جهة، والنسبية السياسية من جهة أخرى، بين الأمل والشك، الإخلاص والسخرية، المعرفة والسذاجة، البناء والتفكيك⁽¹²⁾.

ولا تشير تلك الحداثية المنذبذبة إلى نظام فكري بعينه، أو إلى بنى شعورية خاصة. ولكنها تستنتج مجموعةً غزيرة من الأنظمة والأفكار والمشاعر، وتعيد موضوعة نفسها مع وبين هذه الثيمات. وتوصف بأنها "كثيرة وواحدة في الوقت نفسه"، "مجزأة وشاملة"، وهي أيضاً مقالية وليست علمية، منفتحة على كل الاحتمالات وليست مغلقة⁽¹³⁾. ولا بد تبعاً لذلك من قراءتها بوصفها موضوعاً حيويًا للنقاش وليست امتدادًا للدوغمائية القطعية، أو الجمود.

لهذا كله وبالاستناد إلى تحليل الأبعاد الثلاثة للثقافة (المعياري والمعرفي والمادي) لدى الشباب المصري، نسعى من خلال هذا البحث إلى الكشف عن مدى كون الشباب المصري نتيجة تفاعلاته مع الشبكات الاجتماعية مترددًا لا يتبنى معاييرًا أو قيمًا أو أشياء مادية ثابتة تشير إلى التكوين الثقافي المتوارث في مصر. ويركز البحث على دراسة تأثير العناصر المشكّلة للحداثة الجديدة مثل (قيم التحرر المطلق واللاقيد) المنتشرة عبر الشبكات الاجتماعية على الأبعاد الأساسية للهوية الثقافية للشباب المصري.

إشكالية البحث:

أوجدت ثورة المعلومات جدلاً واسعاً بين المثقفين حول تأثيراتها الثقافية والاجتماعية على مجتمعاتنا العربية، وعلى اختلاف التعبيرات التي استخدمها كل مثقف، اتفقت أغلبية هؤلاء المثقفين على أن تلك الثورة المعلوماتية أتاحت للمواطنين:

- القدرة على الانتقاء، فنظرية المتلقي السلبية لم يعد لها وجود في ظل ضرورات التفاعل التي فرضتها سطوة التكنولوجيا. فالمتلقي لا يعد موجوداً إلا إذا علق أو شارك أو ضغط زر الإعجاب أو عبّر بأي وسيلة من الوسائل المتاحة إلكترونياً عن موقفه إزاء ما يقرؤه من بيانات ومعلومات.

بل زاد الأمر على ذلك استخدام المتلقين العاديين للنصوص التي تتم مشاركتها عبر الشبكات الاجتماعية في سياقات جديدة، تختلف عن السياقات الأصلية التي أنتجت خلالها. وإعادة بلورتها لخدمة هدف ما يريد المواطن المشارك عبر تلك الشبكات تحقيقه. ناهيك عن التعبيرات المتوارية التي تخفي في جوانبها غير المنطوقة معانٍ لا يريد التعبير عنها صراحة (نتيجة الخوف من السلطة، أو خشية الدخول في معارك مع رؤساء في العمل أو خسارة مادية... إلى غير ذلك من المبررات). هذا الاستخدام يوّد نوعاً جديداً من التناص يصعب التنبؤ بكل مضامينه ومعانيه المحتملة. لهذا لا يمكن لقارئ آخر إعادة إنتاج ذلك النص بنفس المعاني التي عبّر عنها المؤلف الأول.

- إمكانية الوصول إلى مختلف الأفكار والمعلومات، حيث لا مجال للممنوعات التقليدية، لا في الدين، أو السياسة، أو الجنس أو غيرها.

- تعريف الشعوب بحياة وثقافات الشعوب الأخرى، فتكنولوجيا الاتصال الحديثة خلقت حتمية التواصل والانفتاح بشكل غير مسبوق. فالتعرف على الشعوب الأخرى وثقافتها لم يعد رهناً لتلك الوسائل التقليدية للمعرفة، والتي كانت تخضع لكثير من التعديلات بالصياغة والحذف والتجاهل حتى من جانب المؤلف نفسه لأمر يراها هو غير متوافقة مع المخاطبين (تلك الفكرة تجسدت في الثقافة الحدائية). وتحولت المعرفة إلى حالة وصفها خبراء الاتصال بـ"السائلة"⁽¹⁴⁾. تعبيراً عن سرعة تدفقها وصعوبة اعتراض طريقها.

تلك التطورات والإمكانيات التي أتاحتها الروافد الاتصالية المعاصرة تؤثر في الهوية الثقافية لمستخدميها، وهنا تكمن الخطورة من وجهة نظر البحث الراهن، فالبعد الثقافي بحسب تعبير "شومان" (2010)⁽¹⁵⁾ الأكثر أهمية. نظراً لوجود احتمالات التبني اللاشعوري من جانب الشباب المصري لثقافات أجنبية دون نقدها أو حتى الوعي بمدى توافقها مع الثقافة المصرية والعربية. من هنا تأتي إشكالية البحث الراهن المتمثلة في كيفية تعامل وأنماط تفاعل الشباب المصري مع الشبكات الاجتماعية ومدى تأثير ذلك التفاعل على هوياتهم الثقافية في ضوء المبادئ الخاصة بمرحلة الحدائية الجديدة أو Meta-modernism.

الدراسات السابقة:

أولاً: دراسات تناولت موضوع شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية:

دراسة زندي يمينة (2017):

توصلت إلى وجود علاقة بين إدمان الشبكات الاجتماعية والعزلة الاجتماعية بين شباب الجامعة، وأن تلك العزلة تنبئ بتغييرات سلبية في البناء الاجتماعي⁽¹⁶⁾.

دراسة لعور عاشور ورقية معافة (2017):

أشارت إلى أن الشباب العربي يعاني هذه الأيام أكثر من أي وقت مضى من صعوبات في التكيف النفسي والاجتماعي، وصراعات نفسية ناتجة عن اليأس والنظر إلى المستقبل بنظرة سلبية، دون الالتزام بمعتقدات وقيم المجتمع، ولا بعباداته وتقاليد، تحت تأثير ثقافات وقيم دخيلة، خاصة في ظل انتشار ثقافة الفيس بوك والتويتير وغيرها، فقد وجد الشباب أنفسهم يعيشون في بلدانهم بينما عقولهم تفكر فيما وراء البحار، منساقين وراء سلع وأفكار وعادات وميول متناقضة، تشتت أفكارهم وتضعف حصنهم⁽¹⁷⁾.

دراسة نبيلة جعفري (2017):

استهدفت التعرف على انعكاسات استخدام موقع فيس بوك من جانب الشباب الجامعي الجزائري على معالم هويته الثقافية، وخلصت إلى أن أغلبية الباحثين

يفضلون استخدام اللهجة العامية في موقع فيس بوك، الذي يعتبر الموقع المفضل لهم، ويفضلون كتابتها بحروف أجنبية أكثر حتى من الكتابة بالعامية بحروف عربية، ومحددات الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة تتمثل في الإسلام أولاً، والجزائر ثانيًا ثم اللغة العربية⁽¹⁸⁾.

دراسة العقبي الازهر وبركات نوال (2016):

أثبتت الدراسة انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، وتحول العديد من العلاقات الافتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي إلى علاقات حقيقية، وأن تلك الشبكات لها دور مهم في تعضيد قيم التعاون والتفاعل والمساندة وتنمية رأس المال الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي⁽¹⁹⁾.

دراسة بركات حمزة وفنيش حنان (2016):

أكدت على أن الشبكات الاجتماعية أصبحت أداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي، وأنها أسهمت كثيرًا في صياغة الأحداث وتغيير الواقع وإعطاء الآخر أبعادًا تواصلية. كما أثبتت الدراسة أن من أخطر تحديات العولمة خلط الثقافات وإحلال مفاهيم الحضارة الغربية مكان مفاهيم الثقافة والحضارة العربية الإسلامية، ومحاولة إيجاد ثقافة واحدة سائدة ومسيطرة على العالم⁽²⁰⁾.

دراسة Kumwenda (2014):

حدّرت تلك الدراسة من الاحتمالات المتزايدة لاستخدام الشبكات الاجتماعية في عصر ما بعد الحداثة في أفعالٍ خاطئة بدلاً من الترويج للخير، فأهداف المجتمعات في ذلك العصر يغلب عليها الرغبة والمنافسة الشديدة من أجل الربح وانحسار فكرة القداسة. ولاحظت الدراسة أن الناس في ذلك الوقت لديهم حافز كبير للاتجاه نحو المعاصرة وقبول هيمنة الجوانب غير الواقعية مما يؤدي بهم إلى فقدان الإحساس بالإنسانية، ويتحول الناس إلى آلات تسعى فقط لتحقيق الثروة والقوة ويتسارع معها فقدانهم للفضيلة⁽²¹⁾.

دراسة رباب الجمال (2013):

حول أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، وأكدت أن الفيس بوك جاء على رأس الشبكات التي يهتم الشباب السعودي بالتواصل عبرها وأنهم يستخدمونها بانتظام بنسبة كبيرة تفوق الـ 85% كما أن تلك الشبكات أثرت في النسق القيمي للشباب السعودي على الرغم من ثباته واستقراره⁽²²⁾.

دراسة Chen و Sawyer (2012):

توصلت الدراسة إلى أن الناس يسعون إلى بناء وتقوية العلاقات والمحافظة عليها من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية. كما أنها تؤثر على التكيف بين الثقافات، ووجدت الدراسة أن بعض المهاجرين إلى الولايات المتحدة استطاعوا من خلال متابعتهم لوسائل الإعلام الاجتماعي التعرف على نمط الحياة الأمريكية وفهم الأعراف والتقاليد الثقافية، ومن ثمّ يمكن القول بأن الشبكات الاجتماعية مكان ملائم لتواصل الثقافات وتكيفها⁽²³⁾.

دراسة Grasmuck وآخرون (2009):

حول أشكال تقديم الهويات الإثنية والعرقية على الفيس بوك، واستناداً إلى تحليل محتوى لـ 83 حساباً لأشخاص أمريكيين من أصول أفريقية ولاتينية وهندية وفيتنامية توصلت الدراسة إلى أن الهويات الإثنية والعرقية تبرز جداً على الفيس بوك وتعكس استثمارات مكثفة من جانب هؤلاء الأشخاص للفيس بوك في تقديم سرد اجتماعي ثقافي شديد الوضوح لأنفسهم ومقاومة أشكال السيطرة من جانب الأيديولوجيات السائدة في بيئة الفيس بوك مجهولة الهوية⁽²⁴⁾.

