

حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية

فصلية علمية محكمة - تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

صناعة الثقافة في عصر العولمة: دراسة ميدانية لتحليل تأثيرها في تغيير ملامح الهوية الثقافية للشباب المصري

د. شريف محمد عوض

أستاذ مساعد بقسم الاجتماع - كلية الآداب
جامعة القاهرة



ISSN: 5248 - 1560

الرسالة ٥٣٢ - الحولية ٤٠

١٤٤١هـ / ٢٠١٩م (ديسمبر)

ثمن العدد

قطر: ١٠ ريالات

البحرين: دينار واحد

الكويت: ٥٠٠ فلس

عمان: ريال واحد

السعودية: ١٠ ريالات

الإمارات: ١٠ دراهم

ثمن النسخة في دول الوطن العربي ما يعادل دولاراً واحداً

ثمن النسخة في الدول الأجنبية ما يعادل ثلاثة دولارات

الاشتراك السنوي لعدد (١٢) رسالة

الدول الأجنبية	الدول العربية	الكويت	نوع الاشتراك	سنوات الاشتراك
٢٢ دولاراً	٦ دنانير	٤ دنانير	أفراد	سنة واحدة
٩٠ دولاراً	٢٢ ديناراً	٢٢ ديناراً	مؤسسات	
٣٧ دولاراً	١٠ دنانير	٧ دنانير	أفراد	سنتان
١٥٠ دولاراً	٣٧ ديناراً	٣٧ ديناراً	مؤسسات	
٥٢ دولاراً	١٤ دنانير	١٠ دنانير	أفراد	٣ سنوات
٢١٠ دولارات	٥٢ ديناراً	٥٣ ديناراً	مؤسسات	
٦٧ دولاراً	١٨ ديناراً	١٣ ديناراً	أفراد	٤ سنوات
٢٧٠ دولاراً	٦٧ ديناراً	٦٧ ديناراً	مؤسسات	

جميع المراسلات الخاصة بشروط النشر أو أية استفسارات أخرى

توجه إلى رئيس تحرير حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية

ص.ب: ١٧٣٧٠ الخالدية - الكويت: ٧٢٤٥٤ - ت: ٢٤٨٣٠٢٥٦ - فاكس ٢٤٨٣٠٢٥٦

ISSN 1560-5248 Key title: Hawliyyat Kulliyat al-Adab

E-mail: aass@Ku.edu.Kw

http://apc.kuniv.edu.kw/AASS/

تتوفر نصوص البحوث كاملة لدى:

EBSCO Publishing Products

دار المنظومة: www.mandumah.com

إصدارات مجلس النشر العلمي

مجلة العلوم العربية ١٩٧٥، لجنة التأليف الإنسانية ١٩٨١، مجلة الاجتماعية ١٩٧٣، مجلة والتعريب والنشر ١٩٧٦، مجلة الكويت للعلوم الحقوق ١٩٧٧، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية ١٩٨٠، المجلة الهندسة ١٩٧٣، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ١٩٨١، المجلة العربية للعلوم الإدارية ١٩٩١.

حواصت الآداب والعلوم الاجتماعفة

ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

تصدر عن مجلس النشر العلمف - جامعة الكويت

فصلفة علمفة محكمة تتضمن مجموعة من الرسائل؁
وتعنى بنشر الموضوعات التي تدخل فف مجالات
العلوم الإنسانية والاجتماعفة.

الحولفة الأربعون
الرسالة الثانية والثلاثون بعد المئة الخامسة
١٤٤١ هـ / ٢٠١٩ م

هيئة التحرير

أ. د. يعقوب يوسف الكندري

رئيس هيئة التحرير

أ. د. محمد فلاح القضاة

قسم الإعلام

أ. د. مجدي عبد الحافظ صالح

قسم الفلسفة

أ. د. سند أحمد عبد الفتاح

قسم التاريخ

أ. د. جاسم سليمان الفهيد

قسم اللغة العربية وآدابها

أ. د. عبد المحسن الطبطبائي

قسم اللغة العربية وآدابها

أ. د. هشام فتحي جاد الرب

قسم علم النفس

د. ليلى محمد حكمت المالح

قسم اللغة الإنجليزية وآدابها

مها إبراهيم المسعد

مديرة التحرير

الهيئة الاستشارية

أ. د. منى بيكر

جامعة مانشستر - المملكة المتحدة

أ. د. باسل حاتم

الجامعة الأمريكية - الشارقة

الإمارات العربية المتحدة

أ. د. عبد القادر الفاسي الفهري

قسم اللغة العربية - جامعة محمد الخامس

أ. د. إبراهيم السعافين

قسم اللغة العربية - الجامعة الأردنية

أ. د. حمدي حسن أبو العينين

قسم كلية الإعلام - جامعة مصر الدولية

أ. د. إسماعيل صبري مقلد

قسم العلوم السياسية - جامعة أسيوط

أ. د. محمود السيد أبو النيل

قسم علم النفس - جامعة عين شمس

قواعد النشر

في حَوَلِيَّاتِ الآداب والعلوم الاجتماعية

- ١- تنشر الحَوَلِيَّاتُ البحوثِ والدِّرَاسَاتِ الأَصِيلَةَ بِاللِّغَتَيْنِ العَرَبِيَّةِ وَالإِنْجِلِيزِيَّةِ فِي مَجَالِ العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية والآداب.
- ٢- أَنْ تُمَثَّلَ الدِّرَاسَةُ إِضَافَةً جَدِيدَةً فِي حَقْلِ التَّخْصُّصِ.
- ٣- لَمْ يُسَبِّقْ نُشْرُ الدِّرَاسَةِ بِأَيِّ صُورَةٍ كَانَتْ، وَلَمْ يُسَبِّقْ أَيْضًا تَقْدِيمُهَا لِلنَّشْرِ إِلَى جِهَةٍ أُخْرَى فِي أَثْنَاءِ وُجُودِهَا إِلَى الحَوَلِيَّاتِ. وَيَلْتَزِمُ البَاحِثُ بِكُتَابَةِ إِقْرَارٍ وَتَعَهُّدٍ بِأَنَّ البَحْثَ المُقَدَّمُ لَمْ يُسَبِّقْ نُشْرَهُ فِي أَيِّ وِعَاءٍ نُشِرَ، أَوْ أُرْسِلَ إِلَى جِهَةٍ أُخْرَى.
- ٤- أَلَا يُقَلُّ عَدَدُ كَلِمَاتِ الدِّرَاسَةِ عَنْ (١٥٠٠٠) كَلِمَةً، شَامِلَةً المَرَاجِعَ وَالهَوَاشِ وَالجَدَاوِلَ، (بِحُدُودِ ٥٠ صَفْحَةً). وَأَلَا يَزِيدُ عَدَدُ الكَلِمَاتِ عَنْ (٦٠٠٠٠) كَلِمَةً (فِي حُدُودِ ٢٠٠ صَفْحَةً).
- ٥- يُقَدَّمُ البَحْثُ بِالْبَرِيدِ الإِلِكْتُرُونِيِّ: (aass@ku.edu.kw) مَكْتُوبًا بِوَسْطَةِ مُعَالِجِ النُّصُوصِ Microsoft Word وَعَلَى مَسَافَةٍ وَنِصْفٍ، وَبِنِطِ (١٤) Arabic Simplified. فِي حَالَةِ البُحُوثِ بِاللُّغَةِ العَرَبِيَّةِ، وَعَلَى مَسَافَتَيْنِ، وَبِنِطِ (١٢) Roman New Times فِي حَالَةِ البُحُوثِ بِاللُّغَةِ الإِنْجِلِيزِيَّةِ.
- ٦- يُرْفَقُ البَاحِثُ مَلْخَصًا لِلْبَحْثِ، مَطْبُوعًا بِاللِّغَتَيْنِ العَرَبِيَّةِ وَالإِنْجِلِيزِيَّةِ، فِي حُدُودِ (٢٠٠) كَلِمَةً. عَلَى أَنْ يَحْتَوِيَ مَلْخَصُ البَحْثِ عَلَى: هَدَفِ الدِّرَاسَةِ وَأَسْئَلَتِهَا، وَمَنْهَجِ الدِّرَاسَةِ المُسْتَحْدَمِ، وَأَبْرَزِ النُّتَاجِ المُسْتَخْلَصَةِ، وَأَهَمِّ الِاسْتِنْتَاجَاتِ.
- ٧- يُرْفَقُ البَاحِثُ مَعَ البَحْثِ سِيرَةٌ عِلْمِيَّةٌ مُخْتَصَرَةٌ، مَطْبُوعَةٌ بِاللِّغَتَيْنِ العَرَبِيَّةِ وَالإِنْجِلِيزِيَّةِ، تَشْمَلُ أَهَمَّ مَوْثِقَاتِهِ وَأَبْحَاثِهِ.
- ٨- تُقَدَّمُ الخَرَائِطُ وَالْأَشْكَالُ وَالرُّسُومُ (إِنْ وَجَدَتْ) بِأَصُولِهَا الصَّالِحَةِ لِلطَّبَاعَةِ بِصِيغَةِ JPG، وَبِمَسْتَوَى دَقَّةِ ٨٠٠*٦٠٠.
- ٩- فِي حَالَةِ رَغْبَةِ البَاحِثِ بِنَشْرِ الصُّورِ أَوْ الخَرَائِطِ أَوْ الْأَشْكَالِ الْبَيَانِيَّةِ الْمُلَوَّنَةِ؛ يَلْتَزِمُ بِدَفْعِ تَكَاثُفِهَا.
- ١٠- يَرَاعِي البَاحِثُ عِنْدَ كُتَابَةِ البَحْثِ الْإِلْتِمَازَ بِأَحْدَثِ نَسْخَةٍ مِنْ أَحَدِ النُّظَامَيْنِ:
أ - Modern Language Association MLA
ب - American Psychological Association APA
- يُسْتَحْدَمُ فِي البَحْثِ وَالدِّرَاسَاتِ فِي مَجَالِ العلوم الإنسانية والآداب نظام MLA، وَالبَحْثِ فِي مَجَالِ الدِّرَاسَاتِ الاجتماعية نظام APA، مِنْ حَيْثُ كُتَابَةُ المَرَاجِعِ وَالهَوَاشِ فِي مَتْنِ البَحْثِ، أَوْ فِي قَائِمَةِ المَرَاجِعِ.
- أَوَّلًا: فِي الدِّرَاسَاتِ فِي مَجَالِ العلوم الإنسانية والآداب، يُمْكِنُ كُتَابَةُ المَرَجِعِ عَلَى نِظَامِ MLA عَلَى الْوُجْهِ الْمَوْضَحِ أدْنَاؤُهُ:
١ - الهَوَاشِ: - تَوْضِيعُ الهَوَاشِ فِي نِهَازَةِ البَحْثِ فِي حَالَةِ عَدَمِ وَجُودِ فُصُولٍ.
- تُرْتَّبُ أَرْقَامُ التَّوْثِيقِ بِطَرِيقَةٍ مُتَسَلِّسَةٍ حَتَّى نِهَازَةِ كُلِّ فُصْلٍ، أَوْ حَتَّى نِهَازَةِ البَحْثِ فِي حَالَةِ عَدَمِ وَجُودِ فُصُولٍ.
- تَشْتَبِهُ الهَوَاشِ عِنْدَ ذِكْرِهَا لِأَوَّلِ مَرَّةٍ كَامِلَةً عَلَى النَّحْوِ الْآتِي: اسْمُ الْمُؤَلِّفِ، عُنْوَانُ الْكِتَابِ (بِالْبِنِطِ الْأَسْوَدِ)، رَقْمُ الْجُزْءِ، رَقْمُ الطَّبْعَةِ، اسْمُ النَّاشِرِ، مَكَانُ النُّشْرِ، سَنَةُ النُّشْرِ، رَقْمُ الصَّفْحَةِ.
مِثَالُ: (ابن حزم، الإحكام في أصول الأحكام، جزء ٢، ط ١، دار المعارف، القاهرة، ١٩٦٦، ص ١١٦).
٢- المَرَاجِعُ:
(فؤاد زكريا، آراء نقدية في مشكلات الفكر والثقافة، ط ١، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٧٥، ص ١١).

ويمكن الرجوع إلى العديد من المواقع التي توضح عملية استخدام المراجع، منها:

quickguide/mla/com.libguides.irs:http

ثانيًا: في مجال العلوم الاجتماعية، يمكن كتابة المراجع على الوجه الموضح أدناه (APA):

١- كتابة المرجع في المتن: اسم العائلة للمؤلف متبوعًا بفاصلة، ثم سنة النشر. (يرجى الرجوع إلى دليل التوثيق وفقًا لنظام APA لمزيد من التفاصيل)

مثال: (Cortois, 2001)

٢- قائمة المراجع: يرجى الرجوع إلى دليل التوثيق وفقًا لنظام APA للتفاصيل.
مثال:

Jones, J. (2005). Writing with style. Style Writing Journal, 12 (6), 1433-.

<http://www.apastyle.org>

ويمكن زيارة موقع:

لمعرفة القواعد الخاصة بهذا النظام.

١١- يجب أن تشمل جميع البحوث على قائمة المراجع كاملة في نهاية البحث، على أن يكون بنط الكتابة بالنص الروماني (Roman Script).

١٢- لمعرفة قواعد وأخلاقيات النشر رجاء مراجعة موقع الحوليات الإلكتروني.

شروط قبول البحوث في الحوليات:

أ - لا تقبل الحوليات البحوث التي سبق نشرها بأي طريقة.

ب - لا تقبل المجلة نشر أبحاث الماجستير أو الدكتوراه أو أي مستلآت منها.

ج - لا تُرد ولا تُسترجع أصول البحوث المقدمة للنشر، سواء نُشرت أم لم تُنشر.

د - لا يجوز نشر البحوث في جهات أخرى بعد موافقة الحوليات على نشرها. وإذا ثبت ذلك؛ فستتخذ إدارة الحوليات الإجراءات القانونية المتبعة بهذا الشأن.

هـ - يمكن للباحث نشر بحثه في جهات أخرى، بعد الحصول على إذن كتابي سابق من رئيس التحرير، وبعد انقضاء ثلاث سنوات - على الأقل - على نشره في الحوليات.

و - يُعرض البحث الذي تتوافر فيه القواعد المذكورة سابقًا، بعد موافقة هيئة التحرير، على محكمين لتقرير مدى صلاحية البحث للنشر في المجلة.

و- تمنح المجلة للباحث خمسين نسخة من بحثه المنشور، كإهداء.

تُرسَل البحوث وجميع المراسلات الخاصة بالحوليات إلى رئيس التحرير عن طريق البريد الإلكتروني للمجلة.

رئيس تحرير حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية

ص.ب: ١٧٣٧٠ الخالدية

رمز بريدي: 72454

الكويت

ISSN 1560 Key title: Hawliyyat Kulliyyat al-Adab

<http://apc.kuniv.edu.kw/AASS>

E-mail: aass@ku.edu.kw

افتتاحية الإصدار الثاني من الحولية الأربعين

بقلم رئيس التحرير: أ.د. يعقوب يوسف الكندري

قامت إحدى الجامعات المرموقة في الخليج العربي وهي جامعة أم القرى في المملكة العربية السعودية بإعداد قائمة خاصة بالمجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية، والتي تشير إلى استيفائها لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية سكوبس (Scopus)، والتي قد تم مراجعتها من وحدة النشر في عمادة البحث العلمي التابعة للجامعة نفسها، وعدة هذه القائمة (١٥٦) مجلة علمية موزعة على الوطن العربي. ولقد حرصت وحدة النشر على أن تشير إلى شروط قاعدة البيانات سكوبس (Scopus) المعتمدة لديها - كما أشارت - والتي تتمثل في وجود هيئة تحرير، وهيئة استشارية، ونظام تحكيم إلكتروني، وهيئة تحرير دولية، أنها محلية تخضع للتحكيم، ومنتظمة الصدور، ووجود نصوص كاملة في موقع المجلة، وتنوعها الجغرافي من حيث الباحثون، ووجود ملخص باللغتين العربية والإنجليزية، وانتظامها في الصدور في آخر عامين، وأن تكون المجلة ملتزمة بأخلاقيات النشر. وقد قامت وحدة النشر بالبت في هذه الشروط والإشارة إلى توافرها في كل مجلة، وهو بلا شك يعتبر جهداً كبيراً وعملاً مميزاً في حصر المجلات المتوافقة مع شروط قاعدة البيانات المذكورة. وهي بدون شك تكون مرجعاً مهماً للباحث لاختيار ما يراه مناسباً وملائماً لموضوع بحثه، وخياره في النشر. فكل الشكر والتقدير على هذا الجهد الكبير، ونرجو أن تتم الاستفادة من هذه القائمة.

ولابد من الإشارة هنا إلى الفرق بين الشروط الواجب توافرها في كل مجلة مع قواعد البيانات المذكورة، وبين عملية تقويم المجلة. ولعل التقويم الشائع أو الأبرز للمجلات العلمية المنتشرة هو ما يسمى بمعامل تأثير المجلة Inpact Factory، ووجود هذا المعامل ودرجته التي تحدد درجة اللجوء إلى هدف المجلة والاقتراس منها. وعلى الرغم من أن هذا التقويم يعتبر جيداً للإشارة إلى تقييم المجلة وكثرة الرجوع إليها، فإنه لا يعتبر المعيار الأوحد، ولا يعتبر أيضاً الانضمام إلى قاعدة البيانات سكوبس (Scopus) معياراً لتقويم المجلة المطلق. فهناك عديد من المجلات الموجودة في قاعدة البيانات سكوبس (Scopus) على

سبيل المثال تخضع إلى تحكيم، ولكن هذا التحكيم ليس سريعاً مما يفقدها جانباً من أسس التقويم المناسبة في بعض الأحيان. وقد يكون للمجلة معامل تأثير كبير أو عالٍ نسبياً ولكن ارتفاع هذا المعامل سببه هو توافر المجلة على شبكة المعلومات بأبحاثها كافة بشكل متاح ومجاني للجميع مما يرفع من درجة الاقتباس لأبحاثها.

فالمعايير هنا غير ثابتة وتحتاج إلى مراجعة. وقد تكون من أفضل طرائق معرفة تقويم المجلة العلمية هي رأي الأفراد والمتخصصين في كل مجال على حدة لما يرونه من أثر لهذه المجلة، وموضوعاتها، وجديّة وأصالة أبحاثها، وهناك الكثير ممّا يقال هنا عن هذا الموضوع، ويمكن تفصيله في مواقع أخرى. تضمن هذا العدد ست رسائل علمية تبدأ بالرسالة ٥٣٢ بعنوان: «صناعة الثقافة في عصر العولمة: دراسة ميدانية لتحليل تأثيرها في تغير ملامح الهوية الثقافية للشباب المصري» للباحث شريف محمد عوض من جامعة القاهرة، ورسالة أخرى ٥٣٣ أدبية تتناول شعر أبي عبد الله بن الحسن ابن الطوبي الصقلي والذي عنيت الباحثة نجوان كمال السيد من جامعة سوهاج بجمع وتوثيق ودراسة هذا الشعر، وتأتي الرسالة ٥٣٤ أيضاً في اللغة العربية وعن موضوع ثنائية اللغة واللغة في العربية من إعداد سيف الدين الفقراء من جامعة مؤتة، بينما تتناول الرسالة ٥٣٥ دراسة ميدانية لويدي وارنر عن مؤشرات البناء الطبقي القبلي والتغيرات الجيلية للباحث عبد الباسط العزام من جامعة اليرموك في الأردن، وتأتي الرسالة ٥٣٦ تحت عنوان مراحل المسار التمكيني لذوي الإعاقة الحركية في مجتمع الإمارات والتي تعتبر مقارنة كيفية للخبرات المعيشة في ضوء الفروق بين الجنسين والوصم الاجتماعي للباحث محمد الحوراني من جامعة الشارقة، وأخيراً الرسالة ٥٣٧ للباحثين أحمد عبد الخالق من جامعة الإسكندرية ومايسة النبال من جامعة بيروت العربية عن التفاؤل والفاعلية الذاتية والهناء الشخصي بوصفها منبئة بالسلوك الصحي. نرجو أن يكون قد حقق هذا العدد التنوع المطلوب في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية، متطلعين إلى مزيد من الاهتمامات العلمية المميزة للحوليات.

الرسالة ٥٣٢

صناعة الثقافة في عصر العولمة: دراسة ميدانية لتحليل تأثيرها في تغيير ملامح الهوية الثقافية للشباب المصري

د. شريف محمد عوض

أستاذ مساعد - قسم الاجتماع - كلية الآداب
جامعة القاهرة

حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية - الحولية الأربعون ١٤٤١هـ / ٢٠١٩م

المؤلف:

د. شريف محمد عوض

- ١- دكتوراه في علم الاجتماع عن أطروحة بعنوان: الآثار الاجتماعية للتضخم على بعض شرائح المجتمع المصري، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨.
- ٢- وكيل أول وزارة الثقافة - رئيس الإدارة المركزية للشعب واللجان الثقافية بالمجلس الأعلى للثقافة.
- ٣- أستاذ علم الاجتماع المشارك بقسم الاجتماع بكلية الآداب، جامعة القاهرة.

الإنتاج العلمي:

أولاً - الكتب:

- ١- مقدمة في علم اجتماع المستقبل، الطبعة الأولى، دار النصر، القاهرة، (بالاشتراك) ٢٠٠٩.
- ٢- علم الاجتماع الاقتصادي: المفاهيم والقضايا، مكتبة الزعيم للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١١.
- ٣- التخطيط الاجتماعي: الأسس والمفاهيم، مكتبة الزعيم للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٢.
- ٤- التقويم الاجتماعي للمشروعات: الأسس والمفاهيم، مكتبة الزعيم للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٢.
- ٥- الشباب ومجتمع المعلومات دراسة في علم الاجتماع الآلي، مكتبة الزعيم للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٣.
- ٦- مناهج البحث في العلوم الاجتماعية: المفاهيم، الأدوات، التصميم، مكتبة الزعيم للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٣.
- ٧- اتجاهات معاصرة ودراسات تطبيقية في علم الاجتماع الاقتصادي، مكتبة الزعيم للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٤.
- ٨- علم الاجتماع التطبيقي: الموضوعات والمجالات، مكتبة الزعيم للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٧.

ثانياً - البحوث:

- ١- محمد علي والتحول الاجتماعي في مصر، مجلة أحوال مصرية، السنة الثامنة، العدد ٣٠، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة، ٢٠٠٥.
- ٢- التوارث المهني في مصر: تحليل سوسيو تاريخي، مجلة أحوال مصرية، العدد ٣٥، السنة التاسعة، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة، ٢٠٠٧.
- ٣- دور التدريب التأهيلي في تمكين الشباب من فرص العمل: دراسة حالة لجمعية جيل المستقبل، المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد الثالث، يناير، ٢٠٠٩.
- ٤- حكي الفقراء: صور من خطاب الحياة اليومية للفقراء في المجتمع المصري، أعمال المؤتمر الدولي السابع لقسم اللغة الفرنسية وأدائها: الحكي الشعبي بين التراث المنطوق والأدب المكتوب، دار العين للنشر، ٢٠٠٩.
- ٥- دور الجمعيات الأهلية في تغيير ثقافة العمل التقليدية: دراسة ميدانية بمركز الداخلة بالوادي الجديد، أعمال الندوة السنوية الخامسة عشرة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩.
- ٦- المحددات الاجتماعية للإدخار بين شرائح الطبقة الوسطى في حضر محافظة الجيزة: تحليل سوسيو اقتصادي، مجلة كلية الآداب، جامعة القاهرة، أكتوبر، ٢٠١٠.
- ٧- المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة المصرية: دراسة ميدانية، مجلة هرمس، مركز اللغات والترجمة، جامعة القاهرة، ٢٠١٧.
- ٨- الإعلام الجديد وصناعة فكر الاستدامة التنموية: رؤية تحليلية، المؤتمر الدولي الثاني لكلية الإعلام، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، ٢٠١٨.
- ٩- دور جمعيات رجال الأعمال في التمكين الاقتصادي للشباب من فرص العمل: دراسة ميدانية على عينة من المستفيدين من مؤسسة ساويرس للتنمية الاجتماعية، مجلة كلية الآداب، عدد يناير، جامعة القاهرة، ٢٠١٩.
- ١٠- دور جمعيات رجال الأعمال في التمكين الاقتصادي للشباب من فرص العمل: دراسة ميدانية على عينة من المستفيدين من مؤسسة ساويرس للتنمية الاجتماعية، مجلة كلية الآداب، عدد يناير، جامعة القاهرة، ٢٠١٩.

المحتوى

١٣	الملخص
١٥	أولاً - مدخل في موضوع الدراسة وأهميتها
٢١	ثانياً - مشكلة الدراسة
٢٦	ثالثاً - أهداف الدراسة
٢٧	رابعاً - تساؤلات الدراسة
٢٨	خامساً - مفاهيم الدراسة
٢٨	١-٥ - صناعة الثقافة
٣١	٢-٥ - الهوية الثقافية
٣٤	سادساً - الإطار النظري - مدرسة فرانكفورت وصناعة الثقافة
٣٦	١-٦ - ماكس هوركهايمر: (١٨٩٥-١٩٧٣)
٣٨	٢-٦ - هريبرت ماركيوز: (١٨٩٨-١٩٧٩)
٤٠	٣-٦ - ثيودور أدورنو: (١٩٠٣-١٩٦٩)
٤٤	سابعاً - الدراسات السابقة
٤٥	- المحور الأول: الدراسات التي تناولت العلاقة بين العولمة الثقافية وصراع الهوية:
٤٧	- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت العلاقة بين الهوية الثقافية والانتماء والمواطنة
٥٠	المحور الثالث: الدراسات التي تناولت العلاقة بين الهوية الثقافية والشباب الجامعي
٥٤	ثامناً - الإجراءات المنهجية للدراسة
٥٤	١-٨ - نوع الدراسة
٥٤	٢-٨ - المنهج المستخدم ومسارات الدراسة

٥٥	٨-٣- حدود الدراسة
٥٦	٨-٤- متغيرات الدراسة
٥٦	٨-٥- مجتمع الدراسة والعينة
٥٧	٨-٦- أدوات الدراسة
٥٨	٨-٧- التعريفات الإجرائية للدراسة
٦٢	تاسعاً - نتائج الدراسة الميدانية وتحليلاتها السوسيولوجية
٦٢	٩-١- خصائص عينة الدراسة
٧٣	٩-٢- أثر صناعة الثقافة على تفتيت الهوية الثقافية
٨٢	٩-٣- صناعة الثقافة وأثرها على اختزال المعاني والقيم الثقافية الأصيلة
٩١	٩-٤- صناعة الثقافة وتغيير شكل الانتماء
١٠٠	٩-٥- صناعة الثقافة وتعزيز النزعات الاستهلاكية
١٠٩	٩-٦- الفروقات بين اتجاهات أفراد العينة نحو قضايا الدراسة الميدانية
١١٤	عاشراً - نتائج الدراسة
١١٤	١٠-١- النتائج الخاصة بأثر صناعة الثقافة على تفتيت الهوية الثقافية
١١٥	١٠-٢- النتائج الخاصة بصناعة الثقافة وأثرها على اختزال المعاني والقيم الثقافية الأصيلة
١١٧	١٠-٣- النتائج الخاصة بصناعة الثقافة وتغير معاني الانتماء
١١٩	١٠-٤- النتائج الخاصة بصناعة النزعات الاستهلاكية وتعزيزها
١٢٠	١٠-٥- النتائج الخاصة بالفروقات بين اتجاهات أفراد العينة نحو قضايا الدراسة الميدانية
١٢٣	قائمة المراجع

الملخص

تتصدى الدراسة الراهنة إلى تدارس موضوع حديث مطروح على أجندة البحث في علم الاجتماع الاقتصادي، يتجلى في البحث حول الجوانب الاقتصادية للموضوعات الثقافية وخاصة ما يتعلق منها بصناعة وترويج النماذج الثقافية ذات الطابع الغربي، من منطلق صناعة الثقافة، تلك العملية التي حولت الثقافة إلى صناعة من خلال إتاحة الفرصة للقوى المهيمنة على الثروة من إنتاج المعاني وصياغتها ونشرها وتسويق الخضوع لها، وذلك من خلال الامتثال للعولمة الإعلامية. وانطلقت الدراسة نحو تحقيق أربعة أهداف، الأول: اهتم برصد أثر صناعة الثقافة على تفتيت الهوية من حيث التحرر من القيم والاغتراب ومسح الشخصية، الثاني: اهتم بالوقوف على أثر صناعة الثقافة على اختزال المعاني والقيم الثقافية الأصيلة من حيث الانغلاق على الذات وتشوه المعاني الثقافية الرصينة، الثالث: تعرف أثر صناعة الثقافة على تغير شكل الانتماء وملامحه بين الشباب المصري والاتجاه نحو الانتماء الرمزي، الرابع: الكشف عن أثر صناعة الثقافة على تعزيز النزعات الاستهلاكية، حيث سلعة الحياة الاجتماعية. وأجريت الدراسة الميدانية على عينة من الشباب بجامعة القاهرة، بلغ حجمها (٢٤٠) مفردة ممن تراوح أعمارهم ما بين ١٧ و ٢٤ عاماً. وتوصلت الدراسة إلى أن صناعة الثقافة ساهمت - عبر آلياتها وبرامجها ومحتوياتها وتقنياتها - في تشكيل هوية ثقافية للشباب متحررة من القيم متقبلة لكل القيم الثقافية الغربية المؤدجة التي تحمل بذور التطرف والإرهاب والتمرد والعنف. كما أوضحت نتائج الدراسة أن صناعة الثقافة أوجدت شكلاً جديداً للانتماء، يسمى الانتماء الرمزي تجاوز للحدود القومية، وأوضحت الدراسة أن الانتماء الرمزي هذا يضعف الانتماء الحقيقي للشباب لوطنه؛ فلم يعد الانتماء في ظل تحولات العولمة انتماءً مكانياً إنما هو انتماء معرفي صوري غير حقيقي، يتبدى في صورة تطرف وإرهاب وعمليات انتقامية.

أولاً - مدخل في موضوع الدراسة وأهميتها:

تعد الثقافة والبناء الثقافي من المكونات الأساسية في أي مجتمع؛ حيث يظهر الفرق بشكل أساسي بين تقدم أي شعب من الشعوب وآخر في مدى رقي الثقافة وتطورها وقدرتها على التفاعل مع التطور الذي يلحق بمناحي الحياة المختلفة (عاشور، ٢٠٠٧: ٥٣). فالثقافة تؤدي دوراً محورياً في بناء المجتمع؛ لكونها هي التي تتولى تنظيم التفاعل الحادث في المجتمع. فالبشر يؤدون أدوارهم وينجزون سلوكياتهم وهو موجهون بقيم الثقافة. ومن ثم فكلما كانت الثقافة أكثر فعالية في ضبط التفاعل الاجتماعي، توقعنا أن يكون المجتمع أكثر استقراراً (ليلة، ٢٠٠٨: ٨٣). كذلك تشكل الثقافة ركناً أساسياً من أركان شخصية الإنسان، وهي أحد معالم هويته الشخصية، والعناصر المميزة له عن غيره، فتنوع الثقافة وحجمها يطبع الشخصية بطابع معين، وجيل الشباب كما هو مهياً للانتماء إلى الفكر الأصيل فإنه عرضة للانتماء للتيارات الفكرية المنحرفة عن غير وعي (إمام، ٢٠١٣: ٩٧).

ويعاني الشباب في مجتمعاتنا من هموم عدة، وإنكار واسع النطاق لحقه في حياة يصنعها لنفسه، وثقافة يحدد هو عناصرها وأهدافها، باعتبار كل ما تعنيه الثقافة من تحقيق للهوية الإنسانية على الرغم من كل المعوقات المفروضة عليه، وكأنه لم يكفِ قوى القهر ما تمارسه من صور الاستغلال المحلي والعالمي، الممثلة في مظاهرها السياسية والاقتصادية، من نظام دولي غير ديمقراطي إلى أزمات التضخم والدوران اليومي في دائرة الاستهلاك الجهنمية، وإنما راحت هذه القوى أيضاً، بوعي مقصود، تصادر حق هذا الشباب في التعبير عن آلامه، أو التطلع لإنقاذ ثقافته وضمان دينامية جدلها الخاص في مواجهة عوامل التجميد والمصادرة أو النفي المفروض عليها من الخارج (شعراوي، ٢٠٠١: ٢٢٧). فقد استطاع التقدم التكنولوجي والعلمي المستمر في

دول العالم الأول- وبصفة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية في مجالات الأعمار الصناعية للاتصال الجماهيري، في ظل عصر العولمة أو الكوكبة- تكوين رأي عام يتفق مع التوجهات السياسية والفكرية والاقتصادية لدول المصدر المالكة للقوة التكنولوجية في مجالات الإعلام والمعلومات والقوة على قبولية وصناعة الرأي العام والفكر الذي يتفق مع أهدافها ومصالحها (البطريق، ٢٠٠٧: ٢٦). ذلك أن هذا النوع الجديد من القهر أصبح إحدى أدواته الأساسية للتغريب الثقافي، ومحاولة سلخ الشباب عن أمته، أو تجريده من الشعور بالانتماء إليها، حتى يسهل إخضاع هذه الأمة لمختلف صور التبعية (الجوهري، ٢٠٠٢: ١١٥)؛ حيث يتوقع أن يؤدي هذا النوع من القهر- الاختراق الثقافي - أدواراً جديدة في أفق الصراع الإستراتيجي الدائر اليوم في العالم (المسدي، ١٩٩٩: ٣٢٦).

وقد قدم عالم الاجتماع الفرنسي «بيير بورديو» Bourdieu عام ١٩٩٩ أمام المجلس العالمي لمتحف التليفزيون والراديو عناصر المنطق الجوهري لصناعة الثقافة التي تعتمد الربح السريع، انسجاماً مع معايير العولمة التي ليست عولمة لثقافة كونية كما تحقق في فترات سابقة، بل هي عولمة تجارية تستهدف أوسع جمهور ممكن لاستهلاك منتجات «الكيتش» و«الجينز» و«الكوكاكولا»، وجاءت دعوته بضرورة إحياء عولمة ثقافية مقاومة للعولمة التجارية الراهنة (انظر: سلام، ٢٠٠٣: ٨٤). ومن ثم، فإن العولمة ما هي إلا فخ تقع فيه الشعوب الفقيرة؛ ففيها اعتداءات على الديمقراطية وحرية الإنسان، وتفتقد العدالة والمساواة (مارتن وشوفان، ١٩٩٨: ٣٥).

وهنا يمكن القول: إنه إذا ما تعرضت ثقافة المجتمع للانحيار أو الاختراق، فإن ذلك سوف يعني أن المجتمع يصبح عشوائياً في حركته، مفقداً لبوصلة التوجيه، إضافة إلى أنه يطلق عقال الغرائز -وهي القاعدة الحيوانية في الإنسان- من

غير ضابط يتولى السيطرة عليها؛ بحيث تصبح سلوكيات الإنسان موجهة بمنطق غريزي عارية من أية قيم أو معايير، مثلما هي خالية من أي رشد أو منطق (ليلة، ٢٠٠٢: ٢٨٤)؛ الأمر الذي يدعو إلى ضرورة الاهتمام بدراسة الثقافة، باعتبارها رمزاً للهوية والخصوصية في أي مجتمع، وذلك في ظل الكوكبة الحالية التي هي ليست إلا امتداداً للاستعمار الجديد، وليست إلا هيمنة للرأسمالية الأوروبية والأمريكية على بقية دول العالم (البحراوي، ١٩٩٩: ١٣).

والملاحظ أن الشباب يتعرض للعديد من الثقافات المتباينة في عصر العولمة، والسماءات المفتوحة، ولذا نجد الكثيرين منهم يميلون إلى الثقافة الغربية وينبهرون بها، ويكادون يعرضون عن الثقافة العربية، ويحدث ذلك بوعي أو ربما دون وعي؛ مما يؤثر في توافقهم مع بيئتهم الثقافية، ويؤدي إلى تكوين هوية ثقافية متداخلة ومتصارعة (زهرا، ٢٠٠٨: ١٦٧٧)؛ ذلك أن فئة الشباب من أكثر الفئات التي تتنوع استجاباتها تجاه مكونات الهوية ما بين قبول ورفض؛ كما أنها من أكثر الفئات تأثراً بالتحديات التي تواجه الهوية عبر موجات التغيير الثقافي وهجماته المتتالية، وذلك بحكم ما تتميز به مرحلة الشباب من دينامية وقدرة عالية على الحركة وتفاعل أبناء هذه المرحلة بعضهم مع بعض، ومع غيرهم من الأجيال الأخرى، وكذلك مع المؤسسات والنظم والقواعد العامة السائدة في المجتمع. وتؤدي مثل هذه الدينامية والقدرة العالية على الحركة إلى جعل الشباب أكثر الفئات الاجتماعية استعداداً لقبول التغييرات وصور التجديد المختلفة؛ وذلك بفعل اتخاذ الغالبية العظمى من الشباب موقفاً نقدياً (عدلي، ٢٠٠٧: ٨٥). هذا فضلاً عن أنهم أقوى عوامل التغيير الثقافي والاجتماعي (سرحان، ٢٠١٢: ٤٠٠). وهنا يشير «السيد ياسين» إلى أن أزمة الهوية لدى الشباب أصبحت مظهراً أساسياً من مظاهر المجتمع المعاصر (ياسين، ٢٠١٠: ٩٧)، ذلك المجتمع الذي يشهد تغيرات وتحولات سريعة وكبيرة في آثاريها وامتدادها؛ بحيث شكلت ولا تزال تشكل ظاهرة الثقافة العالمية وعملية العولمة ككل (الخواجة، ٢٠٠٠: ١٠).

إن الشباب حدث لهم تغير كبير في اتجاهاتهم وقيمهم الثقافية؛ نتيجة لما أحدثته العولمة من متغيرات في الفكر العالمي؛ حيث برزت مسألة جديدة تمثلت في تحول الثقافة إلى اقتصاد؛ أي تحويل الثقافة إلى سلعة للاستهلاك من خلال الصور والإعلام والنماذج السلوكية، وكل ذلك له تأثير بالغ على الهوية الثقافية لدى الشباب. لذلك يجب إعادة النظر في دراسة الهوية الثقافية في ضوء متغيرات العولمة؛ لأن مكونات الهوية اختلفت كثيراً في العصر الحديث في ظل التحولات والتغيرات الكبرى (عبد الصمد، ٢٠٠٥: ٨٩)، ولا سيما أننا نعيش عالماً أصبحت فيه الثقافة صناعة مادية تحمي الاقتصاد، بل تعد وسيلة أساسية من وسائل تراكم رأس المال لدى القوى الكبرى في العالم (حجازي، ٢٠٠٥).

إجمالاً، تتجلى أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

- ١ - تدارس موضوع حديث مطروح على أجندة البحث في علم الاجتماع الاقتصادي، يتجلى في البحث حول الجوانب الاقتصادية للموضوعات الثقافية، وخاصة ما يتعلق منها بصناعة النماذج الثقافية ذات الطابع الغربي وترويجها، من منطلق صناعة الثقافة.
- ٢ - تعتمد الدراسة الراهنة على التحليل السوسيو اقتصادي، ذلك التحليل الذي يفيد في فهم أثر صناعة الثقافة في تغيير ملامح الهوية الثقافية للشباب المصري، ويعني ذلك ضرورة التركيز على بعدين، أولهما: البعد الثقافي للعملية الاقتصادية والتجارية، المتمثل في صناعة الثقافة؛ أي إضفاء معان رمزية على السلع المادية واستخدامها وسائل للتواصل وليس منافع مادية فقط، وثانيهما: وهو اقتصاديات السلع الثقافية، وفلسفة السوق الخاصة بالطلب الرأسمالي وانعكاساتها على أسلوب الحياة لمختلف الشرائح الشبابية في المجتمع المصري.

٣ - وتتضح أهمية الدراسة أيضاً من خلال ما تسعى إليه من استكشاف تأثيرات صناعة الثقافة في الهوية الثقافية للشباب الجامعي، وتحديد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بحسب المتغيرات الاجتماعية المختلفة. فمن الواضح في الآونة الأخيرة تزايد اضطراب الهوية الثقافية لدى بعض الشباب الجامعي؛ نتيجة سيطرة الثقافة العالمية على الشعوب؛ نظراً لأن العولمة أحدثت تغييراً في الفكر والمعتقدات وأنماط السلوك على المستوى العالمي؛ مما أدى إلى الصراع والخلط في ثقافة الشباب، وأثر من ثم سلباً على الهوية الثقافية.

