

دور الحسابات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الثقافات الفرعية- النوبة نموذجاً

د. إسلام سعد عبد الله عبد الرحمن عز

مدرس العلاقات العامة والإعلان بقسم الإعلام
جامعة حلوان

مقدمة:

تعتبر الثقافة جزء لا يتجزأ من الحضارة الإنسانية، والعلاقة بينهما تبادلية وحماية التراث الثقافي مرتبط ارتباطاً وثيقاً بتطور العصر والعلم والتكنولوجيا، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي فرصة للمجتمعات والثقافات أن تقدم نفسها للعالم، فمواقع التواصل الاجتماعي تحت المجال أمام الجميع لتسويق ما يريدون على شبكة الانترنت ليكون متاحاً للعالم رؤيته، وهذا يتطلب استعداداً حقيقياً للاستثمار بشكل إيجابي في هذه الوسيلة.

مشكلة الدراسة وأهميتها:

صفحات التواصل الاجتماعي لها دور حيوي في نقل الثقافات والترويج لها، والثقافة النوبية تعد من أهم الثقافات الفرعية وأقدمها لذا تمثلت مشكلة الدراسة في كشف الدور الذي يمكن أن تقوم به الصفحات الإلكترونية للأقليات في الحفاظ على التراث الثقافي من خلال تحليل مضمون كيفية لهذه الصفحات الإلكترونية.

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- أهمية الحفاظ على التراث الثقافي وهذا ما اكدت عليه منظمة اليونسكو في الاتفاقية التي أعدتها عام 2003 للحفاظ على التراث الثقافي غير المادي والتي كانت أهم أهدافها: صون التراث الثقافي غير المادي الذي يعود للمجموعات المعنية والأفراد المعنيين، والتوعية على الصعيد المحلي والوطني والدولي بأهمية التراث الثقافي غير المادي⁽¹⁾.
- تحديد الدور الفعلي الذي تقوم به الصفحات الإلكترونية في التوعية الثقافية بشكل عام والتوعية بالثقافات الفرعية بشكل خاص مما يترتب عليه لفت انتباه القائمين على هذه الصفحات لنقاط القوة وتدعيمها وتحديد النقاط السلبية وكيفية تلافيها.
- تطوير الأساليب المقدمة بالصفحات الداعمة للثقافات الفرعية بشكل عام.
- حصول الحضارة النوبية على المرتبة الأولى بين الشعوب الأصيلة على مستوى العالم. وقد حصلت على ذلك في اليوم العالمي للشعوب الأصيلة التابع لهيئة الأمم الموافق التاسع من أغسطس.
- قلة الدراسات الإعلامية التي تتناول الترويج والحفاظ على الثقافات الفرعية.
- التأكيد على أهمية الحفاظ على الموروث الثقافي من الاندثار ونقله للأجيال المتعاقبة.

التراث العلمي المتعلق بموضوع البحث:

لم تجد الباحثة دراسات سابقة لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، ولكن حاولت الباحثة جمع الدراسات التي لها علاقة بالثقافة ووسائل الإعلام لذا تم تقسيم الدراسات السابقة إلى دراسات أجنبية وعربية حول دور وسائل الإعلام في الحفاظ على التراث الثقافي بشكل عام والثقافات الفرعية بشكل خاص.

أولاً- الدراسات الأجنبية:

أكد باتريك⁽²⁾ (2019) في دراسته حول الثقافات الفرعية والموسيقى الشعبية والتغيير السياسي على الأهمية المستمرة لمفهوم الثقافات الفرعية، وقد أجريت الدراسة على أربع

مجلدات لبحوث ثقافات الشباب وأكد باتريك على أن الهوية والأطراف الفاعلة ووسائل التواصل الاجتماعي والتاريخ هي أهم العناصر لتحليل الثقافات الفرعية بدلا من الاعتماد فقط على النظرية والجنس والمكان في تحليل الثقافات الفرعية.

أجرت كلا من مارا وكونكتا Concetta & Mara⁽³⁾ (2018) دراسة ميدانية حول مدى مساهمة أبحاث التسويق في الحفاظ على التراث الثقافي واستدامته وأجريت الدراسة على ست مجموعات من طلاب البكالوريوس والدراسات العليا بجامعة ماشيراتا بإيطاليا للوقوف على مزايا الزوار ودوافعهم وسلوكياتهم ومدى فهمهم لقيمة التراث الثقافي، كشفت النتائج عن عدد من الصعوبات والقيود فيما يتعلق بالتواصل وفهم قيمة التراث حيث يميل الطلاب إلى التركيز على المكونات الجمالية والأسلوبية أكثر من التركيز على الجوانب التاريخية والوثائقية. لذا يجب مراعاة ذلك عند إعداد محتوى الاتصال وأنشطته وإبراز كل ما هو فريد وتصميم وابتكار اتصالات تسويقية للمتاحف لجذب الجمهور. فيجب ألا يقتصر الابتكار على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فحسب، بل يجب أن يشمل في المقام الأول محتوى الاتصال نفسه والتغلب على التركيز التقليدي والتي غالبًا ما تتبنى لغة شديدة التقنية وهي نفسها في المتاحف في جميع أنحاء العالم. فإذا أدرك الأفراد قيمة التراث الثقافي فقد يكونوا أكثر استعدادًا للحفاظ عليه للأجيال القادمة من خلال المشاركة بنشاط في ضمان صيانه وصونه بمرور الوقت من خلال زيادة الإنفاق العام والخاص للحفاظ على التراث الثقافي.

دراسة دال يونج و كيونج يون⁽⁴⁾ (2016) حول الوسائط الاجتماعية لثقافة البوب الكورية (الهاليو) العابرة للحدود: وأجرت الدراسة مقابلات متعمقة مع 35 شابًا (13 ذكرًا و 22 أنثى) من المعجبين بثقافة البوب الكورية بين فبراير ومايو 2014. لاستكشاف كيفية مشاركة شباب أمريكا الشمالية في تداول محتوى ثقافة البوب الكورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكيف يتم دمج ظاهرة هاليو في المشهد الثقافي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأكدت الدراسة على أن المزايا التكنولوجية لوسائل التواصل الاجتماعي أدت إلى الانتشار السريع لثقافة الhallyu كمجموعة من الأشكال الثقافية. حيث يتم التعبير عن الممارسات الشعبية التي أدت إلى قابلية انتشارها وجود تكنولوجيا الوسائط الجديدة. وقد قام وليام ونينا⁽⁵⁾ (2015) في دراسته حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير المجتمعي دراسة حالة في فنلندا بحصر 2302 صفحة فيس بوك ثم دراسة الست صفحات الأكبر والسنة الأصغر حسب العضوية وكانت العوامل الموحدة في اختيار عينة الدراسة هي (حجم العضوية، الرؤية الإعلامية للصفحة، الأنشطة المقدمة، عمر إنشاء الصفحة)، وأكد في دراسته على أن الإنترنت لديه القدرة على تعزيز الحركات الاجتماعية من خلال تسهيل الأفراد للتواصل مع أشخاص آخرين متشابهين في التفكير والثقافة بطرق يمكن أن