دراسة Bryant وآخرون (2006):

أكدت وجود تداخل بين الصداقات في حياة الأفراد والصداقات عبر التكنولوجيا التفاعلية، فهناك عدد من الأصدقاء على الإنترنت يتم التواصل معهم Online بالإضافة للأصدقاء الذين يتم التواصل معهم في الحياة الواقعية، وأن المراهقين المعزولين اجتماعياً أقل إقبالاً على استخدام الشبكات الاجتماعية من المراهقين الآخرين⁽²⁵⁾.

ثانياً: دراسات تناولت موضوع العولمة والهوية وعلاقتها بتكنولوجيا الاتصال:

دراسة بوحارة هناء ووادي لمين (2016):

أكدت الدراسة على أن واقعنا اليوم يبين لنا بوضوح ما للعولمة والحدثة من أثر كبير لاستيراد سلبي مفرط لهوية ثقافية غريبة طغت على غالبية المجتمعات العربية، فأوقعت أفرادها في مأزق يصطلح عليه بأزمة الهوية والتي لاحت أطيافها على أهم مقوماتها هو الدين والتجرد من القيم والمعايير الأخلاقية الإسلامية، ما أدى إلى تعظيم الإحساس بالاغتراب وخلق الفجوة بين ما هو ثابت متأصل وما هو معلوم مستورد⁽²⁶⁾.

دراسة ثريا البدوي (2015):

خلصت إلى وجود مقاومة من قبل الشباب المصري لمضامين التقنيات الاتصالية التي تتحدث عن الولايات المتحدة الأمريكية. وأن الذين يعتمدون على

الإنترنت كمصدر للمعلومات تقل درجة تمسكهم بالبعد الديني للهوية، فالتكنولوجيا تؤثر سلباً على التمسك بالدين⁽²⁷⁾.

دراسة Singh (2011):

أشارت الدراسة إلى أن التجارب الذاتية للأفراد في الحياة اليومية وإحساسهم بالهوية قد تغير بشكل كبير في السنوات الأخيرة. وأن المجتمعات الرأسمالية أو الصناعية قد وصلت إلى مراحل جديدة وهامة في تطورها تضحمت فيها قيم الاستهلاك والإنتاج وتشكيل المفاهيم والقيم والرغبات والبناء للهوية الشخصية على حساب الهوية الجمعية. تؤثر الطبقة الاجتماعية والجنس والعرق والمنطقة والعمر في تعريفات هوية المستهلك والمواقف حول شرعية أسلوب الحياة الذي يركز على الاستهلاك⁽²⁸⁾.

دراسة أشرف جلال حسن (2009):

حول أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع-الدونات-الفضائيات) على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، وأوصت بضرورة الضبط القيمي والسلوكي لما تفرزه تكنولوجيا الاتصال الحديثة من آثار⁽²⁹⁾.

دراسة علي ليلة (2009):

عرضت لدور الإعلام في تكنولوجيا المعلومات في تهتك النسيج الأسري، وأكدت على تهتك النسيج الأسري بفعل التأثير السلبي لأداء الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في مجتمعاتنا، حيث تؤدي إلى تآكل منظومات القيم والمعاني الموجهة للتفاعل الأسري، وأوصت بتنشئة الصغار والشباب وفق منظومة قيمية تدعم هويتهم⁽³⁰⁾.

دراسة رحيمة عيساني (2007):

سعت إلى تقديم قراءة نقدية للمحتوى القيمي في برامج الفضائيات العربية وتوصلت إلى أن تلك البرامج على الرغم من دورها كأداة تثقيف وانفتاح على العالم الخارجي وتوفيرها لفرص الانتقاء والاختيار أمام جمهور المشاهدين، إلا أنها خلقت أنواعاً من الاضطراب الاجتماعي وأدت إلى شبه انعدام في استقرار العلاقات الاجتماعية لدى العديد من الأفراد مثل النزوع نحو الفردانية والاستسلام وخلق الروح السلبية وقتل الإحساس بالجماعة، والسعي إلى إحلال القيم الغربية محل قيمنا العربية الأصيلة وإشاعة ثقافة الاستهلاك والعنف والجريمة⁽³¹⁾.

دراسة محمد قيراط (2007):

أكدت تلك الدراسة على فشل الإعلام العربي في حل أزمة الهوية نتيجة انسياقه وراء الإعلام الغربي وتكريسه لفكرة التبعية الإعلامية، بل وأسهم في نشر

الثقافات والقيم الدخيلة على المجتمعات العربية من خلال مجموعات من القنوات التي تحض على الشعوذة والإباحية وثقافة الاستهلاك والتسطيح والتهميش⁽³²⁾.

دراسة الصادق الحمامي (2007):

أشارت إلى أن الثقافة تحوي الإعلام وهي البيئة التي تعمل داخلها، والثقافة تكيف الاستخدامات الاجتماعية للإعلام. وبالمقابل، فإن هذه الوسائط تسهم في تغيير الثقافة على اعتبار أنها تسهم في ظهور أشكال جديدة من التفاعلات الاجتماعية. ودعت تلك الدراسة إلى النظر إلى تحولات الإعلام برؤى رصينة بعيداً عن الانجرار وراء الخطاب الكارثي. فعولمة الإعلام ليست شرّاً محضاً وليست خيراً محضاً بل تتحدد تأثيراتها بالسياق الاجتماعي والثقافي⁽³³⁾.

دراسة محمد شطاح (2007):

خلصت إلى أن تكنولوجيا الاتصال التي وحدت العالم وألغت حدود الزمان والمكان بين الشعوب طرحت تحديات كبيرة من أبرزها بالنسبة للدول العربية التحدي الثقافي المغلف بشعارات العولمة الذي يضعها أمام خيارين اثنين إما الاستسلام أو المقاومة⁽³⁴⁾.

دراسة نصر العياضي (2007):

أشارت إلى أن الأمم والدول الضعيفة التي تعاني من إشكاليات في الهوية تلجأ لمواجهة الأفكار غير المتوافقة مع هويتها إلى إصدار القوانين وتبني الآليات التي تشجع وسائل الإعلام على الإسهام في الحفاظ على وجودها الثقافي⁽³⁵⁾.

دراسة محمد سعد (2004):

حول خطاب العولمة والهوية في وسائل الإعلام الأمريكية الموجهة بالعربية وانعكاساته على استجابات الشباب، وكشفت عن وحدة توجه الخطابين الثقافي والسياسي الأمريكيين وتكاملهما من خلال تنقيف السياسة وتسييس الثقافة بما يكفل تسويق القيم الأمريكية وتفكيك مشاعر الغضب والكراهية لدى الجمهور العربي. وتكاملت آليات الخطاب الإعلامي الأمريكي سعياً وراء تغييب الهوية والتاريخ والحضارة وإعادة ترتيب الذهنية العربية من أجل تسويق الهوية الشرق أوسطية الجديدة⁽³⁶⁾.

دراسة محمد الخليفي (2002):

حول تأثير الإنترنت في المجتمع، وأكدت أن شبكة الإنترنت تعد أداة للغزو الثقافي، وتسبب مشاكل اجتماعية وأخلاقية، وصحية نتيجة كثرة استخدامها⁽³⁷⁾.

التعليق على الدراسات السابقة:

على اختلاف انتماءات الباحثين وتخصصاتهم والدول التي أجريت فيها الدراسات السابقة إلا أنها اتفقت في مجملها على أن عصر الشبكات الاجتماعية يحمل تهديدات واضحة وقوية لمسألة الهوية بشتى أنواعها. وعلى المستوى العربي وبالرغم من الدراسات القديمة التي أثبتت وجود مقاومة قوية من جانب الشباب للامبريالية الثقافية وهيمنة نمط الثقافة الغربية على الهوية الثقافية لهؤلاء الشباب (دراسة محمد سعد على سبيل المثال، ص 279)، إلا أن الدراسات الأحدث أكدت على أنه رغم استمرار وجود نوع من المقاومة إلا أن استخدام الإنترنت أثر سلباً على تمسك الشباب بهويتهم الدينية على سبيل المثال (ثريا البدوي، 2015). وتتفق معها دراسة (Singh، 2011) التي أكدت تضخم قيم المجتمعات الرأسمالية والهوية الذاتية على حساب الهوية الجمعية، ودراسة (Kumwenda، 2014) التي حذرت من الاحتمالات المتزايدة لاستخدام الشبكات الاجتماعية في عصر ما بعد الحداثة في أفعال خاطئة بدلاً من الترويج للخير وتسارع فقدان الناس للإحساس بالإنسانية والفضيلة.

من هذه القراءة التي تشير إلى تزايد تهديد الشبكات الاجتماعية للهويات الثقافية المختلفة عموماً وهوية الشباب العربي والمصري خصوصاً، تأتي أهمية إعادة دراسة آليات وأنماط تفاعل الشباب المصري مع الشبكات الاجتماعية في عصر الحداثة الجديدة التي تلغي كل قيود المعنى التي يمكن أن تحملها النصوص المنقولة عبر تلك الشبكات. وتستفيد الدراسة الراهنة من الدراسات السابقة في البناء على نتائجها واستخلاص وتحديد جوانب الهوية الأكثر تهديداً والأخرى الأكثر استقراراً في عصر الشبكات الاجتماعية لمناقشة الشباب المصري فيها واستكشاف مدى تأثير تفاعل الشباب مع الشبكات الاجتماعية على هويتهم الثقافية.

منهج البحث:

يعد البحث الراهن من البحوث الوصفية النقدية التي تستخدم منهج المسح في شقه التحليلي بهدف الحصول على معلومات دقيقة ومفصلة حول واقع تفاعلات الشباب المصري مع الشبكات الاجتماعية، وتحليل تلك التفاعلات والكشف عن تأثيراتها في ضوء تبني الشباب لأفكار نظرية الحداثة الجديدة.

وكذلك يعتمد البحث على المنهج النقدي الذي يعرف بأنه مجمل الإجراءات والعمليات التي يقوم بها الناقد كمحاولة لإظهار حقيقة الأشياء، أو هو طريقة في التفكير يتم من خلالها بناء تصور حول إشكالية ما بهدف الوصول إلى نتائج وحلول لها⁽³⁸⁾.