٤ - كذلك تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الشريحة العمرية التي تستهدفها؛ نظراً إلى الخصائص التي ينفرد بها الشباب دون الفئات العمرية الأخرى، ونتيجة للمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر فيها كان لابد أن تحظى فئة الشباب بقدر من الاهتمام والبحث. وكذلك بحكم وضعها الاجتماعي من حيث كونها فئة تعيش مرحلة انتقالية نحو تغيير وضعها الثقافي والفكري والاجتماعي، والشباب من أكثر الفئات تعرضاً للتغير، بل إنهم أقوى عوامل التغير الثقافي، لما يحملونه من رؤى وتصورات مختلفة. ومن ثم فالشباب هم الشريحة التي تستهدفها العولمة وتسعى إلى إعادة صياغتها، وذلك من منطلق أنهم الشريحة الأكثر ميلاً لما هو جديد لما يقدم من خلال آليات العولمة. وتبرز أهمية مرحلة الشباب في هذه الدراسة في أنها مرحلة (الزهراني، ٢٠٠٩: ٤٥):

أ- المسؤولية الاجتماعية والقانونية.

ب- تشكيل الهوية وتحديدتها؛ حيث تمر الأنا بأزمة الهوية، التي تعني الإجابة عن التساؤلات: من أنا؟ لماذا أنا هنا؟ ماذا أستطيع أن أعمل؟

ومن الضروري حل هذه الأزمة، وإذا لم تحل هذه الأزمة بشكل سليم فقد يصاب الشاب بخطر حقيقي في هذه المرحلة، يسميه إريكسون خلط الأدوار أو خلط الهوية.

٥ - كذلك ترى الدراسة أن مخاطر العولمة على الهوية الثقافية والأمن الثقافي إنما هي مقدمة لمخاطر أعظم على الدولة الوطنية وأمنها القومي؛ لأن العولمة تعني المزيد من تبعية الأطراف وتكثيف هذه التبعية للمركز من أجل تجميع قوى المركز وتفتيت قوى الأطراف. ومن هنا تتأتى أهمية هذه الدراسة في بعد يتعلق بضرورة إعادة بناء السياسات الثقافية بشكل يسهم في تشكيل منظومة قيمية رصينة تستهدف حماية الموروث الثقافي لأفراد المجتمع عامة، والشباب على وجه الخصوص، ومن ثم الحفاظ على استقرار الأمن المجتمعي، وذلك عبر الخطط والبرامج والمشاريع التي يتم تنفيذها عن طريق المهرجانات والمسارح والبرامج التعليمية التربوية...إلخ.

٦ - تسلط الدراسة الضوء على خطورة صناعة الثقافة التي تتجلى في ترسيخ مجموعة من الأفكار والتوجيهات والقناعات والقيم في نفوس الشباب المصري، التي قد تنصهر في الثقافة الجماهيرية التي لا تخدم بالضرورة الأهداف الأمنية للدولة خاصة من جراء ثورة المعلومات والاتصالات المؤثر الأبرز في سلوك الشباب.

٧ - أخيراً، يمكن أن تسهم نتائج هذه الدراسة في توجيه اهتمام القائمين على تطوير التعليم في مصر في الوقت الحالي، بأن يتم التركيز على إبراز الهوية الثقافية في المقررات الجامعية؛ حتى يستطيع الشباب انتقاء ما يتناسب مع هويته الثقافية الوطنية.

ثانياً - مشكلة الدراسة:

شهد العالم في الحقبة الأخيرة من القرن الماضي تشكلاً لنظام عالمي جديد، اتضحت معالمه وآلياته تدريجياً حتى وصلت تجلياتها العليا إلى ما يطلق عليه العولمة، التي أصبحت الإطار الذي يفترض أن تتحرك فيه وتتأثر به كل الظواهر المجتمعية على المستويات المحلية والإقليمية والدولية، كما اعتبرت آلياتها هي الحاكمة لكل ما سبقها من إنجازات المجتمع الدولي الاقتصادية والسياسية والثقافية؛ بحيث أصبحت هذه الإنجازات مسخرة -إلى حد كبير- لخدمة أهداف العولمة سلبية كانت أو إيجابية (السعد، ٢٠١٠: ١).

ولا أحد ينكر تأثير العولمة على شتى جوانب الحياة، ولا سيما الثقافة؛ حيث تواجه تحديات لا حصر لها، تدفعها لمراجعة قدرتها على التحرك في عالم ليس من صناعتها. ومن هنا تتعرض الثقافة العربية لمخاطر عدة بفعل ظاهرة العولمة؛ نظراً لما تمتلكه العولمة من أدوات وآليات تغريبية، تستهدف في النهاية تحويل المجتمعات العربية إلى مجرد مجتمعات استهلاكية عبثية مستلبة الهوية والإرادة (See: Doku, 2011, Nasser, 2014, Akopyan, 2014). فالعولمة -كما أشار جیدنز في كتابه عالم منفلت- تعيد هيكلة الطرائق التي نحيا بها وبصورة بالغة التأثير، وهي تحمل بصمات تعكس بوضوح القوى الاقتصادية والسياسية الأمريكية (جیدنز، ٢٠٠٠: ١٤). كذلك تنفي فكرة المجتمع باعتباره كياناً له حدود مكانية؛ حيث ظواهر التهجين التكنولوجي والسفر الافتراضي المتخيل (جلبي وخميس، ٢٠١١: ٤٣-٤٦).

فقد تمكنت العولمة في الحقل الثقافي فعلياً من اختراق الحدود الثقافية وصناعة وترويج النماذج الثقافية؛ ذات الطابع الغربي والهوية المؤمركة، وذلك من منطلق صناعة الثقافة، ذلك المصطلح الذي تمت صياغته من قبل مدرسة فرانكفورت للإشارة إلى عملية تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع؛ أي أنها

عملية تختصر تماماً الطابع السلعي للثقافة في السوق الرأسمالي، وقد ترتب على ذلك -تحويل الثقافة إلى صناعة- إتاحة الفرصة للقوى المهيمنة على الثروة من إنتاج وصياغة ونشر المعاني، وتسويق الخضوع لها، وذلك من خلال الامتثال للعولمة الإعلامية، وهو ما أدى من ثم إلى إلغاء إمكانيات التثاقف كخيار يعني الانفتاح الطوعي على المنظومات الثقافية المختلفة عبر آليات التأثير والتأثير والتفاعل المتبادل، لصالح الاستباحة الكاملة للفضاء الثقافي الذي يعزز قيم الغالب، ويؤدي إلى استتباع المغلوب واكتساح دفاعاته التقليدية، ومن ثم لا تترك أمامه من خيارات خارج حدود الانعزال أو الذوبان، سوى هوامش محدودة في مواجهة تكنولوجيا الإخضاع وصناعة العقول وهندسة الإدراك لغرض الغلبة الحضارية وكسر الممانعة الثقافية، ودفعها إلى الانكماش والتحول إلى طقوس وأشكال فولكلورية تسجنها في مشاهد الأسطورة والتراث والتاريخ، وتدفعها إلى الغربة الحضارية والخروج من التاريخ. ومن ثم يحدث التغلغل الثقافي داخل المجتمعات العربية؛ حيث وجود صدى للأفكار الغربية، وذلك دون تقديم حتى النقد الموضوعي لهذه الأفكار، ومن ثم تصبح الساحة الشبابية مهياً للأفكار المرتبطة بتحقيق مصالح المجتمعات الغربية (حجازي، ١٩٩٨: ٢٤٥).

وبذلك تحمل العولمة العديد من التحديات الثقافية خاصة لشريحة الشباب التي تمثل مرحلة التوجه والتشكل الثقافي والاجتماعي، كما تعد أكثر الفئات العمرية استهلاكاً للاتصالات، ومما يزيد من خطورة العولمة في هذه المرحلة هو النمو السريع في وسائل الاتصال المتنوعة واستخدامها من دون ضوابط مثل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي (البطريق، ٢٠١١: ٣١٨).

ففي عصر ثورة المعلومات والإعلام المفتوح، يتعرض الشباب لغزو فكري عالمي بحملات مختلفة تحت شعار العولمة؛ حيث تتزامن مظاهر الاغتراب

وعدم تحديد الهوية مع متغيرات العصر ومتطلبات العولمة وضغوطها على الدول النامية والعالم العربي؛ مما يؤثر بدوره على هذه المجتمعات، ويعوق تنميتها، ويؤدي إلى تشويه الهوية الثقافية للمجتمع وشعور أفرادها بالاغتراب. وتؤكد البحوث الميدانية خطورة العولمة الثقافية على الخصوصية الثقافية وقيم الهوية الثقافية لدى الشباب المصري، وتهتم بالمتطلبات الثقافية لتحسين الشباب ضد التهميش الثقافي (زهران، ٢٠٠٨: ١٦٧٧). ومن ثم لعبت ثورة الاتصالات دوراً أساسياً في إحداث هذا التأثير الثقافي، فبدلاً من الحدود الثقافية والوطنية والقومية، تطرح أيديولوجية العولمة حدوداً أخرى غير مرئية ترسمها الشبكات العالمية، كالشبكة العنكبوتية والقنوات الفضائية؛ بغرض الهيمنة على الأذواق والفكر والسلوك (الهوري، ٢٠١٣: ١٥٩). ومن هنا تسعى الثقافة المعولمة إلى إقصاء الخصوصيات والهوية الثقافية الأخرى إلى حد لا يكون لأي مجتمع ثقافة ذاتية أو هوية شخصية (محمد، ٢٠١٠: ٩٧).

وفي ضوء مراجعة الدراسات السابقة، أظهرت الأدبيات التي أجريت حول العولمة والهوية الثقافية أن هناك اتفاقاً بين جميع التيارات الفكرية المصرية على أن الهوية الثقافية العربية تتأثر بظاهرة العولمة في جميع مكوناتها، وأن الثقافة العربية تعاني من أزمة، وأن طلاب الجامعة لديهم انبهار بالقيم الثقافية الوافدة، وذكرت تلك الأدبيات أن العولمة لها تأثير سلبي على الثقافة المحلية، وأنها تؤدي إلى تخريب القيم، كما أن لها تأثيراً سلبياً على المعتقدات الدينية (Francisco, 2012; 3-7)، واتضح أن هناك ميلاً لدى الشباب المصري لتقليد الموضة الغربية في كثير من وجوهها، وأن هناك اهتزازاً في ثقة الشباب لممارسة الثقافة المحلية، وميلهم إلى التقليد والمحاكاة لثقافة الغرب، وذلك يرجع إلى عدم توافر الوعي الكافي لدى الشباب لانتقاء ما يتناسب والثقافة العربية، وأن طلاب الجامعة يعتمدون في تكوين الهوية

على ما تفرضه المتغيرات الجديدة في العالم من مطالب وتحديات، وأهم هذه التحديات الصراعات الثقافية؛ حيث يؤدي الفشل في مواجهتها إلى ارتباك الهوية (عبد الصمد، ٢٠٠٥: ٨٩). وهنا يشير «حجازي» إلى أن تعاظم الهوس الإعلامي التبادلي بين الشباب في دول العالم والوصول الحر إلى المعلومات يشكل تهديداً للتعددية الثقافية وطمساً للهوية الوطنية للشعوب. والخطر المقبل هو في انبهار الأجيال القادمة بكل ما هو غربي ورفض كل ما هو تراثي (حجازي، ٢٠١١: ١٧٧).

وقد ذكرت دراسة «أرنت» Arnett أن العولمة أثرت وما زالت تؤثر تأثيراً بالغاً على الوظائف النفسية للشباب الجامعي فيما يخص الهوية الثقافية، وركز اهتمامه على قضية «ارتباك الهوية» Identity Confusion؛ حيث وجد أنه مع تغير الثقافات المحلية استجابة للعولمة، يقرر غالبية الشباب المراهقين أن يتكيفوا مع التغيرات الجديدة عن طريق تطوير هوية مختلطة أو مزدوجة الثقافة، ويعتبرونها من أسس الحياة في ثقافتهم المحلية، ويشاركون أيضاً في الثقافة العالمية، ولكن التكيف مع التغيرات السريعة الحادثة في الثقافة العالمية يمثل بالنسبة لبعض الأفراد أمراً أكثر صعوبة؛ حيث إن السلوكيات والقيم والفرص التي يدركونها باعتبارها جزءاً من الثقافة العالمية تعوق اعتقادهم في قيمة الممارسات الثقافية المحلية، وفي الوقت نفسه لا يمكنهم التكيف مع الثقافة العالمية؛ لأنها أجنبية ومختلفة ومتناقضة مع ما يعرفونه من خلال خبراتهم المباشرة، فبدلاً من أن تنمو لديهم ثقافة مزدوجة متكاملة تسهم في نجاح تشكيل هويتهم الثقافية، ينظرون إلى أنفسهم على أنهم منبوذون من ثقافتهم المحلية ومن الثقافة العالمية، وأنهم لا ينتمون إلى أي منهما، ومن هنا يحدث لهم ارتباك في هويتهم الثقافية، وقد وجد أيضاً أن ارتباك الهوية لدى الشباب المراهقين يعكس مشكلات واضطرابات متعددة

منها الإحباط، الانتحار، إدمان المواد المخدرة، العدوان المسلح، الدعارة، الاغتراب، صراع القيم، الخوف والتشتت (Arnett, 2002:778). وفي الاتجاه نفسه أشارت دراسة «نساميننج» Nsamenang إلى أن الشباب المراهقين في إفريقيا المعاصرة أصيبوا بالتناقص الوجداني، وارتباك الهوية الثقافية، نتيجة غرس الثقافة المعولمة التي خلفت نظاماً ثقافياً مزدوجاً من التقاليد القديمة والمعولمة، نتج عنها شعور الشباب المراهقين بالمعاناة من اليأس والاكتئاب والتشتت، وانعكس ذلك على سلوكهم؛ حيث ازدادت ممارسة الرذيلة قبل الزواج؛ وذلك لأن الأنظمة الضابطة للحياة الجنسية أصبحت غير ضرورية في ظل الثقافة المعولمة التي أبرزت الإثارة الجنسية من خلال وسائل الإعلام الغربية، وكل ذلك أحدث ارتباكاً في الهوية عامة والهوية الجنسية خاصة (Nsamenang, 2002:63-64). ومن ثم، فإنه لا تتكون هوية الشباب في فضاء، بل يتم تشكيلها في سياق معين يختلف باختلاف المكان والزمان. وأصبحت ظاهرة العولمة بقوتها الضاغطة، وأدواتها الفاعلة من أهم المؤثرات على ثقافات المجتمع المعاصر، وعلى عملياته الحيوية. وثمة تخوف عميق من المدى الذي يمكن أن تحدثه عملية صناعة الثقافة على الهوية الثقافية للشباب المصري.

هذا، وقد أشار «هوركهايمر وأدورنو» في مؤلفهما «جدل التنوير» إلى أن الثقافة أصبحت في ظل الفاشية والرأسمالية الصناعية الحديثة بمثابة صناعة، وأن العقلانية التكنولوجية قد جعلت من تكنولوجيا صناعة الثقافة أداة لتحقيق السيطرة والتحول نحو النمطية Standardization بمعنى صياغة نظام موحد. فالثقافة أصبحت منتجاً مثل أي منتج آخر، وأن مؤلف الأدب والموسيقى لم يعد يتعالى ويسمو ببيئته، بل أصبح عضواً في مجتمع صناعة الثقافة. فصناعة الثقافة تقوم بدمج القديم والمألوف في شكل جديد، وأصبح

الحكم على نوعية الثقافة وجودتها يتحدد من خلال قدرتها على هدم الخيال والابتكار (خميس، ٢٠٠٥: ٣٠٩).

ومن هنا تقوم صناعة الثقافة - ذات التوجه العولمي - بتغيير ملامح المجتمع الذي نعيش فيه؛ حيث تبدأ بإفراغ الهوية الثقافية من كل محتوى، وتحويل المجتمع إلى عالم من المؤسسات والشبكات العالمية، ويتحول معه أفراد المجتمع إلى تابعين بل إلى مستهلكين للسلع والصور والمعلومات التي تفرض عليهم، ومن ثم يصبح الوطن الحقيقي هو الفضاء المعلوماتي الذي تصنعه شبكات الاتصال والعولمة. ولهذا أصبح التخطيط لمستقبل الثقافة - في ضوء مفهوم صناعة الثقافة - الآن من القضايا الأساسية التي تحظى باهتمام زائد في أنحاء العالم (المتحضر) كافة، العالم المنخرط بهذه الدرجة أو تلك في مسلسل التطور العلمي والتقني (التكنولوجي) الذي يطبع الحضارة المعاصرة (الجابري، ١٩٩٩: ٤١).

وتأسيساً على ذلك تنطلق الورقة البحثية من فرضية أساسية، مؤداها: أن عملية صناعة الثقافة في عصر العولمة أثرت بشكل أو بآخر في تغيير ملامح الهوية الثقافية للشباب المصري. وفي ضوء هذه الفرضية تأتي فرضيات فرعية تدور حول: اختزال الرموز والمعاني والقيم الثقافية الأصيلة، تفتيت الهوية وطمسها، تغيير شكل ونمط الانتماء، تعزيز النزعات الاستهلاكية لدى الشباب.

ثالثاً - أهداف الدراسة:

- ١ - الكشف عن أثر صناعة الثقافة في تفتيت الهوية الثقافية من حيث (التحرر من القيم، الاغتراب الثقافي، مسخ الشخصية).
- ٢ - الوقوف على أثر صناعة الثقافة في اختزال المعاني والقيم الثقافية الأصيلة من حيث (الانغلاق على الذات، تشوه المعاني الثقافية الرصينة، مفردات لغوية جديدة).

٣ - تعرف أثر صناعة الثقافة في تغير معاني الانتماء وملامحه بين الشباب المصري من حيث (الانتماء الرمزي، الارتباط الوجداني برموز عالمية والابتعاد عن الواقع المحلي، غياب مفاهيم المواطنة والانتماء الحقيقية).

٤ - الكشف عن أثر صناعة الثقافة في تعزيز النزعات الاستهلاكية من حيث (سلعة الحياة الاجتماعية، تحويل الشباب إلى مستهلكين).

رابعاً - تساؤلات الدراسة:

- ١ - كيف أسهمت صناعة الثقافة في التغريب الثقافي للشباب؟
- ٢ - ما أثر صناعة الثقافة في طمس الهوية الثقافية الشبابية وتحريرها من القيم الثقافية الأصيلة؟
- ٣ - ما أثر صناعة الثقافة في المعاني الثقافية الرصينة لدى عينة الدراسة من الشباب؟ وإلى أي مدى أضافت تلك الصناعة لهؤلاء الشباب مفردات لغوية مشوهة؟
- ٤ - هل هناك علاقة بين صناعة الثقافة وتغير معنى وجوهر الانتماء بين الشباب المصري؟ وما مظاهر وأشكال الانتماء التي صنعتها أدوات العولمة الجديدة؟
- ٥ - ما أثر صناعة الثقافة في تشكيل ثقافة استهلاكية وتعزيز النزعات الاستهلاكية بين الشباب؟ وما ملامح تلك الثقافة؟
- ٦ - هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الاجتماعية لعينة الدراسة واتجاهاتهم نحو تأثيرات صناعة الثقافة على الهوية الثقافية؟

خامساً - مفاهيم الدراسة:

٥-١ - صناعة الثقافة:

ظهر مفهوم صناعة الثقافة وتمت صياغته من قبل مدرسة فرانكفورت؛ حيث ابتدعه المنظر النقدي ثيودور أدورنو Theodor Adorno (١٩٠٣-١٩٦٩) وماكس هوركهايمر Max Horkheimer (١٨٩٥-١٩٧٣)، تم تناوله في الفصل الأخير من كتابه «جدل التنوير» Dialectic of Enlightenment، صناعة الثقافة: «التنوير والخداع الشامل».

ويشير مصطلح صناعة الثقافة - بصفة عامة وفقاً لتعريف مدرسة فرانكفورت - إلى عملية تصنيع ثقافة الإنتاج الواسع والقواعد التجارية التي تحرك النظام؛ حيث يصبح للصناعات الثقافية مهمة محددة، وهي منح الشرعية الأيديولوجية للمجتمعات الرأسمالية القائمة، ودمج الأفراد في طريقة حياتها، وذلك عن طريق عناصر الصناعات الثقافية المتمثلة في الإذاعة وعالم الأزياء والإعلان والسينما والأشكال الأخرى لثقافة الإعلام (كلنر، ٢٠٠٩: ٥). وقد ميز «أدورنو» في ثنايا حديثه عن فكرة صناعة الثقافة بين صناعة الثقافة والثقافة الجماهيرية، التي تفترض أن الجماهير تتحمل بعض المسؤولية عن الثقافة التي يستهلكونها، وهذا يتحدد من خلال تفضيلات الجماهير بأنفسهم. وقد ذهب أدورنو إلى أكثر مما ذهب إليه منظرو الثقافة الجماهيرية؛ حيث اعتبر هذه الثقافة شيئاً فرضَ على الجماهير فرضاً؛ مما هيأهم للترحيب بها، دون أن يدركوا أنها مفروضة عليهم قسراً (المكاوي، ٢٠٠٢: ٣١١).

وقد حدد «أدورنو» ما يعنيه بمفهوم صناعة الثقافة في كتاب «جدل التنوير» فيما يأتي: «في كل مجالات الثقافة توجد منتجات تصنع لتستهلكها الجماهير، وهي تحدد - إلى حد كبير - طبيعة ذلك الاستهلاك، والمعروف أن

تلك المنتجات تخضع في تصنيعها -بدرجة أو بأخرى- لخطّة معينة. فالفرق الفردية تتشابه في بنيتها أو -على الأقل- يناسب كل منها الآخر، بحكم أن الأفراد يخضعون لنظام، فلا تحدث فيه فجوة، وقد صار ذلك ميسوراً في الوقت الحاضر؛ نظراً لتوافر القدرات والمهارات الفنية المعاصرة، بالقدر نفسه لتوافر التركيز الإداري والاقتصادي، وهكذا تتكامل صناعة الثقافة في اهتمامها مع مستهلكيها» (المكاوي، ٢٠٠٢: ٣١١).

وقد أورد «معن خليل العمر» مفهوم صناعة الثقافة في معجمه، مؤكداً أنه يشير إلى تحديد التنظيمات التي تنتج ثقافة شعبية مثل: التلفزيون، الراديو، الكتب والمجلات والصحف، الموسيقى الشعبية، وقد تأخذ بعداً أوسع من هذا فتشمل المتاحف ووكالات الإعلانات والتنظيمات الرياضية، وذلك استناداً إلى مدرسة فرانكفورت، ولا سيما أدورنو الذي عني بصناعات الثقافة والإنتاج الرأسمالي الممزوج مع الثقافة الشعبية (العمر، ٢٠٠١: ١٧٨). ومن ثم تصبح هذه الثقافة الشعبية أقرب إلى مصنع لإنتاج السلع الثقافية الموحدة - من خلال إذاعة وسينما ومجلات - التي تعمل على التلاعب بال جماهير، وبث روح السلبية، والدعوة إلى إشباع الملذات بشكل مبالغ فيه، ومن ثم فإن استهلاك مثل هذه الثقافة يفرض على الأفراد الانصياع دون النظر إلى المحتوى المقدم إليهم، ومدى صعوبة ظروفهم الاقتصادية (See; von Eschen, 2006; 56).

وبصفة عامة، رأى أدورنو وهوركهايمر أن هذه الثقافة ذات الإنتاج الضخم تشكل خطراً كبيراً على الآداب السامية؛ حيث إنها تخلق احتياجات كاذبة في نفوس أفراد المجتمع، وذلك في مقابل الاحتياجات الحقيقية، من مثل: الحرية والإبداع وهما السعادة الحقيقية. وبهذا فقد رأى «أدورنو» أن الثقافة الشعبية هي صناعة ثقافة واحدة، هدفها الوحيد هو ضمان استمرار طاعة الجماهير

لمصالح السوق (Adorno, 1993; 2-3). ومن ثم يمكن القول: إن صناعة الثقافة هي النتيجة المنطقية للإنتاج الصناعي الرأسمالي (Grant, 2011; 4).

وتكمن سلطة صناعة الثقافة في تحديد ما سيتم عرضه على الجماهير؛ إذ يبقى المشاهدون غير قادرين على التحكم فيما يشاهدونه، وفي الوقت نفسه تتحكم هذه الصناعة في متعة الإنسان ورغبته الحقيقية في قضاء وقت الفراغ بشكل مفيد؛ إذ لا يتوقع أن يكون هناك أي تفكير مستقل من جانب المشاهدين؛ حيث يملئ عليهم المنتج الثقافي طريقة التفكير وردود الفعل (خميس، ٢٠٠٥: ٣٠٩). وتعتمد صناعة الثقافة على تسويق منتجاتها من خلال الدعاية؛ إذ إنها عرضة للتبادل مثل أي سلعة يتم استهلاكها من قبل الجماهير والترويج لها يكون من خلال الدعاية. فالدعاية والإعلان يلعبان دور المرشد للمستهلك حتى يستطيع أن ينتقي أفضل الأشياء؛ حيث تصبح عملية الاختيار ميسرة لدى أفراد المجتمع. فالدعاية وصناعة الثقافة يستخدمان تقنيات وآليات متشابهة تعتمد على الخداع والتكرار؛ وذلك لعرض المنتجات والترويج لها (خميس، ٢٠٠٥: ٣١١).

يتضح مما سبق، أن صناعة الثقافة ظاهرة شاملة تستهدف تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع؛ أي تحويله إلى قيمة مادية تبادلية، ومن ثم نحصل على ثقافة جماهيرية مكونة من سلسلة من السلع والخدمات موجهة لتلبية طلبات واحتياجات أكبر عدد ممكن من المستهلكين ذوي الدخل المنخفضة؛ حيث تقوم الصناعات الثقافية بإنتاج وتوصيل بضائعها المتماثلة إلى كل مكان، ملبية حاجات كثيرة ومتنوعة، معتمدة في ذلك على معايير إنتاجية موحدة من خلال نمط صناعي في الإنتاج يركز على إنتاج كثيف وغزير ولكن بنوعية منخفضة؛ أي بتكاليف منخفضة، وذلك بغض النظر عن الجدوى والقيمة الفعلية لتلك المنتجات (See; Rayman, 2014, Rodríguez, 2014).

٥-٢- الهوية الثقافية:

يعد مفهوم الهوية الثقافية مفهوماً حديثاً، تطور في رحم الرأسمالية نفسها، حين بدأت تمارس عالميتها، ولا شك أنه أحد منتجات العنف الإمبريالي للرأسمالية في توسعها المادي بالامتداد الجغرافي والمالي، وتوسعها الثقافي حين فرضت سيادتها على العالم (شعراوي، ٢٠٠١: ٢٥٠). والهوية ظاهرة بشرية أي خاصة بالبشر (سموك، ٢٠١٢: ١٥٢). والهوية في اصطلاح حضارتنا العربية الإسلامية مأخوذة من «هو..هو» بمعنى جوهر الشيء وحقيقته (عمارة، ٢٠١٤: ٩٣). ويمثل لفظ الهوية لفظ الماهية عند الفلاسفة: أي جوهر الشيء وحقيقته (حنفي، ٢٠١٢: ١٠). ومن ثم فإن الهوية بالنسبة للمجتمع بمثابة البصمة التي تميزه عن غيره (خضر، ٢٠١٣: ٧٩٣).

وجدير بالذكر أن محاولة تحديد ماهية الهوية الثقافية أو معرفتها تقتضي أولاً تعرف علاقة الثقافة بالهوية؛ حيث إن هناك خلافاً في تحديد موقع الثقافة من الهوية، ففي الوقت الذي ينظر فيه البعض إلى الثقافة باعتبارها أحد مكونات الهوية، ينظر إليها البعض الآخر بوصفها العامل الحاسم في مفهوم الهوية، وهكذا، فإذا كانت الهوية هي مركب السمات أو القسامات أو الأحاسيس، أو أي شيء يكسب المجتمع أو الجماعة أو الفرد أو أي شيء آخر خصوصيته وكيانه المنفرد في مواجهة الآخر، فإن الذي يساعد على إنجاز هذه العملية هو الثقافة، ومن ثم فإن موقع الثقافة هو موقع أساسي بالنسبة للهوية (الضبع، ٢٠٠٦: ١٣٦-١٣٧). وبذلك فإن مفهوم الهوية مفهوم ديناميكي؛ بمعنى أنه يمكن تعريفها وبنائها من خلال الثقافة (أبو زيد، ٢٠٠٥: ٥٣).

ومن ثم، يرتبط مفهوم الهوية ارتباطاً وثيقاً بالثقافة إلى الحد الذي يصعب الفصل بينهما بسهولة (وافي، ٢٠٠٩: ٣). وعلى هذا الأساس، تعرف الهوية

الثقافية بأنها: مجموعة الخصائص أو النظم السلوكية والفكرية التي تميز فريقاً من الناس عن آخر، ولا جدال مطلقاً في أن هذه الخصائص المميزة تبرز لدى الفرد والمجتمع في أنماط سلوكه في الحياة، ومواقفه من مظاهرها وظواهرها معاً. والثقافة وفقاً لهذا التعريف، وبالنظر إلى جدلية علاقتها مع الهوية، تعتبر هي الإطار العام الذي تتشكل فيه هذه الهوية، فلبّ الهوية - كما تذهب فوزية مخلوف - يتمركز في ثقافة كل أمة (الضبع، ٢٠٠٦: ١٣٧-١٣٨). ومن ثم فالهوية تمثل حالة ديناميكية ومتغيرة (النجار، ٢٠١٣: ١١٠). فهي نسق مفتوح، انفتاحاً أفقياً على الحاضر ورأسياً على المستقبل (ليلة، ٢٠١٢: ١٩٣). ومن هنا يعتبر مفهوم الهوية من المفاهيم صعبة التحديد؛ باعتبارها مفهوماً متحركاً وفي حالة بناء دائم من خلال الوضعيات التي يكون فيها الأفراد والجماعات ونوعية العلاقات الموجودة بينها، وفي كل تلك الوضعيات وما يحدث داخلها من علاقات (بن تركي، ٢٠١١: ٢).

ويعرف «محمد الجوهري» الهوية الثقافية بأنها: توحد الذات مع تراث ثقافي معين (الجوهري، ٢٠٠٢: ٣٧١). ومن زاوية أخرى يعرف «ماهر الضبع» الهوية الثقافية بأنها: السمات الخاصة التي تجعل المركب الثقافي - وفقاً لتعريف اليونسكو - يختلف من مجتمع إلى آخر، إنها مجمل الظروف الاقتصادية والسياسية والتاريخية والاجتماعية والنفسية التي تعطي لهذا المركب الثقافي خصوصيته، وتشكل نظرة أصحابه إلى الآخر، دون أن يعني ذلك الانغلاق أو التقوقع أو يعني الانفتاح والذوبان، ولكن يعني الخصوصية القابلة دائماً لتطوير نفسها من خلال تفاعلها الحي والخلاق مع مستجدات العصر في علاقة جدلية لا تأخذ فيها فقط، بل تأخذ وتعطي في تفاعل مثمر يحفظ لها خصوصيتها ويحميها من الموت (الضبع، ٢٠٠٦: ١٥٤). وكذلك يعرف الهوية «ألكيس ميكشلي» بأنها: مركب العناصر المرجعية المادية

والاجتماعية والذاتية المصطفاة التي تسمح بتعريف خاص للفاعل الاجتماعي (الطائي، ٢٠١٢: ٢٠٧).

والهوية الثقافية وفقاً لتعريف «محمد عابد الجابري» هي: كيان يصير ويتطور وليس معطى جاهزاً ونهائياً؛ فهي قابلة للتطور إما في اتجاه الانكماش وإما في اتجاه الانتشار. وهي تغتني بتجارب أهلها ومعاناتهم، انتصاراتهم وتطلعاتهم، وباحتكاكها أيضاً سلباً وإيجاباً مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما (مارتن، شومان، ١٩٩٨: ٢٠). كما تعرف الهوية بأنها: ما يتفرد به الإنسان أو المجتمع من صفات مميزة من خلال الصيرورة التاريخية التي هي تفاعل حي إرادي عقلاني في بيئة طبيعية جغرافية من خلال الوجود الإنساني المتمثل في المجتمع بإيجابياته وسلبياته (جلال، ٢٠٠٢: ١٢٧). ومن هنا فإن الهوية هي الطريقة التي من خلالها نرى ذاتنا القومية (طليب، ٢٠١٣: ٤٣). كذلك فإن بعض مكونات الهوية، كاللغة والدين والطائفة، تمثل الوعاء الأساسي لحفظ الهوية، كما إنه الإطار الذي من خلاله تستطيع أن تستمر ولربما تقاوم وتتكيف مع الكثير من عمليات التغير (مارشال، ٢٠١٢: ٧١-٧٥).

من هنا يجب أن نعترف بأن الهوية هي صفات وأحاسيس، ونمط حياة، هي في كل شيء في الملبس والمأكل والموسيقى والفن والثقافة، في الحرية والمقاومة والصمود، ويجب أن نعترف كذلك بأنها نمط معيشي يتفاعل مع المتغيرات المحيطة به، دون أن يذوب فيه، يتأصل بداخله لكنه يكتسب الجديد دائماً. الهوية إذن هي أحد مكونات الشخصية الوطنية، فلا مكونات الشخصية الوطنية، لمن ليس له هوية في ظل عولمة بلا حدود (حجازي، ١٩٩٩: ١٢٩).

وبصفة عامة، فإن الهوية الثقافية - وفقاً للجابري - هي حجر الزاوية في تكوين الأمم؛ لأنها نتيجة تراكم تاريخي طويل، وهي بذلك تنقسم إلى ثلاثة

مستويات: هوية فردية، هوية جموعية، هوية وطنية (قومية)، والعلاقة بين هذه المستويات تتحدد أساساً بنوع الآخر الذي تواجهه، وتتحدد تلك المستويات على النحو الآتي (السعد، ٢٠١٠: ٩٦):

- ١- الفرد داخل الجماعة الواحدة هو هوية متميزة ومستقلة؛ فهو أنا لها آخر داخل الجماعة نفسها.
- ٢- الجماعات داخل الأمة، هي الأفراد داخل الجماعة، لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة.
- ٣- الأمة وهو يعبر أيضاً عن هوية متفردة للأمة الواحدة إزاء الأمم الأخرى، غير أنها أكثر تجريداً وأوسع نطاقاً وأكثر قابلية للتعدد والتنوع والاختلاف.

سادساً - الإطار النظري .. مدرسة فرانكفورت وصناعة الثقافة:

تعد ظاهرة «الوعي الغائب» أو ما يسمى بالاستلاب الفكري نقطة البدء في معظم الاتجاهات النقدية الحديثة، كما أنها كانت محور تحليل الحركات الراديكالية التي انتشرت في المجتمع الرأسمالي الغربي، تلك الحركات التي لعب فيها رجال الفكر النقدي - أمثال هربرت ماركيز، أريك فروم وغيرهم - أدوراً مهمة على مستوى التنظير والأيدولوجيا، وربما من هذا المنطلق استطاعت الحركات الراديكالية - على مستوى الممارسة السياسية - الانتشار في المجتمع الأوروبي الغربي كنتاج للدعم الفكري والأيدولوجي الذي قدمه رجال الفكر السوسيولوجي لهذه الحركات (حجازي، ١٩٩٨: ١٥٦). وكان من أهم تلك الحركات النقدية ما يعرف بمدرسة فرانكفورت الألمانية، وعلى الرغم من دور شخصيات بارزة كثيرة في تلك المدرسة النقدية مثل: فريدريك بولوك، ليونقوتال، كارل أوجست قيتفوجل، فإن أعمال كل من هوركهايمر وماركيوز

وأدورنو وفروم هي التي تشكل جوهرياً أساس الطروحات النظرية لمدرسة فرانكفورت (سيلتر، ٢٠٠٠: ١٣).

وعلى ذلك، فإن الإلمام بالفكر النقدي يستدعي دراسة أفكار هؤلاء ممن أسهموا في نشأة النظرية النقدية الحديثة وتطورها؛ فهي تمثل تياراً فلسفياً معاصراً جمع جوانب معرفية مختلفة لواقع اجتماعي واحد؛ فقد بدأ هذا التيار في ألمانيا معبراً عن أزمة الواقع الاقتصادي والسياسي، وانتشر في أجزاء كثيرة من العالم متخذاً من التوظيف السياسي محوراً أساسياً للتطور (حجازي، ١٩٩٨: ١٥٨).

وقد منح رجال الفكر النقدي البناء الثقافي الفوقي قدراً كبيراً من الاستقلالية، ومنه ينطلقون لممارسة نقد النقد؛ بهدف إبراز دور الوعي الإنساني في سبيل التحرر، أو كما أوضح هابرماس أن العلم الاجتماعي النقدي هو القادر على تحرير الفرد من تلك التصورات الدخيلة عليه والهادفة إلى السيطرة على عقول الأفراد، هذا فضلاً عما أشار إليه هوركهايمر من أن غياب الوعي أو تنويمه هو لب أزمة المجتمع الرأسمالي (حجازي، ١٩٩٨: ١٦١-١٦٢)؛ حيث ينتج المجتمع - وفقاً لرأي لوكاش - قيم التشيؤ، التي تعني تحويل البشر إلى أشياء على جميع مستويات الحياة الاجتماعية في عملية العمل والإنتاج الثقافي، وحتى العلاقات الحميمة التي تم اختراقها بالضرورات الاقتصادية، وصارت موضوعاً للقوانين الاقتصادية، كالرأسمالية الاحتكارية على سبيل المثال. ولهذا قامت مدرسة فرانكفورت بصياغة نقدها للتطويع الثقافي في قالب هجوم ليس على الفاشية فقط (وكأنه موجه إلى شيء في ذاته) بل -أساساً- في قالب هجوم على الرأسمالية الاحتكارية بمجملها (سيلتر، ٢٠٠٠: ١٦٦).

٦-١- ماكس هوركهايمر: (١٨٩٥-١٩٧٣)

ينسب هوركهايمر Horkheimer إلى مدرسة فرانكفورت النقدية، ويعتبر رائداً من روادها، وله العديد من الأفكار والرؤى فيما يتعلق بصناعة الثقافة، التي تتفق في الغالب مع أفكار أدورنو. فقد وضع هوركهايمر مقولتي «التسلية الشعبية» و«الصناعات الثقافية» جنباً إلى جنب، حيث تكون المقولة الوسيطة هي مقولة «التطويع» على وجه التحديد، وفي هذا السياق يعرض هوركهايمر بإيجاز - متفقاً في ذلك مع أدورنو - ما يراه من سمات قمعية للثقافة الشعبية، وهو ما يظهر في قوله: «يصبح الفن الخفيف الظل الفن القائم بذاته، إنه الإدراك الاجتماعي الرديء للفن الجاد...»، وتتمثل الحقيقة في الانقسام ذاته، فهو يعبر على الأقل عن سلبية الثقافة التي يشكلها العالمان المختلفان، ولا يمكن بحال من الأحوال إنهاء التضاد عن طريق امتصاص الفن الخفيف الجاد أو العكس، غير أن هذا هو ما تحاول صناعة الثقافة أن تقوم به، وبهذا يتضح أن ما تهاجمه مدرسة فرانكفورت بصفة عامة، وهوركهايمر بصفة خاصة، ليس تطور الثقافة الجماهيرية بوصفها ثقافة جماهيرية، بل الشكل القمعي المحدد الذي ترتديه الثقافة الجماهيرية أو يتم فرضه عليه برعاية رأس المال الاحتكاري. ولهذا عبر هوركهايمر عن رأيه في صناعة الثقافة بأنها صناعة تخدم دور الأيديولوجيا لإدامة روح الرأسمالية، التي تتفق مع الطابع الاحتكاري لصناعة الثقافة (سيلتر، ٢٠٠٠: ١٦٧).

وقد أكد هوركهايمر كثرة الابتذال والتفاهة والخواء والوعود الشعبية الزائفة التي تملأ المنتجات الثقافية، ولا سيما الفنية منها المقدمة للجماهير؛ حيث تعد تلك المنتجات منتجات صناعة الثقافة، التي تكون مصنعة وفق خط تجميع خاص، ونتيجة لذلك تصبح هذه المنتجات الثقافية نوعاً من «التشابه الثابت المستمر» وتناسب مع الأنماط الدورية الثابتة المعادة الظهور دائماً والجامدة

غير المرنة (عبد الحميد، ٢٠٠١: ٤٢٨)، موضحاً في ذلك أن كلاً من السينما والأفلام والإذاعة والصحافة هي منتجات ثقافية تمثل نسقاً متسقاً أدى إلى فوضى ثقافية تطبع كل الأشياء بطابع نمطي واحد في حياتنا اليومية. ومن ثم سعى هوركهايمر إلى فضح عمليات إعادة الإنتاج المتمثل للثروات الثقافية، الذي من شأنه تعريض الإبداع الفني لمخاطر كبيرة (فارنيي، ٢٠٠٣: ٢٢). وهنا، تحتفظ صناعة الثقافة بأثر لشيء أفضل في السمات التي تجعلها قريبة من السيرك، وفي التسويغ الذاتي والمهارة التافهة لراكبي الدراجات والحيوانات، والبهلوانات والمهرجين، وفي دفاعها عن الفن البدائي ضد الفن الفكري، وتسويغها له (أدورنو، هوركهايمر، ٢٠٠٥: ٣٠).