تعزز قوتهم التواصلية. من خلال تفعيل السلطة الخامسة (مواقع التواصل الاجتماعي). استهدفت شيري سوريانو⁽⁶⁾ (2013) تحليل دراسات الحالة التي تمثل الأقليات العرقية والدينية والجنسية في الغلبين، من خلال تحليل الترابط بين ممارسات وسائل الإعلام الناشطة على الإنترنت وهيكل التمكين والتقييد المحلية والوطنية والعالمية التي تحيط بالنشاط الثقافي عبر الإنترنت. وتبين ان مجموعات الأقليات طورت طرق استخدامها للإنترنت من خلال إنتاج مواقع الويب والمدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية التي تسمح لهم بتجاوز أنظمة التوزيع التقليدية للتعبير عن ثقافتهم الخاصة. وأن استراتيجيات التعبئة السياسية لمجموعات الأقليات على الإنترنت تتأثر بالظروف التاريخية والثقافية والاجتماعية وديناميكيات القوة العالمية التي تحيط بنضالاتهم والنشاط عبر الإنترنت. وأكدت الدراسة على ان الأقليات لم تعد مجرد متلقين للتكنولوجيا، ولكن كمنشطاء سياسيين عبر الإنترنت، لتحقيق أهداف سياسية في ضوء الهياكل وشروط الاستخدام. لقد شكل تاريخ التقليل والتعرض لتهديدات وضوابط متعددة، والحرمان من موارد الاتصال موقفاً واعياً وحذراً للمشاركة التكنولوجية من قبل هذه المجموعات، مع الانتباه إلى الهياكل التي تمكن وتقييد استخداماتها الاستراتيجية للتكنولوجيا. من خلال الإستراتيجيات عبر الإنترنت، تستطيع الأقليات إيجاد طرق لتحويل التكنولوجيا إلى ما هو أبعد من كونها ساحة للنضال وتوسيعها إلى موقع يمكنهم فيه تعزيز ثقافتهم والتعبير عن مطالبهم وتعبئة مجتمعاتهم وأنصارهم.

استكشف شينغا بيتروبرونو Sheenagh Pietrobruno⁽⁷⁾ (2013) دور اليوتيوب في أرشفة التراث غير المادي، فاليوتيوب إحدى طرق الحماية التي تستخدمها اليونسكو لتخزين مقاطع الفيديو الخاصة بالتراث غير المادي، حيث أدى الجمع بين مقاطع الفيديو الخاصة بالتراث من اليونسكو والمستخدمين إلى إنتاج أرشيفات غير رسمية للتراث الرقمي. وأجريت الدراسة التحليلية في الفترة من سبتمبر 2010 إلى يناير 2011 بواقع 1000 مقطع فيديو حول حفل مولوي سيما (الراوي سيما)، وكذلك إجراء مقابلات متعمقة مع 5 أكاديميين اترك، 60 طالباً، و 5 من سكان إسطنبول للتأكد من المعلومات حول وجود المولوي في تركيا، وأكدت الدراسة على ان وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تحمي التراث غير المادي وتحقيق أكبر قدر من التفاعلية.

وتناول إيمانويل⁽⁸⁾ (2010) البحث من منظور مختلف حيث أجرى تحليل سيميائي ل 500 إعلان بوسائل الإعلام النيجيرية للوقوف على دور الإعلان في الترويج للقيم الثقافية المنقولة وتبين أن الرموز الأكثر شيوعاً الموجودة في الإعلانات النيجيرية، باستثناء النصوص، كانت صوراً لبشر ومنتجات. وأن الإعلانات النيجيرية لا تستخدم رموزاً عرقية أو وطنية نيجيرية راسخة. فعلى سبيل المثال، لم تستخدم معظم الإعلانات أيًا من اللغات

النيجيرية الرئيسية أو الثانوية فكانت الرموز النيجيرية الرائدة غائبة. بل كان الاعتماد بشكل أساسي على الرموز والقيم الغربية، وأوضحت الدراسة إلى أن استخدام الصور البشرية في الإعلانات تشير إلى إحساس بالإنجاز الفردي والقيادة والقدرة التنافسية وأكدت الدراسة على أن الإعلان يعتمد على الرموز والقيم الغربية / الخارجية على نطاق واسع على حساب الرموز والقيم المحلية وله ميل فرض الثقافات الغربية وقد يكون ذلك أمر طبيعي في عصر التفاعل العالمي الذي لم يعد فيه القيم والرموز ثابتة.

ثانياً- الدراسات العربية:

أجرت إبتهاج الدريدي⁽⁹⁾ (2020) تحليلاً للإعلانات المصرية بالفيسبوك لتحديد العلاقات بين أنماط الإنتاج الفكري الثقافي في المجتمع، وتبين أن هناك تأثير تبادلي بين سوسولوجيا ثقافة المجتمع وبين إعلان مواقع التواصل الاجتماعي، فكل منهما يؤثر في الآخر، حيث يعد الإعلان أحد العوامل المؤثرة في تغيير القيم الثقافية والإنسانية والاجتماعية في المجتمع ففاعلية إعلان مواقع التواصل الاجتماعي، لم تعد محدودة في نجاحه في الترويج للمنتجات والخدمات، ولكن أصبحت مرتبطة بقدرته على التأثير على الجمهور المتلقي بما يحققه في تغيير مستوى القيم والاتجاهات والسلوك وذلك بتعزيز الأفكار الثقافية والقيم. وتبين أن الإعلان الجيد يقدم قيماً إيجابية يسعى لنشرها وتحقيقها في المجتمع وأكدت الدراسة على أن الرسالة الإعلانية لإعلان مواقع التواصل الاجتماعي لها بالغ الأثر في دعم القيم الثقافية والإنسانية بما يحدث تأثيراً إيجابياً على اتجاهات المتلقين تجاه المنتج محل الإعلان. وضرورة النظر للإعلان في حدود أبعد من مجرد البعد التجاري والمادي فقط فالإعلان له أهمية كبيرة في تدعيم وإبراز القيم الإيجابية في المجتمع من خلال تطويع الرسالة الإعلانية بما يحقق الهدف المادي والإنساني معاً.

استكشفت دراسة منال عمار⁽¹⁰⁾ (2020) دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي، وأجريت الدراسة على 426 شاب سعودي من ستة مناطق بالمملكة السعودية وأكدت الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الوسيلة الفاعلة في ترويج الثقافة دون قيود وضرورة الإيمان بالتعددية الحضارية والعلاقة بين الحضارات يجب أن تكون بعيدة عن الانغلاق والتبعية.

وعلى النقيض فقد اكدت دراسة سلمى غروبة⁽¹¹⁾ (2019) على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد السبب الجوهري في فشل التأسيس لثقافة أصيلة منفتحة إيجابياً على الآخر حيث استهدفت الدراسة الوقوف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الدفاع عن الهوية وتدعيم الانتماء الثقافي والحضاري، وتوصلت الدراسة إلي أن من أهم العوامل

التي ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على اختراق الهوية الثقافية الجزائرية اتساع رقعة الأمة الثقافية بين المواطنين، هيمنة الإعلام الترفيهي السطحي وغياب البرامج الجادة في أغلب القنوات مع عدم الاهتمام بالتسويق للثقافة المحلية.