تساؤلات البحث:

- كيف يستخدم الشباب المصري الشبكات الاجتماعية؟
- ما أبرز الشبكات الاجتماعية التي يتفاعل الشباب المصري من خلالها مع بعضهم البعض أو مع الآخرين حول العالم؟
- كيف ينظر الشباب المصري للمحتوى المنقول إليهم عبر الشبكات الاجتماعية؟
- ما المحتوى الذي يقبله والمحتوى الذي يرفضه الشباب؟
- ما أنواع المحتوى الذي يقوم الشباب المصري بإنتاجه عبر الشبكات الاجتماعية من حيث الشكل والمضمون؟ (صورة، فيديو، نص/ طبيعة الصور والفيديوهات والنصوص/ المحتوى المنقول كلية، المعاد إنتاجه، الجديد).
- كيف يفكر الشباب إزاء القضايا المختلفة (الدين، القضايا الاجتماعية "التحرش الجنسي، التدخين...")، السياسية (...)?
- ما أنماط الحياة اليومية بالنسبة للشباب (مواعيد الأكل، أنواع الأطعمة، المشروبات، الملابس، البرامج المفضلة، نجوم السينما المحبوبين إليهم، الأماكن التي يرتادونها، مواعيد النوم والاستيقاظ) وعلاقتها بتفاعلهم مع الشبكات الاجتماعية؟
- ما أبرز المصطلحات الجديدة التي تعلمها الشباب من الشبكات الاجتماعية؟
- ما مدلولات تلك المصطلحات من وجهة نظر الشباب؟
- ما أبرز ملامح الهوية الثقافية لدى الشباب المصري؟
- كيف تأثرت الهوية الثقافية لدى الشباب المصري بالشبكات الاجتماعية؟

أداة البحث:

يعتمد البحث الراهن على أداة "مجموعات النقاش المركزة Focus Discussion Groups"، التي تعدّ أحد أشكال البحوث النوعية، وهي عبارة عن تجميع لعدد محدود نسبياً من الجمهور المستهدف بالدراسة في لقاء قد يستغرق ساعة أو ساعتين، شريطة أن تكون المجموعة متجانسة تجمعهم اهتمامات وخصائص مشتركة، ويُلقى عليهم بعض الأسئلة المعدة سلفاً التي تستهدف الوقوف على آرائهم أو اتجاهاتهم نحو موضوع أو قضية أو منتج أو خدمة معينة. وعدد المشاركين في لقاء المجموعة البؤرية في الجلسة الواحدة من الأمور المختلف فيها، إلا أن الحد الأدنى لها هو 4 مشاركين، بينما يمكن أن يصل حدها الأقصى إلى 12 مشاركاً⁽³⁹⁾.

والنقاش في المجموعة البؤرية غير منضبط وإنما مُوجّه Unstructured but Guided Discussion⁽⁴⁰⁾ وذلك من خلال أمرين، الأول مجموعة الأسئلة المحددة سلفاً التي صيغت بشكل مناسب للهدف من اللقاء، والثاني هو أن الباحث حرص على عقد المناقشات بنفسه ليكون هو مقرر الجلسة بمساعدة اثنين من الباحثين المساعدين لتدوين الملاحظات(*)، بالإضافة إلى التسجيل الصوتي لوقائع

اللقاء والنقاش، علاوة على عقد المناقشات في مواقع مناسبة لإجرائها بعيداً عن الضوضاء أو أي شكل من أشكال المقاطعات.

وخلال المناقشة قام الباحث بطرح أسئلة النقاش على أفراد المجموعة واحداً تلو الآخر، بحيث يدور السؤال على جميع الأفراد وفي النهاية أعطى الباحث المشاركين فرصة لتقديم أية إضافات أو تعليقات، ثم ينتقل إلى السؤال الثاني... وهكذا حتى الانتهاء من قائمة الأسئلة المعدة للنقاش، وكانت هناك فرصة لأسئلة تتبعية في صميم البحث تتبادر إلى ذهن الباحث حول بعض الإجابات التي قدمها المشاركون.

عينة البحث:

تحدد عدد ثمانية أفراد لكل مجموعة لتسهيل عملية النقاش وتسجيل الملاحظات، وحرص الباحث أن تتسم كل مجموعة بالاتساق بين أفكار أفرادها لإحداث حالة من العصف الذهني والمشاركة في عرض الدلائل والمدلولات الممكنة للتأثيرات المختلفة للشبكات الاجتماعية. وتم التطبيق على ستة مجموعات (كل مجموعة مكونة من ثمانية أفراد أي مجموعهم 48 مفردة) يمثلون توجهات ثقافية مختلفة (شباب ملتزمين بالقديم مقابل شباب منفتحين على ثقافات جديدة/ شباب سافروا للخارج مقابل شباب لم يجربوا السفر مطلقاً/ شباب مطلعين على المنتجات الثقافية المختلفة رواية وشعر وقصة... مقابل شباب مطلعين فقط على أغاني وأفلام ومسلسلات... وغيرها من وسائل الترفيه). وتم تقسيم المجموعات على أساس طبقي على النحو الذي يضمن تمثيل الفئات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة، فتم تكوين مجموعتين من أحياء راقية (مجموعة للذكور ومجموعة للإناث)، ومجموعتين من أحياء شعبية، ومجموعتين من قرى وروعي في اختيارهم ألا يكونوا على معرفة ببعضهم البعض.

- المجموعتان الأولى والثانية: تكونتا من مجموعة الشباب والفتيات من أحياء التجمع الخامس ومدينة نصر ومصر الجديدة. وكلا المجموعتين الأولى والثانية ممن درسوا أو لازلوا يدرسون في الجامعتين الأمريكية والبريطانية والمعهد الدولي العالي للإعلام، وتم اللقاء بهم في مقر المعهد الدولي العالي للإعلام بمدينة الشروق بالقاهرة.
- المجموعتان الثالثة والرابعة اشتملتا على الشباب والفتيات من أحياء المرج والهرم وشبرا، وتم الالتقاء بهؤلاء الشباب في المعهد الدولي العالي للإعلام حيث إنهم من الطلاب الملتحقين بالمعهد.
- أخيراً المجموعتين الخامسة والسادسة: ومثلتا الشباب الريفيين، وهؤلاء الشباب والفتيات من أبناء محافظات المنوفية والشرقية والقليوبية والمنيا وأسيوط وسوهاج. وتوزيع هاتين المجموعتين كان كالتالي: 4 من المنيا، 4 من المنوفية، اثنان من كل من: الشرقية والقليوبية وأسيوط وسوهاج. وتم دعوة الجميع إلى

اللقاء بمحافظة القاهرة في موعدين منفصلين الموعد الأول كان للقاء الشباب الذكور، والآخر كان للقاء الفتيات بعده بثلاثة أيام. وتم اللقاء بمقر المعهد الدولي العالي للإعلام أيضاً.

مصطلحات البحث:

- الهوية الثقافية: تلك المبادئ الأصلية السامية والذاتية النابعة من الأفراد والشعوب، وركائز الإنسان التي تمثل كيانه الشخصي الروحي والمادي بتفاعل صورتها هذا الكيان لإثبات هوية أو شخصية الفرد أو المجتمع أو الشعوب بحيث يشعر كل فرد بانتمائه الأصلي لمجتمع ما يخصصه ويميزه عن باقي المجتمعات الأخرى. والهوية الثقافية تمثل كل جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والحضارية والمستقبلية لأعضاء الجماعة الموحدة التي ينتمي إليها الأفراد بالحس والشعور الانتمائي لها(41).

- القيم: هي مبادئ ثقافية عامة، يعتبرها أغلب الأفراد محببة ومطلوبة. من أمثلتها: العدل، المساواة، بر الوالدين، احترام الكبير، الصدق، الأمانة، الإخلاص، الوفاء، الصداقة، إكرام الضيف. وهي عامة لدرجة أنها لا تحدّد طرقة خاصة في التفكير، الشعور، أو التصرف. لذا قد نجد مجتمعات (أو جماعات مختلفة ضمن ذات المجتمع) تمتلك معاييراً متنافرة لكنها تستند إلى ذات القيم. مثال: في الضيافة، مازال كثير من الصينيين لا يفهم أسلوب الضيافة الغربي، الذي يقتصر على إكرام الضيف بالسلطة وشريحة لحم فحسب، فعندما استضاف بيل غيتس "رئيس مايكروسوفت"، في بيته رئيس الصين "جين تاو" في أبريل 2006، كانت الوجبة مكونة من سلطة الدجاج الحبشي المدخن مع البندق والفجل والتفاح. ثم لحم فيليه بقري مع البصل والهليون وحساء الكرفس والبقدونس المثلج؛ سمك الهلبوت والقريدس مع الخضراوات والبطاطس والطماطم المدخنة المتنوعة في زيت الزيتون، وكان الحلو كعكة الرواند مع الزبد البني واللوز. وعندما نشرت بعض الصحف هذه القائمة، كان رأي كثير من الصينيين أن بيل غيتس، الثري جداً، كان ينبغي أن يكون أكثر كرماً.

- المعايير: هي القواعد التي تحدد السلوك المناسب وغير المناسب، ضمن ظروف أو حالات اجتماعية محدّدة. وهي تشرح لنا لماذا يتصرف الناس (ضمن جماعة/مجتمع) بشكل متشابه أمام ظروف متشابهة. وقد حدّد "سمنر" ثلاثة مكونات لمجموعة المعايير التي تؤثر في سلوك مجتمع ما وهي: العادات، والأعراف، والقوانين(42).

- الحوافز والزواجر: هي حوافز وروادع تستخدم لتشجيع وفرض الطاعة للمعايير، وهي ليست عشوائية، بل هناك علاقة ارتباط بين زواجر ومعايير معينة. أن تحصل على علامة مميزة هو نوع من التشجيع للانقياد لمعايير محدّدة

من قبل المدرسة. أن تشكر شخصاً على سلوكٍ جيد قام به. أو أن يتم اعتقال لص أو التشهير بفساد مثال للروادع.

المصطلحات الإجرائية:

- الهوية الثقافية للشباب المصري: اعتمد البحث في تعامله مع الهوية على تعريف الأنثروبولوجيين للثقافة والذي يرى أنها طريقة حياة، بمعنى أنها تشمل كل سلوك أو تصرف أو قيم أو معايير أو ماديات تشكل مظهرنا، ومن ثم فإن مفهوم الهوية الثقافية في البحث الراهن يقصد به جميع مكونات السلوك أو أنماط التفكير أو القيم التي يتبناها الشباب المصري.
- الشباب: يقصد بالشباب في هذا البحث كل الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و25 عامًا، سواء من الذكور أو الإناث.

نتائج البحث:

قديمًا قال الشاعر العربي "وينشأ ناشئُ الفتيان منّا على ما كان عودُه أبوه"⁽⁴³⁾، تعبيراً عن التأثير الكبير لأفراد الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية، ثم جاءت بعد ذلك الدراسات الاجتماعية والنفسية لتوضح أن هناك مؤسسات عديدة تسهم في عملية التنشئة، واشتملت على الأسرة والمدرسة وجماعات الأقران⁽⁴⁴⁾، ومع تطور تكنولوجيا الاتصال انضمت وسائل الإعلام إلى تلك المؤسسات لاسيما التلفزيون بعدما أصبح الطفل يقضي وقتاً لا بد منه أمام الشاشة محققاً إليها بعينين بريئتين فيتكون لديه خيال من نوع خاص حول العالم المحيط به، إلى أن يشبّ ويصل إلى سن المراهقة. في تلك المرحلة العمرية تتغير الحالة النفسية للإنسان ويبدأ في التفكير في أمور جديدة وإن كان جزء منها مرتبط فعلياً بذلك الخيال القديم.