وبصفة عامة، رأى هوركهايمر أن مؤسسة الإعلام الحديث ما هي إلا أداة للسيطرة الاجتماعية وإعادة إنتاج المجتمع بأنماطه السائدة؛ وهو ما دفع «هابرماس» إلى اتهام التلفزيون بإفساد ساحة الرأي العام؛ الأمر الذي يستوجب إيجاد ساحة جديدة يمارس فيها الرأي العام فعاليته بشكل أكثر شفافية وتواصلاً، وذلك من خلال تكنولوجيا المعلومات، ويتفق ذلك مع رأي «كارل بوبر» الذي خلص إلى اعتبار الإعلام الحديث مضرّاً بالديمقراطية ولا يعمل على نشرها وتعميقها. وقد تبلورت في هذا السياق نظرية «الإمبريالية الإعلامية» التي أسسها «هربرت شيلر»، والتي يقصد بها استخدام قوة الميديا من أجل فرض القيم والعادات والنزعات الاستهلاكية كثقافة وافدة على حساب الثقافة المحلية، التي يلعب فيها دور أداة القهر التي تسعى النخبة من خلال تضليل عقول البشر إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة (See; Chrisman, 2013).

وهذه الوضعية - وفقاً لآراء مدرسة فرانكفورت - ليست نتيجة قانون طبيعي يخضع له التطور التكنولوجي، بل مردها إلى وظيفة التكنولوجيا في الاقتصاد الحالي؛ حيث إن العقلانية التقنية حالياً هي عقلانية السيطرة، فالميدان الذي

تتمتع فيه التقنية بسلطة كبيرة على المجتمع، يكون تحت سلطة أولئك الذين يسيطرون اقتصادياً (See; Liu, 2013).

وتجدر الإشارة إلى اتفاق هابرماس مع كل من هوركهايمر وأدورنو في تأكيدهما الاندماج الكلي للوعي لدى أفراد المجتمع مع النظام السياسي من خلال وسائل الإعلام، وفحص الأشكال الجديدة لصنمية السلع (الولع بالسلع) Commodity Fetishism وارتباطها بصنمية الأعمال الفنية وتحويلها إلى بضائع ثقافية، وارتداد متعة الفن إلى تسلية ذات طابع استهلاكي وإداري (خميس، ٢٠٠٥: ٣١٢).

٦-٢- هيربرت ماركيز: (١٨٩٨-١٩٧٩)

يعد ماركيز Marcuse رائداً من رواد مدرسة فرانكفورت النقدية، وقد كان اهتمامه الرئيسي موجهاً نحو احتمال حقيقة الوجود في الرأسمالية الصناعية، ودلل على ذلك بفكرته عن الإنسان ذي البعد الواحد (١٩٦٤)؛ حيث ناقش من خلالها المجتمعات المعاصرة التي بلورت حاجات مصطنعة وأعطت الطبقة العاملة مشاعر سطحية، معتقداً في ذلك أن الماركسية فشلت في طرح مفاهيم حول الفرد (العمر، ٢٠٠١: ٢٨٧).

وقد حلل ماركيز المجتمع الرأسمالي-متأثراً بمشاهداته للمجتمع الأمريكي- محاولاً استكشاف الحلقة الجديدة في استغلال الإنسان، فأسس لمفهوم الهيمنة لتوضيح كيفية استعباد الإنسان في مجتمع التقنية والعقلانية الأداتية؛ حيث الإنسان مستلب لصالح فيض إنتاجي استهلاكي (ماركس) ومستبعد من قبل لا شعور (فرويد) زاخر بأمراض مجتمع التقنية الأداتي، فركز ماركيز تحليله على النسق الثقافي والإعلامي لتوضيح كيفية السيطرة على الإنسان؛ بحيث تغدو الديمقراطية قمعاً مموهاً (عكاش، ٢٠٠٧: ١).

وفي هذا السياق طرح ماركيز رؤيته الرئيسية للسلطة الهائلة للتكنولوجيا وخاصة تكنولوجيا الاتصال والإعلام في كتابه «الإنسان ذو البعد الواحد»؛ حيث أوضح التفافم الهائل لسلطة الآلة والتكنولوجيا في المجتمعات الصناعية المتقدمة ودورها في إنتاج نمط من العلاقات بين الفرد والمؤسسات التي تتحكم في الوجود الاجتماعي. فقد قام ماركيز بتأسيس نظريته النقدية من خلال رصد واستقصاء لوسائل السيطرة والهيمنة التكنولوجية والثقافية داخل المجتمعات الرأسمالية المتقدمة تكنولوجياً. ويرى أن الأدب والفن والجنس يتم استيعابها في هذه المجتمعات داخل الموجة العاتية للاستهلاك والنزعة التجارية؛ الأمر الذي يحول الثقافة إلى غذاء استهلاكي يومي أحادي البعد (راجع في هذا الصدد: عبد الرحمن، ٢٠٠٢). وهنا يتحدث ماركيز عن الطريقة التي تنتج بها صناعة الثقافة، بأنها إشباع لحاجات زائفة، فالحاجة الحقيقية هي التي تنبع من القوى المبدعة والعقلانية التي تجعل منها كائنات بشرية أو تعبر عنها (لمزيد من التفاصيل حول أفكار ماركيز انظر: Honneth، ٢٠١٣).

وقد أشار ماركيز في هذا السياق إلى مصطلح صناعة الثقافة على أنها الصناعة التي تقوم بتلبية جميع حاجات المشاهدين؛ تلك الحاجات التي يتم أصلاً تحديدها مسبقاً، بحيث يرى المشاهد نفسه مستهلكاً لصناعة الثقافة التي توهمه بأنها تشبع احتياجاته. وبذلك فمن خلال الإعلام والثقافة (السلع الثقافية) تم السيطرة على الفرد، وبسطت الدولة هيمنتها عن طريق تعزيز الوعي الزائف وتقييد الفكر المعارض والنقدي من جانب الإنسان الذي تحول ليكون ذا البعد الواحد (راجع في هذا الصدد، خميس، ٢٠٠٢).

وهنا عبر ماركيز عن المجتمع المعاصر واصفاً إياه بالانغلاق والهيمنة على المستوى الفكري والسياسي والاجتماعي؛ الأمر الذي أدى إلى تحويل الإنسان فيه إلى إنسان ذي بعد واحد؛ بحيث لا يسمح له أبداً بالتطلع إلى

التغيير، ويندمج كلياً في مجتمعه، ويتكيف كلياً مع ما هو قائم، ولا يتطلع إلى ما وراء ذلك. والحصيلة الناتجة عن ذلك قيام «عالم ذي بعد واحد» من الفكر والسلوك تتلاشى فيه الجدارة والقدرة على التفكير النقدي والسلوك المخالف. فالرأسمالية لم تدمج فقط الطبقة العاملة التي هي مصدر المعارضة الثورية، بل إنها طورت آلية جديدة للاستقرار من خلال سياسات الدولة، وأنواعاً جديدة للضبط الاجتماعي. لذلك فقد وضع ماركيزوس مُسَلِّمَتَيْنِ أساسيتين من مُسَلِّمَاتِ الماركسية التقليدية أو المحافظة موضع التساؤل، وهما: البروليتاريا الثورية وحتمية الأزمة الرأسمالية. فبدلاً من حصر قوى التغيير الثوري في الطبقة العاملة (كما ترتئي الماركسية التقليدية)، بشّر ماركيزوس بالقوى غير القابلة للاندماج للأقليات، للخارجين عن النظام، للأنتلجنسيا: الراديكالية، وهو بهذا حاول تنمية اتجاه ضدي في الفكر والسلوك بالترويج لفكر نقدي معارض أسماه «الرفض الكبير» (كلنر، ٢٠٠٩: ٥-٦).

٦-٣- ثيودور أدورنو: (١٩٠٣-١٩٦٩)

يقترن اسم أدورنو W.Adorno بمدرسة فرانكفورت الألمانية؛ حيث بات معروفاً بشكل واضح كعالم اجتماع في نقده للثقافة الجماهيرية في العالم العصري المتمدن (العمر، ٢٠٠١: ١٠٤). وقد صاغ أدورنو مصطلح صناعة الثقافة ليحل محل الثقافة الجماهيرية، مؤكداً أن صناعة الثقافة هي علامة واضحة على إفلاس الثقافة؛ أي سقوطها في «السلعة» فالتسليع يعني تحويل الفعل الثقافي إلى قيمة تبادلية، يقضي على قوته النقدية، ويحرمه من أن يكون أثراً لتجربة إنسانية أصيلة، ومن ثم تصبح صناعة الثقافة هي العلامة الفاصلة على تراجع الدور الفلسفي الوجودي للثقافة (لمزيد من التفاصيل حول أدورنو انظر: Freyenhagen, 2004).

ويرجع فضل تطبيق النظرية النقدية للمجتمع على الثقافة الشعبية أو الجماهيرية - إلى حد بعيد - إلى أدورنو، وقد بدأ عرض أدورنو لإنتاج الثقافة الشعبية بظاهرة التنميط أو التوحيد القياسي Standardization، وهي عملية تفرض احتكارات صناعة الثقافة عن طريقها تعرف الأعمال الناجحة، والأنماط والأمزجة على المادة التي ينبغي تشجيعها (سيلتر، ٢٠٠٠: ١٦٨)، وهو ما يفرز في النهاية - على نحو تلقائي - عدداً من الصور والأفكار النمطية (عبد الحميد، ٢٠٠٥: ٤٢٦).

وهكذا كان أدورنو الأشد نقداً وتشاؤماً من ناحية المصير المأساوي الذي أصاب الثقافة من جراء انتشار النمط الاقتصادي الاستهلاكي وتسيده؛ إذ باتت المنتجات الثقافية سلعة موجودة في التداول مثلها مثل أي سلعة أخرى، وقد عبر عن ذلك بدقة شديدة بقوله: «إن الثقافة لم تعد سلعة أيضاً، بل سلع تماماً»، ولهذا أبرز معه إلى الوجود مصطلح «صناعة الثقافة» الذي يختصر تماماً الطابع السلعي للثقافة في السوق الرأسمالي. ومن أهم سماته بذرُ قيم التشابه والتمائل بين الأفراد، وفي الوقت نفسه خلق وهم الفردانية الزائف، وتصبح استجابة المتلقي للمنتج الثقافي محصورة في إطار توسل ما هو شائع ومألوف مبتعداً بأقصى ما يستطيع عن كل ما يميز الفن «المستقل» من ثورية ومغايرة للقيم السائدة (هاو، ٢٠٠٦: ٤٤-٤٦).

كما يعد أدورنو واحداً من الذين اهتموا بالتغير الثقافي، في ظل المجتمعات الرأسمالية، مستخدماً في ذلك مفهوم صناعة الثقافة، وكذلك مفهوم إعادة الإنتاج الثقافي ليوضح الدور الذي تلعبه الممارسات والنظم الثقافية المختلفة، في تأمين السيادة الاقتصادية، والسياسية للرأسمالية الحديثة؛ فمن خلال عمليات صناعة الثقافة تسيطر قيم إعادة الإنتاج في المجتمعات الرأسمالية على المنتجات الثقافية، ولا يقتصر الأمر هنا على السيطرة فحسب، بل يمتد

ليشمل عمليات تغيير وتحوير من المنتجات الثقافية وإعادة تنظيمه من جديد كي يتلاءم مع القيم النفعية للسوق (فريد، ٢٠٠٦: ٣٦).

وجدير بالذكر هنا ملاحظة حرص أدورنو على تحويل أعماله النقدية إلى مصادر معرفية يقابل بها الثقافة المصنعة، التي لا تشبع في الحقيقة حاجات المستهلكين، وإنما تدفعهم إلى الاندماج في النسق الاجتماعي العام، الذي يرتبط بالثقافة السائدة، التي تتجدد باستمرار وتندمج بالنسق العام؛ بحيث لا تترك لعفوية الجماهير أي أثر يذكر، وتجعلهم يتحركون في فضاء لا يستطيعون فيه تحقيق استقلاليتهم. كما أن الثقافة الجماهيرية التي تطورت بصورة عفوية هي مشكلة بذاتها؛ لأن الجماهير في الواقع لا يتكونون من أفراد مستقلين، وإنما من أفراد مدفوعين بتبعيتهم الاقتصادية وبشروط العمل السائدة في المجتمعات الاستهلاكية إلى الركض وراء التيار الجارف، مثلما يحدث مع موسيقى التسلية المخادعة.

وقد عرف أدورنو الفن بصفته انعتاقاً من الممارسات اليومية ووسيلة للتحرر، وطريقاً للخلاص يكاد يكون متفرداً من طريق نموذج يحدد العلاقة الحسية بين الإنسان والعالم. فالفن الأصيل له وظيفة نقد ثورية؛ لأنه يحمل إمكان هدم ما هو قائم وإعادة إنتاج الوعي الاجتماعي، ومنحه طاقة رفض يتجاوز بها المجتمع الاستهلاكي وثقافته المصنعة. فهو يرفض الأعمال الفنية الحديثة؛ لأنها متطرفة وتعكس التشيؤ في الوجود، وتعبر عن الصفوة، وتنتج عن قمع تسلطي كما في الأعمال الموسيقية الحديثة التي تسهم في تفتيت وحدة الإنسان، في وقت يفترض بها أن تظل وفيّة وقادرة على إعطاء مصداقية لقول الحقيقة البريئة (مكاوي، ١٩٩٣: ٦٧).

وهكذا تصبح التحولات التي طرأت على وظيفة الموسيقى المعاصرة تغيرات داخلية ترتبط بالإنتاج التجاري الواسع للموسيقى المصنعة، الذي طاول

بنية الذوق والاستماع الجمالي إليها. فالفن عموماً والموسيقى خصوصاً بدأ يخضع لتلك التغيرات وليس العكس، ولذلك فهو يقف اليوم على حافة الهاوية (بحري، ٢٠١٠: ٢٧٧).

ومن ثم تناول أدورنو إشكالية تغير صناعة الموسيقى بوصفها أحد الأشكال الثقافية، وخلص منها إلى بعض النتائج التي استطاع أن يعممها على الكثير من المنتجات الثقافية الأخرى، ولاسيما الفنية منها؛ فقد فرق بين الموسيقى التقليدية أو التراثية والموسيقى الحديثة؛ فالموسيقى التقليدية تقوم على محورين أساسيين، هما: التأسيس الفردي والتأسيس المتوارث، كما أنها تتطلب الاهتمام بتفاصيل العمل الفني ككل، ووظيفة كل قطعة موسيقية داخل الكل. ويتمثل التأسيس الفردي هنا في اعتقاد الفرد أنه يسمع شيئاً جديداً ومختلفاً، فضلاً عن وعيه بشكل مختلف عن وعي الآخر؛ مما يعطي للقطعة الفنية جمالها الفردي الخلاق. وفي مقابل ذلك ظهر اتجاه آخر يدعو لاستخدام الآلات والتقنية الحديثة في مجال الموسيقى؛ الأمر الذي أدى إلى وجود أعمال موسيقية حديثة مأخوذة من بعض القطع التقليدية بشكل متناثر، يفتقر للمعنى والوظيفة، ويهتم فقط بكيفية استخدام التكنولوجيا المتطورة دون الاهتمام بالحس الجمالي والذوقي للقطع الموسيقية التقليدية (فريد، ٢٠٠٦: ٣٦).

ويعزز «أدورنو» مقولاته بتحليل ما أسماه الطابع المزدوج للممارسات التراثية، كالفنون التراثية على سبيل المثال، أو الوظيفة المزدوجة للأشكال الفنية التقليدية؛ فقد نظر إلى منتجات الصناعة الثقافية بما يندرج تحتها من أشكال فنية، على أنها انعكاس لهيمنة بعض المؤسسات السياسية والاقتصادية في العالم المعاصر، أكثر من كونها وظيفة جمالية فنية، فضلاً عن كونها وسيلة للتبادل الاقتصادي أكثر من كونها إشباعاً لاحتياجات حقيقية، أو استجابة لمعان عاطفية ووجدانية، وأحياناً نجد «أدورنو» يشدد

على عملية اختزال الكثير من الرموز والمعاني الجمالية والاجتماعية للأعمال الفنية المتوارثة وتشوهها وكذلك افتقارها للمعاني الإبداعية، ويقول في هذا الصدد: «لا تنكر الحداثة مثلما تفعل ذلك الأساليب والممارسات الفنية السابقة، وإنما تنكر التقليد بوصفه تقليداً، وهي في ذلك لا تفعل سوى تأييد المبادئ البرجوازية التي ترتبط بالطابع البضائعي للمجتمع البرجوازي، كما تؤيد وترسخ النموذج الغربي كأسلوب في الحياة القائمة على العصرية، والمتمتعة بمنجزات التكنولوجيا داخل العمل الفني التقليدي؛ الأمر الذي أدى إلى وجود أعمال فنية حديثة مأخوذة من الأساليب السابقة عليها وتنطوي على أجزاء غير مترابطة تخلو من المعنى والوظيفة؛ نظراً للاهتمام الزائد بالتفاصيل التقنية على حساب القيمة الفنية» (فريد، ٢٠٠٦: ٣٦).

كما دعا «أدورنو» إلى تحليل ما يسمى بممارسات المجتمعات الصناعية المتقدمة، التي تحاول نشر وسائل اجتماعية وممارسات حديثة للسيطرة بها على الدول الأضعف. وبناءً عليه، من الضروري أن نبحث في تنظير التأثيرات الثقافية للتكنولوجيا الحديثة على الأعمال الفنية؛ فقد أفرزت لنا تلك المجتمعات الصناعية أخلاقاً برجماتية تنظر إلى الفن والفنون التراثية بصفة خاصة على أنها وسيلة للسيطرة السياسية (فريد، ٢٠٠٦: ٣٧).

سابعاً - الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت العلاقة بين العولمة والهوية الثقافية، غير أن تلك الدراسات يغلب عليها الطابع التنظيري التحليلي أكثر من الرصد الميداني الإمبريقي. على الجانب الآخر لا تتوافر دراسات علمية ميدانية تربط بشكل واضح بين المتغير المستقل للدراسة وهو صناعة الثقافة، والمتغير التابع الذي يتجلى في الهوية الثقافية سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي؛ الأمر الذي يعطي أهمية وتميزاً في معالجة هذا الموضوع. وعلى هذا الأساس، استعرض

الباحث الدراسات السابقة التي أجريت حول موضوع الدراسة في ضوء ثلاثة محاور، على النحو الآتي:

• المحور الأول – الدراسات التي تناولت العلاقة بين العولمة الثقافية وصراع الهوية:

يسلط هذا المحور الضوء على الدراسات التي تناولت العلاقة بين العولمة الثقافية وصراع الهوية؛ وذلك بقصد فهم تلك العلاقة الجدلية، ولعل من أولى تلك الدراسات، دراسة مسرحي (٢٠١٣) حول: إشكالية الهوية في زمن العولمة، التي استهدفت البحث في موضوع الهوية في السياقات العربية الإسلامية من منطلق أن الكثير من المفاهيم والمقولات متداولة بكثرة في مختلف الخطابات العلمية الإعلامية وحتى العامية؛ ومن ثم السعي إلى توصيف ملامح مقاربة جديدة وفهم جديد للهوية. كذلك دراسة Merrilees عام (٢٠١٣) حول: الهوية الاجتماعية وسلوك الشباب العدواني والانحرافي، التي استهدفت دراسة وتشخيص ملامح الهوية الاجتماعية وسلوكيات الشباب العدوانية للمجتمع الطائفي، وذلك عبر رصد سلوكيات الشباب تجاه مجموعة من الأفراد الذين ينتمون إلى جماعات طائفية تختلف معهم؛ مما يعكس الآثار السلبية أو الاجتماعية للهوية الاجتماعية وتعزيز العلاقة للسلوك الانحرافي والعدواني. ودراسة المزروعى (٢٠١٢) بعنوان: العولمة الثقافية وصراع الهويات في المجتمعات العربية، التي استهدفت تحديد الظواهر السلبية التي نقلتها العولمة الثقافية إلى المجتمع العربي والإسلامي من خلال أدواتها في مجالي الاتصال والمعلوماتية. واعتمدت الدراسة على منهج التحليل الوصفي لاستقراء التغيرات المجتمعية التي حدثت نتيجة لظاهرة العولمة. ومن الدراسات المهمة في ذلك عام (٢٠١٢) دراسة Pembeciolu حول: بناء الهويات، التي سلطت الضوء على فن ونوع جديد من الهندسة، وهي الهندسة البشرية، التي تستهدف بناء هويات

تتوافق مع التغيرات العولمية والشبكات الافتراضية التي أوجدت هويات جديدة ومختلفة.

كذلك قدم محمد (٢٠١٠) دراسة بعنوان: أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب؛ وذلك للتطرق لمفهوم الهوية الثقافية باعتبارها تمثل الكيان الشخصي والروحي للفرد، بالموازاة مع ذلك تحمل العولمة الثقافية مضموناً فكرياً يهدف إلى نشر ثقافة كونية واحدة؛ لأنها مالكة الوسائل الأساسية لها وهو ما تحاول الدراسة التصدي له وخاصة فيما يتعلق بموت الثقافة الوطنية في زمن العولمة. ودراسة زهران (٢٠٠٨) بعنوان: الهوية الثقافية ونظام القيم لدى شباب الجامعة: دراسة سيكومترية إكلينيكية، وهي تستهدف دراسة الهوية الثقافية وأبعادها ومكونات نظام القيم، لدى عينة من شباب الجامعة، مع إجراء دراسة إكلينيكية متعمقة لحالات متطرفة، بحثاً عن العوامل التي تكمن وراء اضطراب الهوية الثقافية. أما الطراح فقدم دراسته عام (٢٠٠٥) بعنوان: عولمة الاتصال وأثره في تشكيل الهوية الوطنية، وحاولت إجراء مراجعة نقدية للاتجاهات التي تؤسس لدور وسائل الإعلام وتكنولوجيا الإعلام، وتقترح طرقاً جديدة لفهم العلاقات القائمة ما بين وسائل الإعلام والهويات الثقافية. وخلصت الدراسة إلى أن تكنولوجيا الإعلام الحديثة قادرة على أن تفصل المكان عن الهوية، وتقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية، وتزيد من ضعف الشعور بالانتماء المرتبط بالمحلي والوطني، وتعمل على تقويضه وتنسج هويات غير متعلقة بالحيز المكاني، وتقلل من شعور الانتماء إليه. وكذلك قدم مراد دراسته عام (٢٠٠٥) بعنوان: العولمة وسحق الهويات الثقافية، التي رصدت أثر العولمة في سحق الهويات الثقافية، وأظهرت الدراسة تأثير العولمة في إفقار شعوب كثيرة وسحق هوية مواطني العالم بأسره، وإيجاد نسخ مكررة واستهلاكية تستجيب لإدارة الرأسمالية المتوحشة، التي تشرع بالانطلاق من الولايات

المتحدة الأمريكية، وتعلن أنها مع وحدة السوق العالمية وحريتها وانفتاحها أمام الشركات المتعددة الجنسية. وبالاتجاه نفسه قدم مراد (٢٠٠٣) دراسته حول: العولمة وضياح الهوية، التي سلطت الضوء على الأثر العميق للعولمة وتهديداتها على الهوية. وأخيراً دراسة خلف (١٩٩٨) بعنوان: العولمة والهوية الثقافية: تصور نظري، استهدفت توضيح مواءمة العولمة كإطار نظري عام، وإمكانية استخدامه في تفسير كثير من الظواهر والعمليات التي تدور حول قضايا الهوية الثقافية وإشكالياتها في مجتمعات الخليج العربي المعاصرة. كما رصدت الدراسة انعكاسات العولمة على الهوية الثقافية في مجتمعات الخليج العربي.

• المحور الثاني - الدراسات التي تناولت العلاقة بين الهوية الثقافية والانتماء والمواطنة:

يحاول هذا المحور تسليط الضوء على العلاقة بين الهوية الثقافية وبعض تأثيرات العولمة على الانتماء والمواطنة وبعض القيم الرصينة في الثقافات المحلية؛ وذلك بقصد فهم تأثيرات العولمة على الثقافات المحلية. ومن أولى هذه الدراسات، دراسة الدويلة (٢٠١٤) بعنوان: انعكاس الانفتاح الثقافي على قيم المواطنة لدى الشباب الكويتي، واستهدفت الوقوف على الفروق بين وعي الشباب بقيم المواطنة باختلاف المتغيرات الاجتماعية. وقد أوضحت الدراسة أن ثمة تغيرات اقتصادية واجتماعية وثقافية أدت إلى ظهور اتجاهات وقيم وسلوكيات وأنماط تفكير وأنماط معيشة أثرت سلباً في لحمة المجتمع وتماسكه وبروز قيم جديدة تضعف الولاء للوطن والانتماء إليه والاعتزاز بالثقافة. ودراسة Crocetti عام (٢٠١٤) حول أنماط الهوية وتنمية قدرات الشباب، وسعت إلى البحث في أنماط الهوية الشبابية ورصد الفروقات من خلال تعرف نمط الشخصية الشبابية وسماتها التي تتفاوت ما بين الثقة والكفاءة

والاتصال، وذلك عبر مختلف أشكال المشاركة المدنية. كذلك دراسة Crocetti وآخرين (٢٠١٤) بعنوان: المظاهر الشخصية والهوية الاجتماعية، التي رصدت ملامح تشكل الهوية الاجتماعية الشبابية عبر مراحل عمرية ووظيفية مختلفة، وأبرزت تلك الدراسة أثر سياق العمل على تشكل ملامح الهوية، وخاصة فيما يتعلق بتعزيز الرضا وسلوكيات المواطنة التنظيمية. ودراسة بدوي (٢٠١٤) بعنوان: الهوية والانتماء في قصص الأطفال في الأدب الفلسطيني الحديث، استهدفت استكشاف الدوافع النفسية والاجتماعية والدينية، التي جعلت من أطفال فلسطين على صغر سنهم يتقبلون مفاهيم الصراع المتعلقة في تحقيق الهوية والانتماء الوطني. وسعت هذه الدراسة إلى تحديد الهوية والانتماء لدى أطفال فلسطين بإلقاء الضوء على مفهوم الشهيد والوطن والأرض. كذلك قدم (Ellison 2013) دراسة بعنوان: المواطنة والمكان والزمان والهوية والانتماء، التي رصدت أثر البيئة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المعولمة على أشكال وممارسات المواطنة، وأوضحت أن التغيرات التكنولوجية أسهمت في تفتيت الانتماء المكاني، وأضحى هناك مفهوم جديد للانتماء المعاصر يتناسب مع تحولات العولمة. وفي هذا السياق قدم Hopkins عام (٢٠١١) دراسة حول المضمون المتغير للمواطنة في الحياة اليومية؛ نتيجة التغيرات العولمية الكونية التي نعاشها.

كذلك قدم زهران عام (٢٠١٢) دراسة بعنوان: دراسة مقارنة لأثر بعض المتغيرات في تشكيل هوية انتماء طفل الروضة للوطن بعصر العولمة، واستهدفت تعرف طبيعة الانتماء للوطن عند طفل الروضة مقارنة بإياه بعينة من المراهقين، وذلك في عصر يتسم بتغيرات جديدة وسريعة وشديدة ويوصف بأنه عصر العولمة، ويتم هذا في إطار المقارنة بين عدد من المتغيرات التي يمكن أن تؤثر في الانتماء للوطن. أما أحمد فقدم دراسته عام (٢٠٠٩) بعنوان:

مفهوم العولمة ومستوى إدراك الطالب الجامعي في الأردن له وعلاقته بالهوية الثقافية والانتماء، واستهدفت الوقوف على مستوى إدراك الطالب الجامعي لمفهوم العولمة وعلاقة هذا المفهوم بالهوية الثقافية والانتماء؛ ذلك لإظهار العلاقة بين المفاهيم الثلاثة عند الطالب الجامعي، ولتحديد دور الجامعات تجاهها، من حيث كيفية الإعداد وطبيعة ما يقدم من مساقات؛ بحيث يصبح الطالب الجامعي قادراً على استيعاب متغيرات العصر وكيفية التعامل مع ظاهرة العولمة دون توتر وحيرة مع المحافظة على الهوية الثقافية والانتماء. ودراسة الرواشدة والعرب (٢٠٠٩) بعنوان: أسباب ومظاهر الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعي في ضوء العولمة وعلاقتها ببعض المتغيرات، واستهدفت معرفة أهم أسباب الاغتراب الثقافي ومظاهره لدى الشباب الجامعي من وجهة نظر الشباب أنفسهم، وتكون مجتمع الدراسة من طلاب جامعة اليرموك الحكومية، وطبقت الدراسة على عينة قصدية بلغ حجمها ١٠٠ طالب وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي يعيش حالة من الاغتراب الثقافي. ودراسة حماد (٢٠٠٨) بعنوان: أثر العولمة الثقافية على مفهوم المواطنة لدى الشباب الفلسطيني: دراسة استكشافية، وتمحورت إشكالياتها البحثية حول: مدى تأثير العولمة الثقافية على مفهوم المواطنة وأبعادها لدى الشباب الفلسطيني، وحاولت الدراسة استكشاف الفروق ذات الدلالة الإحصائية بحسب متغيرات الجنس ونوع التعليم ومحل الإقامة ودخل الأسرة. وأظهرت الدراسة أثر المتغير الاقتصادي على أبعاد المواطنة كالهوية والانتماء والتعددية وقبول الآخر والحرية والمشاركة السياسية.

• المحور الثالث – الدراسات التي تناولت العلاقة بين الهوية الثقافية والشباب الجامعي:

يحاول هذا المحور تسليط الضوء على نماذج من الدراسات التي تناولت العلاقة بين الهوية الثقافية والشباب الجامعي محور الدراسة الميدانية للدراسة الراهنة. ومن أولى هذه الدراسات، دراسة أبو شوشة (٢٠١٣) بعنوان: استخدام مدخل إدارة المناقشات في تنمية الوعي بالهوية الثقافية لطلاب الفرقة الأولى بكليات التربية، وتحددت مشكلة الدراسة في الحاجة إلى توعية ثقافية لطلاب كليات التربية، تكفل الوعي بهويتنا الثقافية. ومن هذا المنطلق تمثلت أهداف الدراسة في تحديد أبعاد الهوية الثقافية اللازمة للطالب والمعلم، التي من شأنها تنمية الوعي بهويتهم ضد محاولات تذويبها. ودراسة إمام (٢٠١٣) بعنوان: توظيف الفن الرقمي لتنمية الوعي الإدراكي ومفهوم العولمة للطالب قبل الجامعي وعلاقته بالهوية الثقافية والانتماء، واستهدفت الوقوف على مستوى الوعي الإدراكي للطالب الجامعي لمفهوم العولمة وعلاقة هذا المفهوم بالهوية الثقافية والانتماء وأثر الفن الرقمي على استجابة الطلاب لتلك المفاهيم؛ وذلك لإظهار العلاقة بين المفاهيم الثلاثة عند الطالب الجامعي، ولتحديد دور الجامعات تجاهها، من حيث كيفية الإعداد وطبيعة ما يقدم من مساقات؛ بحيث يصبح الشباب قبل الجامعي قادراً على استيعاب متغيرات العصر التقني وكيفية التعامل مع ظاهرة العولمة دون توتر وحيرة مع المحافظة على الهوية الثقافية والانتماء.

أما رضوان فقدم دراسته عام (٢٠١٢) بعنوان: الإرشاد بالواقع للتخفيف من أزمة الهوية لدى الشباب الجامعي، وافترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي رتب درجات أفراد عينة الدراسة من الشباب الجامعي على مقياس أزمة الهوية قبل وبعد تطبيق البرنامج الإرشادي بالواقع لصالح المقياس

البعدي. وقد أسفرت النتائج عن نجاح البرنامج الإرشادي بالواقع في خفض أزمة الهوية. ودراسة عبد الصادق (٢٠١٢) بعنوان: اتجاه الشباب الجامعي نحو العلاقة بين التعرض لموقع الفيس بوك والهوية الثقافية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين، وسعت إلى تعرف اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع الفيس بوك والهوية الثقافية لدى طلاب جامعة القاهرة، وهدفت أيضاً إلى تعرف دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وإيجابياته وسلبياته ومدى الاستفادة التي يحققها من استخدامه، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض. وكذلك دراسة مسرحي (٢٠١٢) بعنوان: الشباب وبناء الهوية في زمن العولمة، واستهدفت السعي إلى توصيف ملامح مقارنة جديدة وفهم جديد للهوية؛ لأن هذا التصور الجديد يكون في الآن نفسه على وعي حقيقي بمعطيات الحاضر وضرورات المستقبل من جهة، وعلى وعي مماثل بالمرجعيات الأساسية لعناصر الهوية. ودراسة العجمي (٢٠١٢) بعنوان: عولمة الثقافة وآثارها على الشباب: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الكويت، وتحدت إشكالياتها البحثية في تساؤل رئيسي مؤداه: ما مدى تأثير مراكز الإنترنت في حدوث التغير الثقافي لدى المترددين على شبكة الإنترنت؟ وخلصت الدراسة إلى ضرورة الحفاظ على الهوية الثقافية وإنمائها لدى أفراد المجتمع كركيزة أساسية لمواجهة الآثار الناجمة عن الإنترنت.

أما البطريق فقدم دراسته عام (٢٠١١) بعنوان: العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت وإدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة، وتستهدف تناول العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت وإدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة بالتطبيق على موقع الفيس بوك. وكشفت الدراسة أن

المواقع الاجتماعية كان لها تأثيراتها الإيجابية على هويتنا الثقافية وخاصة بعد أحداث ثورة ٢٥ يناير؛ إذ إنها دعمت روح الانتماء. ودراسة العمري (٢٠٠٨) بعنوان: أ نموذج مقترح للهوية الشبابية في الأردن، واستهدفت صياغة أ نموذج للهوية الشبابية في ضوء الواقع والمشكلات التي يواجهها الشباب الأردني والتحديات الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية المحيطة به، وفي ضوء المبادئ التي يجب الارتكاز عليها في تنمية الهوية الشبابية. وكذلك دراسة الشيخ وآخرين (٢٠٠٩) بعنوان: أساليب مواجهة أزمة الهوية لدى طلبة الجامعات، واستهدفت تعرف أبرز أساليب مواجهة أزمة الهوية لدى طلبة جامعتي دنقلا والإمام المهدي، كذلك الكشف عن دور التخصص الدراسي في أساليب مواجهة أزمة الهوية لدى الشباب الجامعي، وأظهرت الدراسة أن طلبة جامعتي دنقلا والإمام المهدي يتسمون بالاجابية في أزمة الهوية.

أما خميس فقدم دراسته النظرية التحليلية عام (٢٠٠٥) حول: صناعة الثقافة وتشكيل الوعي الإنساني، وانحصرت إشكالياتها البحثية في التساؤلات الآتية: ما مظاهر صناعة الثقافة في المجتمع؟ وما الوسائل التي تلجأ إليها لدعم أيديولوجيا النظام السياسي؟ وما وظيفتها ودورها؟ وإلى أي حد تسهم في دعم الاستقرار في المجتمع؟ وحاولت الدراسة من خلال التحليلات النظرية والنقدية تقديم إجابات وافية عن تلك التساؤلات. كذلك قدم عثمان دراسته عام (٢٠٠٥) بعنوان عولمة أفكار الشباب في المؤسسات الأكاديمية: دراسة على عينة من طلاب الجامعة، وأجريت على عينة من الطلاب والطالبات في المرحلتين الجامعية والثانوية بالسودان، وكان الهدف من الدراسة معرفة تأثير الطلاب والطالبات بأفكار العولمة التي تروج لها وسائل الإعلام المختلفة. وقد أشارت النتائج إلى أن الطالبات أكثر تأثراً بثقافة العولمة من الطلاب، ولا توجد فروق بين الطالبات في التأثير بحكم المرحلة. ودراسة محمد (٢٠٠٣) بعنوان:

نمو الهوية لدى طلاب الجامعة: دراسة طولية، وتمحور السؤال البحثي الرئيسي حول: ما المسارات النمائية لتكون وتشكل الهوية في مرحلة المراهقة؟ كذلك ما توقيت نمو حالة الهوية وتغيرها؟ وانتهت الدراسة إلى أن مرحلة المراهقة المتأخرة (١٨-٢١ سنة) هي الفترة الحاسمة في تكوين الهوية. كذلك رصدت الدراسة الفروق بين الذكور والإناث في نمو الهوية. وقد طبقت الدراسة على عينة مكونة من ١٦٦ من الإناث و٨٣ من الذكور من الطلاب في الفرقة الرابعة بكلية التربية بالإسماعيلية.

إجمالاً، كشفت جل الدراسات أن مفهوم العولمة هو بنية عالمية مكونة من خمسة عوامل، هي: ذوبان الهوية، وإلغاء الهوية، وإلغاء الحدود، والتحكم في اقتصاديات دول العالم الثالث، والخوف من سيطرة الدول المتقدمة، وإلغاء الخصوصية الثقافية، أما مفهوم الهوية فيتكون من ثلاثة عوامل هي: التعبير عن الشخصية، والانتماء، والقومية، أما مفهوم الانتماء فيتكون من ثلاثة عوامل هي الحب والارتباط بالبيئة والعالم، والمسؤولية الاجتماعية. كذلك كشفت مجمل الدراسات عن افتقار الشباب إلى الانتماء وشعورهم بالإقصاء والاغتراب واللامبالاة، هذا فضلاً عن ميل الشباب إلى تطوير نسق ثقافي يعبر عن احتياجاتهم ورغبتهم في التجديد. وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تركيزها على متغيرين أساسيين، هما صناعة الثقافة كمتغير مستقل والهوية الثقافية كمتغير تابع، وذلك على خلاف الدراسات الأخرى التي تناولت العلاقة بين العولمة والهوية دون تحديد للعلاقة، واكتفت بالتحليل النظري لتلك العلاقة في الغالب الأعم. كذلك اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات التي تناولت التأثيرات السلبية للعولمة الثقافية على الشباب المصري بصفة عامة.

ثامناً - الإجراءات المنهجية للدراسة:

يقدم الباحث وصفاً مفصلاً للإجراءات التي اتبعها في تنفيذ الدراسة، ومن ذلك تحديد منهج الدراسة، ووصف مجتمع الدراسة، وتحديد عينة الدراسة، وإعداد أداة الدراسة، وبيان إجراءات الدراسة والأساليب الإحصائية التي استخدمت في معالجة النتائج، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات:

٨-١- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التفسيرية؛ حيث تسعى إلى الوصف التحليلي لتأثير صناعة الثقافة على الهوية الثقافية للشباب الجامعي في ضوء أربعة أبعاد رئيسية: تفتيت الهوية، اختزال المعاني والقيم الثقافية، تغيير شكل الانتماء، تعزيز النزعات الاستهلاكية؛ الأمر الذي ينتهي في النهاية إلى الوصول إلى تفسيرات علمية رصينة في ضوء التراث النظري والدراسة الميدانية لتلك التأثيرات العولمية على الهوية الثقافية للشباب.

٨-٢- المنهج المستخدم ومسارات الدراسة:

توافقاً مع نوع الدراسة وأهدافها استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينة على الشباب بجامعة القاهرة، وذلك من خلال اختيار نموذج من الكليات النظرية ونموذج آخر من الكليات العملية؛ بقصد الوقوف على الفروقات في التأثيرات. وتنهض الدراسة على مسارين أساسيين:

المسار الأول: تحليل ثانوي للبيانات والنتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة، سواء النظرية أو الميدانية، التي أجريت حول موضوع الدراسة؛ وذلك لتحقيق عدد من الأهداف الفرعية ذات الارتباط العضوي بالأهداف الأساسية للدراسة الراهنة، وهي:

- صياغة متغيرات الدراسة التابعة التي تتمثل في التأثيرات التي تتركها صناعة الثقافة على الهوية الثقافية، والمتمثلة في: تفتيت الهوية، اختزال المعاني والقيم الثقافية، تغير معاني الانتماء، تعزيز النزعات الاستهلاكية.
 - صياغة استمارة الاستبانة في ضوء محاور الدراسة الأساسية.
 - قراءة نتائج الدراسة الراهنة وتفسيرها في ضوء التحليلات الثانوية لمجمل نتائج الدراسات التي أجريت حول موضوع الدراسة.
- المسار الثاني: تحليل ميداني للبيانات التي جمعها الباحث من عينة الدراسة المختارة، وذلك في ضوء تحليل تلك البيانات تحليلًا إحصائيًا من خلال برنامج Spss للحصول على توزيع إحصائي لاستجابات عينة الدراسة على قضايا الدراسة الميدانية، والكشف عن اتجاهاتهم نحو تأثيرات صناعة الثقافة على الهوية الثقافية للشباب المصري، وذلك من خلال إيجاد التكرارات والمتوسطات الحسابية والنسب المئوية والانحرافات المعيارية.