وتساءلت شيماء صادق⁽¹²⁾ (2019) كيف يمكن الاستفادة من فن التيبوغرافيا لتحقيق الهوية البصرية المصرية بالإعلان السياحي وتضمنين صورة ذهنية حضارية تتوافق مع مقومات الحضارة السياحية المصرية، وأشارت الباحثة إلى أن الهوية في التصميم السياحي يمكن إبرازها من خلال مؤشرات متعددة منها الخطوط، والرسم، ورسم الحروف، وألوان التصميم، وأسلوب عرض الرمز في التصميم (طبقاً للتقاليد الموروثة)، والمعتقد الديني، والبيئة. وتوصلت الدراسة إلى ان تعميق الهوية المصرية بالإعلان السياحي يمثل بعداً محورياً لتطوير الصيغ البصرية التي يستخدمها مصمم الإعلان لتحسين الصورة الإيجابية للسياحة المصرية. والدمج بين عناصر فن التيبوغرافيا والعناصر التصميمية الأخرى يعزز من الصور البصرية للإعلان السياحي ويخلق محفزات للاستجابة السياحية للإعلان. يعد اللون أحد العناصر التي تعزز الهوية البصرية للإعلان السياحي المصري طبقاً لاستمداد الألوان من الألوان التراثية المصرية.

أما عبد القادر عثمان⁽¹³⁾ (2019) فقد عدد في دراسته الأساليب الواجب استخدامها لتعزيز الهوية الثقافية ومنها: إعداد برامج وثائقية عن العادات والتقاليد المهمة والمشاركة بين أبناء الأمة العربية وعرضها، النقل المباشر لنماذج من تقاليد الاحتفالات بالأعياد ومراسيم الزواج، إجراء مقابلات مع المهتمين بالعادات والتقاليد في الوطن العربي، نقل الندوات والمؤتمرات الخاصة بالعادات والتقاليد، تقديم محاضرات عن العادات والتقاليد وأهميتها بالنسبة للفرد والجماعة، تبادل البرامج الخاصة بالتقاليد والعادات بين التلفزيونات العربية القومية.

وأجرى مولود بوزيد⁽¹⁴⁾ (2019) دراسته على البرامج والمسلسلات الجزائرية التي تتناول الثقافة الأمازيغية وأظهرت الدراسة أن التلفزيون حاول تسليط الضوء على الثقافة الشعبية الأمازيغية من خلال إثبات الهوية والانتماء والتأكيد على عالمية التراث والثقافة وإبراز مختلف جوانبها المتعلقة بالعادات والتقاليد والمعتقدات وأنماط المعيشة والتفكير والميكانيزمات الممنهجة وقدم برنامج (أماشهو) الفرصة للشعب الجزائري لاكتشاف جزء من الموروث الثقافي القبائلي الذي صار مؤخراً يعاني التهميش والاندثار خاصة مع التطور التكنولوجي والغزو الثقافي استطاع التلفزيون الجزائري من خلال برامجه الثقافية بصفة عامة وبرنامج أماشهو بصفة خاصة أن يحافظ على الثقافة الأمازيغية في ذاكرته وفي ممارسته اليومية كما استطاع أيضا ان يبرز التنوع الثقافي الذي تزخر به المنطقة.

استكشفت مريم صالح⁽¹⁵⁾ (2019) ما تقوم به دار الوثائق القومية من أنشطة للتسويق والتوعية بالتراث الوثائقي وخدماته، وكذلك تحليل محتوى صفحة دار الوثائق القومية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" وبينت الدراسة أن التسويق بالمعنى الحقيقي لا يتم تطبيقه بدار الوثائق القومية إنما هي ممارسات لأنشطة ترويجية مثل المعارض والندوات والإصدارات وتبين عدم وجود خطة استراتيجية لدار الوثائق القومية للتوعية بالتراث الوطني الوثائقي للتوعية والتسويق للتراث الوطني، ونظراً لعدم وجود موقع إلكتروني مفعّل لدار الوثائق القومية على الإنترنت، أضعف من صورتها في المجتمع فمن الضروري أن يكون لمؤسسات الذاكرة وجود على شبكة الإنترنت وأدى ذلك أيضاً الي فشل مشروع الرقمنة العملاق للتراث الوطني الوثائقي.

وتسائل أشرف محمد عبد المحسن⁽¹⁶⁾ (2016) في دراسته عن كيفية تسويق المقتنيات التراثية على شبكة الويب من خلال تحليل مضمون محتوى المراكز التراثية الإلكترونية (الأرشيف البريطاني والأمريكي ومتجر ذاكرة مصر) للوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق والترويج للمقتنيات التراثية، أوضحت الدراسة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الوصول إلى فئات كان من الصعب على مؤسسات التراث الثقافي الوصول إليها، مثل فئة البالغين والشباب والمرأة فهذه الفئات تعد من أكثر الفئات استخداماً لشبكة الويب، وأيضاً تعد من أكثر الفئات التي لا تهتم بالذهاب إلى مباني الأرشيفات، وعلى المؤسسات التراثية أن تستخدم مزيج التسويق الإلكتروني الذي وضعه كوتلر مؤسس علم التسويق، وذلك لوضع استراتيجية تسويقية للمقتنيات التراثية للمكتبات والأرشيفات الوطنية. درست سلوى الشريف⁽¹⁷⁾ (2015) تأثير الثقافات الفرعية على تصميم المواقع الإلكترونية للمحافظات المصرية وتبين اعتماد بعض المواقع الإلكترونية في تصميمها على الثقافة الفرعية والوعي بأهميتها، باستخدام الرموز والصور والرسوم المميزة للثقافة الفرعية للمحافظة فضلاً عن الموروث الثقافي والمعتقدات التي لها أكبر الأثر في تصميم الموقع، وتعددت الدلالات الشكلية مع استثمار الرموز البصرية المستمدة من الثقافات الفرعية التي تتمتع بها المحافظة صاحبة الموقع الإلكتروني. وفي المقابل اتضح ضعف وقلة المحتوى المقدم ببعض مواقع المحافظات وعدم وجود معايير تصميم خاصة بالمواقع الإلكترونية المحلية وعدم وجود لغة مرئية واضحة في شكل المواقع وانتشار الأسلوب النمطي في تصميمها، حيث أدى ذلك إلى التشابه فيما بينها، وربما يعود ذلك إلى الاعتماد على النماذج المعدة مسبقاً لتصميم المواقع مما أدى إلى غياب التميز والتجديد والافتقار الجمالي، والابتعاد عن الهوية الثقافية للمحافظة. هذا إلى جانب سيطرة الاستخدامات الترويجية للمحافظ والقيادات داخل المحافظة على الموقع. بالإضافة إلى استخدام عناصر بصرية كثيرة التفاصيل مما

يصعب معها استخلاص تلك العناصر والتعرف على مدلولاتها. وجود تشويه بصري في الرموز البصرية المستخدمة ناتج عن المعالجة الجرافيكية غير الناجحة مما يحدث نوعاً من الخلل في العملية الاتصالية.