في العقد الثاني من القرن العشرين "عصر الشبكات الاجتماعية إن جاز لنا التعبير" تغير الأمر كثيراً، فسيطرة الأسرة على عملية التنشئة و سطوة الإعلام وعلى رأسه التلفزيون باتت لا تقارن بتأثير عبارة من أحد الأقران موجهة إلى مراهقٍ ما أو حتى طفل لم يبلغ بعد سن العاشرة، تلك العبارة تقول (انت ازاي معندكش أكونت "Account" على الفيس بوك). وقد تعمّد الباحث كتابة العبارة باللهجة العامية المصرية لتنقل إلى القارئ نفس الشعور الذي يراود المستمع حين سماعه تلك العبارة تحديداً ويشعر بوقع أثرها على الشخص المخاطب، لاسيما إذا كان في مرحلة الطفولة أو المراهقة. أما الحديث عن الفيس بوك خصيصاً فلأنه الأكثر استخداماً في مصر كما سيلي العرض في نتائج البحث.

وأمام ذلك الضغط الذي يمارسه أفراد المجتمع الآخرين اضطر كثير من الآباء والأمهات إلى إنشاء حسابات لأطفالهم على مواقع الشبكات الاجتماعية معتقدين أنهم بذلك يعرفون تصرفات أطفالهم ويراقبونها، وأن ذلك أفضل من سياسة المنع، لكن طبيعة تلك المرحلة العمرية تتسم بالتمرد والتعلم

السريع وحب استكشاف التكنولوجيا، وسرعان ما يتفوق الطفل على والديه في استخدام تلك الشبكات واكتشاف طرق إخفاء الأسرار والمعلومات التي لا يرغب في أن يطلع عليها أحد. يساعدهم (الأطفال) في ذلك التغييرات الكثيرة التي تطرأ على تلك المواقع والتطبيقات المختلفة، فيتحول الأمر بمرور بعض الوقت في أغلب الأحيان إلى مجرد اعتقاد أبوي بالسيطرة والتحكم في زمام الأمور.

الوسائط التكنولوجية التي يستخدمها الشباب في التفاعل مع الشبكات الاجتماعية:

مع تقدّم التكنولوجيا بات الهاتف الذكي (الذي يعمل وفق نظام تشغيل يسهّل عملية الولوج إلى الإنترنت) في متناول الجميع، ولا يكاد يوجد واحد من الشباب المصري لا يمتلك أحد تلك الأجهزة، يصحبه طوال الوقت في المنزل وخارجه، في المدرسة والجامعة، في وسائل المواصلات...إلى غير ذلك. ومع توفير شركات الاتصالات لباقات من نوع خاص لمساعدة الناس في تصفح والتفاعل على الشبكات الاجتماعية بأسعار منخفضة "باقات السوشيال" بات الوصول لتلك الشبكات أمراً ممكناً للأغلبية العظمى من الشباب المصري. ولهذا لوحظ من خلال المقابلات أن جميع الشباب يتفاعلون على الشبكات الاجتماعية بواسطة الهاتف الذكي "Smart phone" في المقام الأول. في حين أن قليلين فقط ليس لديهم باقة للدخول على الإنترنت من أي مكان لكنهم مشتركين مع إحدى الشركات التي تقدّم خدمة الإنترنت المنزلي. وعبر بعض هؤلاء الشباب عن ازدياد رغبتهم في سرعة العودة إلى المنزل لهذا السبب، فهم ينتظرون بفارغ الصبر إمكانية الوصول إلى الإنترنت ليروا كيف تفاعل أصدقاءهم مع المنشورات أو الصور التي قاموا بمشاركتها على تلك الشبكات، أو ماذا كان رد البعض على تعليقاتهم على تلك الشبكات. وتتفق النتيجة الخاصة بارتفاع استخدام الهاتف الذكي مع التقرير العربي حول الإعلام الاجتماعي (2015) الذي أظهرت نتائجه أن 83% من الشباب العربي يستخدمون تلك الهواتف في الولوج إلى الإنترنت⁽⁴⁵⁾. كما تتفق تلك النتائج مع ما أثبتته "Lunden" أن أجهزة الهاتف المحمولة باتت الأكثر شيوعاً في الاستخدام للدخول على مواقع الشبكات الاجتماعية⁽⁴⁶⁾.

لهذا، نلاحظ أنّ الصديق الذي يمتلك إنترنت منزلي "Wi-Fi"، أقرب إلى نفوس أصدقائه (الذين هم بحاجة إلى الإنترنت) من أصدقاء آخرين لا يمتلكون تلك الخدمة. وباتت الحاجة إلى شاحن لبطارية الهاتف المحمول من الحاجات التي يتزايد الطلب عليها في حالة زيارتهم لبعضهم البعض. تعبّر عن ذلك إحدى الصور كما يلي:



ففي الصورة رجل واقف أرضاً في وسط صحراء ويبدو عليه علامات الإعياء الشديد، ورجل آخر يحاول أن يسعفه بشربة ماء قبل أن يهلك عطشاً، لكن الشخص الواقف أرضاً يفضّل أن يعثر المُنقذ له على مصدر للكهرباء لشحن هاتفه المحمول. وتلك الصورة توجز تعبيرات كثيرة حول ما آلت إليه أهمية تلك الهواتف في حياتنا، فصوّرت الصحراء بأنها ليست تلك الأرض القاحلة التي ليس فيها ماء، وإنما تلك الأماكن التي لا يوجد فيها شاحن للهاتف المحمول.

وعلى الرغم من انتشار التفاعل مع الشبكات الاجتماعية عبر الهاتف الذكي كوسيط تكنولوجي في مصر إلا أن ذلك لا يمنع من وجود وسائط أخرى بعضها قديم كأجهزة الكمبيوتر المكتبية "PC" والمحمولة "LapTop" وآخر حديث مثل التليفزيون الذكي الذي يتيح إمكانية الاتصال بالإنترنت عبر أجهزة "Router" التي توفر شبكة إنترنت لاسلكية "Wi-Fi".

أبرز الشبكات الاجتماعية المستخدمة وعادات الشباب في التفاعل معها:

اتضح من مجموعات النقاش أن اليوتيوب (موقع مقاطع الفيديو المعروف) والفيس بوك هما أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في مصر، لاسيما الفيس بوك الذي يعدّ أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية انتشاراً⁽⁴⁷⁾، فغالباً ما يستخدم الشباب اليوتيوب لمشاهدة ومتابعة مقاطع بعضها تمت مشاركته عبر الفيس بوك، أما الفيس بوك فيستخدمونه للتعبير عن مشاعرهم وآرائهم فيما يدور حولهم من أحداث وقضايا مختلفة، بالإضافة إلى التواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، يأتي في المرتبة الثانية تطبيق "انستجرام" الذي يركز على الصور، ويمكن مشاركة الصور المنشورة على انستجرام عبر موقع الفيس بوك أيضاً، ثم تويتر في المرتبة الثالثة، بينما عدد قليل من الشباب يستخدم مواقع تواصل اجتماعي أخرى مثل "لينكد إن" و"هاي فايف". ولا يعرف الشباب المصري بكثير من مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت تستخدم في دول مثل اليابان وروسيا وأوروبا... وغيرها من الدول، تلك

المواقع التي زاد عددها عن مائة موقع حسب القائمة التي نشرها موقع ويكيبيديا في أوائل العام 2018 بعنوان قائمة مواقع الشبكات الاجتماعية العاملة الرئيسية(48).

وتجدر الإشارة إلى أنه في هذا الجانب لم تتم ملاحظة أية فوارق بين الشباب الريفيين أو أبناء المدن سواء من أحياء راقية أو أحياء شعبية، فالجميع يتفقون على:

- أن أبرز الوسائط التي يستخدم الشباب الشبكات الاجتماعية من خلالها هي الهاتف الذكي.

- أن أغلب الشباب لهم حسابات على الفيس بوك وبعضهم لا يملك أية حسابات أخرى، حتى أن بعض الشباب لا يعرف كيفية استخدام البريد الإلكتروني لأنه امتلك بريداً إلكترونياً فقط من أجل تفعيل حسابه على الفيس بوك.

- أن تفاعلهم مع الشبكات الاجتماعية غالباً ما يكون خلال الفترات المسائية والليلية حتى الفجر. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة عمرو أسعد التي أشارت إلى أن الفترات المسائية والليلية هي أفضل الفترات التي يفضل الشباب استخدام الشبكات الاجتماعية خلالها(49). وقد يرجع السبب في زيادة استخدام الشباب للشبكات في تلك الأوقات في البداية إلى رغبتهم في الهروب من مراقبة الأهل، فاستغلال أوقات النوم يريح الشباب من تساؤلات الآباء وكثرة استفساراتهم عما يفعله الشباب على تلك الشبكات، ثم تحوّل الأمر إلى عادة نظراً لكونه الوقت الذي يكون فيه عدد كبير من مستخدمي الإنترنت متواجدين على تلك الشبكات في هذه الأوقات المتأخرة من الليل.

- أنهم يستيقظون من النوم ظهراً أو بعد الظهر إلا في أيام الدراسة أو في حالة وجود مواعيد صباحية مهمة.

- أنهم يتناولون طعامهم مرتين يومياً في أغلب الأحوال ويستخدمون الشبكات الاجتماعية لأكثر من ساعتين.

- أن أغلبهم يفضل الأطعمة والحلويات الغربية لاسيما الوجبات السريعة رغم تقبلهم لبعض أصناف المأكولات الشرقية.

- أن أغلب الشباب الذين أجريت معهم المناقشات يفضلون الأفلام والمسلسلات الأجنبية وإن اختلفت التفضيلات الفرعية، فبعضهم يحب مشاهدة الدراما الهندية والتركية، وآخرون يفضلون أفلام الحركة (Action) الأمريكية... إلى غير ذلك من التفضيلات.

- أنهم يتواصلون مع أصدقائهم الافتراضيين على الفيس بوك أكثر من أقرانهم، حتى أولئك الأقارب الموجودين فعلياً في قائمة الأصدقاء. فالأصدقاء بالنسبة لغالبية الشباب يتم اختيارهم من ذوي الميول المتشابهة، أما الأقارب فقد تتعارض

ميولهم واهتماماتهم ورؤاهم مع الشباب لهذا يتواصل الشباب مع الأصدقاء الافتراضيين بشكل أكبر من تواصلهم مع أفراد عائلاتهم.