٨-٣-حدود الدراسة:

٨-٣-١- الحدود الموضوعية:

تتقيد هذه الدراسة بالكليات النظرية وهي كليتا الآداب والحقوق، والكليات العملية، وهي كليتا العلوم والهندسة بجامعة القاهرة، وذلك بجميع الفرق الدراسية؛ وذلك بما يتلاءم مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، التي تستهدف الكشف عن الفروقات في التأثيرات ما بين الكليات والتخصصات والمستويات الدراسية والعمر والنوع...إلخ.

٨-٣-٢- الحدود المكانية:

أُجريت هذه الدراسة على الطلاب والطالبات في بعض الكليات النظرية والعملية بجامعة القاهرة.

٨-٣-٣- الحدود الزمنية:

أُجريت هذه الدراسة خلال الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي ٢٠١٦ م.

٨-٤- متغيرات الدراسة:

٨-٤-١- المتغير المستقل: تمثل المتغير الرئيس في الدراسة في صناعة الثقافة.

٨-٤-٢- المتغيرات التابعة: تمثلت متغيرات الدراسة التابعة في التأثيرات التي تتركها صناعة الثقافة على الهوية الثقافية، والمتمثلة في: تفتيت الهوية، اختزال المعاني والقيم الثقافية، تغير معاني الانتماء، تعزيز النزعات الاستهلاكية.

٨-٥- مجتمع الدراسة والعينة:

أُجريت هذه الدراسة على بعض الشباب من كليات جامعة القاهرة كمجتمع للبحث، وقد تجاوز حجم مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات جامعة القاهرة من الكليات المختارة في الفصل الدراسي الأول لعام ٢٠١٦ ثلاثين ألف طالب وطالبة. ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة وصعوبة الحصول على إطار للمعاينة، اعتمدت الدراسة على سحب عينة غير عشوائية، وذلك في ضوء عدد من الشروط:

- تقتصر هذه الدراسة على كليات نظرية وعملية بعينها بجامعة القاهرة.
- يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب وطالبات جامعة القاهرة، ويشتمل على أربع سنوات دراسية من الأولى حتى الرابعة، وهم جميعاً من طلاب الليسانس أو البكالوريوس، مع استبعاد السنة الخامسة في كلية الهندسة على وجه الخصوص.

- مراعاة التنوع العمري والنوعي في اختيار مفردات البحث.
- مراعاة التنوع في المستويات والتقديرات الدراسية في اختيار مفردات البحث.
- مراعاة التنوع في منطقة السكن والمستويات الاقتصادية والاجتماعية للأسرة لمفردات البحث.

ومن هذا المنطلق، تم سحب عينة غير احتمالية (قصدية) من هذا المجتمع تمثل طلاب وطالبات الكليات النظرية والعملية المختارة بجامعة القاهرة بلغ قوامها (٢٤٠) مفردة ممن تراوح أعمارهم ما بين ١٧ و ٢٤ عاماً.

٨-٦- أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة في جمع المعلومات والبيانات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة على استمارة استبانة صممت بأسلوب ليكرت من خلال المزج بين الأسلوب الثلاثي والخماسي. وقد احتوت الاستبانة على أربعة محاور على النحو الآتي:

- المحور الأول: يحتوي على أسئلة حول الخصائص الديموغرافية لمفردات العينة من حيث العمر، النوع، الكلية، المستوى الدراسي، المستوى الاقتصادي، المستوى التعليمي للوالدين، الحالة العملية للوالدين.
- المحور الثاني: (تفتيت الهوية الثقافية) ويتكون هذا المحور من (١٥) فقرة.
- المحور الثالث: (اختزال المعاني والقيم الثقافية)، ويتكون هذا المحور من (١٥) فقرة.
- المحور الرابع: (تغير معاني الانتماء) ويتكون هذا المحور من (١٦) فقرة.
- المحور الخامس: (تعزيز النزعات الاستهلاكية) ويتكون هذا المحور من (١٥) فقرة.

ولحساب ثبات الاستبانة استخدم الباحث طريقة «ألفا كرونباخ» من خلال إيجاد معامل الثبات؛ حيث حصلت الاستبانة على قيمة معامل ألفا لكل محور من محاور الاستبانة، وكذلك للاستبانة ككل، ويوضح الجدول (١) ذلك.

الجدول (١)

معاملات ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة

المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
تفتيت الهوية الثقافية	١٥	٠,٨٨٤
اختزال المعاني والقيم الثقافية	١٥	٠,٧٩٠
تغير معنى الانتماء	١٦	٠,٩٠١
تعزيز النزعات الاستهلاكية	١٥	٠,٨٨٧
الإجمالي	٦١	٠,٨٩٩

يتضح من بيانات الجدول (١) أن معاملات ألفا كرونباخ جميعها تجاوزت (٠,٧٩٠)، وبلغ معامل الثبات الكلي (٠,٨٩٩)، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

٨-٧- التعريفات الإجرائية للدراسة:

٨-٧-١- الشباب الجامعي:

تقصد الدراسة بالشباب الجامعي إجرائياً: «الأفراد من الجنسين الذين تراوح أعمارهم بين السابعة عشرة والرابعة والعشرين، أي الذين لا يزالون في مرحلة الدراسة الجامعية».

٨-٧-٢- الهوية الثقافية:

هي جملة من السمات والخصائص الثقافية التي تميز شخصاً عن آخر؛ من حيث اللغة والتاريخ والقيم، وتساعد في بناء شخصيته المتكاملة المستقلة؛ مما يعزز شعوره بالتفرد، وهي تولد الإحساس لديه بالانتماء، كذلك تمنحه الوعي الواقعي بقضايا المجتمع. وتبحث الدراسة الراهنة في أربعة أبعاد أساسية تتعرض لها الهوية الثقافية نتيجة التأثير بصناعة الثقافة، وهي:

البعد الأول: (تفتيت الهوية)، وتعني الدراسة بتفتيت الهوية ذوبان ومسح للذات الثقافية المحلية في الذات الثقافية العالمية، وتعرضها للتشوه والتشتت في اتجاهات عدة عبر ثقافة الاختراق التي تستهدف -عبر الثقافة الإعلامية الجماهيرية- تكريس الأيديولوجية الفردية المستسلمة. وتتجلى أبعاد تفتيت الهوية في العناصر الآتية:

- إذكاء النزعات الطائفية والدينية.

- العزلة والإقصاء.

- إذكاء العنف والتطرف.

- إذكاء التمرد والتعصب.

- الانهماك في البحث عن الشهوات والملذات.

- الارتباط الوجداني بالثقافات العالمية.

البعد الثاني: (اختزال المعاني والقيم الثقافية)، وتعني الدراسة بها مجموعة المعتقدات التي تمثل المقومات الأساسية التي تبني عليها مجموعة الاتجاهات والتي توجه الشباب نحو بعض المعاني الثقافية المرتبطة بـ:

- الرغبة في تعرف ثقافات وتقاليد مجتمعات أخرى.
 - الشعور باللامبالاة والاستسلام.
 - الانغلاق على الذات.
 - تغير مفاهيم ثقافية أساسية مرتبطة بالزواج.
 - تشكل لغة جديدة وانطماس اللغة العربية.
 - الهروب من الواقع المعيش إلى المجتمع الافتراضي.
 - غياب القيم الرصينة (النجاح، الالتزام، وضوح الهدف، مناصرة الحق).
- البعد الثالث: (تغير معاني الانتماء)، وتعني الدراسة بها تغير مضمون معاني الانتماء بين الشباب المصري، وتحوله عبر الفضاء الإلكتروني إلى انتماء رمزي، تتجلى أبعاده حول العناصر الآتية:
- اقتناء السلع ذات الماركات العالمية.
 - الارتباط الوجداني بالرموز العالمية في مجالات عدة.
 - تغير مفهوم الوطن في ظل العولمة.
 - إذكاء عدم الثقة بقيم المجتمع المطلقة كالعدل والمساواة.
 - إلغاء المواطنة لصالح الولاءات الخاصة المطلقة.
 - امتلاك التقنيات الحديثة.
- البعد الرابع: (تعزيز النزعات الاستهلاكية)، وتعني الدراسة بها تحويل الشباب إلى كائنات اجتماعية مستهلكة دون الاحتياج الحقيقي للسلع المستهلكة، وربط الشباب بقيم السلع المستهلكة، ومن ثم تغيير أسلوب الحياة السائد، وتتجلى عناصر هذا البعد في ما يأتي:

- إذكاء الثقافة الاستهلاكية وترسيخها بين الشباب.
- مواكبة الموضة والصيحات العالمية.
- التسوق عبر المولات الضخمة.
- التسوق عبر الإنترنت.
- استهلاك الماركات العالمية.
- استهلاك الأطعمة والوجبات السريعة وتمثل ثقافتها.

٨-٧-٣ - صناعة الثقافة:

تقصد الدراسة بصناعة الثقافة إجرائياً: عملية عولمية تستهدف تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع وفقاً للقواعد التجارية العالمية؛ أي تحويل الثقافة إلى سلسلة من السلع والخدمات التي تستهدف:

- دمج الأفراد في طريقة حياة المجتمعات الرأسمالية والانصياع لمضمونها الثقافي.
- أدواتها الفضائيات والإذاعة والصحافة والإنترنت.
- هدفها بث روح السلبية والدعوة إلى إشباع الملذات والاستهلاك الترفي.
- إذكاء الطائفية والعنصرية والترويج للعنف والإباحية ونشر الرذيلة.
- وهو الأمر الذي يترتب عليه فقدان السيطرة على المنتج الثقافي المحلي والخضوع لمنتج ثقافي عالمي.

تاسعاً - نتائج الدراسة الميدانية وتحليلاتها السوسولوجية:

٩-١ - خصائص عينة الدراسة:

استخدمت الدراسة التكرارات والنسب المئوية تعرف خصائص العينة. وتظهر الجداول الآتية الخصائص المتعلقة بالنوع والعمر والكلية والمستوى الدراسي والحالة التعليمية والعملية للوالدين ومكان السكن... إلخ لعينة الدراسة.

الجدول (٢)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر

العمر	ك	%
١٧-١٨ سنة	٤٩	٢٠,٤
١٨-١٩ سنة	٥٧	٢٣,٧
١٩-٢٠ سنة	٧٧	٢٧,٥
أكثر من ٢٠ سنة	٦٨	٢٨,٤
الإجمالي	٢٤٠	١٠٠%

يتبين من بيانات الجدول (٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر، وتتحدد في الشريحة العمرية ما بين ١٧ سنة و ٢٤ سنة على نحو دقيق، ويلاحظ على بيانات الجدول أن هناك قدراً من التقارب في التوزيع العمري لعينة الدراسة وإن كانت النسبة الكبرى لتركز العينة تظهر في الشريحة العمرية أكثر من ٢٠ سنة بنسبة ٢٨,٤٪، والنسبة الأقل تتركز في الشريحة العمرية من ١٧-١٨ سنة بنسبة ٢٠,٤٪.

الجدول (٣)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية

العمر	ك	%
الفرقة الأولى	٤٤	١٨,١
الفرقة الثانية	٦١	٢٥,٢
الفرقة الثالثة	٦٥	٢٧,٤
الفرقة الرابعة	٧٠	٢٩,٣
الإجمالي	٢٤٠	٪١٠٠

لا شك أن التوزيع العمري يرتبط ببيانات الجدول (٣)، وتعكس توزيع عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية التي ينتمي إليها الشباب من عينة الدراسة: حيث نجد أن الفرقة الرابعة استحوذت على العدد الأكبر بنسبة ٢٩,٣٪، والفرقة الأولى كانت العدد الأقل بنسبة ١٨,١٪.

الجدول (٤)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع والعمر

النوع العمر	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
١٧-١٨ سنة	٢١	١٨,١	٢٨	٢٢,٥	٤٩	٢٠,٤
١٨-١٩ سنة	٢٩	٢٥	٢٨	٢٢,٥	٥٧	٢٣,٧
١٩-٢٠ سنة	٣٢	٢٧,٥	٣٤	٢٧,٥	٦٦	٢٧,٥
أكثر من ٢٠ سنة	٣٤	٢٩,٤	٣٤	٢٧,٥	٦٨	٢٨,٤
الإجمالي	١١٦	٪٤٨,٤	١٢٤	٪٥١,٦	٢٤٠	٪١٠٠

تظهر بيانات الجدول (٤) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع والعمر معاً؛ حيث يلاحظ أن النسبة الكبرى من الطلاب المستجدين كانوا من نصيب الإناث بنسبة ٢٢,٥٪، في مقابل أن الطلاب في السنوات الأخيرة من الدراسة كانوا من نصيب الذكور بنسبة ٢٩,٤٪. وإجمالاً بلغت نسبة الذكور من إجمالي العينة ٤٨,٤٪ في مقابل ٥١,٦٪ للإناث.

الجدول (٥)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للكليات والنوع

النوع	الكليات النظرية		الكليات العملية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ذكور	٥٧	٤٩,١	٥٩	٥٠,٩	١١٦	٤٨,٤
الإناث	٦٣	٥٠,٩	٦١	٤٩,١	١٢٤	٥١,٦
الإجمالي	١٢٠	٥٠٪	١٢٠	٥٠٪	٢٤٠	١٠٠٪

تظهر بيانات الجدول (٥) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع والكليات؛ حيث تبين أن هناك تقارباً بين الإناث والذكور فيما يتعلق بتوزيعهم على الكليات النظرية والعملية؛ ففي حين تبلغ نسبة توزيع الطلاب الذكور على الكليات النظرية ٤٩,١٪، تبلغ نسبة الطالبات الإناث على الكليات العملية ٤٩,١٪، كذلك تبلغ نسبة الطلاب الذكور في الكليات العملية ٥٠,٩٪ في مقابل ٥٠,٩٪ لنسبة الطالبات الإناث في الكليات النظرية.

الجدول (٦)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للكلية والنوع

الكلية النوع	كلية الآداب		كلية الحقوق		كلية العلوم		كلية الهندسة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ذكور	٢٥	٢١,٥	٣٢	٢٧,٥	٣١	٢٦,٧	٢٨	٢٤,٣	١١٦	٤٨,٤
إناث	٣٥	٢٨,٣	٢٨	٢٢,٥	٢٩	٢٣,٤	٣٢	٢٥,٨	١٢٤	٥١,٦
الإجمالي	٦٠	١٠٠%	٦٠	١٠٠%	٦٠	١٠٠%	٦٠	١٠٠%	٢٤٠	١٠٠%

تستكمل بيانات الجدول (٦) التوزيع التفصيلي لعينة الدراسة على الكليات بمسمياتها وفقاً للنوع، حيث يتبين أن الإناث يتركزن بصورة أكثر في كلية الآداب بنسبة ٢٨,٣٪، في حين يتركز الطلاب الذكور في كلية الحقوق بنسبة ٢٧,٥٪. هذا بالنسبة للكليات النظرية، أما الكليات العملية فيتركز الطلاب الذكور في كلية العلوم بنسبة ٢٦,٧٪، في مقابل تقارب النسب بين الذكور والإناث في كلية الهندسة ما بين ٢٤,٣٪ للذكور، مقابل ٢٥,٨٪ للإناث.

الجدول (٧)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية والكلية

الفرقة الكلية	الفرقة الأولى		الفرقة الثانية		الفرقة الثالثة		الفرقة الرابعة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كلية الآداب	١٨	٣٠	١٠	١٦,٧	١٣	٢١,٦	١٩	٣١,٧	٦٠	٢٥
كلية الحقوق	١٤	٢٣,٤	١٧	٢٨,٣	١٢	٢٠	١٧	٢٨,٣	٦٠	٢٥
كلية العلوم	٨	١٣,٣	١٥	٢٥	١٩	٣١,٧	١٨	٣٠	٦٠	٢٥
كلية الهندسة	٤	٦,٧	١٩	٣١,٧	٢١	٣٥	١٦	٢٦,٦	٦٠	٢٥
الإجمالي	٤٤	١٨,١	٦١	٢٥,٢	٦٥	٢٧,٤	٧٠	٢٩,٣	٢٤٠	١٠٠%

توضح بيانات الجدول (٧) توزيع عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية والكلية؛ حيث يظهر تركيز الطلاب في الفرقة الأولى في كلية الآداب بنسبة ٣٠٪، في حين تتركز الفرقة الثانية في كلية الهندسة بنسبة ٣١,٧٪، بينما تظهر الفرقة الثالثة بشكل أكثر وضوحاً في كلية العلوم بنسبة ٣١,٧٪، كذلك تظهر الفرقة الرابعة بشكل واضح في كلية الآداب وكلية الهندسة على التوالي بنسبة ٣١,٧٪، ٣٠٪.

الجدول (٨)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى الدراسي

النوع المستوى	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	٤٤	٣٧,٩	٣٨	٣٠,٧	٨٢	٣٤,١
متوسط	٥٦	٤٨,٣	٣٤	٢٧,٤	٩٠	٣٧,٥
مرتفع	١٦	١٣,٨	٥٢	٤١,٩	٦٨	٢٨,٤
الإجمالي	١١٦	٤٨,٤٪	١٢٤	٥١,٦٪	٢٤٠	١٠٠٪

توضح بيانات الجدول (٨) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى الدراسي والنوع؛ حيث يتبين لنا أن النسبة الكبرى -إلى حد ما- من عينة الدراسة تقع في المستوى المتوسط وذلك بنسبة ٣٧,٥٪، يليها المستوى المنخفض بنسبة ٣٤,١٪، وأخيراً نسبة المستوى المرتفع بنسبة ٢٨,٤٪. كذلك يتضح من بيانات الجدول أن مستوى العدد الأكبر من الطلاب الذكور متوسط وذلك بنسبة ٤٨,٣٪، في حين أن مستوى العدد الأكبر من الطلاب الإناث مرتفع وذلك بنسبة ٤١,٩٪، وهو ما يعكس تفوقاً ملحوظاً للإناث على الذكور في عينة الدراسة.

الجدول (٩)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمكان السكن

النوع المكان	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مدينة	٩٩	٨٥,٤	٩٤	٧٥,٨	١٩٣	٨٠,٤
ريف	١٧	١٤,٦	٣٠	٢٤,٢	٤٧	١٩,٦
الإجمالي	١١٦	٪٤٨,٤	١٢٤	٪٥١,٦	٢٤٠	٪١٠٠

تظهر بيانات الجدول (٩) تركيز مكان السكن في عينة الدراسة في الحضر (المدينة) وذلك بنسبة ٨٠,٤٪، في مقابل نسبة ليست بالقليلة تسكن بالريف بلغت ١٩,٦٪، وذلك بحكم موقع محافظة الجيزة، تلك المحافظة الحضرية الريفية. كذلك يلاحظ من بيانات الجدول أن نسبة الإناث الذين يسكنون الريف أكبر من نسبة الذكور ساكني الريف بعينة الدراسة؛ حيث بلغت نسبتهن ٢٤,٢٪، وهو ما يعكس الدافع القوي لتحركهن اليومي طلباً للدراسة أو الإقامة في المدينة الجامعية.

الجدول (١٠)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة التعليمية للوالدين

التعليم	الحالة التعليمية للأب		الحالة التعليمية للأم	
	ك	%	ك	%
لا يقرأ ولا يكتب	٨	٣,٣	١٧	٧,٨
يقرأ ويكتب	١٢	٥	٢١	٨,٦
حاصل على الابتدائية	٧	٢,٩	٦	٢,٤
حاصل على الإعدادية	٩	٣,٧	١١	٤,٦

التعليم	الحالة التعليمية للأب		الحالة التعليمية للأم	
	ك	%	ك	%
حاصل على الثانوية	١١	٤,٦	١٥	٦,١
تعليم فوق المتوسط	٨٢	٣٤,٢	١٢٤	٥١,٥
تعليم جامعي	٩٨	٤٠,٨	٤٠	١٦,٥
ما بعد جامعي	١٣	٥,٦	٦	٢,٥
الإجمالي	٢٤٠	%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠

توضح بيانات الجدول (١٠) توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة التعليمية للوالدين؛ حيث يلاحظ من بيانات الجدول أن الحالة التعليمية للأب أفضل حالاً من الحالة التعليمية للأم بين عينة الدراسة؛ فقد بلغت نسبة التعليم الجامعي للأب ٤٠,٨٪ في مقابل ١٦,٥ للأم. كذلك ارتفعت نسبة الأمية عند الأمهات إلى ٧,٨٪.

الجدول (١١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة العملية للأبوين

العمل	الحالة العملية للأب		الحالة العملية للأم	
	ك	%	ك	%
من دون عمل (ربة منزل)	٢١	٨,٧	١٢٣	٥١,٣
موظف في القطاع الحكومي	٩٨	٤٠,٨	٣٩	١٦,٢
موظف في القطاع الخاص	٥٤	٢٢,٥	٦٦	٢٧,٥
أعمال حرة	٢٩	١٢,٢	—	—
بالمعاش	٣٨	١٥,٨	١٢	٥
الإجمالي	٢٤٠	%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠

تظهر بيانات الجدول (١١) توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة العملية للوالدين؛ حيث يلاحظ من بيانات الجدول أن الحالة العملية للأب أفضل من الحالة العملية للأم بين عينة الدراسة؛ فقد ارتفعت نسبة الأمهات غير العاملات في عينة الدراسة إلى ٥١,٣٪. كذلك ارتفعت نسبة عمل الأب في القطاع الحكومي إلى ٤٠,٨٪ بين أفراد العينة، وفي المقابل ارتفعت نسبة التقاعد عند الأب إلى ١٥,٨٪ في مقابل ٥٪ للأمهات.

الجدول (١٢)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمستوى دخل الأسرة

النوع المستوى	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
منخفض	٢٣	١٩,٨	٢٩	٢٣,٤	٥٢	٢١,٧
متوسط	٥٧	٤٩,١	٧٣	٥٨,٩	١٣٠	٥٤,١
مرتفع	٣٦	٣١,١	٢٢	١٧,٧	٥٨	٢٤,٢
الإجمالي	١١٦	٤٨,٤٪	١٢٤	٥١,٦٪	٢٤٠	١٠٠٪

أما بخصوص المستوى الاقتصادي لأسرة عينة الدراسة، فتظهر بيانات الجدول (١٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمستوى دخل الأسرة؛ حيث يتبين أن أكثر من نصف عينة الدراسة من الشباب تقع أسرهم في المستوى الاقتصادي المتوسط، وذلك بنسبة ٥٤,١٪، ثم المستوى المرتفع بنسبة ٢٤,٢٪، ثم المستوى المنخفض بنسبة ٢١,٧٪.

الجدول (١٣)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل التعرض لوسائل الإعلام
ومواقع التواصل الاجتماعي

المواقع المعدل	مواقع التواصل		الفضائيات		الإذاعة		الصحف		اليوتيوب	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كلية الآداب	—	—	٤	١,٧	١٦٣	٦٧,٩	١٧٩	٧٤,٦	٣	١,٢
كلية حقوق	٨٤	٣٥	١٧٦	٧٣,٣	٤٩	٢٠,٤	٥١	٢١,٢	١٠٩	٤٥,٥
كلية علوم	١٢٦	٥٢,٥	٤٥	١٨,٧	٢٨	١١,٧	١٠	٤,٢	١١١	٤٦,٢
كلية هندسة	٣٠	١٢,٥	١٥	٦,٣	—	—	—	—	١٧	٧,١
الإجمالي	٢٤٠	%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠

توضح بيانات الجدول (١٣) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل التعرض لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي هي التي استحوذت على الوقت الأكبر من تعرض الشباب في عينة الدراسة لها بنسبة ٥٢,٥٪. وذلك لمدة ٤-٦ ساعات يومياً، أما الصحف التقليدية أو الإلكترونية فهي أقل تعرضاً بين عينة الدراسة وبلغت نسبة التعرض أقل من ساعة ٧٤,٦٪. وهناك نسب لا يستهان بها أيضاً من حيث التعرض، حيث يجلس الشباب أمام الفضائيات بمتوسط عدد ساعات من ١-٤ ساعات يومياً بنسبة ٧٣,٣٪، كذلك مشاهدة اليوتيوب عدد الساعات نفسه (١-٤ ساعات) بنسبة ٤٥,٥٪، بل ترتفع مشاهدة اليوتيوب إلى ٤٦,٢٪ بمقدار ٦-٤ ساعات يومياً، وهذا يعني تقارب عدد ساعات مشاهدة الفضائيات مع مشاهدة اليوتيوب، وهذا ما يتلاقى كثيراً مع نتائج دراسة (الزعبي والعززي،

٢٠١٢) التي أوضحت أن أكثر من نصف عينة الدراسة ٥٨٪ يقضون أقل من ٣ ساعات في اليوم لمتابعة الإنترنت. أما معدل التعرض لسماع الإذاعة بين الشباب فمنخفض؛ حيث يستمع الشباب إلى الإذاعة أقل من ساعة يومياً بنسبة ٦٧,٩٪. واستخلاصاً، نجد أن أكثر نسبة تعرض وتحظى بالمتابعة بين الشباب على الترتيب، مواقع التواصل الاجتماعي، ثم اليوتيوب، فالفضائيات، ثم الصحف، وأخيراً الإذاعة.

الجدول (١٤)

سلبيات التعرض لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي

السلبيات	نعم	لا	إلى حد ما
نشر الإعلانات الجنسية والرذيلة المخلة بالقيم والتقاليد.	٧١,٤	١٨,٢	١٠,٤
إضعاف الهوية الوطنية.	٤٧,٣	٣٨,٦	١٤,١
ترويج قيم وثقافة الغرب بكل شذوذها.	٥٤,٨	١٧,٣	٢٧,٩
تهميش الشباب وإضعاف شخصياتهم.	٣٢,٩	٤٩,١	١٨
تسهيل الرذيلة ونشر قيم الجنس الثالث.	٢٤,٤	١٣,٣	٦٢,٣
تفتيت المجتمع وبث الفتن والنزاعات.	٨٤,٢	١٠	٥,٨

تظهر بيانات الجدول (١٤) آراء عينة الدراسة حول سلبيات التعرض لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يتبين لنا أن ثمة اتجاهات وآراء متباينة لعينة الدراسة تجاه سلبيات التعرض لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي؛ فنجد النسبة الكبرى من عينة الدراسة ٨٤,٢٪ توافق

على أن وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تفتيت المجتمع وبث الفتن والنزاعات، وفي المقابل نجد أن هناك نسبة كبيرة تتذبذب آراؤها تجاه أن تلك المواقع والوسائل الإعلامية الحديثة ربما تسهل الرذيلة ونشر قيم الجنس الثالث بنسبة ٦٢,٣٪ إلى حد ما. في حين أن هناك نسبة مرتفعة بلغت ٤٩,١٪ من الشباب يرون أن تلك المواقع والوسائل لا تعمل على تهميش الشباب وإضعاف شخصياتهم. ولاشك أن هذا التذبذب في الآراء يعكس عدم الوعي الكامل بخطورة تلك الوسائل على ثقافة الشباب وهويتهم، ويعود ذلك إلى ما تتمتع به تلك الوسائل والمواقع من تقنيات مبهرة وأساليب ابتكارية في الاختراق والتفتيت لا يستشعرها هؤلاء الشباب، فتلك الوسائل والمواقع تستخدم أسلوب الخداع والوهم في نشر مفرداتها الثقافية التغريبية دون أن يدرك آثارها الشباب، حتى تصل بهم إلى حد التوحد والاستدماج الحقيقي. وهنا نجد أنفسنا أمام تكوين ثقافي مغرب، وهو ما يعايشه الشباب في المجتمع المصري الآن بصفة خاصة؛ حيث يشكل بدوره خليطاً غريباً من هنا وهناك يقرب بين أيديولوجيات مستوردة تجمع بين المحافظة والراдикаلية، تشوه التراث وتطمس معالم الوعي التاريخي، وتتشكل لدى الشباب رؤية غير محددة الهوية والمعالم تفتقد الأصالة لكنها سلفية، تفتقد المعاصرة لكنها استهلاكية، تطرح قضايا الواقع بمنحى راديكالي وتنتهي بتفسيرات لاهوتية أو قدرية، تطلق شعارات التغيير لتدعيم النظام القائم، تبحث في الهوية والتراث، وتتغافل الحاضر، تنقل عن الغرب وتتحدث عن الموروث (حجازي، ١٩٩٨: ٢٤١-٢٤٢). وتعكس مجمل التحليلات السابقة أن ثمة تغيراً في ثقافة الشباب حيث التحل والتفسيخ الاجتماعي والعلاقات المتحررة بين الجنسين والملابس العارية واللاصقات للفتيات وإقامة الصداقات عبر الإنترنت، بالإضافة إلى التباهي باستخدام المنتجات الأجنبية وانتشار الزواج العرفي السري وتكوين

علاقات بديلة عن طريق الإنترنت والفضائيات وتفضيل الهجرة إلى الدول الأجنبية، بالإضافة إلى انتشار القيم المادية وعلاقات المصلحة. وفي الوقت نفسه التغيرات في الثقافة الدينية للشباب سواء من حيث المظهر أو التحرر المتجاوز لحدود الدين كالتحرر في العلاقات مع الجنس الآخر، علاوة على عدم اعتبار الدين مرجعية لكثير من الأفعال (عرابي، ٢٠٠٦: ١٥-١٦).

٩-٢- أثر صناعة الثقافة على تفتيت الهوية الثقافية:

يحاول هذا المحور من الدراسة تسليط الضوء على أثر صناعة الثقافة على تفتيت الهوية الثقافية للشباب الجامعي، وذلك من منطلق أن عولمة الثقافة إنما هي ناتجة من تغيير أدوات صنع الثقافة التقليدية، ونشوء أدوات ووسائل أخرى لصنع الثقافة. ومن ثم فلا يتوقع أن تكون مجتمعاتنا هي التي تسيطر على الفضاء العولمي بما لديها من منتجات متواضعة لا ترقى إلى مستوى التنافس مع الدول الصناعية الكبرى كالولايات المتحدة الأمريكية أو اليابان أو فرنسا... إلخ (توفيق، ٢٠٠٦: ١٢٤). وبهذا تصبح الثقافة أداة غير شريفة في يد بعض الدول، تستغلها لخدمة مصالحها والترويج لسياساتها وأيديولوجياتها (النيجيري، ١٩٩١: ١٨)، بل إنها أصبحت سلاحاً - بلغة اليوم - من أسلحة التدمير الشامل التي يجب أن يحذر استعمالها (الجوهري، ٢٠٠٢: ٣٧٣).

الجدول (١٥)

التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لكل فقرة
من فقرات محور تفتيت الهوية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبي للوزن	التكرار
١	يصعب علي أن أدافع عما أؤمن به.	٢,٣٥٤	١,٧٧٥	٦١,٤٧	١٥
٢	أدعم الجماعات الإسلامية التي تدافع عن الإسلام وشريعته.	٣,٨٥٤	٠,٩٩٩	٨٠,٢١	٦
٣	أعتقد أنه لا يوجد مبدأ ثابت يجب أن ألتزم به.	٢,٨٨٧	١,٥٩٩	٦٩,١٤	١٣
٤	أفكر في مصلحتي الشخصية قبل التفكير في مجتمعي.	٣,٩٥١	٠,٩٩٤	٨٤,٩٨	٥
٥	أفضل تشجيع الفرق في الدوريات الأوربية عن الدوري المحلي.	٢,٩٩٠	١,٥٥٧	٧١,٠٤	١٢
٦	أدخل في خلافات حادة مع من يختلف معي في الأفكار الدينية التي أؤمن بها.	٤,١٠٢	٠,٩٨٧	٨٧,٠٢	٤
٧	تضيق الدردشة فرصتي للتركيز مع نفسي وتأمل ذاتي.	٣,١١١	١,٤٧٨	٧٧,١٨	١١
٨	أشعر بالحرر وعدم المسؤولية لإخفائي اسمي وشخصيتي.	٤,٣٣٢	٠,٨٨٩	٨٧,٥٧	٣
٩	جعلتني مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تمرداً على الواقع الاجتماعي والسياسي.	٣,٧٤١	١,٠٠١	٨٠,٠٠	٧
١٠	أسهمت غرف الدردشة في التعود على الكذب.	٣,٧٣٨	١,١١٤	٧٩,٨٧	٨
١١	الحديث عن الوطنية والمواطنة لدى الشباب في عصر العولمة عبث.	٤,٥١٠	٠,٨٨٤	٩١,٤٠	١
١٢	أسهمت العولمة في تقديم الوطنية على أنها تعصب واعتداء على حقوق الآخرين.	٣,٥٥٤	١,٢٤٢	٧٩,٠٠	٩
١٣	أؤيد استخدام العنف للحصول على الحقوق مع من نختلف معهم.	٤,٤٤٧	٠,٨٨٦	٩٠,٢٤	٢
١٤	أفضل الانعزال والابتعاد عن المجتمع بمشاركتي عبر مواقع الإنترنت المختلفة.	٣,٢١٠	١,٣٣٤	٧٨,١٠	١٠
١٥	عادة أراعي العادات والتقاليد السائدة في المجتمع.	٢,٥٤	١,٦٢٠	٦٥,٥٨	١٤

وفي هذا الصدد، توضح بيانات الجدول (١٥) التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لكل فقرة من فقرات محور تفتيت الهوية، حيث يتضح أن الفقرة (١١) المتعلقة بأن الحديث عن الوطنية والمواطنة لدى الشباب في عصر العولمة عبث احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي قدره (٩١,٤٠٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٥١٠، وهذا يعني إقرار الشباب بالخطورة الحقيقية التي صنعتها العولمة فيما يتعلق بمعاني الوطنية والمواطنة في عقول الشباب؛ فقد تغيرت تلك المفاهيم، وصار الشباب أكثر تعلقاً بمفاهيم جديدة مرتبطة بمجتمعات افتراضية أخرى وثقافات أخرى، استطاعت عملية صناعة الثقافة عبر آلياتها المتعددة غرسها في نفوس الشباب.

واحتلت الفقرة (١٣) المتعلقة بتأييد الشباب استخدام العنف للحصول على الحقوق مع من نختلف معهم المرتبة الثانية بوزن نسبي قدره (٨٨٦,٠٪) ومتوسط حسابي ٤,٤٤٧، وهذا يدل على انتشار ثقافة العنف بين الشباب، وتفتيت الهوية الثقافية المصرية التي كانت تحمل الكثير من ملامح التسامح والسلام الاجتماعي وقبول الآخر. وهذا يفسر لنا السبب في ارتفاع معدلات العنف في الشارع المصري، تلك الثقافة التي لم تكن متجذرة في ثقافتنا المصرية الأصيلة، وإنما هي نتاج صناعة الثقافة التي أذكت العنف عبر أدواتها الثقافية المختلفة من إنتاج سينمائي ودرامي يحرض على العنف سواء أكان المحتوى عربياً أم أجنبياً، وكذلك المحتوى الذي يبث عبر اليوتيوب ويحمل الكثير من مشاهد العنف وتأصيله في نفوس الشباب؛ مما يؤثر على النسق الثقافي برمته ويخلق شخصية مشوهة، تظهر آثارها السلبية في الواقع الاجتماعي المعيش. فقد أضى المحتوى الإعلامي في الوقت الحالي -بلا شك- محتكراً من قبل القلة التي لا تدخر جهداً في سبيل إحكام سيطرتها على سوق الإعلام والاتصال، ومصير مشاهديه ومنتجيه ومبدعيه (علي، ٢٠٠١: ٣٥٦). وهنا يصبح العنف أسلوب حياة Quality of life،

وتتشكل ثقافة نطلق عليها ثقافة العنف Culture of Violence، ومع مرور الوقت تتمكن تلك الثقافة من الشخصية؛ بحيث تصبح عادة اجتماعية ومسألة طبيعية لا تثير التفكير والاهتمام، وتسود في المجتمع، وتظهر في سلوكيات يومية وتفاعلات حياتية (حجازي، ٢٠٠٥: ١١٠).

وتستكمل حلقات العنف والخلاف هذه الفقرة (٦) المتعلقة بدخول الشباب في خلافات حادة مع من يختلف معهم في الأفكار الدينية التي يؤمنون بها والتي احتلت المرتبة الرابعة بوزن نسبي قدره (٨٧,٠٢٪) ومتوسط حسابي ٤,١٠٢، وهذا يعكس الخلاف والاختلاف الحاد الذي صار في نمط الشخصية الشبابية المصرية، فلم يعد من المقبول التسامح في الرأي وخاصة فيما يتعلق بالأفكار والعقيدة الدينية، وهذا التوجه انعكس على المشهد المعيش في مجتمعنا المصري، وتحوله إلى مشهد دموي وعنف مبالغ فيه، ومرجع ذلك إلى تفتيت ثوابت الهوية الثقافية التي كانت تتسم بالتعايش وقبول الآخر والتسامح، تلك القيم والمعاني تم اقتلاعها من الجذور والاستبدال بها قيماً أخرى تحمل في أغلبها المعاني السلبية ونفي الآخر والتشدد والتطرف. وهذا ما يتفق بصورة كبيرة مع نتائج دراسة (بلغيث، ٢٠١٠) التي أشارت إلى تراجع دور الدين كمرجعية لسلوكيات كثير من الشباب: وسيادة تقلبيات من التدين المظهري الأجوف بعيداً عن جوهر الدين كالتزام حقيقي في صورة سلوكيات ومعاملات (الدين المعاملة). والإيهام بممارسة الحرية في كل شيء ولو كانت متصادمة مع الدين، الأخلاق، العادات، التقاليد، القيم المتواضع عليها اجتماعياً (بلغيث، ٢٠١٠: ٣٥٤). وصاحبت تلك المعاني السلبية تغيير بعض المفاهيم الرصينة التي تتعلق بالوطن والوطنية؛ فقد أسهمت العولمة في تقديم الوطنية على أنها تعصب واعتداء على حقوق الآخرين وذلك بوزن نسبي قدره (٧٩,٠٠٪) ومتوسط حسابي ٣,٥٥٤. وهنا يمكننا القول إن

العولمة في بعدها الثقافي أدى إلى الاختراق الثقافي؛ حيث السيطرة الإدراك وسلب الوعي والهيمنة الثقافية، وهنا يؤكد «مايك فذرستون» على أن التمدد والتداخل الثقافي العالمي يؤدي إلى نشأة كيان عالمي يعرف بأنه «نطاق من التفاعل والتبادل الثقافي»؛ فهو عملية تقوم فيها سلسلة من التدفقات الثقافية لإفراز تجانس ثقافي وفوضى ثقافية في آن واحد؛ حيث ردود أفعال داعمة للقوميات وإفراز ثقافات عابرة للقوميات، وفي هذا تتشكل ثقافة تتجه إلى ما وراء الحدود القومية، التي أطلق عليها فذرستون «ثقافة الثالثة» (عبد الحميد، ٢٠٠١: ١٤١-١٤٢).

ومن هنا تقزمت الهوية الثقافية للشباب، وانحصرت في دوائر أصغر؛ فبدلاً من الاندماج في النسيج الثقافي للمجتمع المصري، أصبح التعصب والتشيع لجماعة دون غيرها، بما تحمله من أفكار هدامة ومزيفة ليست لها علاقة بالدين الإسلامي السمح، ولذلك احتلت الفقرة (٢) المتعلقة بدعم الجماعات الإسلامية التي تدافع عن الإسلام وشريعته المرتبة السادسة بوزن نسبي قدره (٨٠,٢١٪) ومتوسط حسابي ٣,٨٥٤، وهذا يدل على التفتت والتشرذم الذي يعاني منه الشباب المصري؛ فلم تعد اتجاهاتهم واحدة وثوابتهم الثقافية واحدة، وإنما صاروا شيعاً وجماعات متفرقة مختلفين بعضهم مع بعض، وكل منهم يدافع -بوعي أو دون وعي- عن جماعته وحزبه، دون اهتمام حقيقي بمصالح المجتمع المصري، وصار الانشغال بالمصلحة الخاصة فقط. ومن ثم لم يكن مستغرباً أن تحتل الفقرة (٤) المتعلقة بالتفكير في مصلحتي الشخصية قبل التفكير في مجتمعي المرتبة الخامسة بوزن نسبي قدره (٨٤,٩٨٪) ومتوسط حسابي ٣,٩٥١، وهنا يتضح مخططات صناعة الثقافة في تفتيت الهوية الثقافية، وصرف الشباب إلى الانشغال بالصالح الخاص دون الاهتمام بالصالح المجتمعي، والاهتمام بالجماعة دون الاهتمام بالمجتمع، والاهتمام

بالاختلاف دون الاهتمام بالائتلاف، والاهتمام بإذكاء العنف والتطرف دون الاهتمام بالتعايش والتسامح.

وأسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في استكمال منظومة التفتيت، بتشكيل ثقافة متمردة على الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي عبر آليات عولمية قائمة على الوهم وصناعة الأحداث وتزييفها من خلال توظيف تكنولوجيا وتقنيات المعلومات، ولهذا احتلت الفقرة (٩) المرتبة السابعة بوزن نسبي قدره (٨٠,٠٠٪) ومتوسط حسابي ٣,٧٤١. فتلك المواقع قادرة على صناعة الحدث ونشره في أقل من ثوانٍ بين جموع الشباب، وتشكيل اتجاهاتهم نحو ذلك الحدث كيفما تريد، ويقابل ذلك خضوع واستسلام من فئة الشباب تجاه تلك الصناعة التي تحمل أيديولوجية معادية لثقافتنا المصرية واستقرارنا الاجتماعي. وفي هذا الصدد يشير التراث النظري إلى ظهور صناعة عالمية جديدة غير مرئية تعرف باسم «صناعة العقول» أو «صناعة الوعي»، أو كما يقول «سكينر»: هندسة الثقافة وتغيير العقول وخلق الاعتقادات (جلال، ٢٠٠٠: ٢٣١)؛ فقد أضحت صناعة الوعي أو تصنيع العقل وصياغة ثقافات الشعوب فناً دولياً أو تقنية تملك زمامها الدول الغربية الرأسمالية بصفة عامة، والولايات المتحدة الأمريكية بصفة خاصة متمثلة في الشركات متعددة القوميات (جلال، ٢٠٠٠: ٢٣٨)؛ حيث تطرح الثقافة الأمريكية نفسها كنموذج وحيد يجب أن تخضع له جميع الثقافات، بل عليها أن تتمثله وتعيد صياغة مفاهيمها بالاستناد إليه، وتتصور كل ثقافة لا تخضع لمنظومتها الأخلاقية ونهجها الاستهلاكي ومعاييرها القيمية عدواً يجب مواجهته وقمعه حتى يعلن طاعته ويكف عن التحدي والتميز، ويمكننا أن نلمس هذا بوضوح في نظرية فوكوياما حول «نهاية التاريخ»، وفي نظرية صمويل هانتنجتون حول «صدام الحضارات» (طالب، ٢٠٠٠: ٢٢٨).

واحتلت الفقرة (٨) المتعلقة بشعور الشباب بالتححرر وعدم المسؤولية لإخفاء الاسم والشخصية الحقيقية عبر المجتمع الافتراضي المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدره (٨٧,٥٧٪) ومتوسط حسابي ٣,٣٣٢، وتلك الفقرة تعكس نمط الشخصية التي تشكلت عبر المجتمع الافتراضي، شخصية بلا هوية واضحة، بلا معالم ثقافية، بل أصبح الكثير من الشباب يسعى إلى التخفي والتستر خلف أجهزة الكمبيوتر ليعبث كيفما يشاء ويتحرر بما يشاء؛ الأمر الذي انعكس على الممارسات الحقيقية في الواقع المعيش؛ حيث إن تلك التوجهات التي تشكلت لهؤلاء الشباب تؤثر على سلوكياتهم التي أضحت أغلبها سلبية متحررة من كل القيم والثوابت الثقافية. وجدير بالذكر أن ذلك الاختراق الثقافي الذي تمارسه العولمة لا يقف عند حدود تكريس الاستتباع الحضاري بوجه عام فحسب، بل إنه يسعى أيضاً إلى تكريس الثنائية والانشطار في الهوية الثقافية والعمل على تفتيتها وطمسها على مدى الأجيال الصاعدة والقادمة أيضاً (السعد، ٢٠١٠: ٨٣)، ومن ثم فإنه مع سيادة وانتشار ثقافة عولمية مخترقة ليس للحدود بل للفضاءات، وشركات عابرة ليس للمجالات بل للقارات، فسوف يتلاشى الإحساس بالهوية والخصوصية الثقافية (الجميل، ٢٠٠٠: ٤٩). وهنا تتحول مجتمعاتنا إلى مجرد مستقبل للرسائل الإعلامية والثقافية بكل ما فيها من قيم سلبية وأحياناً مدمرة، وهي في جميع الحالات تحمل أخطار الغزو الثقافي مما يهدد الخصوصيات الثقافية لهذه المجتمعات (ياسين، ٢٠١١: ٤١).

هذا فضلاً عن التغيير المقصود الذي استهدفته صناعة الثقافة عبر آلياتها الثقافية المتعددة في ثوابت شخصية الشباب، تجلى في إكسابهم صفات الكذب عبر غرف الدردشة، التي احتلت المرتبة الثامنة بوزن نسبي قدره (٧٩,٨٧) ومتوسط حسابي ٣,٧٣٨، وانعزالهم وبعدهم عن الواقع الاجتماعي عبر مواقع الإنترنت، التي احتلت المرتبة العاشرة بوزن نسبي قدره (٧٨,١٠٪) ومتوسط

حسابي ٣,٢١٠ ، وعدم الاعتقاد بوجود ثوابت يجب الالتزام بها، ومن ثم الانسلاخ عن قيم المجتمع والتحرك نحو اللا ثوابت واللا قيم، التي احتلت المرتبة الثالثة عشرة بوزن نسبي قدره (٦٩,١٤٪) ومتوسط حسابي ٢,٨٨٧، ولهذا لم يكن مستغرباً أن تحتل الفقرة (١٥) المتعلقة بمراعاة عادات المجتمع وتقاليده المرتبة الرابعة عشرة بوزن نسبي قدره (٦٥,٥٨) ومتوسط حسابي ٢,٥٤. وفي هذا السياق، ظهرت الدعوة إلى ما عرف في نهاية تسعينيات القرن الماضي بـ Value Free International Citizen ؛ أي المواطن العالمي المتحرر من أية قيم خاصة أو معالم ثقافية وحضارية تميزه عن غيره، والمقصود من هذا أن يكون مهياً لتقبل واعتناق قيم العولمة الثقافية المؤمركة، كما ظهرت فكرة المواطن العالمي الذي يتبنى ثقافة واحدة وقيماً حضارية واحدة وشخصية عالمية واحدة، لها سمات محددة، غالباً ما تكون روافدها غربية الطابع (عبد الفتاح، ٢٠٠٧: ٦٣). ومن هنا فإن هناك دوراً جديداً للثقافة في ظل الثورة المعلوماتية والتكنولوجية (الدش، الأقمار الصناعية، الكمبيوتر، الفيديو كاسيت، الإنترنت)، وهو إجراء تغييرات جوهرية في مفهوم الثقافة بمفهومها القومي والعالمي، ولا سيما في عصر العولمة التي حولت العالم إلى ما يشبه القرية الكونية، وأدت إلى تراجع بعض المنطلقات الثقافية التقليدية مثل الهوية الثقافية والاستقلالية الفكرية لصالح المنتج الثقافي السائد عالمياً، الذي استطاع أن يغزو العالم من خلال تملكه وسيطرته على أدوات الثورة العلمية والتكنولوجية (عبد الفتاح، ٢٠٠١: ٣٤).

أما أدنى فقرة في هذا المحور فكانت الفقرة (١)، وهي يصعب على الشباب الدفاع عما يؤمنون به واحتلت المرتبة الخامسة عشرة والأخيرة بوزن نسبي قدره (٦١,٤٧) ومتوسط حسابي ٢,٣٥٤، وهذا يعني افتقاد الشباب الثقة في النفس وعدم القدرة على الدفاع عن الأفكار والقيم والمعاني التي يؤمنون

بها؛ الأمر الذي يسهل اختراقهم ثقافياً وعقائدياً، فمن السهل تشكيل أفكارهم وقيمهم وفقاً لرؤى وتوجهات أيديولوجية معينة، خاصة مع قضاء أوقات ليست بالقليلة على مواقع التواصل الاجتماعي. ونتيجة لذلك يصبح الشباب منفصلاً عن ذاته، مغترباً في ثقافته، لا يعرف كيف يواجه تجليات العولمة وإشكالية الخصوصية، فيعيش عالماً من الوهم ونسقاً من الخيال يصنعه لنفسه، إما هرباً من واقعه أو عجزاً عن الفكك منه، فلا يجد مخرجاً إلا أن ينكص إلى ماضيه يتباكى عليه، ومع ذلك قد يسعى للعصرنة والمظهرية المصطنعة، فيصبح ممسوخ الشخصية، فاقده الهوية، غير قادر حتى على التكيف مع الواقع، أو التصالح مع الأنا، أو التعايش الحر مع الآخر من أجل إعادة إنتاج الذات (حجازي، ٢٠٠٩: ١٥).

وتجدر الإشارة هنا إلى ما نبه عليه وزير الخارجية الكندي «فولكنر» في حديثه عن أحد أبعاد الهيمنة المتفردة للولايات المتحدة على العالم؛ حيث قال: «إنه إذا كان الاحتكار أمراً سيئاً في صناعة استهلاكية، فإنه أسوأ إلى أقصى درجة في صناعة الثقافة؛ حيث لا يقتصر الأمر على تثبيت الأسعار، وإنما تثبيت الأفكار أيضاً»؛ حيث يقوم الفكر الأمريكي الذي يقود الحضارة اليوم -وفقاً لما جاء في البيان الختامي لندوة القاهرة حول: صراع الحضارات أم حوار الثقافات؟- بتفريغ الإنسان من الشعور، ذلك في الوقت الذي يحاول فيه الغرب إرساء نفسه (لا سيما الولايات المتحدة الأمريكية) بصفته الحضارة الوحيدة، حيث يختزل التنوع الثقافي وينظر إلى تجاربه باعتبارها تجارب كونية (ليلة، ٢٠٠٢: ٢٩٢-٢٩٣). فالعولمة - هنا - ليست مجرد آلية من آليات التطور الرأسمالي بل هي أيديولوجيا تعبر بصورة مباشرة عن إرادة الهيمنة على العالم وأمره (الجابري، ١٩٩٨: ٢٧٩).

٩-٣- صناعة الثقافة وأثرها على اختزال المعاني والقيم الثقافية الأصيلة:

لم يعد الفرد نتاجاً لثقافته بقدر ما أصبح نتيجة صناعتها (بريتساي، ٢٠٠٣: ٥-٦)، فتحول الثقافة إلى صناعة أتاح للقوى المهيمنة على الثروة الهيمنة على إنتاج وصياغة ونشر المعاني وتسويق الخضوع وترويج الامتثال على عربة الإمتاع والمؤانسة، ومن ثم تنقلب صناعة الثقافة الخاضعة لسلطان الثروة، إلى صناعة هيمنة، أدت في حقيقة الأمر إلى اختزال الرموز والمعاني الثقافية الأصيلة. ففي خضم الثورات العلمية والتكنولوجية والاقتصادية، ضاع المعنى وتغيرت بشكل عميق حقيقة وجوهر العلاقة بين الإنسان والطبيعة، وبين الفكر وموضوعه، وبين العقل والأدوات والمناهج والمواد التي يستخدمها، ومضمون التجربة كعملية إبداعية، لترجع كفة العناصر المادية، فقد تحول العقل الكلي إلى عقل أداتي - كما عرفته مدرسة فرانكفورت - والإنسان إلى ممارسة مادية للإنتاج والتكنولوجيا الحديثة، مثلما حدده «هربرت ماركيزون» في فلسفته عن الإنسان ذي البعد الواحد، بحيث إن المجتمعات الصناعية الحديثة خلقت احتياجات وهمية للإنسان ومن خلال أجهزة الإعلام والإعلانات تم توجيه جميع الأفراد للفكر الاستهلاكي (بوهرو، ٢٠١٢: ٢٧). فالهدف الذي هو الإنتاج المادي والتقدم الاقتصادي لحيازة القوة والسلطة جعل الثقافة تختزل فعالية الفرد إلى نمط سلبي يتسم بالطاعة والتكيف والانصياع لما تمليه عليه شروط العمل الاجتماعي التي تحددها التقنيات الحديثة. وقد كشف «ميشيل فوكو» في حفرياتة المعرفية «أركيولوجيا المعرفة» عن مضمون هذه الثقافة وأنظمتها الفكرية المجسدة للعقل والعقلانية التي تصب في بحار الاغتراب والتشيؤ مدمرة إنسانية الإنسان ومعلنة عن موته (طالب، ٢٠٠٠: ٢٢٦-٢٢٧).

لقد حطمت العولمة الأيديولوجيا وحولتها إلى سوق لترويج الأوهام، فأصبحت أكثر ضبابية وأقل وثوقية، ونجحت في زرع القيم الجديدة التي يحتاج إليها ازدهار الأسواق العالمية. إنها أيديولوجيا العولمة التي تفرض على الشعوب اختياراً مستحيلاً: إما التقليد الأعمى للغرب الذي يقطعها عن ثقافتها الخاصة، وإما ثورة التشبث بالهوية التي تفصل هذه الشعوب عن الحداثة. لقد غدت الشركات المتنافسة على السوق لا تباع المنتجات بل الرموز؛ بحيث لم تعد المنافسة قائمة على أساس نوعية البضاعة ومتانتها وجمالها وجدتها، بل أضحت المسألة، مرتبطة بالصورة والانتماء الرمزي. وهكذا يصبح اقتناء البضاعة والمنتجات انتماءً وهمياً لهويات رمزية Symbolic Identity تتفوق على القيمة بحد ذاتها، وهذا ما يفسر إنفاق المبالغ الخيالية على الإعلان الذي لا يهدف إلى التنافس على السوق فقط، بل إلى التلاعب بالرموز وتوظيف الأوهام والخيال والإغراء بالاستهلاك أيضاً بما يحمو التمييز بين الصورة والواقع (عماد، ٢٠١٧: ٢٠).

وفي هذا الصدد توضح بيانات الجدول (١٦) التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لكل فقرة من فقرات محور اختزال المعاني والقيم الثقافية؛ حيث يتضح أن الفقرة (٤) المتعلقة بشعور الشباب باللامبالاة والاستسلام احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي قدره (٧٧,١٤٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٥٤٠، وهذا يعني أن صناعة الثقافة نجحت عبر أدواتها في تشكيل شخصية مستسلمة لا تبالي، تهرب إلى العالم الافتراضي وتنغزل عن الواقع المعيش، ومن ثم تنقطع عن جذورها الثقافية الرصينة. كذلك احتلت الفقرة (٩) المتعلقة بالسعي إلى تفريغ الانفعالات العاطفية عبر غرف الدردشات المرتبة الثانية بوزن نسبي قدره (٧٧,٠١٪) ومتوسط حسابي ٣,٥١٤، وهذا يدل على انهماك الشباب عبر ذلك المجتمع الافتراضي في إشباع الرغبات الجنسية الوهمية، وإذكاء الرغبات الجنسية الحقيقية؛ مما ينعكس

على ممارستهم في الواقع المعيش الذي صارت ترتفع فيه معدلات التحرش الجنسي بشكل يهدم قيم المجتمع ويهدد الاستقرار والسلام الاجتماعي. وهذا يعني تفريغ الشخصية الشبابية من مضمونها الثقافي الحقيقي؛ فقد تراجعت قيم الإيثار والشهامة والنخوة وحلت مكانها قيم سلبية في مقدمتها التحرش والسلبية واللامبالاة والانشغال بإشباع الرغبات الحيوانية.

واحتلت الفقرة (١١) المتعلقة بفقدان التسامح والتحول نحو العيش في حلقات عنف متعددة المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدره (٧٦,٢٥٪) ومتوسط حسابي ٣,٥٠١، وهو ما يعكس التحول الذي طرأ على الشخصية الشبابية وهوية الشباب الثقافية المتسامحة؛ فقد حلت قيم العنف والتطرف ومعانيهما محل قيم التسامح والتعايش ومعانيهما في فكر الشباب المصري وعقله؛ الأمر الذي انعكس على ممارساتهم الاجتماعية في الواقع المعيش.

كذلك تغيرت بعض المعاني الرصينة التي تدفع الإنسان -بغض النظر عن هويته- نحو التقدم والارتقاء، ومن هذه المعاني التي طرأ عليها تحول وتغير في ذهنية الشباب المصري تساوي النجاح بالفشل، واحتلت المرتبة الرابعة بوزن نسبي قدره (٧٥,٢٤٪) ومتوسط حسابي ٣,٤٩٩، وهذا يدل على تحطيم الرغبة والإرادة الشبابية في النجاح، والاستسلام إلى الفشل والتقهقر، ومن ثم لم تسلم قيم النجاح والعمل من التغيير والتحطيم بفعل صناعة الثقافة، ولهذا لم يكن مستغرباً أن يؤكد الشباب أنهم عاجزون وغير قادرين على صناعة المستقبل (فاقدي القدرة) التي احتلت المرتبة التاسعة بوزن نسبي قدره (٦٩,٩٨٪) ومتوسط حسابي ٣,٣٣٧، ومن هنا تتشكل معالم التبعية للشباب المصري، فمستقبله تصنعه لهم الفضائيات والإعلام المرئي عموماً ومواقع التواصل الاجتماعي. وفضلاً عن ذلك، وفي ضوء ما يطرح من منتجات ثقافية تحول العالم إلى عالم رقمي يحتوي على ثقافة رقمية وبيئة حركية يهيئها مستخدمو

الإنترنت ببرامجهم المتنوعة في فضاء الإنترنت؛ حيث يحدث التفاعل السايبري الافتراضي، ويحدث معه تشكل ثقافة جديدة هي الثقافة السايبرية الآلية، وبهذا يصنع الأفراد المستخدمون للإنترنت مجتمعاتهم الخاصة انطلاقاً من خلفياتهم الثقافية الطبيعية، وهو ما عبر عنه «راينغولد» في أوائل التسعينيات بأن هذا يعد إعادة تشكيل المجتمع المحلي بواسطة التكنولوجيا المتاحة، وبهذا يتجسد لنا الإنسان الرقمي في مجتمعه الآلي الإلكتروني، ذاتاً خيالية حقيقية، وكأن الحاسوب امتداد للإنسان كطرف أو حاسة من حواسه للاتصال، ومن ثم يتولد لنا مجتمع جديد يتحول فيه الإنسان إلى مجرد ذات افتراضية في عالم فضائي واسع ومفتوح (رحومة، ٢٠٠٨: ١٢٩-١٣١).

ومن هنا احتلت الفقرة (٨) المتعلقة بعدم الممانعة من متابعة المواقع الإباحية من أجل التزود بثقافة جنسية المرتبة الخامسة بوزن نسبي قدره (٧٣,٢١٪) ومتوسط حسابي ٣,٤٨٧، ويعكس هذا التشوه الذي أصاب الهوية الثقافية المصرية عموماً، وخاصة ما يتعلق بثقافة العيب والمحرمات، فلم يعد في عصر العولمة محرمات ولم يعد هناك عيب، وتجلّى ذلك بوضوح عبر المحتوى الإعلامي الذي يقدم عبر الإعلام المرئي عموماً، والذي صارت فيه الإباحية هي العنوان الرئيسي لهذا المحتوى؛ ولم يعد هناك خطوط حمراء أو رقابة حقيقية على هذا المحتوى؛ الأمر الذي أسهم في تشكيل هوية ثقافية مغتربة، لا تمت بصلة إلى الواقع المصري ذي الطبيعة المحافظة.

ولهذا لم يكن غريباً أن تحتل الفقرة (٦) المتعلقة بتفضيل الزواج عبر الإنترنت عن الزواج التقليدي المرتبة السادسة بوزن نسبي قدره (٧١,١٧٪) ومتوسط حسابي ٣,٤٧٧، وهذا يدل على تغير مفاهيم وقيم ثقافية كثيرة؛ فقد أضحت الوسيلة الأساسية للشباب التعارف عبر الإنترنت ودون حدود وبلا قيود ومن دون محرمات، ومن ثم يفضلون الزواج عبر هذه الوسيلة؛ مما يدفعنا إلى القول

إن الهوية الثقافية للشباب المصري انحصرت داخل غرف الشات وعبر مواقع التواصل الاجتماعي، وصار للشباب فكر خاص وهوية خاصة ولغة خاصة يتحرك من خلالها عبر الفضاء الإلكتروني يحاول نشرها وتصديرها للمجتمع، وبلا شك منسلخة عن قيمنا الأصيلة وثوابتنا الأصيلة. ولعل دوافع الشباب لتحقيق ذلك كثيرة، منها: الرغبة في تكوين صداقات عبر الإنترنت من مختلف الدول التي احتلت المرتبة العاشرة بوزن نسبي قدره (٦٨,٥٧٪) ومتوسط حسابي ٣,٢٢٩، والهروب من المشكلات العائلية بالذهاب إلى المجتمع الافتراضي التي احتلت المرتبة الرابعة عشرة بوزن نسبي قدره (٦٣,٢٨٪) ومتوسط حسابي ٢,٩٨٩، والرغبة في تعرف ثقافات وتقاليد شعوب أخرى التي احتلت المرتبة الخامسة عشرة والأخيرة بوزن نسبي قدره (٦١,١٨٪) ومتوسط حسابي ٢,٧٤٨، ومن ثم كانت النتيجة التقوقع على الإنترنت وفقدان التواصل المجتمعي الحقيقي التي احتلت المرتبة الحادية عشرة بوزن نسبي قدره (٦٧,٧٨٪) ومتوسط حسابي ٣,٢٢٢، وتعكس تلك الدوافع حالة التغريب التي يعيشها الشباب المصري وهروبه من الواقع المجتمعي الحقيقي إلى مواقع التواصل الاجتماعي وغرف الدردشات، والانغماس في برائث الثقافة الإباحية، والوقوع فريسة لمنتجات صناعة الثقافة العولمية.

كذلك احتلت الفقرة (٧) المتعلقة بأنه أصبح هناك لغة خاصة سائدة بين الشباب لها مفرداتها (لغة الشبكات) المرتبة السابعة بوزن نسبي قدره (٧١,٠١٪) ومتوسط حسابي ٣,٤٧٢؛ الأمر الذي يعكس تشوه صريح للهوية الثقافية؛ حيث تشكل اللغة ركناً أصيلاً من أركان الهوية. فاللغة هي الذات، وهي الهوية الثقافية لكل مجتمع، وما من حضارة إنسانية إلا وصاحبته نهضة لغوية، وما من صراع بشري إلا ويستبطن في جوفه صراعاً لغوياً، حتى قيل إنه يمكن صياغة تاريخ البشرية على أساس صراعاتها اللغوية (الصغيري، ٢٠١٤: ١١١-١١٢).

ومن هنا، تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن الشباب تخلوا طواعية عن استخدام اللغة العربية الرصينة والصحيحة وتحولوا إلى استخدامات ليست لها علاقة تماماً باللغة العربية كاستخدام مفردات غريبة، وغريبة، وفرانكفونية... إلخ. وبالإضافة إلى ما سبق من صور اختزال صناعة الثقافة للكثير من المعاني الثقافية الأصيلة في مجتمعاتنا، نجد أيضاً التغير الذي طرأ على قيمة وأهمية لغتنا العربية الأصيلة، التي تعتبر من أهم مقومات هويتنا الثقافية وتراثنا الثقافي؛ حيث أصبح هناك قبول لاستخدام مفردات لغوية جديدة للتعبير عن أدواتها ومحتوياتها، كمفردات لغوية أجنبية مقبولة اجتماعياً (العمر، ٢٠٠٤: ٢٧٦).

وهكذا ... سعت العولمة بآلياتها المختلفة إلى القضاء على الثقافة واللغة القومية كرمز أصيل للثقافة؛ حيث تتعرض اللغة الآن لهجوم شامل ومن اتجاهات عديدة، وأول أساليب هذا الهجوم يتمثل في أن اللغة الإنجليزية هي لغة تكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات، فاللغة المستخدمة في الإنترنت هي اللغة الإنجليزية، إضافة إلى أن أغلب المعلومات الواردة على الشبكة المعلوماتية واردة من الولايات المتحدة الأمريكية؛ مما جعل لها وضع الأفضلية في مجتمع المعلومات العالمي. وهذا من شأنه أن يضعف الارتباط باللغة العربية، ومن الطبيعي أن يؤدي هجر اللغة إلى هجر الثقافة والقيم المرتبطة بها، وبذلك يتأسس فراغ لغوي وثقافي (ليلة، ٢٠٠٢: ٢٨٩)، وهو ما يمكن أن نطلق عليه أفول الثقافة العربية والهوية الثقافية نتيجة لضمور أهم ركائزها ألا وهي اللغة، ويظهر ذلك بوضوح شديد في اللغة المتداولة والمتعارف عليها بين الشباب في الوقت الحاضر وما يطغى عليها من مصطلحات أجنبية وألفاظ غريبة ومختلفة يلتفون حولها؛ الأمر الذي يسلبهم هويتهم وثقافتهم، وهو ما تهدف إليه العولمة في النهاية.

ومن هنا، انصرف الشباب المصري عن الواقع المجتمعي، وصارت المبررات كثيرة، في مجملها مبررات غير حقيقية، وما هي إلا حيل دفاعية يسوقها الشباب المصري للخروج من حالة الاغتراب التي يعيشونها وحالة التشوش الثقافي والوجداني والعاطفي التي يعيشونها، فقد أشار الشباب في الفقرة (٥) إلى أنهم ليس لديهم وقت كاف للمشاركة في أحداث المجتمع بسبب انشغالهم بشبكات التواصل الاجتماعي التي احتلت المرتبة الثامنة بوزن نسبي قدره (٧٠,٥٨٪) ومتوسط حسابي ٣,٢١١، وهذا الانشغال ليس حقيقياً؛ فهو إلهاء متعمد صنعته الآلة الإلكترونية بما تحمله من قدرات تقنية فائقة في استهلاك الوقت، ويتضح ذلك بجلاء عند تأمل حجم الوقت الذي يقضيه الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً كما هو موضح في بيانات الجدول (١٣). ومن هنا ونظراً للأهمية التي تتبوأها ثقافة الصورة والبت التلفزيوني الذي أضعف العمل بنظام المخاطبة الثقافية التقليدية عبر الكتب والصحف والمجلات وصولاً إلى المدارس والجامعات، فإن المشروع الثقافي الغربي في عصر العولمة قد أصبح في عهدة الإمبراطوريات السمعية البصرية، بما تملكه من نفوذ وإمكانات وسيلة تمكنها من تقديم مادتها الإعلامية للمتلقي في قالب مشوق يجذب الانتباه عبر تكنولوجيا الإثارة والتشويق، ويقارب عتبة المتعة، ومعها يبلغ خطابه الأيديولوجي أهدافه الاستهلاكية (بلقرين، ١٩٩٨: ١٢١). ومن ثم تصبح ثقافة الصورة هي المفتاح السحري للنظام الثقافي الجديد؛ فقد أصبحت الصورة -بحد ذاتها- خطاباً ناجزاً مكتملاً يمتلك سائر مقدمات التأثير الفعال في مستقبله، وهي بذلك عكس الكلمة؛ حيث باتت الصورة قادرة على تحطيم الحاجز اللغوي لكي تصل إلى أي إنسان في عقر داره (ليلة، ٢٠٠٢: ٣٠٠)، ونتيجة لذلك طغت ثقافة المظهر والشكل والإبهار واللمعان والاستعراض والمهرجان على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق، كما هيمنت ثقافة صناعة النجوم التي يتم من خلالها تحويل البشر إلى سلع (عبدالحاميد، ٢٠٠١: ٤٢٩-٤٣٠). وبهذا أصبحنا نعيش في مجتمع غدا

مصطلح المصادقية فيه مفهوماً يعاد إنتاجه ويغلف ويبيع ويشترى على نحو مألوف أو روتيني (عبد الحميد، ٢٠٠١: ٣٦)، وهكذا استطاعت صناعة الثقافة أن تعمل على تشويه واختزال العديد من الرموز والمعاني الثقافية الأصيلة في مجتمعاتنا العربية بوجه عام ومجتمعنا المصري بوجه خاص، وذلك لصالح ثقافة أخرى كونية تنخرط فيها وتتداخل جميع الثقافات القومية الأخرى، وهي بالطبع تكون ثقافة الأقوى ولمن له الغلبة والهيمنة في ظل عصر العولمة الرأسمالية الاحتكارية.

وعلى أثر ضياع الوقت واستهلاكه عبر مواقع إنترنت مختلفة، لم تعد الدراسة الجامعية غير واضحة بالنسبة للشباب، التي احتلت المرتبة الثانية عشرة بوزن نسبي قدره (٦٦,٦٤٪) ومتوسط حسابي ٣,١٠٠، وهذا يعني غياب الهدف بل التشويش عليه وتشويهه. ومن ثم كانت النتيجة الطبيعية لذلك متجلية في الفقرة (١٣) المتعلقة بأنه لا يوجد اهتمامات بالمحاضرات والندوات الثقافية. في الجامعة وخارجها، التي احتلت المرتبة الثالثة عشرة بوزن نسبي قدره (٦٥,٢٤٪) ومتوسط حسابي ٣,٠٠٩، وهذا يعني الانقياد الكامل والتسليم المطلق للشباب الجامعي لأدوات الصناعة الثقافية الغربية؛ حيث الخضوع لمنتجاتها الثقافية والابتعاد عن الأدوات الثقافية المحلية التي تتجلى في الندوات الثقافية والمحاضرات التي تشكل وعياً حقيقياً بخطورة تلك الصناعة ومخططاتها، ومن هنا افتقر الشباب بنفسه إلى أداة التنوير الحقيقية وهي أنشطة الجامعة الثقافية. ومن ثم تحولت الثقافة وتم اختزالها في معناها العام كأسلوب للحياة إلى سلعة قابلة للتداول والتسويق، ووسيلة إعلانية فعالة تخترق العقول وتهتمش القيم الاجتماعية وتقضي على الهوية والخصوصية التاريخية لشعوب العالم، كما أصبحت ثقافة السلعة ورموزها المعلن عنها أهم من جودة السلعة ذاتها، وتحولت سلوكيات البشر من العقلانية والرشد إلى سلوكيات تميل نحو الوجدانية والعاطفة غير

المدرسة؛ حيث ينزع المتلقي (المستهلك) نحو الرغبة في الامتلاك والارتباط العاطفي بالسلعة دون وعي أو إدراك، وهو في الحقيقة قد لا يحتاج إلى هذه السلعة، وبذلك تحولت قيم الإنتاج إلى قيم استهلاكية، وأصبح امتلاك السلعة يعني الحصول على مكانة متميزة بين أعضاء جماعته، ومن ثم تحول التسوق والاستهلاك إلى هدف في ذاته (حجازي، ٢٠٠١: ١١٥). وبناءً على ذلك فإن التميز الذي تروج له الثقافة الاستهلاكية يتلخص في عدة معايير أساسية، منها: اقتناء السلع والخدمات الحديثة، واقتناء السلع والخدمات باهظة الثمن، والتسوق والترفيه من المراكز التجارية الحديثة ومواقع الإنترنت (المصري، ٢٠٠٦: ٢٠). ومن هنا تغلبت القيم المادية على علاقات الأفراد، فأصبحت المصالح هي التي تحدد شكل العلاقات الإنسانية، وأضحت قيمة الكسب السريع هي الإطار الحاكم في المجتمع، وأدى ذلك إلى الاستخفاف بأهمية تجويد العمل واللامبالاة والاستهتار (حجازي، ٢٠٠٩: ١١٥).

الجدول (١٦)

التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لكل فقرة من فقرات محور اختزال المعاني والقيم الثقافية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	التكرار
١	أكون معظم صداقاتي عبر الإنترنت من مختلف الدول.	٣,٢٢٩	١,٢٤٨	٦٨,٥٧	١٠
٢	أرغب في تعرف ثقافات وتقاليد شعوب أخرى.	٢,٧٤٨	١,٦٠٤	٦١,١٨	١٥
٣	أشعر بالعجز وعدم القدرة على التأثير في مستقبلي.	٣,٣٣٧	١,١١٩	٦٩,٩٨	٩
٤	الشعور باللامبالاة والاستسلام.	٣,٥٤٠	٠,٦٢١	٧٧,١٤	١
٥	ليس لدي وقت كاف للمشاركة في أحداث المجتمع بسبب انشغالي بشبكات التواصل.	٣,٢١١	١,٠١٠	٧٠,٥٨	٨
٦	أفضل الزواج عبر الإنترنت عن الزواج التقليدي.	٣,٤٧٧	٠,٩٩٠	٧١,١٧	٦

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط	المعيار الانحراف	النسبة المئوية	الترتيب
٧	أصبح هناك لغة خاصة سائدة بين الشباب لها مفرداتها المميزة (لغة الشبكات).	٣,٤٧٢	٠,٩٩٧	٧١,٠١	٧
٨	لا مانع لدي من متابعة المواقع الإباحية من أجل التزود بثقافة جنسية.	٣,٤٨٧	٠,٨٨٩	٧٣,٢١	٥
٩	أسعى إلى تفرغ الانفعالات العاطفية عبر غرف الدردشات.	٣,٥١٤	٠,٦٨٤	٧٧,٠١	٢
١٠	أهرب من مشكلاتي العائلية بالذهاب إلى الإنترنت.	٢,٩٨٩	١,٥٥٤	٦٣,٢٨	١٤
١١	فقدنا التسامح وصرنا نعيش في حلقات عنف متعددة.	٣,٥٠١	٠,٧١٤	٧٦,٢٥	٣
١٢	توقعنا على الإنترنت وفقدنا التواصل المجتمعي الحقيقي.	٣,٢٢٢	١,٣٣٤	٦٧,٧٨	١١
١٣	لا يوجد لدي اهتمامات بالمحاضرات والندوات الثقافية بالجامعة وخارجها.	٣,٠٠٩	١,٤٠١	٦٥,٢٤	١٣
١٤	يتساوى النجاح بالفشل بالنسبة لي.	٣,٤٩٩	٠,٨٨٤	٧٥,٢٤	٤
١٥	الهدف من دراستي الجامعية غير واضح بالنسبة لي.	٣,١٠٠	١,٣٣٩	٦٦,٦٤	١٢

٩-٤- صناعة الثقافة وتغيير شكل الانتماء:

لقد أوجدت صناعة الثقافة شكلاً جديداً للانتماء يسمى «الانتماء الرمزي»؛ إذ إنه إذا كانت العولمة تشكل تجاوزاً للحدود القومية، فإنها في الوقت نفسه تشكل مقدمة للقرية الكونية التي توحيدها وسائل الاتصال والمعلومات؛ بحيث يتحول الإنسان الذي يستوعب مفرداتها إلى إنسان جديد يأخذ ملامحه من عصر جديد، ولغته من لغة المسيطر، ومن ثم يغدو انتماءه للقرية الكونية أقوى من الانتماء لأمتة أو قوميته، واستناداً إلى ذلك يتحول أفراد المجتمع، ولاسيما شريحة الشباب الذين يستوعبون هذه القيم، إلى أناس عالميين متحررين من الانتماءات اللغوية والقومية والثقافية والدينية والجغرافية (ليلة، ٢٠٠٢: ٢٩٩).

وفي إطار الكوننة المسيطرة على العالم أجمع، غدت الشركات المتنافسة الآن على السوق لا تباع المنتجات بل تباع وتروج الرموز؛ بحيث لم تعد المنافسة قائمة على أساس نوعية البضاعة ومتانتها وجمالها وجدتها، بل أصبحت المسألة فيما يتعلق بالحرب التجارية على مستوى الكرة الأرضية مرتبطة بالصورة والانتماء الرمزي؛ فقد أصبح الأفراد -ولاسيما الشباب في العالم الثالث- يقتنون الأحذية الأمريكية ويرتادون مطاعم ماكدونالد بغض النظر عن السعر؛ حيث يمنحهم هذا شعوراً بالانتماء إلى الغرب، وهم بهذا يعبرون أمام الأقرباء والغرباء عن اندماجهم وهمياً ضمن جماعة أو فئة أرقى من فئات مجتمعاتهم، وهكذا يعبر اقتناء الأفراد لسلع معينة عن انتماء وهمي لهويات تتفوق على القيمة بحد ذاتها، وهو ما يفسر رمزية إنفاق المبالغ الخيالية على الإعلان الذي لا يهدف إلى التنافس على السوق فقط، بل إلى التلاعب بالرموز وتوظيف الأوهام والخيال والإغراء بالاستهلاك أيضاً بما يمحو التمييز بين الصورة والواقع. ومن هذا المنطلق، فإن المستهلك لا يتصرف كفرد اقتصادي، بل كفرد مقلد، وإلى الحد الذي يجعله مرتبطاً بشكل من أشكال الاستهلاك (الرماني، ١٩٩٩: ٧٩). ومن ثم لم يعد الاستهلاك قيمة مقابلة لقيمة الإنتاج، بل أصبح وسيلة لتحقيق طموحات طبقية وتمايزات اجتماعية (حجازي، ٢٠٠٣: ٥٧).

الجدول (١٧)

التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لكل فقرة من فقرات محور تغير معاني الانتماء (الانتماء الرمزي)

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	أفضل اقتناء السلع ذات الماركات العالمية.	٣,٦٦٨	١,١١٠	٨٧,٠١	٧
٢	ارتبط وجدانياً مع بعض الرموز العالمية والإقليمية في مجالات رياضية وسياسية.	٣,٣٣٧	١,٤٤٥	٨٣,٨٩	١٠
٣	أفضل متابعة الأحداث العالمية.	٣,١١٤	١,٥٢٤	٧٧,٢٤	١٢
٤	أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير ملامح وقيمة الوطن في عقول الشباب.	٤,٤١٠	٠,٧٧٤	٩٠,١٠	١
٥	ليس لدي ثقة في تحقيق المساواة في المجتمع.	٣,٥٥٤	١,٢٢١	٨٥,٤١	٨
٦	أرغب في مسابقة (الموضة) الأجنبية في الملابس.	٢,٧٧٨	١,٦٩٨	٧٠,٥٨	١٥
٧	أرى أن المنتجات المستوردة أفضل من المنتجات الوطنية.	٣,٣٣٢	١,٤٩٠	٨٠,٠٤	١١
٨	أفضل التحدث على مواقع التواصل الاجتماعي بالأسلوب الفرنكفوني.	٤,٠٠١	٠,٧٧٩	٩٠,٠٠	٢
٩	أفضل التسوق عبر الإنترنت.	٢,٩٩٥	١,٥٩٠	٧٥,٨٧	١٣
١٠	أفضل مشاهدة المسلسلات التركية التي تحكي عن الحب والغرام.	٣,٨٥٤	٠,٩٩٩	٨٨,٢٥	٥
١١	أسهمت العولمة في إلغاء المواطنة لصالح الولاءات الخاصة.	٤,٠٠٠	٠,٨٨٧	٨٩,٩٩	٣
١٢	أشاهد بعض القنوات الأجنبية ولا أعرف لغتها.	٢,٨٨٩	١,٦٥٤	٧٥,٠٤	١٤
١٣	ألبس بعض الملابس المكتوب عليها شعارات وكلمات أجنبية لا أعرف معناها.	٢,٧٧٠	١,٧١٣	٧٠,٠٨	١٦
١٤	أثور وأغضب لخطأ الحكم في مباراة رياضية.	٣,٧٧٤	١,٠٠٤	٨٨,٠٠	٦
١٥	أتبادل النصيحة في القضايا التي تخصني مع أصدقائي عبر الشبكات أكثر من مناقشتها مع أسرتي.	٣,٤٧٤	١,٣٣٢	٨٤,١٧	٩
١٦	أفضل امتلاك التقنيات الحديثة دون التفكير في إنتاجها.	٣,٩٩٩	٠,٩٩٨	٨٩,٠١	٤

وفي هذا الصدد، توضح بيانات الجدول (١٧) التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لكل فقرة من فقرات محور تغير معاني الانتماء (الانتماء الرمزي)؛ حيث يتضح أن الفقرة (٤) المتعلقة بمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير ملامح وقيمة الوطن في عقول الشباب احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي قدره (٧٧,١٤٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٤١٠ وهذا يعني أن المضمون الحقيقي لمفهوم الانتماء في ذهنية الشباب المصري طرأ عليه الكثير من التغيرات؛ فقد صار الشباب مندمجين مع الواقع الإلكتروني أكثر من اندماجهم الاجتماعي بالواقع المعيش؛ الأمر الذي شكل لديهم الكثير من الارتباطات الوجدانية برموز وعناصر جديدة غير تلك الرموز والعناصر الوطنية الحقيقية، فلم يعد الشباب مرتبطاً مثلاً بالعلم المصري كرمز، وإنما صار مرتبطاً وجدانياً بشعار الفيس والواتس أب وتويتر...إلخ، وهذا التغير يحدث فراغاً في الهوية الثقافية الشبابية، ويعمل على فصل الشباب عن واقعهم الاجتماعي والثقافي الحقيقي.