وأكدت هناء حسين قرني⁽¹⁸⁾ (2015) على أن الإعلام الجديد أتاح الفرصة للأفراد والشعوب للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم وأفكارهم، وتنمية الوعي السياسي وزيادة درجة المشاركة السياسية، وفتح منافذ جديدة للأقليات، وقد جعلت الشبكات الاجتماعية المعلومات والبيانات تتاح بشكل فوري، أمام العديد من الأشخاص وتم إتاحة الفرصة أمام الجمهور أن ينتج مادته ويقدم معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسيلة إعلام سهلة ورخيصة وتم كسر احتكار الدولة أو النخبة السياسية في تشكيل الرأي العام وتوجهاته إزاء قضايا ما وزيادة حجم الفاعلين في صناعة وتشكيل الرأي العام واتساع دور المواطنين في عملية صنع القرار.

دراسة بشرى الراوي⁽¹⁹⁾ (2012) أكدت على أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في رفع مستوى الوعي لدى الشعوب، وأن هذه الشبكات قد أفرزت قيماً جديدة، لعل أهمها بالملق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه، مادامت المطالب موحدة والمصير مشترك. تتشكل الأجندة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها. وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي إعلماً بديلاً: ويقصد به «الموقع الذي يمارس فيه النقد». فمواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي. ويكمن النظر للتغيير الاجتماعي برؤية «حتمية» التحول في ثلاث مسارات. أولهما، ما يعرف «بالحتمية التقنية»، وثانيهما، ما يعرف «بالحتمية الاجتماعية»، ثم الحتمية المعلوماتية. ويفتقر الإعلام الجديد إلى الوضوح، بالنسبة إلى مجاله ومداه، وقد يعني هذا أن أشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، والنسبية، والفوضى الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة.

وتساءلت ثريا البدوي⁽²⁰⁾ (2010) في دراستها كيف تعزز الشبكات الاجتماعية مواطنة الأقليات النوبية المهمشة وحقوقها في الاتصال؟ وأكدت على قدرة شبكات التواصل الاجتماعي، على تعزيز حقوق الأقليات النوبية في الاتصال فقد مثلت المنتديات ووطناً افتراضياً للنوبيين بديلاً للوطن الواقعي المهجر، والتجول المعلوماتي وتعزيز الحق في حرية التعبير وممارسة الحريات الفردية دون تمييز، وتدعيم مقومات الهوية النوبية والدفاع عن الحقوق النوبية ودعم المواطنة الافتراضية والشعور بالانتماء وتصحيح الصورة الإعلامية المشوهة عن النوبيين. كما أتاحت الإنترنت فرصة تحويل أنماط التفاعل الاجتماعي بينهم

إلى أرض الواقع، وسمحت للنوبيين بالانتقال إلى الوضع النشط من خلال اتخاذ المبادرات والقيام بأفعال تصب في صالح تدعيم النوبية وقضية النوبية.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

- هناك العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت دور وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالثقافة بشكل عام.
- الثقافات الفرعية لا تلقى الاهتمام الكافي من قبل وسائل الإعلام.
- تنوعت الدراسات ما بين دراسات ميدانية وتحليلية وتبين قلة الدراسات التي تناولت التحليل التيوجرافي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تنوعت الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالثقافة والترويج لها وأكدت جميعها على أهمية هذا الدور إلا أنه لم تكن هناك دراسات للتوعية بالثقافات الفرعية وهذا ما يميز الدراسة الحالية ويوضح أهميتها.

أهداف الدراسة:

- الهدف الرئيسي للدراسة تحليل دور الصفحات الإلكترونية للأقليات في الترويج والحفاظ على الثقافة النوبية وينبثق عن هذا الهدف عدة أهداف فرعية:
1. رصد إلى أي مدى تعبر العناصر الجرافيكية بالحسابات الإلكترونية محل الدراسة عن الثقافة النوبية.
 2. إبراز دور التصميم في تدعيم الهوية الثقافية والحفاظ عليها داخل الحسابات الإلكترونية.
 3. رصد أهم الموضوعات المثارة على الحسابات الإلكترونية محل الدراسة.
 4. كيفية تقديم الحسابات الإلكترونية للثقافة النوبية.
 5. مدى مساهمة الحسابات الإلكترونية في التوعية بالثقافة النوبية.

تساؤلات الدراسة:

التساؤلات الخاصة بالدراسة التحليلية:

1. ما مدى قدرة العناصر المستخدمة في تصميم الحسابات الإلكترونية محل الدراسة في دعم الثقافة النوبية؟
2. هل أثرت الثقافة النوبية على الشكل العام لتصميم الحسابات الإلكترونية؟
3. ما أهم الموضوعات والعناصر المتعلقة بالثقافة النوبية؟ وكيف ابرزتها الحسابات الإلكترونية محل الدراسة؟

4. ما ملامح الدور الذي تقوم به الصفحة الإلكترونية محل الدراسة في نشر الثقافة النوبية؟ وما جوانب القصور التي تشوب هذا الدور؟
5. هل تحمل العناصر الإلكترونية الحديثة المكونة للحسابات الإلكترونية معاني ودلالات تعبر عن الثقافة النوبية؟
6. ماهي الأبعاد أو العناصر المكونة لبناء الثقافة النوبية داخل الحسابات الإلكترونية محل الدراسة؟

النظرية المستخدمة:

نظرية رأس المال الاجتماعي: Social Capital Theory

يشير مفهوم رأس المال الاجتماعي إلى الروابط والعلاقات الاجتماعية القائمة على مجموعة من القيم والمعايير الأخلاقية ويتم تكوينها في إطار بنائي اجتماعي معين غير ملموس.

وعرف عالم الاجتماع Bourdieu رأس المال الاجتماعي بأنه كم الموارد الفعلية أو المحتملة التي يتم الحصول عليها من خلال امتلاك شبكة من العلاقات الدائمة المرتكزة على الفهم والوعي المتبادل، تحت لواء جماعة معينة تمنح الأعضاء الثقة والأمان الاجتماعي. وعرفه أحمد زايد بأنه موارد كامنه في البناء الاجتماعي يمكن الوصول إليها واستخدامها في أفعال مقصودة ويشتمل على نوعين من المصادر أولاً علاقات وشبكات يقيمها الأفراد اختياريًا لتحقيق أهداف معينة، ثانياً: منظومة قيمية تأتي على رأسها قيم الثقة، والشفافية واحترام الآخر والرغبة في التعاون معه والعقلانية وغير ذلك من قيم الحداثة⁽²¹⁾. وعرفه جيمس كولمان 1990 بأنه رأس المال الكامن في العلاقات الاجتماعية في إطار أي مجتمع من خلال ما يحققه من أهداف فردية أو جماعية⁽²²⁾.