- أن زيارة الأهل أو حتى الاتصال التليفوني بهم "صلة الرحم" انخفضت جداً في "عصر الشبكات الاجتماعية".

وكما سبق التوضيح أنه لم تتم ملاحظة فروق واضحة بين الشباب المشاركين في مجموعات النقاش حسب الطبقة الاجتماعية.

المحتوى الذي يقبله الشباب:

أظهرت نتائج النقاش مع مجموعات الشباب المختلفة أن أبرز أنواع المحتوى الذي يفضله الشباب المصري على الشبكات الاجتماعية يتمثل في:

- أخبار النميمة حول مجموعات الأصدقاء.
- المحتوى الترفيهي والمقاطع الكوميديية (مقاطع من أفلام أو مسرحيات أو صور يصاحبها تعليقات ظريفة).
- الموضوعات الاجتماعية وأخبار المناسبات، ويحظى ذلك النوع من الأخبار باهتمام الشباب على الشبكات الاجتماعية لأن الشباب ينتظرون المعاملة بالمثل في حالة مشاركتهم لمناسبات اجتماعية شخصية على تلك الشبكات، فمثلاً: عند قيام أحد الأصدقاء بمشاركة صورة لحفل يوم ميلاده على الفيس بوك أقوم بالتعليق عليه بتهنئة ومعابدة ظريفة من أجل أن يقوم بالمثل عند مشاركتي لحفل يوم مولدي في المستقبل القريب. هذا الأمر الذي يمكن تسميته بالمجاملات في عصر الشبكات الاجتماعية، فبدلاً من أن أتكلف عناء الانتقال إلى الصديق للاحتفال به أو أتكلف عناء شراء هدية أقوم بمشاركة صورة جميلة لهدية ما أو حزمة من الورود أو كعكة عيد ميلاد "تورتاية" ويدعي أنها "أغلى هدية لأغلى إنسان". وذلك التعبير الأخير كثيراً ما نقرؤه على موقع الفيس بوك في مصر. وباتت المجاملات عبر الشبكات الاجتماعية عبارة عن مجموعة من الكلمات يكتبها المرء بشكل خاوي من المشاعر، وقد يحدث أحياناً أن يهنئ صديق بنجاحه أو بحصوله على طفلٍ جديدٍ وبعده بلحظات يعزّي آخر في فقد أو وفاة شخص عزيز في شكل يوحى بانفصام في الشخصية وكأن الإنسان يمثل الحزن والفرح طوال الوقت.
- صور ومقاطع مرئية حول الخروجات والفسح والزيارات المختلفة، لاسيما ذلك النوع من الصور الذي يطلق عليه اسم "سيلفي".
- أخبار الكورة والمباريات المختلفة محلياً وعالمياً، فنصف العينة تقريباً من المجموعات المختلفة أعربوا عن حبههم ومتابعتهم لأخبار الكورة ومتابعتهم للصفحات المتخصصة في هذا الشأن. ومن مظاهر ذلك الاهتمام المتزايد أن

صفحة كورة أون لاين التي تأسست فقط في مارس عام 2017 أحرزت عدد متابعين يفوق المليوني شخص.

هنا نود الإشارة إلى أن ثقافة الكورة أصبحت لدى جمهور الشباب، سيد الموقف والأكثر سيطرة على عقول غالبيتهم، ولم يعد الأمر مقصوراً على الذكور بل الفتيات أيضاً، فقد زاد التركيز على لاعبي الكرة، وتصويرهم على أنهم النجوم الأعلى مكانة والأهم في إعلاء شأن البلاد (حملة تليفزيونية مكثفة في رمضان 2018 ركزت على لاعبي كرة القدم وعلى دورهم القادم في إعلاء شأن مصر في كأس العالم). ومن المعتقد أن تأثير تلك الحملة أسهم في مضاعفة حجم الإحباطات التي أصابت المصريين عقب هزيمة المنتخب في مباريات الدور الأول الثلاث المتتاليات وعودته خائب الأمل من دولة روسيا (دولة تنظيم كأس العالم 2018).

والملاحظ أيضاً من واقع النقاش مع الشباب على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية باستثناء عدد قليل من أبناء الأحياء الراقية والشعبية والريف على السواء أن التعصب للنادي الذي يشجعه الشاب بات أعلى في نفسه من التعصب لأي أمر آخر حتى الدين، فقد يتقبل الشباب اليوم أن يعترض البعض على أفكار دينية أو تعدي على رموز دينية لكنهم لا يقبلون التعدي على فريق الكرة الذي يشجعونه، فالمشجع لفريق النادي الأهلي لا يقبل أن ينتقد أداء فريقه أحد المشجعين لنادي الزمالك.

المحتوى الذي يرفضه الشباب:

اختلفت أنواع المحتوى الذي يرفضه الشباب المصري على الشبكات الاجتماعية، فبعضهم أكد أنه يرفض المحتوى الذي يتضمن عنفاً (من أبناء الأحياء الشعبية والراقية)، وآخرون يرفضون المحتوى السياسي الذي يتضمن نفاقاً واضحاً للسلطة (من أبناء الريف). لكن الملاحظ أن بعض الشباب يشعرون بالضيق من بعض الألفاظ المثيرة للاشمئزاز ومن السخرية من الآخرين (مثال حملة التشويه غير المبررة لزوجبة اللاعب المصري محمد صلاح) وهؤلاء الشباب أغلبهم من الريف والأحياء الشعبية. والمثير للاهتمام هو كراهية ما أسموه بـ "ادعاء الملائكية". ويقصد بذلك ما يكتبه البعض عن أنفسهم وكأنهم ملائكة بلا أخطاء.

لم يتحمس الشباب المشاركون في مجموعات النقاش لرفض المحتوى الإباحي ولا المخالف للتقاليد أو الدين، فكل ذلك يندرج في مفاهيمهم تحت إطار الحرية الشخصية، وكان رد أحدهم (من أبناء الريف) عندما قام الباحث بلفت الانتباه إلى تلك المضامين التي لم ترد في إجاباتهم عن السؤال العام "دي بعتبرها حرية شخصية أنا عن نفسي مش بعمل كده لكن متناقش مبالغ فيها برضه لأنني مش هتفاعل مع كلام قبيح".

ملامح الهوية الثقافية للشباب المصري في عصر الشبكات الاجتماعية:

من خلال مجموعات النقاش المركزة التي أجراها الباحث، يثبت هذا البحث أن المجتمع المصري بات يعاني من أزمة حقيقية في الهوية الثقافية لدى فئة الشباب على وجه الخصوص نتجت في جزء كبير منها عن أنماط تفاعل هؤلاء الشباب مع الشبكات الاجتماعية، ومن أبرز مظاهر تلك الأزمة:

- التناقضات الذاتية على المستوى الفردي: فقد أصبح الشباب -دون وعي منهم- يعترفون بازدواجية في معايير تقييم سلوكياتهم الذاتية في مقابل الحكم على الآخرين. فبعض الشبان الذين أجريت معهم الحلقات النقاشية يؤكد أنه لا يعترف بفكرة الصداقة بين الشاب والفتاة لكن من خلال ملاحظة حسابه الشخصي على الفيس بوك نجده يكتب منشورات عن صديقاته اللواتي يتمنى أن يظل مرتبطاً بهن (كصديقات) طوال حياته. (أو مثال آخر لشاب يقوم بمشاركة فيديو له مع خطيبته أو زوجته أثناء رقصهما في إحدى المناسبات، بينما هو نفسه الذي يعبر وبحدة عن رفضه أن تقوم خطيبته أو زوجته بالرقص أمام آخرين).

- الجهل بكثير من أصول الثقافة العربية ومعاييرها وقيمها: فكثيراً ما أبدى الشباب الذين أجريت معهم الحلقات النقاشية استغرابهم من وجود قيم ومعايير ثقافية عربية تستنكر بعض ما يتم نشره عبر الشبكات الاجتماعية والسلوكيات التي يتصرف بها الشباب عبر تلك الشبكات. مثال ستر الطعام في حين أن كثيرين يقومون بنشر صور للموائد عبر الشبكات الاجتماعية.

- تبني مبدأ النفعية الذاتية ولو على حساب القيم الجمعية التي تحمي المجتمع من مخاطر الغزو الثقافي، لاسيما أن الفيس بوك أصبح وسيلة لكسب مزيد من الشعبية لتعويض نقصها في الواقع⁽⁵⁰⁾. في هذا الإطار أصبح كثير من الشباب المصري يقبلون على أنماط تفاعل سلبية مع الشبكات الاجتماعية من أجل تحقيق شهرة شخصية ومكاسب مادية، مقلدين في ذلك أنماط ثقافية غريبة يراها بعض الغربيين أنفسهم غير جدية بالاحترام، دون الاهتمام بالصورة السلبية التي يكونونها عن أنفسهم وعن هويتهم الثقافية. فبعض مشاهير الفيس بوك مثلاً يقدمون مقاطع فيديو غير مفهومة لأنفسهم في مواقف مختلفة في الحياة اليومية ويحصلون على تلك الشهرة من خلال مجموعات الـ "Teenagers" وهم مجموعة المراهقين المنضمين للفيس بوك (أعمارهم تحت سن الثامنة عشر) ويبدون إعجابهم الشديد بكل ما هو جديد وغريب وغير مفهوم^(*). مثال ذلك نموذج خليل كوميدي، وأحد الشباب "من مشاهير الفيس بوك" الذي يعيد إنتاج بعض الأغاني العربية والأجنبية بشكل تمثيلي دون صوت (يتظاهر بأنه يغني لكن الأغنية بصوت

المطرب الأصلي)، ويقوم بنشرها على الفيس بوك وتحظى بإعجاب كثير من المستخدمين لاسيما من المراهقين.

- يشعر بعض الشباب بالراحة أكثر في التعبير عن ذاتهم عبر الشبكات الاجتماعية⁽⁵¹⁾، لكن هذا التعبير تعدى المستويات العادية وأصبح مجالاً لـ"التلقيح" وبات كل من له مشكلة مع أحد الأشخاص يكتب فيه منشوراً يسبه من خلاله أو يحذره أو يهدده.. إلى آخر ذلك من التعبيرات. ويصل الأمر أحياناً إلى حد المشاحنات والتشاجر بسبب تلك التلميحات.

- تبني أنماط جديدة من العلاقات الاجتماعية غير المعترف بها من قبل الشرائع السماوية ولا الأعراف الاجتماعية، مثل ظاهرة "الأم العزباء" التي وجدت في عالم الشبكات الاجتماعية من يدافع عنها بدعوى "الجهل بالظروف التي أدت بها إلى التفكير على هذا النحو".