فقد صار التوحد والارتباط الحقيقي بمعالم المجتمع الافتراضي، ويتجلى ذلك في ارتباط الشباب باستخدام الأسلوب الفرنكفوني في الكتابة بدلاً من استخدام اللغة العربية، وقد احتلت تلك الفقرة المرتبة الثانية بوزن نسبي بلغ (٩٠,٠٠٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٠٠١، وهو ما يعكس تغيراً ضخماً في الهوية الثقافية؛ حيث ينسلخ الشباب عن لغتهم القومية، مما يكسبهم معاني ومفردات ثقافية جديدة، كذلك يجعل ارتباطهم رمزياً بتلك اللهجة ومستخدميها ومروجيها.

ومن ثم تحول مفهوم الانتماء من الكليات إلى الجزئيات، ومن العام إلى الخاص، ومن الثوابت إلى المتغيرات. ولهذا احتلت الفقرة (١١) المتعلقة بمساهمة العولمة في إلغاء المواطنة لصالح الولاءات الخاصة المرتبة الثالثة

بوزن نسبي قدره (٨٩,٩٩٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٠٠٠. وهذا يدل على تشويه مفهوم الانتماء في عقول الشباب، وتغيير ملامحه والاستبدال به مفاهيم ضيقة محدودة تعمل على إذكاء الصراع والخلاف.

ومن مظاهر الارتباطات المستحدثة التي طرأت على الذهنية الشبابية، وأسهمت في إبعادها عن القضايا الوطنية الحقيقية، هو ارتباط الشباب بامتلاك التقنيات الحديثة دون التفكير في إنتاجها التي احتلت المرتبة الرابعة بوزن نسبي قدره (٨٩,٠١٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٩٩٩. وتفضيل مشاهدة المسلسلات التركية التي يدور مضمونها الدرامي حول الحب والغرام، التي احتلت المرتبة الخامسة بوزن نسبي قدره (٨٨,٢٥٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٨٥٤؛ فلم يعد الارتباط بمشاهدة المحتوى الإعلامي المحلي فحسب، وإنما صار الارتباط الوجداني كذلك بمشاهدة المحتوى الإعلامي غير المحلي الذي يستهدف تدمير الثقافات الوطنية وتغيير قناعاتها وثوابتها الثقافية فيما يتعلق بالعلاقة مع الجنس الآخر، التي تحمل في ثقافتنا الإسلامية قدراً كبيراً من المحرمات، فلم يعد مع صناعة الثقافة أية محرمات وأية ثوابت.

على الجانب الآخر، تشير بيانات الجدول (١٧) إلى نتيجة مهمة تتعلق بانتفاضة الشباب وثورتهم، التي تغيرت من انتفاضة لمصلحة الوطن إلى انتفاضة وثورة في مجال الرياضة؛ حيث احتلت الفقرة (١٤) المتعلقة بالثورة والغضب خطأً الحكم في مباراة رياضية المرتبة السادسة بوزن نسبي قدره (٨٨,٠٠) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٧٧٤. ومن ثم لم يعد عند الشباب من عينة الدراسة الثقة في تحقيق المساواة في المجتمع، التي احتلت المرتبة الثامنة بوزن نسبي قدره (٨٥,٤١٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٥٥٤.

كذلك ارتبط الشباب بأمور عدة، وصار انتماءه الرمزي موجهاً لها، مندمجاً معها ومتوحداً مع مضمونها؛ فقد صار الشباب يفضلون اقتناء السلع ذات

الماركات العالمية بغض النظر عن مضمون هذه السلعة ومدى تناسبها لثقافتنا المحلية، التي احتلت المرتبة السابعة بوزن نسبي قدره (٨٧,٠١٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٦٦٨، كذلك صار الارتباط وجدانياً للشباب مع بعض الرموز العالمية والإقليمية في مجالات رياضية وسياسية والتي احتلت المرتبة العاشرة بوزن نسبي قدره (٨٣,٨٩٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٣٣٧. وهذا ما اتفق مع نتائج دراسة (بلغيث، ٢٠١٠) غلبة نمط الاستهلاك الذي تروج له الشركات الكبرى على نطاق عالمي؛ حيث تعمل الثقافة الاستهلاكية على امتلاك الذوق وقولبة الفكر وتغير أنماط السلوك (توحيد شباب العالم حول أصناف معينة من المأكولات، الألبسة، الشخصيات، الأغاني، الأفلام، قصص الشعر، استخدام المفردات الأجنبية في الحديث) في صورة دمج ثقافي في بوتقة عالمية واحدة منمطة باتجاه خدمة المصالح التجارية الربحية للشركات العالمية (بلغيث، ٢٠١٠: ٣٥٥)؛ ومن ثم فالاستهلاك ظاهرة أعمق من كونها ظاهرة مادية. فالاستهلاك له جوانب مادية ملموسة تنعكس في السلع والمقتنيات المختلفة، ولكنه في الوقت نفسه ظاهرة معنوية ثقافية. ومن ثم تتأسس الثقافة الاستهلاكية على الإنتاج المستمر للعلامات Signs والرموز Symbols؛ حيث تتسم الثقافة الاستهلاكية بأنها ثقافة رمزية، فالمستهلكون على وعي بأنهم يتحدثون من خلال مظهرهم وملابسهم والسلع والممارسات التي تحيط بهم، وينسحب ذلك على السلوك في المنزل مثلما ينسحب على السلوك في الأماكن العامة، كسلوكنا في الأسواق والمطارات ومحطات القطارات وأماكن قضاء وقت الفراغ، فالثقافة الاستهلاكية تخلق من الرموز ما يجعلنا نفهم ذواتنا وذوات الآخرين على نحو معين، كما تمتد رمزية ثقافة الاستهلاك إلى ذلك الجانب التذوقي والجمالي في الثقافة؛ حيث تختلف الرموز والمعاني والعلامات المرتبطة بالسلع باختلاف الأفراد والجماعات في

المجتمع ويتحولان إلى نضال مستمر حول مجموعة من الرموز تستهدف إيجاد معانٍ معينة وتثبيتها في الأذهان (زايد، ٢٠٠٨: ١٨٨). بالإضافة إلى أن هناك مجالات عديدة للاستهلاك البصري - السمعي كمشاهدة التلفزيون والسينما والاستماع إلى الموسيقى والأغاني والتجول في الأسواق (زايد وأبو العينين، ١٩٩٦: ١٩). ومن ثم يرتبط الاستهلاك بقيم جمالية: قيم تذوقية وفنية (زايد وآخرون، ١٩٩١: ٦٥). ومن هنا احتلت الفقرة (٧) المتعلقة بتفضيل المنتجات المستوردة على المنتجات الوطنية المرتبة الحادية عشرة بوزن نسبي قدره (٨٠,٠٤٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٣٣٢، ولاشك أن الارتباط وجدانياً بالسلع والمنتجات المستوردة يجعل الشباب يندمج مع مضمونها الثقافي قبل المادي. وهذه النتيجة تم تأكيدها من قبل دراسات عديدة في هذا الجانب، ولعل أبرزها دراسة (كاظم، ١٩٧٧) التي أوضحت أن المستهلك المصري يفضل شراء السلع الأجنبية المستوردة (كاظم، ١٩٧٧: ١٠٨)، كذلك تفضيل متابعة الأحداث العالمية عن المحلية، الذي احتل المرتبة الثانية عشرة بوزن نسبي قدره (٧٧,٢٤) ومتوسط حسابي بلغ ٣,١١٤. وكذلك الرغبة في مسامرة (الموضة) الأجنبية في الملابس، التي احتلت المرتبة الخامسة عشرة بوزن نسبي قدره (٧٠,٥٨٪) ومتوسط حسابي بلغ ٢,٧٧٨، وهذا الارتباط يؤثر بصورة كبيرة في الذوق الثقافي العام فيما يتعلق بالثقافة ويهدم القيم وثوابتها خاصة عند التحرر في ارتداء ملابس لا تتناسب مع ثقافتنا الإسلامية وتدعو إلى العري والتحرر السافر. يشير بعض الباحثين إلى أن صيرورة الصورة في البث الفضائي سلطة رمزية على صعيد الإدراك الثقافي العام، لا يعني إلا أن النظام السمعي البصري (نظام ثقافة الصورة) قد أصبح المصدر الجديد الأقوى لإنتاج القيم الثقافية والرموز وصياغتها، وتشكيل الوعي والوجدان والذوق التجاري المسلعن، الذي تشبه مواده المقدمة سائر المواد الاستهلاكية

في معلمات ثقافية جاهزة للاستهلاك تضخها مئات القنوات الفضائية في إخراج مثير يضع المشاهد تحت وطأة إغراء لا يقاوم، لا وقت فيه للمستهلك للتفكير والتمحيص والتردد والنقد (عيساني، ٢٠١٣: ٢٨-٢٩). وهذا ما لخصه «مايك فيذرستون» بقوله: إن ثقافة الاستهلاك شجعت على استهلاك كميات ضخمة من الصور Consumption of Images (الخواجة، ٢٠٠٩: ٨).

واحتلت الفقرة (٩) المتعلقة بتفضيل التسوق عبر الإنترنت المرتبة الثالثة عشرة بوزن نسبي قدره (٧٥,٨٧٪) ومتوسط حسابي بلغ ٢,٩٩٥، والتفضيل هنا يعكس رمزية الارتباط؛ حيث الرغبة في الاندماج المطلق بالمجتمع الافتراضي واستخدام مفرداته وأدواته، ومنها التسوق الإلكتروني، وهو ما يمنح الشباب شعوراً زائفاً بالقوة والاندماج والتوحد.

وقد احتلت الفقرة (١٢) المتعلقة بمشاهدة القنوات الأجنبية ولا أعرف قيمتها المرتبة الرابعة عشرة بوزن نسبي قدره (٧٨,٠٤٪) ومتوسط حسابي بلغ ٢,٨٨٩، وهذا يدل على الانقياد الأعمى والتبعية المطلقة للمحتوى الإعلامي الغربي على الرغم من افتقاد الشباب القدرات للتعامل مع ذلك المحتوى أو فهمه بشكل صحيح، فالانشغال الحقيقي بالارتباط الوجداني بهذا المحتوى وتلك الصورة التي تحمل الكثير من القيم والمعاني الغربية. وبالمعنى نفسه احتلت الفقرة (١٣) المتعلقة بارتداء بعض الملابس المكتوب عليها شعارات وكلمات أجنبية لا يعرف معناها الشباب المرتبة السادسة عشرة بوزن نسبي قدره (٧٠,٠٨٪) ومتوسط حسابي ٢,٧٧٠، وهو ما يعكس الانقياد التام والاستسلام المفرط. وقد أشار «جان بودريارد» في هذا الصدد إلى تلك الحقيقة مؤكداً أن الاستهلاك الآن أصبح يتمركز حول صناعة الرموز؛ حيث تنتج سلعاً تتحول من دلالاتها المادية إلى دلالات رمزية معنوية؛ مما يؤدي إلى تغيير في المعاني القديمة، فتتولد معان جديدة ذات دلالات رمزية يرتبط بها المستهلكون (عبد الحميد، ٢٠٠١: ١١٣).

وتظهر الرمزية في الانتماء أيضاً فيما تتسم به الثقافة الاستهلاكية بإضفائها الطابع الأسلوبي على السلع؛ بحيث يكون للسلعة تأثير أسلوبى يعبر عن فردية مالكيها أو تفرد، وغالباً ما تعبر الثقافة الاستهلاكية عن ذلك بربط السلع بشخصيات معينة أو بأنماط معينة للشخصية، ويحدث ذلك عندما تحاول الإعلانات -وهي أهم قنوات نقل الثقافة- أن تربط سلعة معينة (كنوع معين من العطور أو أدوات التجميل أو قطعة زي) بشخصية مشهورة يعرفها الناس، أو عندما تحاول أن تربط السلع بنمط رجل الأعمال الناجح أو السيدة الراقية التي يكون منزلها وأثاثها وملابسها وأسلوبها في قضاء وقت فراغها عاكساً لأسلوب حياة متميز، وبهذه الطريقة لا تحاول الثقافة الاستهلاكية أن تخلق المعاني والصور في أذهان الناس فحسب، بل تحاول أيضاً أن تنفذ هذه المعاني على نحو معين، وأن تدعم -بذلك- تمايزات اجتماعية معينة، ولكنها في الوقت الذي تدعم فيه هذه التمايزات، فإنها توجد لدى الناس جميع الرغبات الجامحة في التملك والشراء (زايد، ٢٠٠٨: ١٨٦-١٨٧)، وهو ما يمكن أن يفسر لنا رمزية التفاف الناس حول سلعة أو منتج بعينه محاكاة لبعض الشخصيات والرموز الاجتماعية المهمة، حيث يشعره ذلك بالانتماء إليهم، وأنه أصبح مثلهم حتى وإن كان ذلك بشكل رمزي وليس حقيقياً.

وهنا تجدر الإشارة إلى أنه لم يعد الاقتصاد وحده هو المدخل الحقيقي لفهم سلوك المستهلك وزيادة النزعة الاستهلاكية بين البشر في عالمنا المعاصر، وإنما أصبح التحليل السوسيوي- سيكولوجي هو الأقدر على فهم شخصية المستهلك وشخصية السلعة، ويعني ذلك ضرورة التركيز على بعدين: أولهما البعد الثقافي للعملية الاقتصادية والتجارية؛ أي عملية إضفاء معان رمزية على السلع المادية واستخدامها كوسائط للتواصل، وليس كمنافع مادية فقط، والآخر: هو اقتصاديات السلع الثقافية وفلسفة السوق الخاصة بالإمداد والطلب

والتراكم الرأسمالي والتنافس الاحتكاري، وهي فلسفة فعالة ومؤثرة في مجال أنماط الحياة وأسلوب المعيشة لدى الجماعات والشرائح الاجتماعية في مختلف المجتمعات والثقافات (حجازي، ٢٠٠١: ١٢٩-١٣٠).

إجمالاً، فقد أصبح الأفراد في ظل أيديولوجيا الاستهلاك أكثر تأثراً بالآخرين وبمتغيرات السوق؛ ومن ثم تحولت ذواتهم تحت تأثير الاستهلاك المادي والمعنوي إلى ذوات خاضعة لا تملك من أمرها شيئاً، وصارت الجماعات الاجتماعية التي تسعى من خلال الاستهلاك إلى تأكيد وضعها الاجتماعي ومكانتها في المجتمع، واتجه عدد كبير من الأفراد نحو المتع الحسية والاعتناء بالجسد تواكباً مع كل المنتجات التي تهدف إلى تجميل الجسد أو الترفيه عنه (عبد الرحمن، ٢٠١٢: ٣١٨).

٩-٥ - صناعة الثقافة وتعزيز النزعات الاستهلاكية:

يوصف عالمنا المعاصر بأنه عالم استهلاكي؛ إذ تحول الاستهلاك فيه إلى جزء متكامل من كل شيء، فكل جانب من جوانب الحياة له بعده الاستهلاكي، كما أوجد الاستهلاك ثقافته الخاصة التي تقوم عليها مؤسسات متخصصة في إنتاجها وتداولها (عبد الحميد، ٢٠٠٢: ٣٤٥)؛ فقد تحول الاستهلاك إلى سلوك مرضي، وإلى ظاهرة سلبية تؤثر على حياة الشعوب، كما تحول من عملية ترتبط بالإنتاج ومكملة إلى حالة تشبه الإدمان؛ حيث تعبر عن ثقافة مفروضة على البشر بدلاً من ثقافة اختيارية تخضع لمعايير عقلانية من أجل إعادة الإنتاج واستمراره لصالح المجتمع، وأصبح الفن الاستهلاكي؛ أي صناعة ثقافة الاستهلاك، هو الإطار الحاكم لاختراق الشعوب (حجازي، ٢٠٠١: ١١٦-١١٧). ومن ثم لا يخلو مجتمع من إحدى صور الاستهلاك، فالاستهلاك ظاهرة حتمية ترتبط بوجود الإنسان وإشباع الحاجات في جوانبها المادية والمعنوية (مرتضى، ٢٠١١: ٤٠٣). وقضية ثقافة الاستهلاك - كمظهر من مظاهر صناعة الثقافة - في إطار أعمال مدرسة فرانكفورت

تتأتى من خلال تحليلات تلك المدرسة واتباعها لظاهرة السيولة الثقافية التي تقوم على المنطق السلعي والقيم الاستهلاكية التي تغري الجماهير وتجذبهم نحو الشراء، وبصفة خاصة الاستخدام الأمثل للرأسمالية في اختراق الأدب والفن والأزياء للتقريب بين الثقافة الراقية وثقافة الجماهير، وهو ما يسمى بصناعة الثقافة الاستهلاكية (انظر: حجازي، ٢٠٠٨).

فالهدف من العولمة اليوم هو «سلعة العالم» وتحويل الأفراد إلى مستهلكين للسلع والخدمات التي تروج لها على نطاق عالمي، ويستند التراكم الرأسمالي المعولم إلى أساس الاحتكار التكنولوجي المالي والمعلوماتي والخدمي من قبل عدد قليل من الشركات عابرة القوميات، ومن ثم تتحول الثقافة الاستهلاكية في ظل الهيمنة العالمية إلى آلية فعالة لتشويه البنى التقليدية وتحويل الإنسان إلى مستهلك غير منتج، ينتظر ما تجود به مراكز العالم من سلع تتطور يومياً من أجل زيادة حدة الاستهلاك على المستوى العالمي (عبد الحميد، ٢٠٠١: ١٣١-١٣٢).

وتؤكد البحوث والدراسات الإعلامية في هذا الصدد أن عملية الترويج لثقافة الاستهلاك في عصر العولمة أصبحت صناعة غاية في الدقة وغاية في السهولة في الوقت نفسه؛ حيث تعتمد في ذلك على وسائل تكنولوجية معقدة لتفتح المجال أمام التدفق الحر للمعرفة وتحويل إنتاج المعلومات إلى صناعة تنتج سلعاً، وتدعو إلى الانفتاح الحر، وطرح كل ما هو سهل وبسيط وسريع الانتشار (حجازي، ٢٠٠١: ١٢٢). ومن ثم فإن المشروع الفكري للرأسمالية العولمية يتلخص في إقناع الناس بأن يستهلكوا أكثر من حاجاتهم البيولوجية الطبيعية، وذلك للمساهمة في عملية تراكم رأس المال بغاية الربح الخاص؛ حيث تعلن ثقافة فكر الاستهلاك في هذا حرفياً، أن معنى الحياة يوجد في الأشياء التي تملكها، وبذلك فإن استهلاكنا يعني أننا أحياء تماماً، ولكي نبقي أحياء تماماً يجب أن نستهلك باستمرار (روبيرتس، هايت، ٢٠٠٤: ٢٣٩-٢٤٠).

وهكذا أدت العولمة إلى صبغ الثقافة العربية بالثقافة الاستهلاكية، فأصبح مجتمعنا تستهويه الثقافة الاستهلاكية؛ لذلك فهو حريص على أن تتحول حياته إلى رحلة لا يأخذ فيها كتاباً ولا ورقة، بقدر ما يحرص على تعبئة عقله ووجدانه بنزعة استهلاكية مدمرة، كي يصبح مجمل حديثه عن آخر ما طرَحَ في الأسواق من الهواتف النقالة والوسيلة التي تمكنه من اقتناء سيارة حديثة وجهاز كمبيوتر متطور، أو أنه يقضي معظم حياته وهو يلعن الفقر الذي لم يتح له الفرصة في أن يكون كائناً استهلاكياً يقتني أحدث الماركات المعتمدة في عالم الساعات والعطور والملابس الجاهزة (الزيود، ٢٠٠٧: ٤).

وفي هذا السياق، توضح بيانات الجدول (١٨) التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لكل فقرة من فقرات محور تعزيز النزعات الاستهلاكية؛ حيث يتضح أن الفقرة (٩)، المتعلقة بلجوء الشباب إلى اقتراض مبلغ من المال لشراء سلعة أحتاجها وسعرها يفوق مصروفي الشخصي احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي قدره (٩٩,١٢٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٦١٠، وهذا يعني أن تعزيز النزعات الاستهلاكية بفضل أدوات ومنتجات صناعة الثقافة بلغ ذروته إلى الحد الذي يدفع الشاب من عينة الدراسة إلى الاقتراض من أجل إشباع احتياجاته من استهلاك بعض السلع. كذلك وقع الشباب ضحية ثقافة الاستهلاك العولمية التي تطرحها آليات صناعة الثقافة واستخدامها للأساليب التسويقية العالمية؛ حيث احتلت الفقرة (١٢) المتعلقة بتفضيل شراء السلع التي توجد معها هدايا مجانية المرتبة الثانية بوزن نسبي قدره (٩٩,٠١٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٥٩٩، وهذا الأمر -بلا شك- يحفز ويستثير الشباب ويدفعهم دفعاً نحو مزيد من الاستهلاك. ولذلك تأتي الفقرة (١٥) المتعلقة بتخصيص وقت أسبوعياً لزيارات المولات الضخمة ومتابعة كل ما هو جديد في الأسواق المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدره (٨٩,٢٨٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٥٠٠؛ الأمر الذي يعكس الانشغال والانهماك في الاستهلاك.

إن تكريس مثل ذلك النمط الاستهلاكي العام من شأنه أن يكرس بعداً إنسانياً واحداً؛ إذ أنتجت تلك العمليات ما يعرف بظاهرة الإنسان ذي البعد الواحد، وهو الإنسان المستهلك الذي يسيطر عليه العقل التكنولوجي المعني أولاً وأخيراً بالأداة (العمرى، ٢٠١٣: ٧٤٩).

واحتلت الفقرة (٤) المتعلقة بمتابعة أحدث الموضات والصيحات العالمية في الملابس المرتبة الرابعة بوزن نسبي قدره (٨٩,٠٣٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٤٤٩ وهو ما يعكس الرغبة المحمومة من الشباب لمواكبة كل ما هو جديد في الموضات والصيحات التي ربما لا ترتبط بثقافتنا وهويتنا الثقافية. كذلك احتلت الفقرة (١) المتعلقة بعدم القدرة عن الاستغناء عن شراء بعض السلع المرتبة الخامسة بوزن نسبي قدره (٨٨,١٤٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٤٣٣، وهذا يدل على وقوع الشباب في فخ الثقافة الاستهلاكية الجهنمية، التي تنتفي معها القدرة على التوقف عن الاستهلاك؛ حيث يتحول الشباب في هذا السياق إلى مجرد كائنات مستهلكة بغض النظر عن الاحتياج الحقيقي للاستهلاك، وهذا ما يتجلى في مضمون الفقرة (٨) المتعلقة بأن الموضة تضطر الشباب إلى ارتداء ملابس لا تتناسب مع قيمهم وثقافتهم، التي احتلت المرتبة السادسة بوزن نسبي قدره (٨٨,٠٠٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٤٠١؛ فلم يعد هناك انشغال بمضمون السلعة وقيمتها وقبولها في الواقع الثقافي والمجتمعي وإنما الانشغال الحقيقي بالاستهلاك من أجل الاستهلاك، أي الاقتناء فحسب، المفرغ من المضمون الثقافي الحقيقي، وهو ما ينعكس على تشويه كبير لمضمون الهوية الثقافية. وهذا ما يتفق مع دراسة (حرات، ٢٠١٤) التي أوضحت أن من أبرز السمات الثقافية المستوردة التي تتجلى في أوساط الشباب الاهتمام بالموضة، بما في ذلك موضة الهيئة من لباس وتسريحة شعر وإكسسوارات وامتلاك الوسائل الجديدة الإلكترونية التي تكون على الموضة، وفي هذا الصدد ذكرت نسبة ٥٠,١١٪ من العينة، أنها تهتم كثيراً بصفة دائمة بالموضة ونسبة

١٥,٨١٪ تهتم بصفة متقطعة، وردد المبحوثون في هذا المجال تعبير: «أريد أن أكون عصرياً»، «إنها الحضارة» و«إنها العولمة». ومن ثم فإن عولمة رأس المال لا تخلو من عولمة الذات الثقافي، فالتقنية تبعد عالمها؛ حيث تدفع انتشار السلع الاستهلاكية انتشار ثقافة منتجها؛ مما يعرض تحديث الهويات إلى نوع من التغريب التسطيحي (خضر، ٢٠٠٦: ٢٧).

الجدول (١٨)

التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لكل فقرة
من فقرات محور تعزيز النزعات الاستهلاكية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	الفقرة	الترتيب
٥	٨٨,١٤	٠,٩٩١	٤,٤٣٣	لا أستطيع الاستغناء عن شراء بعض السلع.	١
٨	٨٧,٠٩	١,٢٢٠	٤,٢٢١	أحرص على شراء كل ما هو جديد في الأسواق.	٢
١٢	٨٥,٢٤	١,٤٤٥	٣,٧٧٤	أقضي وقتاً طويلاً على الإنترنت في سماع الأغاني والأفلام.	٣
٤	٨٩,٠٣	٠,٨٨٤	٤,٤٤٩	أتابع أحدث (الموضات) والصيحات العالمية في الملابس.	٤
٧	٨٧,٥٨	١,١٩٩	٤,٣٣٢	أشتري بعض السلع التي لا أحتاج إليها حتى لا أكون أقل من أصدقائي.	٥
١٣	٨٤,١٥	١,٤٧٧	٣,٦٦٨	تضطرني (الموضة) إلى الاستغناء عن ملابس جديدة تم شراؤها.	٦
١١	٨٥,٥٤	١,٣٩٨	٣,٨٨٤	أفضل شراء السلع من محال تجارية مشهورة.	٧
٦	٨٨,٠٠	١,١١٠	٤,٤٠١	تضطرني (الموضة) إلى ارتداء ملابس لا تتناسب مع قيمنا وتقاليدينا.	٨
١	٩٩,١٢	٠,٦٦٥	٤,٦١٠	ألجأ إلى اقتراض مبلغ من المال لشراء سلعة أحتاج إليها وسعرها يفوق مصروفي الشخصي.	٩

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط	المعدل الانحراف	النسبة	الترتيب
١٠	أشتري بعض السلع التي أسمع عنها من أصدقائي.	٣,٩٩٨	١,٣٠١	٨٦,٠٧	١٠
١١	أشتري بعض السلع التي يكثر تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي.	٣,٦٠٠	١,٥١٤	٨٣,٢١	١٤
١٢	أفضل شراء السلع التي توجد معها هدايا مجانية.	٤,٥٩٩	٠,٧٧١	٩٩,٠١	٢
١٣	أتناول الوجبات الجاهزة السريعة أكثر من الوجبات المعدة بالمنزل (الماكدونالدز، الهامبورجر).	٤,٠٠١	١,٢٩٩	٨٦,٩٥	٩
١٤	أفضل ارتداء الملابس ذات العلامات التجارية المشهورة (الماركات).	٣,٥٥١	١,٥٩٠	٨٢,١١	١٥
١٥	أخصص وقتاً أسبوعياً لزيارات المولات الضخمة ومتابعة كل ما هو جديد في الأسواق.	٤,٥٠٠	٠,٧٧٩	٨٩,٢٨	٣

وتظهر بيانات الجدول (١٨) أن الفقرة (٢)، المتعلقة بحرص الشباب على شراء كل ما هو جديد في الأسواق بوزن نسبي قدره (٨٧,٠٩٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٢٢١، وتلك النتيجة تعكس تعلق الشباب بالأسواق والثقافة الاستهلاكية المتمثلة في متابعة كل ما هو جديد، بل ربما تصل الحالة إلى شراء بعض السلع التي لا يحتاج إليها في الأساس؛ وذلك حتى لا يكون أقل من أقرانه، واحتلت تلك العبارة المرتبة السابعة بوزن نسبي قدره (٨٧,٥٨٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٣٣٢، وهو ما يعكس رغبة الشباب في التقليد والمحاكاة، وخلق احتياجات زائفة، والانغماس بشكل كلي في المجتمع الاستهلاكي. ولذلك احتلت الفقرة (١٠) المتعلقة بشراء السلع التي أسمع عنها من أصدقائي المرتبة العاشرة بوزن نسبي قدره (٨٦,٠٧٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٩٩٨. ومن ثم ليس من المستغرب أن يوافق الشباب على أنهم أحياناً يضطرون إلى الاستغناء عن الملابس الجديدة بسبب الموضة بوزن نسبي قدره (٨٤,١٥٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٦٦٨.

كذلك احتلت الفقرة (١٣) المتعلقة بتناول الوجبات الجاهزة السريعة أكثر من الوجبات المعدة بالمنزل المرتبة التاسعة بوزن نسبي قدره (٨٦,٩٥٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٠٠١؛ وهو ما يعني أن الثقافة الاستهلاكية استهدفت تغيير نمط الحياة الاجتماعية السائدة في المجتمع المصري، حيث التجمع الأسري على المائدة الواحدة، وتناول الطعام الصحي، إلى تفتيت تلك الوحدة الاجتماعية من خلال استخدام أدوات الثقافة الاستهلاكية التي تتجلى في أسلوب الإبهار والترغيب والتشويق... إلخ؛ الأمر الذي دفع الكثير من الشباب أن يصبح نمط استهلاكهم وذوقهم الحقيقي والأوحد هو تناول تلك الوجبات السريعة. هذا فضلاً عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز تلك النزعات الاستهلاكية، وهذا ما تجلى في الفقرة (١١) المتعلقة بشراء بعض السلع التي يكثر تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي، التي احتلت المرتبة الرابعة عشرة بوزن نسبي قدره (٨٣,٢١٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٦٠٠. ومن ناحية أخرى يشير «جلال أمين» إلى مفهوم حضارة السوق الذي قدمه «كارل بولاني» في كتابه المعنون (الانقلاب الكبير) الذي يشير فيه إلى أن نشر حضارة السوق في العالم، التي تقوم على تحويل كل شيء إلى سلعة. وتصبح جميع الأشياء قابلة للتسعير وقابلة للبيع مقابل كمية من النقود لصالح القوى الرأسمالية. هذا المفهوم يعتبر خطوة أخرى نحو المزيد من تغريب المجتمعات النامية في ظل حضارة السوق العالمية التي تدعو إلى تحويل كل شيء خطوة بخطوة ليصبح محلاً للبيع والشراء حتى روح الإنسان لنفسه (ميخائيل، ٢٠٠١: ٦٠٣).

أما الرمزية فيما يتعلق بالاستهلاك، فتحتل الفقرة (٧) المتعلقة بتفضيل الشراء من محال تجارية مشهورة المرتبة الحادية عشرة بوزن نسبي قدره (٨٥,٥٤٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٨٨٤، وهذا يدل على سيطرة الثقافة

الاستهلاكية ذات المواصفات العالمية على عقلية الشباب المصري؛ فليست العملية مجرد شراء وإنما هي انتقاء وفقاً لأذواق وماركات عالمية. وفي الوقت نفسه والاتجاه احتلت الفقرة (١٤) المتعلقة بتفضيل ارتداء الملابس ذات العلامات التجارية المشهورة المرتبة الخامسة عشرة بوزن نسبي قدره (٨٢,١١٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٥٥١؛ فقد أوجدت الثقافة الاستهلاكية توحداً بين الشباب والسلعة التي يستهلكونها (See; Alvi, 2014). هذا فضلاً عن الجلوس لفترات طويلة على مواقع الإنترنت للاستماع إلى الأغاني ومشاهدة الأفلام بوزن نسبي قدره (٨٥,٢٤٪) ومتوسط حسابي بلغ ٣,٧٧٤. وإلى جانب ما ألحقته صناعة الثقافة باللغة كمكون أساسي من مكونات الثقافة، فقد أثرت صناعة الثقافة أيضاً على الفن، الذي يعد جزءاً أصيلاً في الثقافة والتراث المجتمعي؛ حيث إن تحويل الثقافة بصفة عامة والفن بصفة خاصة إلى صناعة أدى إلى تسطيح الفن وتهميش قيمته من خلال التكنولوجيا وثورة وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري؛ فقد تحول الفن في عصر صناعة الثقافة إلى فن أحادي البعد (عكاش، ٢٠٠٧: ٣)، توجهه قيم استهلاكية تافهة، وهو ما يظهر -على سبيل المثال- فيما حدث من تحول في ذوق استماع المواطن للأغنية التي يتم إنتاجها، حيث تفرغت الأغاني من أي محتوى نبيل يمكن بتكراره أن يرسخ شعوراً أو يفتح صفحة للتساؤلات أو يثير فكرة أو يصوغ مفهوماً، وعلى مستوى الموسيقى تحول الاستماع الهادئ إلى صخب عارم في البيوت والشوارع والنوادي والأعراس وغيرها (عفيفي، ٢٠٠١: ١١٢).

وبصفة عامة، يتضح مما سبق كيف أصبحت الثقافة سلعة متداولة ووسيلة إعلانية محكمة في تسويق ما ينتج، وكيف تحول الاستهلاك إلى ثقافة مفروضة وغازية أو مصنعة من أجل الترغيب والتشويق والتسويق، وكيف تغيرت أنماط الحياة وظهرت ممارسات وسلوكيات تمثلت في «الهرولة» بشكل مبالغ فيه

نحو سلع استهلاكية دون الحاجة إليها، وتزايدت مع صناعة الثقافة وقنواتها الموجهة نحو سلع استهلاكية دون الحاجة إليها، فزادت النزعة الاستهلاكية لدى معظم الشرائح والفئات والطبقات الاجتماعية في المجتمعات الغربية الصناعية والمجتمعات النامية على السواء (حجازي، ٢٠٠٩: ٢٠٧). ومن هنا، فإن الثقافة الاستهلاكية قدمت بهدف إمتاع الطبقات الشعبية، لكنها في الواقع العملي لم تكن سوى تحويل الثقافة إلى سلعة للاستهلاك الجماهيري (فذرستون، ١٩٩١: ٦).

ومما سبق وفي ضوء ما طرأ على المنظومة الثقافية من تغييرات وما أصابها من ضعف وهشاشة نتيجة العولمة بآلياتها ومنتجاتها المختلفة (صناعة الثقافة)، تطفو على السطح قضية غاية في الأهمية والخطورة، ألا وهي قضية (الأمن الثقافي) (راتب، ٢٠٠٧: ١٨١-١٨٢). وهنا يشير «النقيب» إلى أن الثورة في الثقافة وفي المعلومات وفي أنماط الاستهلاك التي أدخلتها الحداثة في مجتمعاتنا العربية قد أفرزت ثورة صامتة في القيم والاتجاهات وفي المهارات التي يحتاج إليها الفرد، ومن نتائج هذه الثورة الصامتة التي أربكت المنظومة التقليدية وأدخلت الفرع على قيمها، أن الشاب المعاصر فقد الثوابت الثقافية التي يبني بواسطتها هويته؛ ذلك أن الهوية تحتاج إلى مراجع ثقافية وقيمية واضحة وثابتة، يعتمد عليها الفرد لبناء شخصيته (النقيب، ١٩٩٣: ٦٨). بالإضافة إلى أنها تساعد وتؤدي إلى صياغة ثقافة عالمية لها قيمها ومعاييرها، هي ثقافة السوق وتجاوز الثقافة النخبوية وسلب الخصوصية وقطع صلة الأجيال الجديدة بماضيها وتراثها وتدمير الحضارات وتأكيد الجانب والنجاح الفردي وتجميع الثروة وتهميش الثقافة الوطنية واحتكار الصناعة الثقافية (البكري، ٢٠١٠: ٣٨٧).

٩-٦- الفروقات بين اتجاهات أفراد العينة نحو قضايا الدراسة الميدانية:

الجدول (١٩)

التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية
والوزن النسبي لكل محور من محاور الاستبانة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد الفقرات	المحاور
٢	٨٢,٩٩	٨,٩٩٤	٧٦,٨٧	١٥	تفتيت الهوية
٤	٨٠,٣٦	٩,٩٩٥	٧٣,٥٩	١٥	اختزال المعاني والقيم الثقافية
٣	٨١,٢٧	٩,١٠٧	٧٥,٤٩	١٦	تغير معاني الانتماء
١	٨٣,٢٤	٨,٠٢١	٧٧,٢١	١٥	تعزيز النزعات الاستهلاكية

تظهر بيانات الجدول (١٩) أن المحور المتعلق بتعزيز النزعات الاستهلاكية احتل المرتبة الأولى بوزن نسبي قدره (٨٣,٢٤٪) ومتوسط حسابي بلغ ٧٧,٢١، يلي ذلك المحور المتعلق بتفتيت الهوية الذي احتل المرتبة الثانية بوزن نسبي قدره (٨٢,٩٩٪) ومتوسط حسابي بلغ ٧٦,٨٧، ثم جاء محور تغير معاني الانتماء (الانتماء الرمزي) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدره (٨١,٢٧٪) ومتوسط حسابي بلغ ٧٥,٤٩. أما المحور المتعلق باختزال المعاني والقيم الثقافية فاحتل المرتبة الرابعة والأخيرة بوزن نسبي قدره (٨٠,٣٦٪) ومتوسط حسابي بلغ ٧٣,٥٩. وتعكس تلك البيانات أن من أبرز تأثيرات صناعة الثقافة على الهوية الثقافية للشباب المصري كان تعزيز النزعات الاستهلاكية وتحويل الشباب إلى كائنات اجتماعية مستهلكة خاضعة لآليات التسويق التجاري الرأسمالي، ويبدو أن ذلك منطقياً؛ باعتبار أن هذا البعد من الأبعاد الأكثر وضوحاً وغزواً في شتى الجوانب الحياتية.

الجدول (٢٠)
الفروقات في اتجاهات أفراد العينة وفقاً للنوع

المحاور	النوع	المتوسط	قيمة ت	مستوى الدلالة
تفتيت الهوية	ذكور	٧٤,٥١	١,٠١٢٨	غير دالة إحصائياً
	إناث	٧٣,٩٩		
اختزال المعاني والقيم الثقافية	ذكور	٦٥,٢٨	١,٨٥١	غير دالة إحصائياً
	إناث	٦٦,٧٤		
تغير معاني الانتماء	ذكور	٨٥,٥٤٤	٢,٠١٧	دالة عند ٠,٠١
	إناث	٩٠,٢١٠		
تعزير النزعات الاستهلاكية	ذكور	٩٩,٠٠١	٣,١٤٨	دالة عند ٠,٠٠
	إناث	٨٤,٢١٤		

توضح بيانات الجدول (٢٠) أن المحورين الخاصين بتفتيت الهوية واختزال المعاني والقيم الثقافية لا يوجد فيهما فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع (ذكور، إناث) في التأثير على اتجاهات الشباب، وهذا يعني أن هناك تشابهاً كبيراً بين آراء عينة الدراسة فيما يتعلق بهذين المحورين. أما المحوران الخاصان بتغير معاني الانتماء ومحور تعزير النزعات الاستهلاكية فنلاحظ فيهما وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع فيما يتعلق باتجاهات الشباب نحو القضايا الفرعية المتعلقة بهذين المحورين.

الجدول (٢١)

الفروقات في اتجاهات أفراد العينة وفقاً للكلية

المحاور	النوع	المتوسط	قيمة ت	مستوى الدلالة
تفتيت الهوية	كلية نظرية	٥٥,١٤٤	١,٠٠٢	غير دالة إحصائياً
	كلية عملية	٥٦,٣٣١		
اختزال المعاني والقيم الثقافية	كلية نظرية	٦٠,٢٥٧	١,٤٧٨	غير دالة إحصائياً
	كلية عملية	٦١,٢٩٨		
تغير معاني الانتماء	كلية نظرية	٥١,٦٩٧	٢,٠٠٤	دالة إحصائياً عند ٠,٠٠
	كلية عملية	٥٩,٣٢٨		
تعزيز النزعات الاستهلاكية	كلية نظرية	٧١,٢٥٧	٣,١٤٨	دالة إحصائياً عند ٠,٠٠
	كلية عملية	٧٩,٢٥٤		

تظهر بيانات الجدول (٢١) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الكلية (نظرية ، عملية) فيما يتعلق بالتأثير على اتجاهات الشباب نحو قضايا الدراسة المرتبطة بالمحاور الثلاثة (تفتيت الهوية، اختزال المعاني والقيم الثقافية، تغير معاني الانتماء)، بينما تظهر بيانات الجدول أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الكلية فيما يتعلق بالتأثير على اتجاهات الشباب نحو قضايا الدراسة المرتبطة بتعزيز النزعات الاستهلاكية.