واعتبر Putnam 2000 أن رأس المال الاجتماعي يتشكل من خلال ثلاث عناصر رئيسية هي⁽²³⁾:

- الثقة وهي تعد نواة رأس المال الاجتماعي.
- الروابط والعلاقات الاجتماعية لضمان استمرارية البناء الاجتماعي كالقيم الإيجابية والالتزامات الأخلاقية.
- الشبكات الاجتماعية التي يتم من خلالها التفاعل الاجتماعي والمقصود بها في الدراسة الحسابات الإلكترونية على الفيسبوك الداعمة للثقافة النوبية.

أهمية رأس المال الاجتماعي:⁽²⁴⁾

حدد Putnam 1995 رأس المال الاجتماعي في ثلاثة جوانب رئيسية هي:

1. تنمية مستويات الوعي الاجتماعي لدى الأفراد وتسهيل الحصول على المعلومات الكاملة عبر الشبكات الاجتماعية، مما يساهم في تحسين حياة الأفراد الاجتماعية والثقافية.
2. يسهل لأفراد المجتمع فرص التقدم والتنمية، خاصة عندما يثق هؤلاء الأفراد في المؤسسات الاجتماعية ويحترمون أسس وقواعد التفاعل الاجتماعي.
3. يعد رأس المال الاجتماعي ذلك بمثابة آلية مؤسسية وقوة جماعية لأداء الأدوار ولحل المشكلات.

أنواع رأس المال الاجتماعي:

قدم R.Putnam تصنيفاً لرأس المال الاجتماعي على أساس نوع الشبكات والروابط التي تجمع بين أفرادها والثقة الناتجة عن استخدامها لثلاثة أنواع هي⁽²⁵⁾:

1. رأس المال الاجتماعي الرابط **Bonding Social Capital**: يشمل الروابط والعلاقات الاجتماعية في إطار جماعات اجتماعية مغلقة ومتجانسة تربط بينهم روابط القرابة ولا تساعد هذه الجماعات المجتمع ككل ولا تكون لها رغبة في الخروج خارج نطاق جماعتهم، وذلك ينطبق على الثقافات الفرعية بشكل عام والثقافة النوبية بشكل خاص. حيث يتم ربط الصفحات الإلكترونية بمصالح النوبيين كالحفاظ على التراث النوبي، التعريف بشخصيات مؤثرة قديماً وحديثاً في المجتمع النوبي.
2. رأس المال الاجتماعي العابر **Bridging Social Capital** ويقوم على الارتباطات الموضوعية التي تنشأ بين أفراد المجتمع، لتحقيق أهداف مشتركة داخل شبكة من العلاقات الاجتماعية دون أن يكون الفرد مجبراً على الانضمام لها، ولكنه ينضم لها طواعية بعضوية غير إلزامية؛ إذ يستطيع الفرد أن ينتقل من جماعة إلى أخرى ويستطيع أيضاً أن يمتلك عضوية في أكثر من جماعة في وقت واحد.
3. رأس المال الاجتماعي متسلسل الروابط **Linking Social Capital** هو نظام متدرج من الروابط والشبكات يقوم على اختلاف المركز الاجتماعي أو السلطة.

مستويات تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني في التوعية بالثقافات الفرعية:

المستوى المعرفي، المستوى العاطفي، المستوى السلوكي

1. المستوى المعرفي:

من خلال زيادة الوعي المعرفي بالثقافة الفرعية للفرد بشكل عام والثقافة النوبية بشكل خاص من خلال تقديم كافة المعلومات المتعلقة بالتراث الثقافي النوبي

2. المستوى العاطفي:

بعد حصول الفرد على المستوى المعرفي المطلوب ينتقل الفرد إلى المستوى العاطفي حيث تزداد لديه الرغبة والاهتمام بالتراث الثقافي النوبي.

3. المستوى السلوكي:

هو الترجمة الفعلية لكل ما اكتسبه الفرد من معارف ومعلومات تتعلق بتراثه الثقافي وما ينتج عنه مواقف واتجاهات تساعد على تشكيل أنماط سلوكية متعددة للمشاركة في تدعيم التراث الثقافي، بداية من طرح الأفكار المبتكرة والتكنولوجية (مثل تطبيق توبي) ومناقشة الأحداث مع الآخرين إلى المشاركة الفعلية في الحفاظ على الموروث الثقافي.

مفاهيم الدراسة:

1. الحسابات الإلكترونية:

هي تجمعات لأشخاص عبر الإنترنت يشتركوا في صفات أساسية ويتعاونوا في إشهار هواياتهم واهتماماتهم وثقافتهم.

التعريف الإجرائي: هي صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يقوم بإعدادها أشخاص هدفهم الأساسي الحفاظ على التراث النوبي.

2. الثقافات الفرعية:

يعرف علماء الأنثروبولوجيا الثقافة الفرعية بأنها مجموعة من الخصائص الثقافية والأنماط السلوكية التي تتميز بها جماعة معينة أو مجتمع فرعي معين، ولكنها لا تتعارض في أدائها وتحقق أهدافها مع الثقافة الكلية للمجتمع الأكبر وأنها تضيف على أعضائها سمات ثقافية وخصائص محددة لا يتميز بها سوى الأعضاء في تلك الثقافة الفرعية⁽²⁶⁾.

وعرفها كل من Liang Huie & Minhus (2021)⁽²⁷⁾: بأنها المفاهيم والقيم التي تتطور بين فئات اجتماعية فريدة، وتقوم هذه الثقافة على أساس الشراكات التاريخية الخاصة بهم.

التعريف الإجرائي: هي جماعات اجتماعية تمتلك أو تنشر أشكالاً وسمات ثقافية محددة

هدفها الحفاظ على الموروث الثقافي النوبي.

3. العادات:

هي تلك الموروثات الاجتماعية القديمة المتأصلة المستمرة القابلة للتغيير ، وهي تتكون من أعراف وسنن وشعائر ومراسم وبدع مما جرت عادة الناس به⁽²⁸⁾.
التعريف الإجرائي: هي العادات النوبية التي تعود النوبيين على فعلها منذ الصغر ، وهذه العادات لها جذور راسخة في الثقافة النوبية.

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث يعد هذا البحث بحثاً استطلاعياً؛ يهدف إلى زيادة التعرف والتعمق بالظاهرة محل الدراسة، للتوصل إلى معلومات كافية تعين على تمييز وتفسير الخصائص الفريدة التي تميز الفئة التي يتم دراستها، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستكشافية لكشف الدور الذي تقوم به مثل هذه الصفحات الإلكترونية في التوعية بالثقافة الفرعية بشكل عام والثقافة النوبية بشكل خاص.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باستخدام تحليل المضمون الكيفي لتحديد الدور الذي يمكن أن تقوم به الصفحات الإلكترونية للحفاظ على الثقافات الفرعية، وذلك من خلال مسح العناصر والموضوعات المقدمة بالصفحات الإلكترونية محل الدراسة.