- اعتياد الشباب على أساليب حياة جديدة تتماشى مع ما يدور في فضاء الشبكات الاجتماعية، تلك الأساليب مستمدة من مقتضيات التكنولوجيا وتماشياً مع التطورات التي يفرضها صانعو تلك التكنولوجيا. من أمثلة تلك الأساليب؛ العيش منفرداً منعزلاً عن الأسرة، الامتناع عن زيارة الأهل بحجة التواصل معهم عبر الشبكات الاجتماعية، النوم نهاراً والاستيقاظ ليلاً للتواجد على الشبكة.

- على الرغم من كون أغلب الشباب الذين أجريت معهم الحلقات النقاشية يعتقدون بأن الولايات المتحدة لا يمكن أن تسعى إلى تطوير أو تنمية المجتمع المصري، إلا أن ذلك لا يمنع من وجود رؤى بين الشباب تشير إلى كونها مجرد دولة تسعى إلى رفاهية شعبها، وأن تصرفاتها لا تدعونا لكرهيتها. حيث إنه من حقها السعي لتأكيد قوتها واستمراريتها كزعيمة للعالم. أما الغضب الحقيقي فينصب من جانب هؤلاء الشباب على أولي الأمر في الدول العربية الذين مالت موازين العدل والحق لديهم لصالح أصحاب الأعمال والكبار على حساب المواطن العادي. هذه الرؤية رغم منطقيتها إلى حد ما إلا أنها تنبئ بتضرر في الهوية الوطنية والانتماء، فالشباب المصري بات يشعر بالغيرة تجاه الشباب في الدول المتقدمة، ونمط ومظاهر الحياة في تلك الدول من مأكّل وملبس ومشرب⁽⁵²⁾ إلى حد التصريح من جانب البعض بتمنيهم الحصول على جنسية إحدى تلك الدول ليشعر بأنه مواطن له كرامة. وهذا المؤشر يعد خطيراً في الهوية الثقافية والوطنية للشباب يجب العمل الحثيث من أجل تداركه بشتى السبل.

النقطة الأكثر أهمية، أن عصر الحداثة الجديدة الذي أزال الحدود الفاصلة بين المنتج والمستهلك وأعطى الفرصة للمستهلك في تقديم منتجات ثقافية جديدة يرغب آخرون في استهلاكها ثم التفاعل معها بألية مختلفة وأنماط متعددة، ذلك

العصر أدى بالشباب المصري إلى الانغماس في إنتاج محتويات ثقافية تعبر عن كثير من تلك الجوانب السلبية في هويتهم الثقافية التي نتجت وتضخمت من تفاعلهم مع الشبكات الاجتماعية. حيث أصبح الشباب يدافعون عن كثير من الأفكار الوافدة تحت دعاوى كثيرة وظناً منهم بأنهم يتبعون في ذلك قيماً متوارثة مثل: (نصرة المظلوم، والأخوة الحقيقية، وغير ذلك) وأنهم يتصرفون بطريقة صحيحة حينما يشكون في جميع الناس دون استثناء، فباتوا يتهمون كل من يأت بخبر جديد -أياً كان شخصه وعلمه وفكره- بالفسوق "بوعي أو دون وعي منهم". مثال: حينما يستخدم بعضهم الآية القرآنية "يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوماً بجهالة" مع كل الناس وكل الأشخاص دون فهم منهم لتفسير الآية(*)، وبات كثير الشباب يأمررون بالمعروف وينهون عن المنكر على طريقتهم الخاصة. مثال: نصيحة صديق لصديق آخر بتشارك معرفته بفتاة ما "يصفونها بأنها منفتحة العقل **Open Minded**"(*) عبر موقع فيس بوك مع أصدقاء آخرين بدعوى أن هذا ما تستدعيه "الصدافة الحقيقية".

أبرز المصطلحات الرائجة بين الشباب على الشبكات الاجتماعية ومدلولاتها:

تأثرت اللغة العربية كثيراً لدى أوساط الشباب عبر الشبكات الاجتماعية وفي الحياة الواقعية، ومن أبرز مظاهر ذلك التأثر ظهور وانتشار العديد من المفردات الجديدة التي بات الشباب يستخدمونها، والحروف التي يكتبون بها. ووصل الأمر إلى حد وجود تقنية معينة لدى الشباب يستخدمونها في ابتكار تلك المفردات من أجل إبهار من يستمع إليهم أو يقرأ لهم من الشباب الآخرين عبر تلك الشبكات. ومن تلك المفردات:

- "على الدنيا السكلنتيه" (على الدنيا السلامة).
- "العيب باشكا"، بمعنى اللعب على المكشوف.
- "حطيت إيدي على البلف"، بمعنى فهمت الموضوع.
- "أدعك الفانوس دلوقتي"، يقصد بها لازم تمشي أو تختفي من أمام ناظري.
- "أرحلك"، أخرجك من الشلة أو من الجروب.
- "الجوند"، فلوس.
- "مكيش القفف" معاه فلوس كثير.
- "يا صباح المظلات"، للمتقدمين للكليات العسكرية أو التجنيد.
- "احلق" طنش... إلى آخر ذلك من الكلمات التي ليس قد يكون لها معنى آخر في اللغة أو هي ليست من اللغة العربية بالأساس.

علاوة على ما يعرف بلغة الفرانكو أراب (وهو استخدام حروف إنجليزية وأرقام في كتابة كلمات عربية مثل: "B7bk" وتعني "بحبك" باللهجة العامية، أو "Ya3ni" وهي كلمة "يعني" باللهجة العامية أيضاً) وهي طريقة يكثر استخدامها حتى لدى الذين ينكرونها من الشباب الذين تم إجراء الحلقات النقاشية معهم. وتتفق

هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نبيلة جعفري، أن الشباب الآن أصبح يستخدم "الفرانكو" بشكل بات يهدد اللغة العربية وهويتنا الثقافية⁽⁵³⁾.

مناقشة النتائج:

بالاستناد إلى تحليل الأبعاد الثلاثة للثقافة (المعياري والمعرفي والمادي) لدى الشباب المصري، سعى هذا البحث إلى الكشف عن مدى كون الشباب المصري نتيجة تفاعلاته مع الشبكات اجتماعية مترددًا لا يتبنى معاييرًا أو قيمًا أو أشياء مادية ثابتة تشير إلى التكوين الثقافي المتوارث لدينا في مصر. ورکز البحث على دراسة تأثير العناصر المشكّلة للحداثة الجديدة على تلك الأبعاد مثل (قيم التحرر المطلق واللايد وعلاقتها بالثقافة والسلوك). في ضوء ذلك ناقش الباحث الأفكار التي طرحتها الدراسة الراهنة مع الشباب المشاركين في البحث بعد تقسيمهم حسب التوزيع الطبقي إلى ثلاث مجموعات. وكان من المتوقع أن تنقسم النتائج المستخلصة من تلك المناقشات إلى ثلاث مجموعات أيضًا كالتالي:

- المجموعة الأولى من النتائج تمثل إجابات الشباب المحافظين المنغلقيين الراضين لثقافة العولمة المتمسكين بالقيم والثقافة المصرية الأصيلة.
- المجموعة الثانية تمثل إجابات الشباب المحافظين المعتدلين الذين يتمسكون بالقيم الذاتية لكنهم في الوقت نفسه متقبلين لثقافات أخرى ولديهم قدرة على تحقيق الموازنة بين هذا وذاك.
- المجموعة الثالثة تمثل إجابات الشباب المتحمسين للمستسلمين لثقافة العولمة على حساب الثقافة الموروثة والقيم الأصيلة لمصر والمجتمعات الشرقية بشكل عام⁽⁵⁴⁾.

لكن من خلال المناقشات اتضح أن ذلك التقسيم ليس موجوداً في الإجابات الفعلية للمشاركين فقد تشابهت ردود الفعل والتفسيرات مع اختلافات طفيفة ركز عليها الباحث في العرض السابق للنتائج. ومن المعتقد أن ذلك الأمر حدث نتيجة عدم تمكن الباحث من تمثيل جميع التيارات الفكرية في المجتمع المصري لاسيما المتدينين الذين غالبًا ما يميلون إلى تفسير ثقافة العولمة على أنها ثقافة العدو وشراً مطلق. لذلك يدعي الباحث أن حدود البحث الراهن تقف عند الفئات التي تمت دراستها، وأن الأمر بحاجة إلى مزيد من البحوث والدراسات بالتطبيق على فئات أخرى أو في ضوء خريطة فكرية للشباب المصري وفقاً للانتماءات والميول السياسية والدينية.

وبأي حال يمكن القول إن خلاصة هذا البحث تتمثل في أن الهوية الثقافية للشباب المصري حدثت بها تحولات جذرية جعلتها أقرب إلى النقيض من الهوية الحقيقية الأصيلة والمتوارثة للشباب المصري، وأن موجة التغيير بدأت منذ منتصف القرن العشرين تقريباً عند ظهور التلفزيون وانتشار صناعة السينما في مصر التي غلبت الفكاهة على الالتزام، ودعّمت الشباب المستهتر على أنها مرحلة

لا بد منها في عمر كل إنسان، وأيدت التصرفات السلبية للشباب باعتبارها حقًا مشروعًا لكل شاب وفتاة (طيش شباب)، وفي ضوء أبعاد الثقافة التي تشكل الهوية الثقافية والتي تشتمل على المعايير والمعارف والماديات المكونة للحياة ناقش نتائج البحث الراهن كما يلي:

أولاً: البعد المعياري:

تجدُر الإشارة أولاً إلى أهمية تحديد المبادئ المستخلصة من الفكر الحدائى الجديد الذي تداخلت فيه أفكار الحدائى مع ما بعد الحدائى وولدت ما عرف بالحدائى الجديدة أو المتداخلة، تلك المبادئ تشير إلى أن الإنسان أصبح ذاتاً حرّة، استهلاكية، مبعثرة، وفصامية ومترددة. ولوحظ من نتائج البحث أن معايير الحكم على الأشياء والمواقف لدى الشباب المصري قد تغيرت، وأصبحت خاضعة للتصورات الذاتية لكل فرد، والحاجات النفسية والاجتماعية لكل منهم، بل وأصبح الشباب مترددًا لا يتبنى معاييرًا أو قيمًا أو أشياء مادية ثابتة تشير إلى التكوين الثقافى المتوارث لدينا في مصر، وإنما بات متحولاً يفسر الأمور ذاتها بطرق مختلفة. فالشخص المحب للتجمعات وكثرة الكلام يجد في الشبكات الاجتماعية متنفسًا لتحقيق ما يصبو إليه. والإنسان الراض دومًا لما يدور حوله يرى أن الفيس بوك مساحة للتعبير الحرّ عن الرأى. وهكذا.