الجدول (٢٢)

الفروقات في اتجاهات أفراد العينة وفقاً لمكان السكن

المحاور	النوع	المتوسط	قيمة ت	مستوى الدلالة
تفتيت الهوية	مدينة	٥٥,٢٤٩	١,٤٧٥	غير دالة إحصائياً
	ريف	٥٦,٨٧٤		
اختزال المعاني والقيم الثقافية	مدينة	٥٤,١١١	١,٩٩٨	دالة إحصائياً عند ٠,٠١
	ريف	٦٢,٠٢٤		
تغير معاني الانتماء	مدينة	٧٨,٢١٧	٢,١٨٧	غير دالة إحصائياً
	ريف	٧٩,٦٥٨		
تعزير النزعات الاستهلاكية	مدينة	٧٤,٢١٨	٢,٩٩٨	دالة إحصائياً عند ٠,٠١
	ريف	٧٩,٩٥٦		

تظهر بيانات الجدول (٢٢) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير السكن (مدينة ، ريف) فيما يتعلق بالتأثير على اتجاهات الشباب نحو قضايا الدراسة المرتبطة بالمحورين (تفتيت الهوية، تغير معاني الانتماء)، بينما تظهر بيانات الجدول أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير السكن فيما يتعلق بالتأثير على اتجاهات الشباب نحو قضايا الدراسة المرتبطة بالمحورين (تعزير النزعات الاستهلاكية، اختزال المعاني والقيم الثقافية).

الجدول (٢٣)

مجموع المربعات ومتوسط المربعات وقيمة « ف » ومستوى دلالتها
وفقاً لمستوى دخل الأسرة

المحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
تفتتت الهوية	بين المجموعات	٢١٤,٤٤٧٨	٣,١١٤	غير دالة إحصائياً
	داخل المجموعات	٣٣٥,٢١٤٥		
	المجموع	٥٤٩,٦٦٢٣		
اختزال المعاني والقيم الثقافية	بين المجموعات	٣٩٩,٢١٧٠	٣,٢٨٩	غير دالة إحصائياً
	داخل المجموعات	٤٦٩,٩٨٧٤		
	المجموع	٨٦٩,٢٠٤٤		
تغير معاني الانتماء	بين المجموعات	٢٢٢,٣٦٩٤	٣,٩٩٨	دالة إحصائياً عند ٠,٠٥
	داخل المجموعات	٢٩٩,٦٦٨٧		
	المجموع	٥٢٢,٠٣٨١		
تعزير النزعات الاستهلاكية	بين المجموعات	٣٣٩,٣٦٧٨	٤,٠٠١	دالة إحصائياً عند ٠,٠٥
	داخل المجموعات	٣٧٨,٨٩٥٥		
	المجموع	٧١٨,٢٦٣٣		

يتضح من بيانات الجدول (٢٣) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الدخل (منخفض، متوسط، مرتفع) فيما يتعلق بالتأثير على اتجاهات الشباب نحو قضايا الدراسة المرتبطة بمحور تعزير النزعات الاستهلاكية، بينما تظهر بيانات الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الدخل لباقي محاور الدراسة وقضاياها.

عاشراً - نتائج الدراسة:

١-١٠- النتائج الخاصة بأثر صناعة الثقافة على تفتيت الهوية الثقافية:

١-١-١٠- أسهمت صناعة الثقافة بما تملكه من أدوات ولما تروج له من أيديولوجيات في تغيير المفاهيم الثقافية الجوهرية المرتبطة بالوطنية والمواطنة، وكان نتيجة ذلك التأثير أن احتلت الفقرة المتعلقة بأن الحديث عن الوطنية والمواطنة لدى الشباب في عصر العولمة احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي قدره (٩١,٤٠٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٥١.

١-١-٢- أذكت صناعة الثقافة العنف بين الشباب، وذلك عبر أدواتها الثقافية المختلفة، وكان نتيجة ذلك التأثير أن احتلت الفقرة المتعلقة بتأييد الشباب استخدام العنف للحصول على الحقوق مع من نختلف معهم المرتبة الثانية بوزن نسبي قدره (٨٨,٦٪) ومتوسط حسابي ٤,٤٤٧؛ الأمر الذي ترتب عليه تفتيت للهوية الثقافية وتفريغها من مضمونها الذي يحمل سمات التسامح وقبول الآخر.

١-١-٣- لقد أسهمت صناعة الثقافة في عصر العولمة في نشر ثقافة الفوضى بين الشباب المصري من عينة الدراسة، تبدو ملامح تلك الفوضى في ابتعاد الشباب المصري عن الثوابت والقيم الثقافية المحلية الأصيلة، والتحليق بعيداً نحو ثقافة العنف وثقافة الاستهلاك وثقافة الإباحية.

١-١-٤- أوضحت الدراسة أن هناك تفتتاً وتشردماً يعاني منه الشباب؛ فلم تعد اتجاهاتهم وثوابتهم الثقافية واحدة، وإنما صاروا شيعاً وجماعات متفرقة، وأصبح التعصب هو لغة الحوار المسيطر على عقولهم، وتبدى ذلك في دعمهم للجماعات الإسلامية التي تدافع عن الإسلام وشريعته، التي احتلت المرتبة السادسة بوزن نسبي قدره (٨٠,٢١٪) ومتوسط حسابي ٣,٨٥٤.

١٠-١-٥- أوضحت الدراسة أن ثمة تلازماً بين صناعة الثقافة وصناعة العقول الشبابية أو صناعة الوعي، بحيث تتحول تلك الصناعة إلى تغيير الحقائق وتزييفها وصناعة الأحداث الوهمية وترويجها عبر آلياتها على مواقع التواصل الاجتماعي بقصد تغيير المفاهيم وتشكيل الاتجاهات؛ ومن ثم إذكاء ثقافة العنف والتمرد على الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي المعيش.

١٠-١-٦- لقد تلاشت هوية الشباب عبر المجتمع الافتراضي وصارت هوية بلا معالم ثقافية واضحة، هوية خفية تسعى إلى التستر عبر غرف الدردشات ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من منطلق الرغبة في التحرر من القيم والقيود المجتمعية.

١٠-١-٧- أسهمت صناعة الثقافة في تشكيل ملامح جديدة لنمط الشخصية السائدة بين جيل الشباب المصري، شخصية سلبية، شخصية متمردة، شخصية لا تبالي، شخصية فاقدة للثقة في ذاتها وقدرتها الحقيقية على التغيير، أو الدفاع عن أفكارها؛ الأمر الذي أسهم في سهولة اختراقهم ثقافياً وتوجيههم نحو مخططات غربية للتدمير الذاتي لمجتمعنا المصري.

١٠-١-٨- لقد أسهمت صناعة الثقافة عبر آلياتها وبرامجها ومحتوياتها وتقنياتها في تشكيل هوية ثقافية للشباب متحررة من القيم، ومن ثم خلقت القبول لكل الأفكار والقيم الثقافية الغربية المؤدلجة التي تحمل بذور التطرف والإرهاب والتمرد والعنف.

١٠-٢- النتائج الخاصة بصناعة الثقافة وأثرها على اختزال المعاني والقيم الثقافية الأصيلة:

١٠-٢-١- نجحت صناعة الثقافة عبر أدواتها في تشكيل شخصية مستسلمة لا تبالي بأن تهرب إلى العالم الافتراضي، انعزالية عن الواقع

المعيش، منقطعة الجذور الثقافية، لهذا احتلت الفقرة المتعلقة بشعور الشباب باللامبالاة والاستسلام المرتبة الأولى بوزن نسبي قدره (٧٧,١٤٪) ومتوسط حسابي ٣,٥٤٠.

١٠-٢-٢- أسهمت صناعة الثقافة في تفريغ مضمون الشخصية الشبابية من مضمونها الثقافي الحقيقي، فقد تراجعت قيم الإيثار والشهامة والنخوة، وحلت مكانها قيم سلبية في مقدمتها التحرش الجنسي والسلبية واللامبالاة.

١٠-٢-٣- استبدلت صناعة الثقافة قيم العنف والتطرف ومعانيهما محل قيم التسامح والتعايش ومعانيهما في فكر الشباب وعقله؛ الأمر الذي انعكس على ممارساتهم الاجتماعية في الواقع المعيش.

١٠-٢-٤- أسهمت تكنولوجيا المعلومات والتفاعل عبر الفضاء السايبري في تشكيل ثقافة جديدة للشباب هي الثقافة السايبرية الآلية بما تحمله تلك الثقافة من معانٍ ومضامين ثقافية تختلف بشكل كلي عن مضمون الثقافة المحلية؛ حيث أضحى الشباب سلبيين، منعزلين، فاقد الطموح ومستسلمين إلى الفشل، مندفعين نحو إشباع الغرائز الجنسية، منشغلين برموز وشخصيات وهمية.

١٠-٢-٥- أسهمت صناعة الثقافة في تحطيم ثوابت ثقافية رصينة في الثقافة المصرية؛ فلم يعد في عصر العولمة محرمات ولم يعد هناك عيب، فقد صارت الإباحية هي العنوان الرئيسي للمحتوى الإعلامي سواء الفضائي أو الإلكتروني؛ الأمر الذي أسهم في تشكيل هوية ثقافية مغتربة مشوهة.

١٠-٢-٦- انحصار الهوية الثقافية للشباب المصري داخل غرف الشات وعبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأضحت تلك الأدوات والآليات هي بيئة التواصل الحميمية لهؤلاء الشباب، التي أسهمت في تغيير الكثير من المفاهيم

والقيم الثقافية الأصيلة؛ حيث الرغبة في تكوين صداقات عابرة للحدود ومن مختلف الثقافات، والهروب من المشكلات العائلية؛ الأمر الذي ترتب عليه فقدان التواصل المجتمعي الحقيقي، ومن ثم الوقوع فريسة لمنتجات صناعة الثقافة العولمية.

١٠-٢-٧- تشوه الهوية الثقافية، الذي تجلى في أبرز ملامحه في تشوه مفردات اللغة العربية وتراجع استخدامها بين الشباب عبر الفضاء الإلكتروني؛ حيث استخدام مفردات أجنبية وألفاظ غريبة واختصارات مخلة وأسلوب فرانكفوني...إلخ. وما يترتب على ذلك من هجر للغة العربية وما تمثله من ركن أصيل من أركان الهوية الثقافية؛ حيث يتأسس بذلك فراغ لغوي ثقافي.

١٠-٢-٨- يعيش الشباب المصري حالة من التشوش الثقافي والوجداني والعاطفي، وهذا التشوش مرجعه إلى منتجات صناعة الثقافة وما تملكه من تقنيات فائقة الإبهار، وما تملكه من صناعة للصورة والفيديو، ومن ثم توجيه الشباب نحو قضايا وموضوعات فرعية وثانوية ترتب عليها غياب الهدف وضياع الذات، تجلى ذلك في عدم اهتمام الشباب بالدراسة الجامعية والمحاضرات والندوات الثقافية، ومن ثم التسليم المطلق لأدوات الصناعة الثقافية الغربية حيث الخضوع والاستسلام.

١٠-٣- النتائج الخاصة بصناعة الثقافة وتغير معاني الانتماء:

١٠-٣-١- لقد أوجدت صناعة الثقافة شكلاً جديداً للانتماء، يسمى الانتماء الرمزي تجاوز للحدود القومية؛ حيث الانتماء للمجتمع الفضائي أقوى من الانتماء للمجتمع الواقعي متحررين من الانتماءات اللغوية والدينية بل الجغرافية. والانتماء الرمزي هذا يضعف الانتماء الحقيقي للشباب لوطنه؛ فلم يعد الانتماء في ظل تحولات العولمة انتماءً مكانياً إنما هو انتماء معرفي

صوري غير حقيقي، غير أن هذا الانتماء الرمزي تنعكس تأثيراته السلبية في الواقع الاجتماعي الذي نعيشه، والذي يتبدى في صورة تطرف وإرهاب وعمليات انتقامية أضحت متكررة وشائعة في المجتمع المصري.

١٠-٣-٢- الارتباط الرمزي بمفردات لغوية جديدة (الفرنكفونية)، ذلك الارتباط الذي احتل المرتبة الثانية بوزن نسبي قدره (٩٠,٠٠٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٠٠١ ، وهو ما يعكس تغيراً ضخماً في الهوية الثقافية التي صارت مرتبطة وجدانياً بلهجات ومفردات لغوية جديدة.

١٠-٣-٣- تشوه مفهوم الانتماء في عقول الشباب، حيث صارت الولاءات الخاصة (الضيقة) هي المسيطرة على ذهنية الشباب المصري، ولهذا احتلت الفقرة المتعلقة بمساهمة العولمة في إلغاء المواطنة المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدره (٨٩,٩٩٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٠٠؛ أي أن العولمة بأدواتها الاتصالية استطاعت تغيير المفاهيم الثقافية الرصينة في عقلية الشباب المصري والاستبدال بها مفاهيم تغريبية جديدة، ومن ثم استطاعت عبر تلك الأدوات إيجاد دوائر ومجالات انتماء جديدة تبعد الشباب عن دوائر ومجالات الانتماء المحلي، ومن ثم تعظم في ذوات هؤلاء الشباب كل ما هو غربي وعالمي.

١٠-٣-٤- ارتبط الشباب في ظل الانتشار الفضائي الكثيف بمحتويات إعلامية درامية تستهدف تدمير الثقافات الوطنية (المسلسلات التركية نموذجاً)، وتعمل على تغيير قناعاتها وثوابتها الثقافية خاصة فيما يتعلق بالعلاقة مع الجنس الآخر.

١٠-٣-٥- صار ارتباط الشباب وجدانياً مع الرموز في مجالات الرياضة والفن أكثر من الارتباط بالرموز الوطنية، وصار اقتناء السلع والماركات العالمية مؤشراً على الاندماج مع متغيرات الحداثة. ومن ثم الانفصال التام

عن الواقع الاجتماعي الثقافي المحلي، والبحث عن كل ما هو عالمي في مجال الرياضة كالارتباط الوجداني بأسماء لاعبي كرة القدم العالميين وما شابه.

١٠-٣-٦- ارتباط الشباب ورغبتهم في مسابقة الموضة الأجنبية في الملابس، والتي احتلت المرتبة الخامسة عشرة بوزن نسبي قدره (٧٠,٥٨٪) ومتوسط حسابي بلغ ٢,٧٧٨، وما يترتب على هذا الارتباط من التأثير في الذوق الثقافي العام ويهدم القيم خاصة عند التحرر في ارتداء ملابس لا تتناسب مع ثقافتنا المحلية وتدعو إلى العري والتحرر السافر.

١٠-٣-٧- أسهمت صناعة الثقافة عبر أدواتها التي تسوق إلى الانتماءات الرمزية عبر الفضاء الإلكتروني في منح الشباب الشعور الزائف بالقوة والاندماج والتوحد مع منتجاتها الثقافية، وهو ما يعكس التبعية المطلقة والانقياد الأعمى؛ حيث الخضوع والاستسلام ومن ثم تغيير المعاني الثقافية القديمة والاستبدال بها أخرى جديدة كالتسوق عبر الإنترنت ومشاهدة الأفلام الأجنبية، وارتداء ملابس تحمل كلمات أجنبية...إلخ.

١٠-٤- النتائج الخاصة بصناعة النزعات الاستهلاكية وتعزيزها:

١٠-٤-١- أوضحت الدراسة أن أثر صناعة الثقافة في تعزيز النزعات الاستهلاكية بلغ ذروته إلى الحد الذي دفع الشباب إلى الاقتراض من أجل إشباع احتياجاتهم من استهلاك بعض السلع، التي احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي قدره (٩٩,١٢٪) ومتوسط حسابي بلغ ٤,٦١٠.

١٠-٤-٢- لقد استطاعت صناعة الثقافة عبر آلياتها التسويقية تغيير نمط وأسلوب حياة الشباب ما بين الزيارة الأسبوعية للمولات وتفضيل الشراء للسلع ذات الإغراءات الرأسمالية، وهو ما يعكس انشغال الشباب وانهماكهم في الثقافة الاستهلاكية: الأمر الذي يكرس معه بعداً إنسانياً واحداً هو الاستهلاك.

١٠-٤-٣- أذكت صناعة الثقافة الرغبة الملحة والمحمومة من الشباب لمواكبة كل ما هو جديد في الموضوعات والصحاح التي تبتعد كثيراً عن ثقافتنا المحلية وتساهم في تشويه ثقافتنا وهويتنا الوطنية.

١٠-٤-٤- وقوع الشباب ضحية لفخ الثقافة الاستهلاكية الجهنمية، التي تنتفي معها القدرة عن التوقف عن الشراء، حتى يتحول الشباب إلى مجرد كائنات مستهلكة بغض النظر عن الاحتياج الحقيقي للاستهلاك.

١٠-٤-٥- أسهمت صناعة الثقافة عبر آلياتها الاستهلاكية في إيجاد احتياجات زائفة، أسهمت في انقياد الشباب نحو منتجاتها الثقافية والاندفاع نحو شرائها على الرغم من عدم الاحتياج الحقيقي لها، ولكن من دافع التقليد والمحاكاة؛ الأمر الذي أسهم تعظيم الثقافة الاستهلاكية في الذوات الشبابية التي أضحت مصدراً حقيقياً للمتعة وتخفيف حدة التناقضات التي يعيشها الشباب في واقعهم الاجتماعي والاقتصادي، وفرصة للهروب من ذلك الواقع بمشكلاته الاجتماعية والاقتصادية كالبطالة والعنوسة وارتفاع تكاليف الزواج.

١٠-٤-٦- سيطرة الثقافة الاستهلاكية ذات المواصفات العالمية على عقلية الشباب المصري، فليست العملية مجرد شراء وإنما هي انتقاء وفقاً لأذواق وماركات عالمية، ومن ثم تغريب للهوية الثقافية وإبعادها عن الذوق الثقافي العام وانجرافها في الاستهلاك المادي للصور والسلع والفيديو...إلخ.

١٠-٥- النتائج الخاصة بالفروقات بين اتجاهات أفراد العينة نحو قضايا الدراسة الميدانية:

١٠-٥-١- كشفت الدراسة عن حجم التأثير الذي تركته صناعة الثقافة على الهوية الثقافية للشباب عبر الأبعاد الأربعة لتلك الهوية، واتضح تأثير صناعة الثقافة بصورة أكبر على تعزيز النزعات الاستهلاكية في المرتبة

الأولى، ثم تفتتت الهوية الثقافية في المرتبة الثانية، ثم تغير معاني الانتماء في المرتبة الثالثة، وأخيراً اختزال المعاني والقيم الثقافية في المرتبة الرابعة.

١٠-٥-٢- كشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً لمتغيرات النوع والكلية والدخل خاصة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو محوري تغير معاني الانتماء وتعزيز النزعات الاستهلاكية.

١٠-٥-٣- أوضحت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً لمتغير مكان السكن خاصة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو متغير تعزيز النزعات الاستهلاكية، باستثناء ذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لذلك المتغير في ضوء محاور الدراسة الأساسية.

قائمة المراجع:

- ١ - إبراهيم بخيت عثمان. (٢٠٠٥) عولمة أفكار الشباب في المؤسسات الأكاديمية: دراسة على عينة من طلاب الجامعة، ندوة العولمة وأولويات التربية، المجلد الثاني، السعودية.
- ٢ - أحمد أبو زيد. (٢٠٠٥). المثقفون والسلطة: الهوية الثقافية والمسؤولية السياسية، مجلة الديمقراطية، المجلد الخامس، العدد ١٨.
- ٣ - أحمد زايد؛ فتحي أبو العينين. (١٩٩٦). السلوك الاستهلاكي للطفل العربي الخليجي: تحليل سوسيولوجي، مجلة شؤون اجتماعية، مجلد ١٢، العدد ٤٧.
- ٤ - أحمد زايد، وآخرون (١٩٩١) الاستهلاك في المجتمع القطري، الدوحة، مركز بحوث الوثائق والدراسات الإنسانية، جامعة قطر.
- ٥ - أحمد زايد. (٢٠٠٨). علم الاجتماع ودراسة المجتمع، القاهرة، مكتبة النصر.
- ٦ - أحمد طيلىب. (٢٠١٣). البعد الأمني في السياسات العامة الثقافية في ظل عولمة القيم، مجلة الحكمة، العدد ١٩.
- ٧ - أحمد مجدي حجازي. (٢٠٠١). ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية، أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع: المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، تحرير: أحمد مجدي حجازي، القاهرة، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- ٨ - أحمد مجدي حجازي. (٢٠٠٣). أزمة القيم، مجلة الديمقراطية، مجلد ٣، العدد ٩.
- ٩ - أحمد مجدي حجازي. (٢٠٠٥). العولمة بين التفكيك وإعادة التركيب: دراسات وقراءات في النظام العالمي الجديد، القاهرة، الدار المصرية السعودية للطباعة والنشر والتوزيع.
- ١٠ - أحمد مجدي حجازي. (٢٠٠٥). المثقفون العرب وأزمة الحوار: رؤية في عنف الحوار والهدر الثقافي، أعمال ندوة التنوير والتسامح وتجديد الفكر العربي، المجتمع التونسي للعلوم والآداب والفنون، بيت الحكمة، تونس.
- ١١ - أحمد مجدي حجازي. (٢٠٠٨). ثقافة الاستهلاك وتحديث العالم العربي، مجلة الديمقراطية، العدد الأول.
- ١٢ - أحمد مجدي حجازي. (١٩٩٨). علم اجتماع الأزمة: تحليل نقدي للنظرية الاجتماعية في مرحلتها الحديثة وما بعد الحديثة، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.

- ١٣ - أحمد مجدي حجازي. (٢٠٠٩). الخطاب الثقافي للعولمة: الإشكالات والتحديات، دن.
- ١٤ - أحمد مجدي حجازي. (١٩٩٩). العولمة وتهميش الثقافة الوطنية، مجلة عالم الفكر، مجلد ٨٢، العدد الثاني.
- ١٥ - أحمد محمد بحري. (٢٠١٠). مدرسة فرانكفورت في علم الاجتماع: الاتجاهات الفكرية والنظرية النقدية، مجلة فكر وإبداع، الجزء ٥٨.
- ١٦ - أسماء أحمد فريد. (٢٠٠٦). الحداثة والتقاليد المبتدعة : رؤية لقضايا الثبات والتغير وإعادة التشكل، مجلة التسامح، العدد ١٣.
- ١٧ - أسماء بن تركي. (٢٠١١). الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري، الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية، فيفري.
- ١٨ - أسماء عبد الحكيم جودة محمد سرحان. (٢٠١٢). الشباب الجامعي بين السياقات المحلية والتأثيرات العالمية، مجلة كلية الآداب، المجلد ٢، العدد ٢٨.
- ١٩ - آلان هاو. (٢٠٠٦). النظرية النقدية: مدرسة فرانكفورت، ترجمة: ثائر ديب، سلسلة آفاق ثقافية، إصدار وزارة الثقافة، دمشق.
- ٢٠ - أمال عبد الحميد. (٢٠٠١) العولمة والثقافة الاستهلاكية: الأشكال والآليات في المجتمع الاستهلاكي ومستقبل الثقافة في مصر، أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع بكلية الآداب، جامعة القاهرة، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- ٢١ - أمال عبد الحميد. (٢٠٠٢). الاستهلاك والثقافة التقليدية: دراسة ميدانية بمجتمع محلي حضري، في تقارير بحث التراث والتغير الاجتماعي، الكتاب الأول: الإطار النظري وقراءات تأسيسية، محمد الجوهري، حسن حنفي(محرران)، القاهرة، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- ٢٢ - أميرة مصطفى أحمد البطريق. (٢٠١١). العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت وإدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة: دراسة على موقع الفيس بوك، مؤتمر العلوم الإنسانية والعولمة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قناة السويس، السويس.
- ٢٣ - أنتوني جيندر. (٢٠٠٠). عالم منفلت: كيف تعيد العولمة صياغة حياتنا؟، ترجمة: محمد محي الدين، القاهرة، ميريت للنشر والمعلومات.

- ٢٤ - إيمان أحمد حمدي إمام؛ سهام بدر الدين سعيد. (٢٠١٣). توظيف الفن الرقمي لتنمية الوعي الإدراكي ومفهوم العولمة للطالب قبال الجامعي وعلاقته بالهوية الثقافية والانتماء نحو القضية الفلسطينية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، العدد ٢٤.
- ٢٥ - أيمن سليمان السعد. (٢٠١٠). العولمة وتصورات الهوية: دراسة في تحليل بعض نصوص الخطابات العربية المعاصرة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، مصر.
- ٢٦ - بركات محمد مراد. (٢٠٠٣). العولمة وضياح الهوية، مجلة الوعي الإسلامي، السنة الأربعون، العدد ٤٥٠.
- ٢٧ - بركات محمد مراد. (٢٠٠٥). العولمة وسحق الهويات الثقافية، مجلة شؤون اجتماعية، العدد ٨٥.
- ٢٨ - بشير عبد الفتاح. (٢٠٠٧). الخصوصية الثقافية، الموسوعة الثقافية للشباب (٢٠)، القاهرة، نهضة مصر.
- ٢٩ - بندر حمدان الزهراني. (٢٠٠٩). اتجاهات الشباب السعودي نحو بعض القضايا الاجتماعية المعاصرة: دراسة نوعية، مجلة كلية التربية، المجلد الثاني، العدد ١٤٣.
- ٣٠ - ثودور أدورنو؛ ماكس هوركهايمر. (٢٠٠٥). صناعة الثقافة: التنوير بوصفه خداعاً جماهيرياً، ترجمة: خالدة حامد، مجلة آراء حول الخليج، العدد ١٣.
- ٣١ - جعفر حسن جاسم الطائي، أزهر صادق كاظم. (٢٠١٢). هويتنا الحضارية في ظل إعلام العولمة، المؤتمر العلمي الدولي الخامس: بالعلم والمعرفة نبني العراق، المجلد الأول، كلية الآداب، جامعة ذي قار، العراق.
- ٣٢ - جوردون مارشال. (٢٠١٢) موسوعة علم الاجتماع، ترجمة: محمد الجوهري وآخرون، المشروع القومي للترجمة، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة.
- ٣٣ - حبيب بوهورور. (٢٠١٢). المشكلات الفكرية المؤسسة لمدرسة فرانكفورت: مقارنة تاريخية لبناء النظرية النقدية عند أقطاب المدرسة: هوركهايمر، أدورنو، فروم، ماركوز، مجلة الآداب العالمية، السنة ٧٣، العدد ١٥٢.
- ٣٤ - حسن حنفي. (٢٠١٢). الهوية والاغتراب في الوعي العربي، مجلة تبين للدراسات الفكرية والثقافية، المجلد الأول، العدد الأول.

- ٣٥ - حسن عبد الصادق. (٢٠١٢). اتجاه الشباب الجامعي نحو العلاقة بين التعرض لموقع الفيس بوك والهوية الثقافية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، السنة ٨٣، العدد ١٤٦.
- ٣٦ - حسين رمزي كاظم. (١٩٧٧). سيكولوجية المستهلك المصري وتصرفاته الشرائية، مجلة الإدارة، مجلد ٩، العدد ٣.
- ٣٧ - حلمي شعراوي. (٢٠٠١). في ثقافة التحرر الوطني، القاهرة، مكتبة مدبولي.
- ٣٨ - خالد العمري. (٢٠٠٨) أنموذج مقترح للهوية الشبابية في الأردن، السنة الثامنة، مجلة الثقافة والتنمية، العدد ٢٥.
- ٣٩ - خلدون حسن النقيب. (١٩٩٣). المشكل التربوي والثورة الصامتة: دراسة في سوسيولوجيا الثقافة، الكويت، الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، سلسلة الدراسات العلمية الموسمية.
- ٤٠ - دوغلاس كلنر. (٢٠٠٩). الماركسية الغربية، ترجمة: كامل شياع، مجلة الثقافة الجديدة، العددان ٣٢٩-٣٣٠.
- ٤١ - رحيمة عيساني. (٢٠١٣). الثقافة السمعبصرية الجديدة: ملامح ومخاطر، مجلة الحكمة، العدد ٢٥.
- ٤٢ - روبرتس ج. تيمونز؛ أيمي هاييت. (٢٠٠٤). من الحداثة إلى العولمة: رؤى ووجهات نظر في قضية التطور والتغير الاجتماعي، الجزء الثاني، ترجمة: سمر الشيشكلي، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٣١٠، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- ٤٣ - ريهام حسين محمد أبو شوشة؛ كمال نجيب الجندي؛ هناء حامد زهران. (٢٠١٣). استخدام مدخل إدارة المناقشات في تنمية الوعي بالهوية الثقافية لطلاب الفرقة الأولى بكليات التربية، مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية، العدد ٤٨.
- ٤٤ - زغو محمد. (٢٠١٠). أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية الإنسانية، العدد الرابع.
- ٤٥ - زهير توفيق. (٢٠٠٦). خطاب العلم والتقدم: حوار نقدي مع الدكتور إبراهيم بدران، عمان، دار الشروق.
- ٤٦ - زيد بن محمد الرماني. (١٩٩٩). النمط الاستهلاكي للأسرة، مجلة الوعي الإسلامي، السنة ٣٦، العدد ٤٠١.

- ٤٧ - سعيد المصري. (٢٠٠٦). ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري، سلسلة قضايا، العدد ١٩، السنة الثانية، يوليو، القاهرة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية.
- ٤٨ - سلطان بلغيث. (٢٠١٠) مظهرات أزمة الهوية لدى الشباب، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص.
- ٤٩ - سليمان ذياب علي الأحمد؛ سليم عودة الزبون. (٢٠٠٩) مفهوم العولمة ومستوى إدراك الطالب الجامعي في الأردن له وعلاقته بالهوية الثقافية والانتماء، مجلة العلوم التربوية، مجلد ١٧، العدد الثالث.
- ٥٠ - سليمان نجم خلف. (١٩٩٨). العولمة والهوية الثقافية: تصور نظري لدراسة نموذج مجتمع الخليج والجزيرة العربية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مجلد ١٦، العدد ٦١.
- ٥١ - سماح خالد عبد القوي زهران. (٢١٠٢). دراسة مقارنة لأثر بعض المتغيرات في تشكيل هوية انتماء طفل الروضة للوطن بعصر العولمة، دراسات الطفولة، مجلد ١٥، العدد ٥٥.
- ٥٢ - سيار الجميل. (٢٠٠٠). العولمة والمستقبل: إستراتيجية تفكير من أجل العرب والمسلمين في القرن الحادي والعشرين، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع.
- ٥٣ - سيد البحراوي. (١٩٩٩). الحداثة التابعة في الثقافة المصرية، سلسلة الهوية، الكتاب الأول، القاهرة، ميريت للنشر والمعلومات.
- ٥٤ - السيد ياسين. (٢٠١٠). الحوار الثقافي العالمي: رؤية عربية لحوار الحضارات، المجلة العربية للثقافة، المجلد ٢٨، العدد ٥٦.
- ٥٥ - السيد ياسين. (٢٠١١). آفاق المعرفة في عصر العولمة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
- ٥٦ - سيلنر فيل. (٢٠٠٠). مدرسة فرانكفورت: نشأتها ومغزاها. وجهة نظر ماركسية، ترجمة: خليل كلفت، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة.
- ٥٧ - شاكر عبد الحميد. (٢٠٠٥). عصر الصورة: السلبيات والإيجابيات، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٣١١، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- ٥٨ - شوقي جلال. (٢٠٠٠). العقل الأمريكي يفكر: من الحرية الفردية إلى مسخ الكائنات، القاهرة، مكتبة مدبولي.
- ٥٩ - شوقي جلال. (٢٠٠٢). الفكر العربي وسوسيولوجيا الفشل، القاهرة، مكتبة مدبولي.

- ٦٠ - صلاح الدين إبراهيم عطية حماد. (٢٠٠٨). أثر العولمة الثقافية على مفهوم المواطنة لدى الشباب الفلسطيني: دراسة استكشافية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، العدد السابع.
- ٦١ - عبد الإله بلقزيز. (١٩٩٨). في البدء كانت الثقافة: نحو وعي عربي متجدد بالمسألة الثقافية، المغرب، الدار البيضاء، دار أفريقيا الشرق.
- ٦٢ - عبد السلام المسدي. (١٩٩٩). العولمة والعولمة المضادة، دن.
- ٦٣ - عبد الغفار مكاي. (١٩٩٣). النظرية النقدية لمدرسة فرانفورت: تمهيد وتعقيب نقدي، حوليات كلية الآداب، الحولية الثالثة عشرة، الرسالة ٨٨.
- ٦٤ - عبد الغني عماد. (٢٠١٧). سوسيولوجيا الهوية: جدلية الوعي والتفكك وإعادة البناء، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- ٦٥ - عبير عيد الدولية. (٢٠١٤). انعكاس الانفتاح الثقافي على قيم المواطنة لدى الشباب الكويتي، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد ١٧.
- ٦٦ - عزمي عاشور. (٢٠٠٧). التحديث، الموسوعة السياسية للشباب، القاهرة، نهضة مصر.
- ٦٧ - علاء زهير عبد الجواد الرواشدة؛ أسماء ربحي خليل العرب. (٢٠٠٩). أسباب ومظاهر الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعي في ضوء العولمة وعلاقتها ببعض المتغيرات، مجلة كلية التربية ببورسعيد، المجلد ٣، العدد ٦.
- ٦٨ - علي أحمد الطراح. (٢٠٠٥). عولمة الاتصال وأثره في تشكيل الهوية الوطنية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد ١١.
- ٦٩ - علي سموك. (٢٠١٢). العولمة وإشكالية الهوية في العالم الإسلامي: مقارنة نقدية، مجلة شؤون اجتماعية، مجلد ٢٩، العدد ١١٥.
- ٧٠ - علي عفيفي. (٢٠٠١). تغير أنماط استهلاك الأغنية في مصر واستهلاك الوعي، أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع: المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، تحرير أحمد مجدي حجازي، القاهرة، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- ٧١ - علي ليلة. (٢٠٠٢). ثقافة الشباب: مظاهر الانهيار ونشأة الثقافات الفرعية، في: دراسات مصرية في علم الاجتماع، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة.

- ٧٢ - علي ليلة. (٢٠٠٨). تحولات الثقافة ومنظومات القيم في مصر، مجلة الديمقراطية، المجلد ٨، العدد ٣١.
- ٧٣ - علي محمد المكاوي. (٢٠٠٢). الاتجاهات النظرية الحديثة في دراسة الثقافة، في: بحوث في الأنثروبولوجيا العربية مهداة إلى أ.د. أحمد أبو زيد، تحرير: ناهد صالح، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، القاهرة، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- ٧٤ - علي محمد رحومة. (٢٠٠٨). علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٣٤٧، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- ٧٥ - عمار عكاش. (٢٠٠٧). قراءة في كتاب الإنسان ذو البعد الواحد لهربرت ماركيز: من القمع السافر إلى الهيمنة، الحوار المتدمن، العدد ٢٠٦٢.
- ٧٦ - عواطف عبد الرحمن. (٢٠٠٢). النظرية النقدية في بحوث الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي.
- ٧٧ - فؤادة البكري. (٢٠١٠). الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، مجلة إضافات، العدد التاسع.
- ٧٨ - فارح مسرحي. (٢٠١٢). الشباب وبناء الهوية في زمن العولمة، مجلة كلية التربية، المجلد الأول، العدد ١٥١.
- ٧٩ - فارح مسرحي. (٢٠١٣). إشكالية الهوية في زمن العولمة، مجلة الحكمة، العدد ١٦.
- ٨٠ - فارني جان بيبير. (٢٠٠٣). عولمة الثقافة وأسئلة الديمقراطية، ترجمة: عبد الجليل الأزدي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- ٨١ - فاطمة الزهراء إبراهيم مصطفى رضوان. (٢٠١٢). الإرشاد بالواقع للتخفيف من أزمة الهوية لدى الشباب الجامعي، مجلة القراءة والمعرفة، العدد ١٣٤.
- ٨٢ - فاطمة محمد أمين العمري، (٢٠١٣) أثر الخطاب العولمي الاقتصادي على الهوية اللغوية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٤٠، العدد الثالث.
- ٨٣ - فتحي عبد الفتاح. (٢٠٠١) صناعة الغد بين العلم والخرافة، سلسلة الأعمال الخاصة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.

- ٨٤ - فضل إبراهيم عبد الصمد. (٢٠٠٥). ارتباك الهوية الثقافية في علاقته ببعض الأعراض المرضية لدى عينة من الشباب الجامعي، المؤتمر السنوي الثاني عشر للإرشاد النفسي بجامعة عين شمس: الإرشاد النفسي من أجل التنمية في عصر المعلومات، المجلد الأول، القاهرة.
- ٨٥ - فضل المولى عبد الرضي الشيخ؛ صلاح الدين فرح عطا الله. (٢٠٠٩). أساليب مواجهة أزمة الهوية لدى طلبة الجامعات، مجلة شؤون اجتماعية، المجلد ٢٦، العدد ١٠٢.
- ٨٦ - مارتين عبد الله بريتساي. (٢٠٠٣). التربية والتداخل الثقافي، ترجمة: جورجيت الحداد، بيروت، عويدات للنشر والطباعة.
- ٨٧ - ماهر الضبع، (٢٠٠٦) العولمة وقضايا الهوية الثقافية، الكتاب الأول، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة.
- ٨٨ - مايك فيذرستون. (١٩٩١). الثقافة الاستهلاكية والاتجاهات الحديثة، ترجمة: محمد عبد الله المطوع، بيروت، دار الفارابي.
- ٨٩ - مثنى مشعان المزروعى، رعد حميد توفيق البياتي. (٢٠١٢) العولمة الثقافية وصراع الهويات في المجتمعات العربية: دراسة جيو إعلامية، مجلة شؤون اجتماعية، مجلد ٢٩، العدد ١١٥.
- ٩٠ - محسن خضر. (٢٠٠٦). استجابة التربية العربية لتحولات الهوية الثقافية تحت ضغوط العولمة، مجلة كلية التربية، المجلد الأول، العدد ٣٠.
- ٩١ - محمد باقر النجار. (٢٠١٣). العمالة الأجنبية وقضايا الهوية في الخليج العربي، مجلة عُمران للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد الأول، العدد ٣.
- ٩٢ - محمد بن عبد الله المطوع. (١٩٩٦). الثقافة الاستهلاكية في مجتمع الإمارات، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، السنة ٢١، العدد ٨٠.
- ٩٣ - محمد الجوهري. (٢٠٠٢). التراث والتغير الاجتماعي: نحو إطار نظري، في: تقارير بحث التراث والتغير الاجتماعي، الكتاب الأول، الإطار النظري وقرارات تأسيسية، محمد الجوهري، حسن حنفي (محرران)، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، القاهرة، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- ٩٤ - محمد الجوهري. (٢٠٠٢). العولمة والهوية، في: تقارير بحث التراث والتغير الاجتماعي، الكتاب الأول: الإطار النظري وقرارات تأسيسية، محمد الجوهري، حسن

حنفي (محرران)، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، القاهرة، كلية الآداب، جامعة القاهرة.

٩٥ - محمد حامد زهران. (٢٠٠٨). الهوية الثقافية و نظام القيم لدى شباب الجامعة: دراسة سيكومترية كLINIكية، المؤتمر الدولي الأول العلمي الخامس عشر، إعداد المعلم وتنميته: آفاق التعاون الدولي واستراتيجيات التطوير، المجلد الرابع، القاهرة.

٩٦ - محمد سعيد طالب. (٢٠٠٠). الثقافة المقهورة والثقافة المنتصرة، دمشق، الدار الوطنية الجديدة.

٩٧ - محمد شكري سلام. (٢٠٠٣). ثورة الاتصال والإعلام: من الأيديولوجيا إلى الميديولوجيا، نحو رؤية نقدية، مجلة عالم الفكر، المجلد ٣٢، العدد الأول.

٩٨ - محمد صايل نصر الله الزبيد. (٢٠٠٧) تأثير العولمة على الثقافة العربية، كلية العلوم التربوية، عمان، الجامعة الأردنية.

٩٩ - محمد عابد الجابري. (١٩٩٨). العولمة والهوية الثقافية، في كتاب العرب والعولمة، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

١٠٠ - محمد عابد الجابري. (١٩٩٩). المسألة الثقافية في الوطن العربي، سلسلة الثقافة القومية (٢٥)، قضايا الفكر العربي (١)، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

١٠١ - محمد عمارة. (٢٠١٤). إشكالية الهوية في الدستور، مجلة الديموقراطية، مجلد ١٤، العدد ٣٥.

١٠٢ - محمد منيف العجمي. (٢٠١٢). عولمة الثقافة وآثارها على الشباب: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الكويت مستخدمي الإنترنت، المجلة العلمية لكلية آداب دمياط، العدد الأول.

١٠٣ - محمد ياسر الخواجه. (٢٠٠٠). العولمة وثقافة الاستهلاك: دراسة ميدانية في قرية مصرية، مجلة كلية الآداب، العدد ١٣.