مجتمع الدراسة واختيار العينة:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على صفحات الفيس بوك التي تهتم بالحفاظ على الثقافة النوبية ولاحظت الباحثة وجود مرشحات خوارزمية - لها قدرة على المراقبة واستخراج البيانات- ينصح الفيس بوك بمتابعتها لتشابهها في المحتوى مع الصفحات الإلكترونية وقد يكون لها توجهات مختلفة تماما وتتعارض معها مثل ظهور صفحة «أثيوبيا أخت بلادي ومصر عدوتها»، و صفحة « حملة لتأييد ودعم سد النهضة» والخطر هنا في أن نرى فقط ما تختار أن تظهره لنا هذه الخوارزميات التي قد يكون لها أثر سيء على اتجاهات الجمهور . وقد قامت الباحثة باختيار ، صفحة نوبيان جيوجرافيك Nubian geographic.

<https://www.facebook.com/NubianGeographic>

وصفحة عشاق اللغة النوبية:

<https://www.facebook.com/NubianLanguageFans>

وقد تم اختيار الصفحات للأسباب التالية:

- استمرار الصفحات في عرض محتواها منذ نشأتها حتى الآن بعكس العديد من الصفحات الأخرى التي تبين عدم استمراريتها في نشر الثقافة النوبية.
- الهدف الأساسي من منشورات الصفحة الترويج والحفاظ على الثقافة النوبية. فهناك عدة صفحات لها عدة أهداف أخرى مثل الترفيه ونشر أخبار أخرى غير متعلقة بالثقافة النوبية لذلك تم استبعادها برغم من كثرة عدد متابعيها.
- اشتمال الصفحات على أعداد كبيرة من المتابعين فصفحة نوبيان جيوغرافيك تحتوي على 38.065 متابع، وصفحة عشاق اللغة النوبية تحتوي على 7.444 متابع.
- اختيار نوبيان جيوغرافيك كمستشار ثقافي محلي عند الإعداد للمعرض النوبي بالقريّة الفرعونية.

اختيار فترة إجراء التحليل الكيفي للدراسة وأسباب الاختيار:

- تم إجراء تحليل كيفي للمحتوى المقدم بالصفحات الإلكترونية محل الدراسة في الفترة من 21/6/2021 حتى 21/8/2021 وقد تم اختيار تلك الفترة للأسباب التالية:
- 21/6 أول أيام السنة النوبية
 - اليوم العالمي للنوبة هو 7/7 من كل عام، للاحتفال بالثقافة والتراث والتاريخ النوبي وصاحب الفكرة هو المفكر النوبي محمد سليمان ولياب، وقد دعا إلى ضرورة توحيد تاريخ لليوم النوبي لتقام فعالياته في مختلف دول العالم في تاريخ معلوم للاحتفاء بالتراث والحضارة بعيدًا عن أي أمور سياسية تتعلق بمشكلات أرضهم.
 - وقد اختار النوبيين اليوم السابع من الشهر السابع من كل عام ليكون اليوم العالمي لمدينتهم، لارتباطه بالكثير من العادات النوبية، كنزول الطفل المولود لتبريكة بمياه النيل في اليوم السابع، والمرأة عقب الإنجاب تمر 7 مرات على البخور، وحتى زيارات المقابر عقب الوفاة تستمر لسبعة أيام، وعادات وتقاليد كثير جدا مرتبطة بالرقم ٧ فهو رقم مقدس لديهم.
 - بدأ الاحتفال باليوم العالمي للنوبة بالقاهرة بداية من عام 2015، وقبل هذا العام كانت الجاليات بالخارج هي من تقيم الحفلات، أما في الداخل فكانت تقام الاحتفالات الفردية بين النوبيين وبعضهم البعض، حتى قررت دار الأوبرا إقامة حفل سنوي لهم.
 - إعداد صفحة نوبيان جيوغرافيك طوال شهر 7 هاشتاج شهر التراث النوبي#.

نتائج الدراسة:

تم تقسيم نتائج الدراسة إلى محورين هما:

المحور الأول: - تحديد عناصر بناء الصفحات الإلكترونية محل الدراسة ويشتمل على الشكل العام للصفحة الإلكترونية، والعناصر الجرافيكية المستخدمة بالصفحة وهي كل العناصر التي تشترك في بناء الصفحة- وهي عبارة عن (نصوص، عناوين، صور ثابتة، رسوم، رموز، علامات، أيقونات، شعارات، ألوان) .

المحور الثاني: - الاتجاه العام للحسابات الإلكترونية محل الدراسة للتوعية والحفاظ على الثقافة النوبية من خلال الوقوف على نوعية الأطر والمعلومات المقدمة ومدى تحديثها والاستمالات والاستراتيجيات المستخدمة وأنواع المضامين الثقافية المقدمة بالصفحات.

المحور الأول: عناصر بناء الصفحات الإلكترونية.

أولاً: صفحة نوبيان جيوجرافيك NubianGeographic.

<https://www.facebook.com/NubianGeographic>

1. الهيكل العام للصفحة ويشتمل على:

-تاريخ الإنشاء: أنشئت الصفحة في 24 إبريل 2015.

-عدد المتابعين: 38,126 عضو.

-اسم الصفحة: Geographic Nubian من اسم الصفحة رأته الباحثة أن الصفحة تهتم بتوثيق كل ما هو نوبي كالتاريخ، والتراث، واللغة، والعادات، والتقاليد. وبالتواصل مع مسئول الصفحة تبين أن نوبيان جيوجرافيك مبادرة نوبية شبابية أنشئت عام 2015 كصفحة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بغرض التوثيق للنوبة-وجغرافيتها تاريخها لغاتها حياتها البرية- وهدفهم أن تكون نوبيان جيوجرافيك نواة لمجمع علمي نوبي للحفاظ على الثقافة النوبية.

-**غلاف الصفحة:** تبين من التحليل الكيفي وجود هوية بصرية للصفحة حيث أثرت الثقافة النوبية في التصميم العام للصفحة وإظهارها متأثرة بالشخصية النوبية وقد اشتملت ترويسة الصفحة على صورة معبرة عن الثقافة النوبية عبارة عن صورة سيدتين من النوبة ترتديان الزي والحلى النوبي، والزي النسائي النوبي يسمى « الجرجار » وهو من التراث النوبي وهو ثوب من التل الخفيف ترتديه النساء منذ الصغر فوق الملابس، فالأزياء التقليدية للثقافات الفرعية هي رمز مهم لنقل المعلومات والثقافة.

-**الألوان المستخدمة بالصفحة:** أكدت العديد من الدراسات على أن اللون يعد من أهم

عناصر الجذب في الصفحات الإلكترونية بمواقع التواصل الاجتماعي دراسة Ranjan Maity (2016)، اعتمدت الصفحة على استخدام الألوان الزاهية التي اشتهرت بها الثقافة النوبية، وكان أكثر الألوان استخداما في الصفحة اللون الأصفر والذي يرمز للون الشمس والذهب حيث يطلق على النوبة أرض الذهب ويظهر الإبداع في الألوان بالصور في ظهور التضاد اللوني بين لون البشرة والملابس في الصور التراثية التي اعيد تلوينها مرة أخرى.