كما أشارت النتائج أنّ الشباب أصبحوا أكثر ميلاً للاستهلاك والتفاعل مع كل ما هو جديد بغض النظر عن مدى مطابقته أو توافقه مع القيم العربية والمصرية المتوارثة والتعاليم الدينية سواء الإسلامية والمسيحية، وبات موضوع التفاعل الإيجابى الواعى مع الشبكات الاجتماعية ومضامينها نخبويًا، ومقصور على فئة محدودة من الناس.

وعليه فإن القيم والعادات والأعراف والزواج والحوافز تأثرت كثيرًا بالتفاعل اليومي على الشبكات الاجتماعية، فكما أشارت النتائج نجد قيمًا مثل "صلة الرحم" باتت شبه منعدمة مقابل التواصل والتعرف على أشخاص جدد تجمعهم مبررات أخرى مثل التوافق السياسى أو النفسى أو غير ذلك. وفي الوقت ذاته فإن عادات الشباب باتت تظهر مختلفة عمّا توارثه المجتمع من عادات. مثل عادة الرجوع إلى المنزل مبكرًا في المساء، أو السير مسرعين باتجاه مقرات العمل أو الدراسة... وغير ذلك من العادات.

أما الزواج فبات من أبرزها "الحظر" أي منع شخص ما تجاوز في حق آخر من الاطلاع على صفحته أو الكتابة عليها على إحدى الشبكات الاجتماعية، أو الحذف، إرسال تقرير في حقه لإدارة الفيس بوك (على سبيل المثال). ومن الزواج المعاصرة أيضاً تجميد عملية التفاعل مع أحد الأصدقاء في حالة تجاوزه للأداب المطلوب منه الالتزام بها.

ثانياً: البعد المعرفي:

عدة مجالات أساسية يسعى الشباب المصري بشكل أساسي للاستزادة من المعرفة فيها؛ الرياضة لاسيما الكرة، والفن، والألعاب الإلكترونية، والجنس، فمعارفه في مجال الكرة والفن تؤهله للنقاش والمتابعة بالشكل الذي يرغب فيه، أما الجنس فهو يشبع شهوته ورغبته النفسية ظناً منه أن تلك المعرفة هي ما سيؤهله ليكون زوجاً ناجحاً في المستقبل القريب. وفي ضوء هذه المجالات يتم تفسير كثير من المعلومات والأخبار والموضوعات التي تتم مناقشتها على الشبكات الاجتماعية والتفاعل معها.

ساعد في زيادة تركيز الشباب على هذه الجوانب أن الشبكات الاجتماعية تعطيه مساحة للحديث والتواصل بشكل أكثر تحرراً، فالشخص الذي قد يخرج من الحديث في موضوعات بعينها خلال عملية الاتصال المواجهي يمكنه ببساطة التعبير عن ذلك من خلال المراسلة عبر الفيس بوك على سبيل المثال.

ثالثاً: البعد المادي:

تشير المكونات المادية في حياة الشباب المصري والأشياء التي يستخدمونها إلى ذات الفكرة التي خلص إليها البحث الراهن، فالشباب المصري بات يتقبل الأزياء التي تخالف العادات والتقاليد المصرية على أنها الموضة وأن رفضها يعدّ فكرًا رجعيًا لا يجب الحديث عنه. ونظراً لهذا بات كثير من الشباب يقبل على تلك الأزياء خوفاً من اتهامه بالرجعية والتخلف من قبل أقرانه، وشيئاً فشيئاً يتبنى الفكرة حتى يصبح هو نفسه مدافعاً عنها.

ولا يستثنى من هذا التغيير كثير من الفتيات المحجبات اللواتي أوضحن تقبلهن لأنماطٍ غريبة من الملابس لأنها "الموضة" ومحاولتهن لتطويع تلك الأنماط مع الحجاب بدعوى أن ذلك الحجاب لا يجب أن يكون عائقاً أمام الفتاة العصرية. فبتنا نرى الفتاة محجبة لكنها ترتدي بنطلوناً ضيقاً للغاية أو قصيراً يظهر جزءاً من ساقها، أو ممزقاً من بعض جوانبه ... إلى آخر تلك الأشكال الحديثة لبناطيل الفتيات في الوقت الراهن.

في هذا الإطار بات الشاب المصري يدّعي معرفته بالفتاة من واقع ملابسها وبات يفسّر الأزياء الخارجة على المألوف للبنات على أنها دعوة من الفتاة للشباب الجري لبناء علاقة معها، وفي نفس الوقت يفسّر الزي الملتمزم على أن تلك الفتاة منغلقة ولا تريد الاحتكاك بأحد من الجنس الآخر (بالطبع يحدث ذلك التفسير في أغلب الأحوال وليس دائماً). والعكس، فالفتيات ادعين قدرتهن على معرفة السمات الشخصية للشباب من مظهر ملابسه أو من نوع العطر الذي يستخدمه أو نوع "ماركة" نظارته الشمسية.

أما الفتيات فقد يجذبن لذلك الشاب العصري المهتم بالموضة الذي يشبه ممثلاً أو مطرباً أو لاعب مشهور، بشكل أكثر بكثير من آخر يركّز على العلم والأدب

والثقافة. ولم تعد الأخلاق عاملاً أساسياً في عملية المقارنة بين الشباب لدى كثير من هؤلاء الفتيات، بل وأصبح كل ذلك يؤثر في عملية اختيار الزوج أو الزوجة.

خلاصة البحث:

في ضوء القيم والمبادئ التي تطرحها الأفكار بعد ما بعد الحداثية أو الحداثة الجديدة، والسياقات المبتكرة التي ترّجح سيطرة الثقافة العولمية على الهويات المحلية، سعى البحث الراهن إلى قياس وتحليل دور الشبكات الاجتماعية في نشر تلك القيم والسياقات الجديدة بين الشباب المصري، في محاولة لرسم صورة لملامح الهوية الثقافية لهؤلاء الشباب في عصر الشبكات الاجتماعية.

ومن خلال أداة مجموعات النقاش المركزة التي طبّقت على 48 شاباً وفتاة من طبقات اجتماعية وأماكن جغرافية مختلفة في مصر، توصلَ البحث إلى سطوة القيم العولمية على عادات الشباب المصري في التفاعل مع الشبكات الاجتماعية، وانتقلت تلك السطوة إلى التأثير في أنماط التفكير وأشكال السلوك لدى أغلبية الشباب من مختلف الطبقات، فقد تغيّرت لديهم كثير من العادات والمعايير والمعارف التي يلجأون إليها في تفسير مختلف الظواهر، وكذلك تقبلهم للأشياء المادية المشكّلة للهوية الثقافية التي باتت تواجه مستويات عالية من التهديد بالشكل الذي قد يؤثر سلباً في جميع مسارات التحول الاجتماعي والسياسي والاقتصادي التي تمرّ بها مصر في القرن الحادي والعشرين. وعليه يوصي البحث بضرورة توجيه مزيد من البحوث العلمية لتحليل أنماط تفاعلات المواطنين المصريين مع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالظواهر النفسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والدينية ودراسة آليات مواجهة تغول القيم العولمية على هويتنا الثقافية المحلية.

هوامش البحث ومراجعته

- (1) ف. فولغين: فلسفة الأنوار، ترجمة: هنرييت عبودي، مراجعة: جورج طرابيشي، الطبعة الأولى (بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر، 2006).
- (2) Toulmin Stephen *Cosmopolis: The Hidden Agenda of Modernity* (Chicago: University of Chicago Press, 1992).
- (3) Tawfiq Yousef: Modernism, Postmodernism, and Metamodernism: A Critique, *International Journal of Language and Literature*, Vol. 5, No. 1, June 2017, pp. 33-43.
- (4) Hoekstra, Marike: Altermodern Art Education. Theory and Practice. *International Journal of Education Through Art*. Vol. 11. 2013, 10.1386/eta.11.2.213_1.
- (5) Paula B. Hartness; Po Pomo: The Post Postmodern Condition, *Master Thesis*, the Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences, Georgetown University, 2009.
- معن الطائي: بعد ما بعد الحداثة.. استعادة الإنسان، متاح على الإنترنت على الرابط: www.alitihad.ae (Retrieved on: 2 July 2018).
- N.Elaati, Abdulazim: Postmodernism Theory, 2016. 10.13140/RG.2.1.4515.0327.
- (6) Dennis Warrink: The Marketing Mix in a Marketing 3.0 Context, *5th IBA Bachelor Thesis Conference*, 2015.
- Elena V. Pogorelova, Irina V. Yakhneeva, Anna N. Agafonova and Alla O. Prokubovskaya: Marketing Mix for E-commerce, *International Journal Of Environmental & Science Education*, Vol. 11, No. 14, 2016.
- Bui Trung Thieu, Nguyen Thi Minh Hieu, Nguyen Thi Le Huyen, Pham Chau Binh and Nguyen Vu Hoang: Linkages between Marketing Mix Components and Customer Satisfaction: An analysis on Google in Hanoi, Vietnam, *Journal of Economics and Business Research*, Year XXIII, No. 1, 2017, pp. 123-148.
- (7) عاطف وصفي: الثقافة والشخصية، ط2 (القاهرة: دار المعارف، 1977) ص42-78.
- (8) علي هاشم: أبعاد الثقافة، متاح على الشبكة الدولية للمعلومات على الرابط: <http://www.aranthropos.com/> (تم الدخول بتاريخ: 12 يونيو 2018)
- (9) Triandis, Harry: The Many Dimensions of Culture. *Academy of Management Executive*. Vol.18, 2004, 10.5465/AME.2004.12689599.
- (10) Watkins, Trevor: The cultural dimension of cognition. *Quaternary International*. 2015, 405. 10.1016/j.quaint.2015.02.049.
- (11) أماني أبو رحمة: مصطلحات بعد ما بعد حداثية "الحداثة المتذبذبة"، (16 Published: March 2016, Retrieved on: 10 July 2018) متاح على الإنترنت على الرابط: http://amaniaburahma.blogspot.com/2016/03/blog-post_72.html
- (12) Timotheus Velmeulen & Robin van den Akker (2010). Notes on metamodernism, *Journal of Aesthetics & Culture*, vol. 2, DOI: 10.3402/jac.v2i0.5677.
- (13) أماني أبو رحمة: مصدر سابق.