١٠٤ - محمد ياسر الخواجه. (٢٠٠٩). العولمة وثقافة الاستهلاك: دراسة ميدانية في قرية مصرية، طنطا، دار ومكتبة الإسراء للطباعة والنشر والتوزيع.

١٠٥ - محمد يوسف محمد خضر. (٢٠١٣). الحفاظ على الهوية الإسلامية و أثره في النهوض بالأمة الإسلامية، حولية مركز البحوث والدراسات الإسلامية، العدد ٣٩.

١٠٦ - محمود عرابي. (٢٠٠٦). تأثير العولمة على ثقافة الشباب، القاهرة، الدار الثقافية للنشر.

- ١٠٧ - محمود محمود النيجيري. (١٩٩١). الأمن الثقافي العربي: التحديات وآفاق المستقبل، الرياض، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب.
- ١٠٨ - مرزوق بدوي. (٢٠١٤). الهوية والانتماء في قصص الأطفال في الأدب الفلسطيني الحديث، مجلة جامعة النجاح للعلوم الإنسانية، مجلد ٢٨، العدد ٣.
- ١٠٩ - مصطفى مرتضى. (٢٠١١). العولمة وثقافة الاستهلاك لدى الشباب الجامعي: دراسة اجتماعية ميدانية، حوليات آداب عين شمس، عدد خاص.
- ١١٠ - معن خليل العمر. (٢٠٠١) معجم علم الاجتماع المعاصر، عمان، دار الشروق.
- ١١١ - معن خليل العمر. (٢٠٠٤). التغير الاجتماعي، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.
- ١١٢ - منى السيد حافظ عبد الرحمن. (٢٠١٢). الأبعاد الثقافية في دراسة الاستهلاك مع إشارة خاصة للدراسات العربية: رؤية سوسيولوجية واستشرافه مستقبلية، حوليات آداب عين شمس، مجلد ٤٠.
- ١١٣ - منى محمد قاسم محمد. (٢٠٠٣). نمو الهوية لدى طلاب الجامعة: دراسة طولية، مجلة كلية التربية بالإسماعيلية، العدد الثالث.
- ١١٤ - نبيل راتب. (٢٠٠٧) الغيبوبة العربية، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر.
- ١١٥ - نبيل صالح وافي. (٢٠٠٩). مفهوم الهوية في ظل أزمة الهوية الثقافية الواحدة، مجلة شؤون العصر، مجلد ١٣، العدد ٣٤.
- ١١٦ - نبيل علي. (٢٠٠١). الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٢٦٥، يناير، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والعلوم والآداب.
- ١١٧ - نسمة البطريق. (٢٠٠٧). الإعلام وصناعة القول: التلفزيون نموذجاً، الموسوعة السياسية للشباب، القاهرة، نهضة مصر.
- ١١٨ - هانس بيتر مارتين؛ هارالد شومان. (١٩٩٨). فخ العولمة: الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية، ترجمة: عدنان عباس علي، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٢٣٨، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والعلوم والآداب.
- ١١٩ - هاني خميس. (٢٠٠٢). النظرية النقدية وأزمة علم الاجتماع: دراسة تحليلية لكتابات مدرسة فرانكفورت، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، مصر.

- ١٢٠ - هاني خميس. (٢٠٠٥). صناعة الثقافة وتشكيل الوعي الإنساني، مجلة فصول، العدد ٦٧.
- ١٢١ - هويدا عدلي. (٢٠٠٧). الشباب العربي والهوية والعولمة: جدليات القبول والرفض، مجلة شؤون عربية، العدد ١٣٢.
- ١٢٢ - وسيم نادي ميخائيل. (٢٠٠١). العولمة والثقافة المحلية، المؤتمر العلمي الثالث، مجلة التربية والثقافة في عالم متغير، مجلد ٢.

- 123-Adorno,Theodor, Horkheimer, Max (1993) *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*, New York: Continuum, Originally published as *Dialektik der Aufklärung*, 1944.
- 124-Alvi, Fauzia Saleem (2014) Consumer Culture: An Analysis in a Socio - Cultural and Political Frame, *South Asian Studies* (1026-678X). Jan-Jul, Vol. 29 Issue 1, University of the Punjab, Pakistan.
- 125-Arnett, J.J.(2002) The Psychology of Globalization. *American Psychologist*, Vol, 57(10).
- 126-Akopyan, K. Z (2014) Culture Globalization, *Value Inquiry Book Series*, Vol. 276, Amsterdam Netherlands.
- 127-Chrisman, Robert (2013) Globalization and the Media Industry, *Black Scholar*, Vol. 43 Issue 3, Paradigm Publishers, United States of America.
- 128-Crocetti, Elisabetta, Erentait, Rasa (2014) Identity Styles, Positive Youth Development, and Civic Engagement in Adolescence, *Journal of Youth & Adolescence*. Nov, Vol. 43, Issue 11, Springer Science, Netherlands.
- 129-Crocetti, Elisabetta, Avanzi, Lorenzo (2014) Personal and Social Facets of Job Identity: A Person-Centered Approach, *Journal of Business & Psychology*. Jun2014, Vol. 29, Issue 2, Springer Science, Netherlands.

- 130-Doku, Paul Narh (2011) Identity: Globalization, culture and psychological functioning, *International Journal of Human Sciences, Jul-Dec, Vol. 8, Issue 2*, Turkey.
- 131-Ellison, Nick (2013) Citizenship, *space and time: Engagement, identity and belonging in a connected world*, Thesis Eleven. Oct2013, Vol. 118 Issue 1, Sage Publications, Ltd, United Kingdom.
- 132-Eschen, Von, Penny M (2006) Globalizing Popular Culture in the "American Century" and Beyond, *OAH Magazine of History, Vol. 20, Issue 4*, Oxford University Press.
- 133-Francisco, De La Rosa, J. U (2012) Trans-African Identity: Cultural Globalization and the role of the Symbolic-aesthetic Dimension in the Present Identity Construction Process, *Western, Journal of Black Studies, Vol. 36, Issue 3*, Washington State University.
- 134-Freyenhagen, Fabian (2014) Adorno's politics: Theory and praxis in Germany's 1960s, *Philosophy & Social Criticism, Vol. 40, Issue 9*, Sage Publications, Ltd, United Kingdom.
- 135-Grant, Brian (2011) The Commodification Of Culture And Its Implications For The Television Industry: An Examination Of The Culture Industry Thesis, <http://barneygrant.tripod.com/cultureindustry.htm>,4-1-2011.
- 136-Hopkins, Nick, Blackwood, Leda (2011) Everyday citizenship: Identity and recognition, *Journal of Community & Applied Social Psychology, Vol. 21, Issue 3*, John Wiley & Sons, Inc, United States of America.
- 137-Honneth, Axel (2013) Herbert Marcuse and the Frankfurt School, *Radical Philosophy Review (Philosophy Documentation Center)*,

- Vol. 16*, Issue 1, Philosophy Documentation Center, United States of America.
- 138-Liu,Kang (2013) The Frankfurt School and Chinese Marxist Philosophical Reflections Since the 1980s, *Journal of Chinese Philosophy*,*Vol. 40*, Issue 3/4, Wiley-Blackwell, United Kingdom.
- 139-Merrilees, Christine E, Cairns, Ed (2013) Social Identity and Youth Aggressive and Delinquent Behaviors in a Context of Political Violence, *Political Psychology*, *Vol. 34*, Issue 5, Wiley-Blackwell, United Kingdom.
- 140-Nsamenang, B.(2002) Adolescence in sub- saharan Africa: An image Constructed From Africa's triple Inheritance. In B.B.Brown, R. Larson, & T.S. Saraswathi (Eds), *The world's youth: Adolescence in eight regions of the globe* (PP:61-104). New York: Cambridge University press.
- 141-Nasser, S. (2014) Cultural Identity and Globalization, *Value Inquiry Book Series*, *Vol. 276*, Amsterdam Netherlands.
- 142-Pembeciolu,Nilüfer (2012) Building Identities: Living in the Hybrid Society, *Scientific Journal of Humanistic Studies*, *Vol. 4*, Issue 7, Cormos Gratian, Romania.
- 143-Rodríguez-Ferrándiz, Raúl (2014) Culture Industries in a Postindustrial Age: Entertainment, Leisure, Creativity, Design, *Critical Studies in Media Communication*, *Vol. 31*, Issue 4, Taylor & Francis Ltd, United Kingdom.
- 144-Rayman, Joshua (2014) Dialectics of Exile: Adorno, Mann, and the Culture Industry, *Monatshefte Journal*,*Vol.106*, Issue 3, University of Wisconsin Press, United States of America.

Culture Industry in The Age of Globalization: A Field Study to Analyze its Impact in Changing The Features of Cultural Identity for Egyptian Youth

Abstract:

Our current study was to examine the modern subject of the research agenda in Economic Sociology, reflected research on the economic aspects of cultural issues, especially those related to the industry and the promotion of Western-style cultural models, in terms of the culture industry, the process that transformed the culture to the industry by allowing of the dominant forces on the wealth of production and the formulation and dissemination of meanings, And started the study towards achieving four goals: First, cared monitor the impact of the culture industry in the fragmentation of identity in terms of freedom from the values and alienation and metamorphosis personal, II: cared to stand on the impact of the culture industry on the reduction of cultural meanings and values inherent in terms of inward deformation cultural meanings sober, third: to identify the impact of the culture industry to change the shape and features of belonging among Egyptian youth and the trend towards the symbolic affiliation, IV: detection of the effect of the culture industry to promote consumer tendencies where the conversion of social life to a commodity. The field study was conducted on a sample of youth at the Cairo University, was its size (240) individual aged between 17 and 24 years. The study found that the culture industry contributed through its mechanisms and programs, contents and technologies in shaping the cultural identity of the youth of the liberal values, each receptive Western cultural values that carry the seeds of ideological extremism, terrorism and insurgency and violence.

Author:**Dr. Sherif Mohamed Awad**

- Ph.D in sociology, Dissertation Title "social Impacts of inflation on some Categories of Egyptian society, Department of Sociology, Faculty of Arts, Cairo University, 2008.
- First Undersecretary of the Ministry of Culture - Head of the Central Department for Branches and Cultural Committees at the Supreme Council of Culture.
- Associate Prof in Department of Sociology, Faculty of Arts, Cairo University.

Publications**A. Books;**

- 1 - Introduction to Sociology of future, the first edition, Dar Al-Nasr, Cairo, 2009. (partnership).
- 2 - Economic Sociology: concepts and issues, El Zamem library, Cairo, 2011.
- 3 - Social Planning: principles and concepts, El Zamem library, Cairo, 2012.
- 4 - Social Evaluation for projects: principles and concepts, El Zamem library, Cairo, 2012.
- 5 - Youth and Information Society; Study in automated sociology, El Zamem library, Cairo, 2013.
- 6 - Research Methods In the social sciences: concepts, tools, design, El Zamem library, Cairo, 2013.
- 7 - contemporary trends and Applied Studies in Economic Sociology, El Zamem library, Cairo, 2014.
- 8 - Applied Sociology: Topics and Fields, Al-Zaeem Library for Publishing and Distribution, Cairo, 2017.

B. Articles

- 1 - Muhammad Ali and social transformations in Egypt, an Egyptian magazine conditions, eighth year, No. 30, Center for Political and Strategic Studies in Al-Ahram, Cairo, 2005.
- 2 - Professional inheritance in Egypt: a socio historical analysis, the conditions of Egyptian magazine, No. 35, the ninth year, the Center for Political and Strategic Studies in Al-Ahram, Cairo, 2007.
- 3 - Role of the qualifying training in empowering young people to employment opportunities: a case study FGF, Arab Journal of Sociology, Volume III, in January, 2009.
- 4 - narrated the poor: Photos of speech the daily life of the poor in the Egyptian society, the work of the Seventh International Conference of the Department of French Language and Literature: storytelling folk between operative and literature written heritage, Al Ain Publishing House .2009.
- 5 - Role of NGOs in changing traditional work culture: a field study in Eldakhla of the New Valley, the work of the fifteenth Annual Conference, Department of Sociology, Faculty of Arts, Cairo University, 2009.
- 6 - social determinants of savings among middle-class segments in Giza governorate attended: socio economic analysis, Journal of the Faculty of Arts, Cairo University, October, 2010.
- 7 - Social and Economic Variables Affecting Consumer Decision Making in the Egyptian Family: An Empirical Study, Hermes Magazine, Center for Languages and Translation, Cairo University, 2017.
- 8 - New Media and the Industry of Development Sustainability Thought: An Analytical Vision, 2nd International Conference of the Faculty of Media, Faculty of Media and Communication Technology, South Valley University, 2018.
- 9 - The role of businessmen associations in the economic empowerment of youth from job opportunities: a field study on a sample of beneficiaries of Sawiris Foundation for Social Development, Journal of the Faculty of Arts, January issue, Cairo University, 2019.

Monograph 532

**Culture Industry in
The Age of Globalization:
A Field Study to Analyze
its Impact in Changing
The Features of Cultural
Identity for Egyptian Youth**

Dr. Sherif Mohamed Awad Ph.D.

**Department of Sociology - Faculty of Arts
Cairo University.**

عزيزي القارئ:

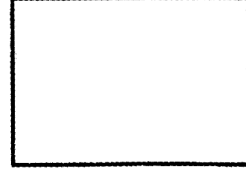
يسر أسرة تحرير حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية أن ترحب بكم وتتقدم لكم بأطيب التحيات، شاكرين لكم سلفاً تعاونكم من أجل تطوير الحوليات؛ وذلك من خلال إجاباتكم عن هذه الأسئلة:

- ١ - العمر: سنة
- ٢ - الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
- ٣ - بلد الإقامة: ☐ الكويت ☐ خارج الكويت (اذكر)
- ٤ - التعليم: ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ ماجستير ☐ دكتوراه
- ٥ - طبيعة المهنة: ☐ أكاديمي ☐ إداري ☐ مهني ☐ أخرى (وانكرها) ...
- ٦ - مواضيعك المفضلة: ☐ أدبية ولغوية ☐ سياسية ☐ اجتماعية ونفسية ☐ تاريخية ☐ ثقافية ☐ أخرى (وانكرها) ...
- ٧ - كيف تحصل على الحوليات؟ ☐ شراء ☐ اشتراكاً ☐ استعارة ☐ لا
- ٨ - هل تصلك الحوليات في الوقت المناسب؟ ☐ نعم ☐ لا
- ٩ - رأيك في حجم الحوليات؟ ☐ كبير ☐ متوسط ☐ صغير
- ١٠ - كيف ترى موضوعات الحوليات؟ ☐ متنوعة ☐ غير متنوعة
- ١١ - ما الطابع العام للحوليات من وجهة نظرك؟ ☐ لغوي ☐ اجتماعي ☐ تاريخي ☐ جغرافي ☐ متنوع
- ١٢ - هل تقرأ الحوليات بانتظام؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٣ - هل تقرأ الحوليات فقط إذا كان موضوعها له علاقة بتخصصك؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٤ - هل تقرأ الحوليات فقط إذا كنت ستستعين بمادتها كمرجع لبحث؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٥ - هل تحتفظ بالحوليات بعد قراءتها؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٦ - اقتراحاتك لتطوير الحوليات وتطوير خدماتها للقارئ:

.....

.....

.....



حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية
مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت
ص. ب: 17370 الخالدية
الكويت 72454
دولة الكويت

البريد الجوي
BY AIR MAIL
PAR AVION

تحت رعاية كريمة من سمو ولي العهد الشيخ
نواف الأحمد الجابر الصباح
تنظم الأمانة العامة للأوقاف دولة الكويت
مُسَابَقَةُ الْكُتُبِ الدَّارِ السَّابِقَةِ الْوَقْفِ
Kuwait International Contest on Waqf Researches

الدورة الحادية عشرة
(١٤٣٩ - ١٤٤٠هـ / ٢٠١٨ - ٢٠١٩م)
إدارة الدراسات والعلاقات الخارجية



موضوعات المسابقة الحادية عشرة:

الموضوع الأول: الوقف ودوره في حفظ الاستثمارات للأجيال القادمة.

الموضوع الثاني: دور المؤسسات الوقفية (الإكومية - الأهلية) في العمل الإغاثي.

شروط التقديم لمسابقة الكويت الدولية لأبحاث الوقف.

أولاً، الشروط العامة للمسابقة:

١. يحق للباحثين: الأفراد أو المجموعات أو المؤسسات العلمية المشاركة في المسابقة.

٢. تقدم الأبحاث بأحدى اللغات الثلاث (العربية، الإنجليزية، الفرنسية)، بشرط أن يكون البحث مصحوباً بترجمة كاملة إلى العربية.

٣. ألا يقل البحث عن (٩٠) صفحة ولا يتجاوز (١٠٥) صفحات.

٤. الالتزام بشروط البحث العلمي مع مراعاة المنهج النقدي، ومناقشة وجهات النظر المختلفة حول موضوع البحث مع التوثيق العلمي للآراء وفقاً للقواعد المتعارف عليها.

٥. المعايير الأساسية لتحكيم الأبحاث هي: سلامة المنهج العلمي، وتسلل الأفكار، ووضوح العرض، والقدرة على ربط النتائج بالقياسات، وسلامة لغة البحث.

٦. يحق للأمانة العامة للأوقاف سحب أي من الجوائز إذا لم ترق الأبحاث المقدمة إلى المستوى المطلوب، وهي غير ملزمة برد الأبحاث التي تسلمها سواء أكانت فائزة أم غير فائزة.

٧. يحق للأمانة العامة للأوقاف سحب الجائزة من الأبحاث الفائزة التي يتبين مخالفتها للقواعد العلمية.

٨. للأمانة العامة للأوقاف حق نشر الأبحاث الفائزة، والاستفادة منها بالطرق التي تراها ملائمة.

٩. الأبحاث التي تخالف الشروط السابقة لا تدخل تحكيم المسابقة.

١٠. ألا يكون البحث قد سبق أن حصل على جائزة أخرى أو على شهادة علمية. ويحق للأمانة العامة للأوقاف سحب قيمة الجائزة.

إذا اكتشفت أن البحث الفائزة قد نشر سابقاً أو قدم إلى جهة أخرى لعرض آخر أو مستلاً من رسالة علمية.

١١. لا يحق لمن فاز في إحدى دورات المسابقة أن يشارك في الدورة التي تليها مباشرة.

١٢. لا يحق للفائزين نشر أبحاثهم الفائزة بأنفسهم أو التصرف فيها للغير إلا بموافقة خطية من الأمانة العامة للأوقاف.

١٣. تقدم الأبحاث مطبوعة على الكمبيوتر بحجم ورق A4 وفقاً للتخطيط الممتد للصفحة الذي هو على النحو الآتي:

أ- هوامش الصفحة: - الفراغ أعلى وأسفل: ٥٤، ٢٠ سم. - الفراغ يمين ويسار: ٢٠ سم.

ب- الخط في المتن: - نوعية الخط Traditional Arabic - حجم الخط 18 Bold لتأويلين 16 للكتابة.

ج- الخط في الهامش: - نوعية الخط Traditional Arabic - حجم الخط 11 - المسافة بين الأسطر single

د- المسافة بين الأسطر single

١٤. يرفق مع البحث السيرة الذاتية لصاحبه + صورة شخصية.

١٥. تقدم أصول الأبحاث في موعد أقصاه ٢٧ رمضان ١٤٤٠هـ الموافق ٢٠١٩/٥/٢١م.

ثانياً، توثيق المصادر والإحالات المرجعية:

يتم توثيق الإحالات المرجعية وفق الآتي:

أ) الرموز المعتمدة:

اعتماد بعض الرموز في ثنايا البحث، وهي:

[...] : التي تدل على أن هناك كلاماً تم حذفه من النص الأصلي.

[] : التي تدل على أن الكلام الموجود بداخل المقوسات إنما هو إضافة من عند الباحث.

(م. س) : في الهوامش وتعني: مرجعاً سابقاً.

(م. ن) : في الهوامش وتعني: المرجع نفسه.

ب) توثيق المصادر والمراجع:

ويكون على النحو الآتي:

١- توثيق الكتب والكتيبات:

إذا وردت لأول مرة، فسيتم ذكر عنوانها ومؤلفها، ودار النشر أو الطبع، ومكانها، وعدد الطبع، وسننها، ثم رقم الصفحة. وإذا وردت فيها بعد، فيتم ذكر اسم الكتاب، والمؤلف مع وضع رمز (م. س)

ثم رقم الصفحة: أو وضع رمز (م. ن) ورقم الصفحة إذا ورد بعد مباشرة مرة ثانية في مكان الرمز السابق، وإن تكرر وروده بكثرة فيتم الاستغناء عن ذكر (م. س).

٢- توثيق النشرات:

إذا وردت للمرة الأولى، فيتم ذكر عنوانها، وتاريخ حدوثها، والرامي أو المنظم لها (إن وجد)، ثم عنوان البحث المقدم، واسم صاحبه، ورقم الصفحة: وإن كان تدخلاً أو تعقيباً فيذكر اسم صاحبه ورقم الصفحة. وفي حالة ورود الفتوة فيها بعد، فيذكر اسمها وعنوان الموضوع أو البحث مع اسم صاحبه ورقم الصفحة: وإن كان تدخلاً أو تعقيباً فاسم صاحبه بالإضافة لرقم الصفحة من دون

نسيان وضع رمز (م. س) قبل رقم الصفحة أو وضع رمز (م. ن) إن ورد المرجع نفسه مباشرة مرة ثانية في مكان الرمز السابق.

٣- توثيق المجلات أو الدوريات:

إذا وردت للمرة الأولى، فيتم إيراد اسم المجلة أو الدورية وعندها وتاريخ صدورها، ثم عنوان الموضوع واسم صاحبه ورقم الصفحة. وإن وردت فيما بعد، فيذكر اسمها وعندها ثم عنوان الموضوع (وقد يتم اختصاره إذا كان طويلاً) واسم صاحبه، مع وضع رمز (م. س) ورقم الصفحة: أو رمز (م. ن) إن ورد المرجع نفسه مباشرة مرة ثانية. وفي حالة ما إذا كان الموضوع مختلفاً فيتم ذكر عنوانه واسم صاحبه ثم رقم الصفحة.

٤- توثيق الجرائد:

إذا وردت الجريدة لأول مرة، فيذكر اسمها وعندها وتاريخها، ثم عنوان المقال واسم صاحبه ورقم الصفحة ورقم العمود (في غالب الأحيان). وإن وردت فيما بعد، فيتم إيراد اسمها وعدد

مع عنوان المقال واسم صاحبه ووضع رمز (م. س) ثم رقم الصفحة والعمود، أو وضع رمز (م. ن) في مكان الرمز السابق إن ورد المرجع نفسه مرة ثانية مباشرة. مع إحداث التعديلات اللازمة في حالة اختلاف المقال والكتاب ورقم الصفحة.

٥- توثيق المواقع الإلكترونية:

إذا ورد الموقع الإلكتروني لأول مرة فيذكر عنوان البحث أو المقال أو غير ذلك، ثم اسم المؤلف، وعنوان الموقع الإلكتروني، ووقت أخذ المعلومة من الموقع (باليوم والساعة والدقيقة).

ثالثاً، إجراءات التقديم للمسابقة:

١) الحصول على نسخة من الكتيب التتريفي لموضوعات المسابقة، وعناصريها الاسترشادية من خلال الموقع الإلكتروني للأمانة العامة للأوقاف:

<http://www.awqaf.org.kw>

٢) ترسل الأبحاث للأمانة العامة للأوقاف بدولة الكويت، مرفقاً بها نموذج الاشتراك والسيرة الذاتية على النحو الآتي:

أ- إلكترونيًا: على البريد الإلكتروني لإدارة الدراسات والعلاقات الخارجية:

serd@awqaf.org

ب- بريديًا: بإرسال نسخة ورقية مع قرص مضغوط على العنوان الآتي:

مسابقة الكويت الدولية لأبحاث الوقف

إدارة الدراسات والعلاقات الخارجية

الأمانة العامة للأوقاف

الدسمية - قطعة ١ - شارع حدود الرقبة

ص ب ٤٨٢ الصفاة ١٣٠٠٥ دولة الكويت.

٣) مزيد من المعلومات حول المسابقة يرجى الاتصال على هاتف:

(الرمز الدولي ٠٠٩٦٥)

٢٢٠٦٥٤٥٩-٢٢٠٦٥٤٤٨-٢٢٠٦٥٤٤٨

فاكس: ٢٢٥٤٢٥٢٦ (٠٠٩٦٥)

رابعاً، جوائز المسابقة:

تقدم جوائز نقدية قيمة للفائزين في كل موضوع على حدة.

إصدار شهري

« تصدر مؤقتاً كل ثلاثة أشهر »

نعرض بشؤون الأنظمة والمحاماة



أهداف المجلة :

- * طرح ومعالجة شتى قضايا العصر ذات الطابع الشرعي والقانوني مع التركيز على إبراز الفقه الإسلامي وتبيان تميزه وشموليته في معالجة تلك القضايا .
- * أن تكون ساحة إعلامية لنوي الإختصاص الشرعي والقانوني يقدمون من خلالها البحوث والدراسات ، فضلاً عن التحقيقات الصحفية المتميزة ذات العلاقة .
- * نشر الوعي بأهمية المحاماة ، وحاجة الناس إليها والتأكيد على أن المحاماة علم ، وفن ، ورسالة .

دعوة للمشاركة :

- * يسر « المحامي » دعوتكم للمساهمة عبر صفحاتها في كل الشؤون الشرعية والقانونية من بحوث ودراسات ومقالات أو تحقيقات .
- * تقدم المجلة مكافأة عن المقالات والمواضيع التي تقبلها للنشر .

رئيس التحرير :

المحامي / طارق المزني

سكرتير التحرير :

حسين العسكر

مسؤول اشتراكات :

خالد يسر

الهيئة الاستشارية :

فضيلة الشيخ / عبد الله البسام

فضيلة الشيخ / مصطفى الزرقا

فضيلة الشيخ / سعد البريك

سعادة الدكتور / سعود الدريب

سعادة الأستاذ / عبدالله السبهان

سعادة الدكتور / عبدالفتاح خضر

سعادة المستشار / أحمد منير فهمي

الاشتراكات: المملكة العربية السعودية : ١٠٠ ريال في السنة (للأفراد والمؤسسات)

الدول الأخرى : ٢٧ دولار أمريكي (للأفراد والمؤسسات)

تدفع الاشتراكات باسم المجلة ، بشيك مسحوب على أحد المصارف السعودية أو بتحويل مصرفي باسم رئيس التحرير : حساب رقم ٥٦٤٩/١ - شركة الراجحي المصرفية للاستثمار - الرياض - فرع الروضة .

توجه جميع المراسلات إلى رئيس التحرير : ص . ب ٦٨٧٤ الرياض (١١٤٥٢)

هاتف : ٤٦٥٢٧٢٥ (٩٦٦١) / فاكس : ٤٦١٣١٥٢ (٩٦٦١)

مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية



مجلة علمية فصلية محكمة تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت
صدر العدد الأول منها في يناير عام 1975م

رئيس التحرير

أ. د. بنیان سعود تركي

ترحب المجلة بنشر البحوث والدراسات العلمية المتعلقة بشؤون
منطقة الخليج والجزيرة العربية في مختلف المجالات العلمية.

ومن أبوابها

- البحوث العربية.
- البحوث الإنجليزية.
- عرض الكتب ومراجعتها.
- البيبلوجرافيا العربية.
- البيبلوجرافيا الإنجليزية.
- ملخصات الرسائل الجامعية.
- (ماجستير - دكتوراه).
- التقارير: مؤتمرات - ندوات

الاشتراكات

ترسل قيمة الاشتراك مقدماً بشيك لأمر - جامعة الكويت
مسحوب على أحد المصارف الكويتية

داخل دولة الكويت : للأفراد : 3 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً
الدول العربية : للأفراد : 4 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً
الدول الغير عربية : للأفراد : 4 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً

توجه جميع المراسلات باسم رئيس تحرير مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية

ص.ب: 17073 الخالدية - الرمز البريدي: 72451 الكويت

تلفون: 24984067 - 24984066 - 24833215 - فاكس: +965 24833705

E-mail: jgaps@ku.edu.kw - jgaps.ku@gmail.com

<http://www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/jgaps>

تفهرس المجلة وملخصاتها ونصوصها في قواعد البيانات والمعلومات التالية:

EBSCO Publishing Products

دار المنظومة: www.mandumah.com

الرقم الدولي للمجلة: 0254 - 4288 ISSN



لجنة التأليف والتعريب والنشر



جامعة الكويت مجلس النشر العلمي

تشكلت لجنة التأليف والتعريب
والنشر - التابعة لمجلس النشر
العلمي بجامعة الكويت
في عام 1976.

* أهداف اللجنة :

- 1- توسيع دائرة النشر العلمي بمختلف التخصصات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في جامعة الكويت.
- 2- إثراء المكتبة الكويتية بالكتب والمؤلفات العلمية والتخصصية والثقافية وكتب التراث الإسلامي باللغات العربية والأجنبية.
- 3- دعم وتنشيط عملية التعريب التي تعد من الأهداف الرئيسية التي انعقد عليها الإجماع العربي.

* مهام اللجنة :

طبع ونشر المؤلفات العلمية والدراسية والأكاديمية والكتب الجامعية (Text Book). والمترجمة لأعضاء هيئة التدريس التي يرغب أصحابها في نشرها على نفقة الجامعة. ويراعى التوازن في نشر هذه المؤلفات بحيث تغطي مختلف الاختصاصات في الكليات الجامعية.

توجه جميع المراسلات باسم رئيس اللجنة على العنوان التالي:

لجنة التأليف والتعريب والنشر/ جامعة الكويت

ص.ب: 28301 الصفاة 13144 - دولة الكويت

تلفون: 24984566 - 24984571 (965)

البريد الإلكتروني: atpc@ku.edu.kw

الموقع على الإنترنت: www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/atpc

مجلة فصلية أكاديمية

محكمة تعنى بنشر البحوث

والدراسات القانونية والشرعية

تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

مجلة الحقوق



رئيس التحرير

الدكتور/ فيصل عبدالله الكندري



صدر العدد الأول في
يناير ١٩٧٧

الاشتراكات

الأفراد	في الكويت	في الدول العربية	في الدول الأجنبية
٣ دنانير	٤ دنانير	١٥ دولاراً	
المؤسسات	١٥ ديناراً	١٥ ديناراً	٦٠ دولاراً



توجه جميع المراسلات إلى رئيس التحرير على العنوان الآتي:

مجلة الحقوق - جامعة الكويت ص.ب: ٦٤٩٨٥ الشويخ - ب 70460 الكويت

تلفون: ٢٤٨٣٥٧٨٩ - ٢٤٨٤٧٨١٤ فاكس: ٢٤٨٣١١٤٣

E.mail: jol@ku.edu.kw

عنوان المجلة في شبكة الإنترنت <http://www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/jol>

ISSN 1029 - 6069



التعاون Attaawun

رئيس التحرير
الدكتور مرزوق بشير مرزوق

صدر العدد الأول

في ربيع الآخر ١٤٠٦ هـ — يناير ١٩٨٦ م

— تقبل الدراسات والبحوث والمقالات ذات الصلة المباشرة بقضايا دول
مجلس التعاون في جميع المجالات السياسية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية
والإعلامية سواء كانت مكتوبة باللغة العربية أو الإنجليزية .
— تشمل على بحث أو دراسة رئيسية إضافة إلى الأبواب الثابتة الأخرى تحت
عنوان : بحوث — آراء ووجهات نظر / تقارير / وثائق / عرض كتب /
يوميات مجلس التعاون / بيلوغرافيا مجلس التعاون / إحصاءات مجلس التعاون

يحررها نخبة من الباحثين والمختصين
يمنح المشاركون مكافأة مالية وفق نظام المكافآت الخاصة بالمجلة

توجه جميع المراسلات الى : رئيس التحرير — مجلة التعاون

ص . ب : ٧١٥٣ — الرياض : ١١٤٦٢

هاتف : ٤٨٨٠٤١٢ (٩٦٦١)

فاكس : ٤٨٢٩١٠٩ (٩٦٦١)

Email : attaawun@gcc-sg.org

KUWAIT JOURNAL OF SCIENCE

An International Journal of the Kuwait University

ISSN 2307 - 4108

A refereed Journal publishes original research in various fields of Basic and Applied Sciences and also Computer Sciences. The Journal is published three times a year by the Academic Publication Council (APC) Kuwait University.

The Journal is indexed and abstracted by major publishing houses such as Chemical Abstract, Science Citation Index Expanded, Mathematical Reviews, SCOPUS, zbMATH, Current Contents, Mathematics Abstract, Microbiological Abstracts, Directory of Open Access Journals (DOAJ) etc.

Annual Subscription

Inside Kuwait:	3 KD 15 KD	for individuals. for establishments
Arab Countries:	4 KD 15 KD	for Individuals. for establishments
Other Countries:	15 US\$ 60 US\$	for Individuals. for establishments

Index to KUWAIT JOURNAL OF SCIENCE is available from the Academic Publication Council, Kuwait University.

All Correspondence and Manuscripts directed to:
Professor Mohammad Afzal, Editor-in-Chief
P.O.Box 17225, Khaldiya 72453, KUWAIT
Tel: (+965) 2481 6261, 2498 4414, 2498 4625, 2498 4456.
Fax: (+965) 2484 6725

E-mail: kjs@ku.edu.kw
Website: <http://journals.ku.edu.kw/kjs>

The Journal is now Printed and bounded in the STATE OF KUWAIT by the Al-Khat Printing Press Company. P. O. Box: 26992 Safat 13130 Kuwait
Tel.: (+965) 24844545 Fax: (+965) 24844949
(Email: info@alkhatpress.com)

The Publications of The Academic Publication Council

Journal of the Social Sciences 1973, Kuwait	Peninsula Studies 1975, Authorship Translation and Publication Committee 1976, Journal of Law 1977, Annals of the Arts and Social Sciences 1980, Arab	Journal for the Humanities 1981, The Educational Journal 1983, Journal of Sharia and Islamic Studies 1983, Arab Journal of Administrative Sciences 1991.
---	---	--

المجلة العربية للمعلوم الإنسانية

فضلية علمية محكمة تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

ajh بحوث باللغة العربية
ajh بحوث باللغة الإنجليزية
ajh مناقشات وندرات
ajh عروض الكتب الجديدة



رئيسة التحرير

أ.د. نسيمه راشد الغيث

مجلس
النشر
العلمي



ص.ب: 26585 الصفاة 13126 الكويت- هاتف: (965)24817689 - (965)24815453 فاكس: (965) 24812514

P.O. Box 26585 Safat, 13126 Kuwait - Tel.: (965) 24817689 - (965) 24815453 - Fax: (965) 24812514

Email: ajh@ku.edu.kw - http:// www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/ajh

مجلة العلوم الاجتماعية

تأسست عام ١٩٧٣م. فصلية. محكمة. تصدر عن مجلس النشر العلمي. جامعة الكويت
تعتنى بنشر الأبحاث والدراسات في تخصصات السياسة والاجتماع والخدمة الاجتماعية
وعلم النفس والأنثروبولوجيا والجغرافيا وعلوم المكتبات والمعلومات والأعلام



رئيس التحرير:
د. مها مشاري السجاري

تفتح أبوابها أمام

أوسع مشاركة للباحثين العرب في مجال العلوم الاجتماعية
نشر البحوث الأصلية والاسهام في معالجة قضايا مجتمعاتهم

ترحب بالدراسات المقارنة وتشجع على التكامل بين مختلف
تخصصات العلوم الاجتماعية

عرض مراجعات الكتب والتقارير وملخصات رسائل ماجستير
والدكتوراه

تتوفر نصوص البحوث كاملة لدى

EBSCO PUBLISHING

و دار المنظومة www.mandumah.com

توجه جميع المراسلات إلى:

رئيس تحرير مجلة العلوم الاجتماعية
جامعة الكويت

ص. ب: 27780 الصفاة، 13055 الكويت

تلفون: 00965 24810436

فاكس: 24836026

jss@ku.edu.kw

E-mail jsskuwait@gmail.com

الاشتراكات

الدول الأجنبية		الكويت والدول العربية	
أفراد	١٥ دولاراً	أفراد	٣ دنانير سنوياً في الكويت ٤ دنانير في الدول العربية
مؤسسات	٦٠ دولاراً في السنة ١١٠ دولارات لسنتين	مؤسسات	١٥ ديناراً في السنة ٢٥ ديناراً لمدة سنتين

تدفع اشتراكات الأفراد مقدماً نقداً أو بشيك باسم جامعة الكويت أو بتحويل مصري في حساب
جامعة الكويت رقم ٠٤٢١٠٢٦٠٨ لدى البنك المركزي في الكويت.

IBN / KW 21CBKU 000000000000004202608

Visit our Website: apc.kuniv.edu.kw/jss

حساب المجلة بالتويتر: @jsskuwait1

حساب المجلة بالاسـتغرام: @jsskuwait

Advisory Board

Prof. Basil Hatim

American University
Sharjah United Arab Emirates

Prof. Mona Baker

Manchester University
United Kingdom

Prof. Ibrahim Al-Sa'afin

Department of Arabic Language
and Literature - Jordan University

Prof. Abdul Qader Al-Fasi Al Fehri

Department of Arabic Language and
Literature - Mohamed V University

Prof. Ismail S. Muqlad

Department of Political Science
Assiout University

Prof. Hamdi Hasan Abul Enein

Dean, Faculty of Mass Communication
Misr International University

Prof. Mahmoud Al-Sayed Abul-Nil

Department of Psychology
Ain - Shams University

Editorial Board

Prof. Yagoub Y. Al-Kandari

Editor - in - Chief

Prof. Magdi A. Saleh

Department of Philosophy

Prof. Mohamed F. ALQudah

Department of Mass Communication

Prof. Gassem S. Al-Fuhaid

Department of Arabic Language
and Literature

Prof. Sanad A. Abdulfatah

Department of History

Prof. Hesham F. Gadel Rab

Department of Psychology

Prof. Abdulmuhsen A. Altabtabae

Department of Arabic Language
and Literature

Dr. Layla M. H. Almaleh

Department of English Language
and Literature

Maha Ibrahim Al-Mas'ad

Acting Editor

ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

Issued by the Academic Publication Council - Kuwait University

A REFEREED ACADEMIC QUARTERLY THAT
PUBLISHES MONOGRAPHS ON TOPICS
RELEVANT TO THE SCHOLARLY CONCERNS
OF THE FIELD OF HUMANITIES AND SOCIAL
SCIENCES.

Volume 40, 2019

Rates

Kuwait : K. D 0.500

Bahrain : BD 1

Qatar : RQ 10

Emirates: DH 10

Saudi Arabia : RS 10

Qatar : RQ 10

Cost per issue in Arab Countries: Equivalent to one US dollar

Cost per issue in other Countries: Equivalent to three US dollar

Subscription For 12 Monographs

Foreign Countries	Arab Countries	Kuwait	Subscription Type	Subscription Period
1 Year	Individuals	4 K.D	6 K.D	22 \$
	Institutions	22 K.D	22 K.D	90 \$
2 Years	Individuals	7 K.D	10 K.D	37 \$
	Institutions	37 K.D	37 K.D	150 \$
3 Years	Individuals	10 K.D	14 K.D	52 \$
	Institutions	52K.D	52K.D	210 \$
4 Years	Individuals	13 K.D	18 K.D	67 \$
	Institutions	67 K.D	67 K.D	270 \$

All correspondence and enquiries must be addressed to:

Editor

ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

P.O.BOX 17370 El-Khaldiah - KUWAIT 72454

Tel: 24830256 - Fax: 24830256

ISSN 1560-5248 Key title: Hawliyyat Kulliyyat al-Adab

E-mail: aass@Ku.edu.Kw

http: // apc. kuniv.edu.kw/AASS/

تتوفر نصوص البحوث كاملة لدى:

EBSCO Publishing Products

www.mandumah.com:دار المنظومة

The Publications of The Academic publication council

journal of the Social Sciences	1975, Authorship Translation	for the Humanities 1981, The
1973, Kuwait Journal of	and Puplication Committee	Sducational Journal 1983,
Science and Engineering	1976, journal of law 1977,	Journal of Sharia and Islamic
1974, journal of the Gulf and	Annals of the Arts and Social	Studies 1983, Arab Journal of
Arabian Peninsula Studies	Sciences 1980, Arab Journal	Administrative Sciences 1991.

ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

A Refereed Academic Quarterly, Published by the Academic Publication Council - University of Kuwait

Culture Industry in The Age of Globalization: A Field Study to Analyze its Impact in Changing The Features of Cultural Identity for Egyptian Youth

Dr. Sherif Mohamed Awad Ph.D.

**Department of Sociology - Faculty of Arts
Cairo University.**



ISSN: 5248 - 1560

Monograph -532 Volume 40

1440 A.H/2019 (Dec)