-**لوجو الصفحة (الشعار)** تم تصميمه بشكل احترافي خصيصا للصفحة وليس مجرد صورة منقولة، وهو عبارة عن رسمة تعبر عن المنزل النوبي باستخدام اللون الأصفر الذي يرمز للأرض والذهب على خلفية سوداء لتعطي للشعار قوة وجذباً للبصر.

-**وصف الصفحة** مكتوب باللغة الإنجليزية وذلك لأن الصفحة موجهة لكل المهتمين بالتراث النوبي في جميع أنحاء العالم وكتب في الوصف «مبادرة نوبية لتوثيق النوبة بالجغرافيا والتاريخ واللغة والحياة البرية وغيرها، نهدف إلى أن نصبح بداية جمعية علمية نوبية من شأنها أن تساعد في الحفاظ على ثقافتنا الغنية وإحيائها».

-**أهم العناصر التي توجد بالصفحة** عنوان الصفحة والشعار، وبالرغم أن الأغلبية العظمى لبوستات الصفحة باللغة العربية إلا أنه لوحظ أن وصف الصفحة تم كتابته باللغة الإنجليزية.

-**اللغة المستخدمة** معظم بوستات الصفحة مقدمة باللغة العربية وعدد قليل جدا باللغة الإنجليزية.

-**العناصر الجرافيكية المستخدمة:** العناصر المستخدمة بالصفحة ككل ملائمة للثقافة النوبية، واعتماد الصفحة بشكل أساسي على العناصر الجرافيكية التقليدية وكان الاعتماد الأساسي في الصفحة على الصور في تقديم الموضوعات المختلفة وذلك لأنها تساعد على شد انتباه المستخدم، وتوصيل الرسالة بشكل أكثر فاعلية وكانت كافة الصور دالة على الثقافة النوبية في كافة البوستات بشكل جذاب حتى عند استخدام الصور التراثية القديمة تقوم الصفحة بإعادة تلوينها باستخدام الألوان الحية بشكل احترافي ليكون لها بريقا وجاذبية دون التأثير على أصالتها.

- **الفيديوهات:** يعيب على الصفحة اعتمادها بشكل أساسي فقط على الصور والرسومات

وعدم اعتمادها على الفيديوهات- التي تم استخدامها بنسبة قليلة جدا- ولكن الصفحة استعاضت عنها باللقاءات الحية التي كانت تعقد على تطبيق clubhouse التي تعد منصة الصوت الحي ل Nubian Geographic وهي مبادرة نوبية لتوثيق النوبة بالجغرافيا والتاريخ واللغة والحياة البرية.

- **الحسابات الإلكترونية الأخرى للصفحة:** اتضح وجود حسابات أخرى تتبع الصفحة وبنفس الاسم على تويتر وإنستجرام ولها منصة الكترونية بعنوان <https://www.nubiangeographic.com> وهي عبارة عن منصة لمتحف نوبي افتراضي لكل ما يخص الحضارة النوبية للحفاظ على التاريخ الثروة النوبية.

- **وسائل التواصل:** لا يوجد وسائل تواصل مباشرة على الحساب الإلكتروني للتواصل مع إدارة الصفحة كالاتصال عن طريق الواتس، ولكن يوجد وسيلة تواصل واحدة وهي التواصل عبر الماسنجر وقد تم التواصل بالفعل مع مسؤولي الصفحة للوقوف على أهدافها وخططها.

ثانياً: صفحة عشاق اللغة النوبية Nubian Language Fans.

<https://www.facebook.com/NubianLanguageFans>

- **تاريخ الإنشاء:** أنشئت الصفحة في 18 / 1 / 2010.
- **عدد المتابعين للصفحة:** 7,451 عضو، هذه الصفحة مخصصة لجميع المهتمين بالثقافة النوبية، والتراث النوبي في جميع أنحاء العالم.

- **اسم الصفحة: Nubian Language Fans** من اسم الصفحة رأيت الباحثة أن الصفحة تدعم اللغة النوبية وتهتم بالحفاظ عليها من الاندثار.

- **غلاف الصفحة:** تبيين وجود هوية بصرية لغلاف الصفحة متأثرة بالهدف الأساسي للصفحة ومتماشياً مع اسمها فقد اشتملت ترويسة الصفحة على صورة فوتوغرافية لأحرف اللغة النوبية. فهناك العديد من اللهجات النوبية مثل الكنوز والسكوت والمحس والدناقلة ولكن كل هذه اللهجات متقاربة وليس هناك فروق جوهرية بينها.

- **الألوان:** يتبين أن الرابط بين موضوعات الصفحة استخدام الألوان الساطعة والمبهجة والتركيز

على الخلفيات الصفراء والخضراء التي تعبر عن الطبيعة التي تمتزج بسمرة البشرة السمراء .
-**لوجو الصفحة:** عبارة عن صورة لمخطوط نوبي من القرن التاسع أو العاشر الميلادي تصف الملاك ميكائيل، وقد وجد المخطوط في قصر إبريم بالنوبة، ويوجد الآن في المتحف البريطاني بلندن. وكان يفضل أن يتم تصميم لوجو خصيصا للصفحة يوضح الهدف منها ويبرزه.

وقد كتب في وصف اللوجو باللغتين العربية والإنجليزية مراحل تطور اللغة النوبية أولهما: مرحلة اللغة النوبية القديمة التي تميزت فيها اللغة النوبية بالكتابة والتدوين وثانيهما: مرحلة اللغة النوبية الحديثة التي تميزت بظهور عدة لهجات تفرعت في الأصل عن تلك اللغة الأم الموجودة من المرحلة السابقة، وتعتبر النوبية هي لغة نيلية صحراوية تنتمي إلى عائلة اللغات الأفريقية الآسيوية التي يتحدثها سكان جنوب مصر ومناطق شمال وغرب (شمال دارفور جبال الميدوب) السودان القريبة من مصر، وعدد الناطقين بها حوالي (11) مليون نسمة موزعين بين السودان ومصر.

-**أهم العناصر التي توجد بالصفحة** عنوان الصفحة والشعار، وقد لوحظ أن وصف الصفحة تم كتابته باللغتين العربية والإنجليزية بعكس الصفحة الأخرى محل الدراسة.

-**وصف الصفحة:** مكتوب باللغتين العربية والإنجليزية حيث ان الصفحة موجهة لكافة المهتمين بالتراث النوبي في كل أنحاء العالم وكتب في وصف الصفحة «نهدي هذه الصفحة الى كل عشاق اللغة النوبية، وإلى جميع المهتمين بالتراث والحضارة النوبية في كل أنحاء العالم».

-**اللغة المستخدمة** معظم بوسنات الصفحة مقدمة باللغة العربية وعدد قليل باللغة النوبية والإنجليزية.

-**العناصر الجرافيكية المستخدمة** تنوعت العناصر الجرافيكية المستخدمة بالصفحة ما بين صور تاريخية وصور كارتونية وفيديوهات ولقاءات على اليوتيوب لتحقيق هوية بصرية من خلال مجموعة من الرموز والخطوط والألوان لتكوين صورة ذهنية مستمدة من التراث النوبي.