- (14) حسن علي: وسائل الاتصال السائلة (القاهرة: دار البيان، 1998).
- (15) محمد شومان: عولمة الإعلام والنظام الإعلامي العربي، الفضائيات العربية نموذجًا، في: عبد الرحمن عزي، ممدوح المشمشي (محرران): الفضائيات العربية والهوية الثقافية، نحو إعلام هادف في القرن الحادي والعشرين، المؤتمر الدولي لكلية الاتصال بجامعة الشارقة، 11-12 ديسمبر 2007، الطبعة الأولى، 2010، ص: 220.
- (16) زندي يمينة: مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بظهور العزلة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي "دراسة ميدانية على عينة من الشباب". *مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية*. 5(10)، 2017، صص 142-154.
- (retrieved on: 13 June 2018) <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/36113>
- (17) لعورعاشور، رقية معافة: سيكولوجية تشتت الهوية لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة الثقافية "دراسة ميدانية بجامعة سكيكدة، عنابة، تبسة". *أفاق للعلوم*. 4(7)، 2017، ص ص 209-222.
- (retrieved on: 13 June 2018) <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/14596>
- (18) نبيلة جعفري: انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، شبكة فيس بوك نموذجًا، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، العدد 31، ديسمبر 2017، ص ص 81-94.
- (19) العقبي الازهر، بركات نوال: نمط العلاقات الاجتماعية في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الحقيقي والافتراضي. *علوم الإنسان والمجتمع*. 5(19)، 2016، ص ص 221-252.
- (retrieved on: 13 June 2018) <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/50288>
- (20) بركات حمزة، فنيش حنان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل تحديات العولمة لدى طلبة الجامعة "مقاربة نفسية اجتماعية متمحورة حول الأبعاد الاجتماعية التربوية والثقافية". *مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية*. 1(2)، 2016، ص ص 40-60.
- (retrieved on: 13 June 2018) <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/33767>
- (21) Joshua Isaac Kumwenda; Social media, Ethics and Development in the Postmodernist Malawian Society, *Journal of Development and Communication Studies*, Vol. 3. No.1, January-June, 2014. Pp 17-23.
- (22) رباب رأفت محمد الجمال: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، دراسة ميدانية (جامعة الملك عبد العزيز بالمملكة: كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية، 2013).
- (23) Rebecca Sawyer & Guo-Ming Chen: The Impact of Social Media on Intercultural Adaptation, *Intercultural Communication Studies*, XXI: 2 (2012), pp 151-169.
- (24) Sherri Grasmuck, Jason Martin, Shanyang Zhao: Ethno-Racial Identity Displays on Facebook, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.15, Issue.1, 2009.
- (25) J. Alison Bryant, Ashley Sanders-Jackson, Amber M. K. Smallwood: IMing Text Messaging and Adolescent Social Networks, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.11, No.2, 2006, PP 249-270.
- (26) بوحارة هناء، وادي لمين: أزمة الهوية وإشكالية الابتعاد عن الدين بين مطرقة الأصالة وسندان العولمة قراءة نفس-اجتماعية". *مجلة العلوم الإسلامية والحضارة*. 1(4)، 2016. ص ص 143-158.
- (retrieved on: 15 June 2018) <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/18451>

- (27) ثريا أحمد البدوي: هل تؤثر تكنولوجيا الاتصال على الهوية الثقافية للمجتمع العربي؟ رؤية نقدية لواقع الشباب الجامعي العربي في سياق المدخل البنائي، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، العدد الأول، يناير مارس 2015، ص ص 141-199.
- (28) Prasad Raj Singh: Consumer Culture and Postmodernism, in *Postmodern Openings*, Year 2, No. 5, Vol. 5, March, Year 2011 pp 55-88.
- (29) أشرف جلال حسن: أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والفطرية، *المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر لكلية الإعلام "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"*، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير 2009، ص ص 475-567.
- (30) علي ليلة: دور الإعلام في تكنولوجيا المعلومات في تهتك النسيج الأسري، رصد لتحرك التفاعل من المركز إلى الهامش، *المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر لكلية الإعلام "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"*، مرجع سابق، ص 23.
- (31) رحيمة عيساني: برامج الفضائيات العربية قراءة نقدية في المحتوى القيمي، في: عبد الرحمن عزي وممدوح المشمشي (محرران): مرجع سابق، ص ص 321-367.
- (32) محمد قيراط: التبعية والتقليد وأزمة الهوية في الفضائيات العربية، في: عبد الرحمن عزي وممدوح المشمشي (محرران): مرجع سابق، ص ص 409-436.
- (33) الصادق الحمامي: هوية الإعلام في المجتمعات العربية، جدلية الوحدة والتنوع، في: عبد الرحمن عزي وممدوح المشمشي (محرران): مرجع سابق، ص ص 271-292.
- (34) محمد شطاح: إشكالية الهوية والحوار مع الآخر في الإعلام الفضائي الجزائري، في: عبد الرحمن عزي وممدوح المشمشي (محرران): مرجع سابق، ص ص 237-265.
- (35) نصر الدين العياضي: الهوية الوطنية والتلفزيون، عشر أطروحات لتطبيق المسلمات، في: عبد الرحمن عزي وممدوح المشمشي (محرران): مرجع سابق، ص ص 181-212.
- (36) محمد سعد: خطاب العولمة والهوية في وسائل الإعلام الأمريكية الموجهة بالعربية وانعكاساته على استجابات الشباب، المؤتمر العاشر لكلية الإعلام "الإعلام المعاصر والهوية العربية"، جامعة القاهرة، 4-6 مايو 2004.
- (37) محمد بن صالح الخليلي: تأثير الإنترنت في المجتمع، دراسة ميدانية، عالم الكتب، المجلد 22، العدد 5-6، 2002، ص ص 469-502.
- (38) بسام قطوس: المدخل إلى مناهج النقد المعاصر، الطبعة الأولى (الإسكندرية: دار الوفاء للطباعة والنشر، 2006) ص 18.
- (39) Richard A. Krueger: Designing and Conducting Focus Group Interviews, 2002, Online at: <https://www.eiu.edu/ihec/Krueger-FocusGroupInterviews.pdf> (Retrieved on: 2 July 2018).
- (40) Krueger, R. & Casey, M.: Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research, 4th ed., CA: Sage Publications, 2008) p.128.
- (*) الباحثتان المشاركتان في إجراء المقابلات هما: - شيماء حسن المدرس بقسم الإعلام - جامعة المنيا، وهبة إبراهيم باحثة ماجستير بجامعة المنصورة.
- (41) زغو محمد: أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، الجزائر، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، عدد 4، 2010، ص 94.
- (42) John J. Tilley: Cultural Relativism, *Human Rights Quarterly*, 22(2), 2000, pp 501-47.
- (43) أحمد بن محمد النيسابوري: مجمع الحكم والأمثال، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، الجزء الأول (بيروت: دار المعرفة، د.ت) ص: 4.
- (44) سهير كامل أحمد، شحاتة سلمان: تنشئة الطفل وحاجاته بين النظرية والتطبيق (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2002).

- عدلي سليمان: الوظيفة الاجتماعية للمدرسة (القاهرة: دار الفكر الجامعي، 1999).
- صالح محمد علي: سيكولوجية التنشئة الاجتماعية (الأردن-عمان: دار الميسرة، 1999).
- (45) Arab Social Media Report: Arab Social Media Influencers Summit, the Dubai School of Government's Governance and innovation program, Dubai, UAE, 2015.
- (46) Lunden, I.: Instagram is the fastest-growing social site globally, mobile devices rule over PCs for access, Retrieved from <http://techcrunch.com/2014/01/21/instagram-is-the-fastest-growing-social-site-globally-mobiledevices-rule-over-pcs-for-social-access/>. (January 21, 2014) (Retrieved on: 2 July 2018) www.wikipedia.com/wiki/قائمة_مواقع_شبكات_اجتماعية (47)
- (48) Boyd, D. M., & Ellison, N. B.: Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 2007, 210-230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- (49) عمرو محمد أسعد: العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011.
- (50) Jolene Zywica & James Danowski: The faces of Facebookers, Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; Predicting facebook and offline popularity from sociability and self esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 14, 2008.
- (*) تنثير ظاهرة الإعجاب بما هو غير مفهوم الاستغراب، فالطبيعي أن ما هو غير مفهوم لا يثير في النفس شيئاً لأنه وببساطة- غير مفهوم، لكن تلك الظاهرة تذكرنا بحوارات شهيرة جاءت في أعمال فنية قديمة مثل مسرحية "مدرسة المشاغبين" ومسرحية "العبال كبرت" على لسان عدد من أبطال تلك الأعمال في تعليقاتهم على أحد زملائهم المشاركين في المسرحية حينما قال كلاماً غير مفهوم لهم، واستمرت بعدها أعمال فنية في التركيز على هذا الأمر في إطار كوميدي (مثال: إعجاب الفنان أشرف عبد الباقي في تمثيلته الكوميدي "راجل وست ستات" بكلام زوجته في المسلسل "لقاء الخميس" التي كانت تهرطق بأية عبارات دون معنى محدد، على أنها تقول كلاماً مهماً)... واستمرت تلك الظاهرة في الانتشار حتى تحولت في أوساط المراهقين بل وحتى الشباب إلى حقيقة دفعت بعضهم إلى استحداث ألفاظ أو مفردات غريبة لا تنتمي لأية لغة من أجل إثارة إعجاب الآخرين بهم.
- (51) آمال كمال: استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي، بالتطبيق على موقع Facebook، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو- ديسمبر 2011، ص 142.
- (52) ثريا أحمد البدوي: هل تؤثر تكنولوجيا الاتصال على الهوية الثقافية للمجتمع العربي؟ رؤية نقدية لواقع الشباب الجامعي العربي في سياق المدخل البنائي، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، العدد الأول، يناير مارس 2015، ص 161.
- (*) فالتبين هنا يكون حين ثبوت الفسوق على الأثني بالخير، وليس كل الناس. لكن الشباب باتوا يستخدمون المعنى مع كل الناس نتيجة الشك المتزايد فيما يأتي عبر تلك الوسائط التكنولوجية المتعددة.
- (*) المقصود بانفتاح العقل هو أن يكون المرء مستعداً لمناقشة موضوعات متعددة حتى وإن كانت تشتمل على بعض الحساسيات الدينية أو العرقية أو الأخلاقية، كالحديث عن الجنس مثلاً وما يعجب كل نوع في الآخر، وهذا الحوار هو ما يركّز عليه الشباب المصري في أغلب الأحوال على

الشبكات الاجتماعية رغم اجتيازهم لمرحلة المراهقة، بالإضافة إلى أنهم يقصدون بالفتيات منفتحة العقل تلك الفتاة التي تقبل الخروج مع أصدقائها الشبان سواء في وجود أو عدم وجود فتيات أخريات "الشلة" ليلاً أو نهاراً. وقد تقبل بعضهم في مناسبات للمباركة على النجاح مثلاً طالما أن تلك القبلة ستكون خالية من المشاعر، بمعنى أنها لن تؤدي إلى أمورٍ أخرى.

(53) نبيلة جعفري: مرجع سابق، ص ص 81-94.

(54) ظهرت اتجاهات مماثلة في نتائج دراسة د. محمد سعد حول خصاب العولمة والهوية في وسائل الإعلام الأمريكية، مرجع سابق.