- **الفيديوهات:** تم الاعتماد عليها بشكل كبير في الصفحة وقد يرجع ذلك إلى ضرورة سماع الكلمات النوبية حتى يتم فهمها ويتم شرحها بصورة مبسطة.

- وسائل التواصل: لم يوجد على الصفحة سوى وسيلة تواصل واحدة عبر الماسنجر- مثل صفحة نوبيان جيوغرافيك- وقد تم التواصل بالفعل مع مسؤولي الصفحة للوقوف على أهدافها وخططها.

خلاصة المحور الأول:

تبين من الدراسة اهتمام صفحتي الدراسة بالترويج للثقافة النوبية والحفاظ عليها من خلال التركيز على عنصري الصور والألوان، وان وصف الصفحة بكلا الصفحتين تم كتابته باللغة الإنجليزية وقد يرجع ذلك لتوجيه مضمون الصفحة لكل النوبيين والمهتمين بالثقافة النوبية على مستوى العالم، ولكن تبين ضعف استخدام العناصر الجرافيكية الأخرى للترويج للثقافة النوبية.

المحور الثاني: الاتجاه العام للصفحات الإلكترونية للتوعية والحفاظ على الثقافة النوبية من التحليل الكيفي للصفحتين تبين ما يلي.

تم عرض الموضوعات بشكل منظم وسلسل بدون تكس إلا أنه كان في صفحة نوبيان جيوغرافيك كان العرض أكثر نظامية وسلاسة وبشكل دوري ولكن يعيب على الصفحتين قلة البوستات المعروضة بالصفحة حيث تقوم صفحة نوبيان جيوغرافيك بنشر بوست أو بوستين على الأكثر في اليوم الواحد بشكل دوري، اما صفحة عشاق اللغة النوبية لم تكن تقوم بعرض موضوعاتها بشكل دوري منتظم.

حاولت الصفحتين الحفاظ على التراث النوبي وتوثيقه ليس فقط من خلال التركيز على التعبير الفني، ولكن من خلال أطر متعددة يمكن تصنيفها فيما يلي:

1. التاريخ النوبي
2. الفولكلور
3. اللغة النوبية
4. الفن والإبداع النوبي
5. البيت النوبي

أولاً: التاريخ.

اهتمت الصفحتين محل الدراسة بعرض التاريخ النوبي وذلك لإن إحياء التراث النوبي لا يمكن أن تتم بشكل فعال إذا لم تقم على إعادة قراءة التاريخ النوبي.

وقد قدمت صفحة نوبيان جيوجرافيك إطار التاريخ من خلال:

- طرح موثق مستمر التحديث للحياة النوبية البرية وما اشتملته من نباتات وطيور وحيوانات ومعالج تضرارية بشكل علمي ويتم العرض بشكل دوري عبر الصفحة.
- القيام برحلة بعمل رحلة توثيقية لبلاد النوبة القديمة في مايو 2017 عبر رحل نهريّة تضمنت توثيق كتابي وفوتوغرافي لجغرافية بلاد النوبة القديمة (ما بعد السد) وبدأت الرحلة من مدينة أبوسمبل جنوباً حتى ميناء السد شمالاً وقد تم تقديم هذه الرحلة كمنشورات متتالية لمتابعي الصفحة.
- عرض تاريخ القرى النوبية وما حدث بها من أحداث هامة من خلال هشتاج # قرى نوبية
- تقديم صور تاريخية للنوبة توضح تاريخ النوبة.
- عرض أجزاء من كتب تتحدث عن التاريخ النوبي مثل كتاب أيام نوبية وكتاب رحلة في زمان النوبة.
- إنشاء هشتاج # النوبة # السودان # افريقيا # مصر
- تجميع صور أرشيفية وتلوينها بالألوان الحية.
- عرض فيديوهات وصور عن التهجير ولكن بمعدل قليل جداً.
- إعداد انفوجراف من قبل الصفحة يوضح التعداد الرسمي للمهجرين.

وقد قدمت صفحة عشاق اللغة النوبية إطار التاريخ من خلال:

- عرض ذكريات لتهجير النوبة بشكل مستمر بالصور والقصص المنقولة.
- الإعلان عن محاضرات والندوات التي تقام داخل مصر وخارجها وبالذات الأوروبية عن أصول الحضارة النوبية.
- إنشاء هشتاج # عارفين سكة أراضينا.
- تقديم بوستات لتوحيد المصلحة النوبية وترك المصالح الشخصية وكتابة شعارات مثل (فخور انا بحضارتي ... وعائش أنا بهييتي وعزت نفسي الما بتزول ما بتزول وأصلي بطبعي نوبي أنا بأمانتي.. وطيبتي فخور انا اسألوا التاريخ الماضي مين أنا؟ أنا ابن مينا وترهاقا.. أنا ابن كوش ونباتا أنا).
- لهذا ترى الباحثة يانه ينبغي أن توظف الجهود لجمع وتسجيل الإفادات الشفاهية التي تتعلق بالتاريخ النوبي، دون إغفال للوثائق والمستندات الأثرية.

ثانياً: الفولكلور .

عرف نبييل علقم « الفولكلور بأنه مجموعة من المعارف والخبرات والفنون عبر الإنسان بواسطتها عن أحاسيسه ورغباته وتجربته وجعلها هادياً له في تنظيم أموره الحياتية والاجتماعية ويحافظ المجتمع على نقلها من جيل إلى الجيل الذي يليه⁽²⁹⁾. ويعد الفولكلور مستودع حكمة الشعوب وله عدة أشكال مثل الحكايات، النكتة، الأمثال، الأغاني، وجمع وتوثيق ودراسة هذه الأجناس الفولكلورية من شأنه أن يحافظ على الهوية النوبية ضمن حدود ثقافية معينة تتيح للنوبيين التفاعل مع غيرهم وتبرز تميزهم. ولم تول صفحة نوبيان جيوجرافيك اهتماما كبيرا بالفلكلور النوبي حيث إن اعتمادها الأساسي على الصور بالرغم أن الفلكلور يعد جزء من النسق الثقافي للتراث النوبي.

وفي المقابل قام القائم بالاتصال بموقع عشاق اللغة النوبية بتقديم الفولكلور النوبي من خلال:

نشر الأغاني النوبية مثل أغنية الوحدة النوبية باللغة النوبية، الحكايات، الأمثال النوبية وشرحها بشكل مفصل باللغة العربية والإنجليزية والنوبية مثل كل الرياح لا تهز رأسه، اليد لا تحجب شمس، من لا يملك مركبا فليكن وتد المركب، العقرب (ة) تلدغ من يدوسها لتكن وقفتك مثل جبل راسخ.

ولم يقدم القائم بالاتصال الفولكلور النوبي في سياق تقليدي فحسب كجلوس الصغار مع الحبوبة (الجدة) لتسرد عليهم القصص والألغاز الموروثة وإنما قدمه في سياقات جديدة كأخراج درامي للمادة الفولكلورية كأغاني وفيديوهات قصص أطفال مع الحرص الشديد على عدم تجريدها من الفولكلور الخاص بها.

ثالثاً: اللغة النوبية.

اللغة هي الوسيط الشفهي للتعبير عن التراث الثقافي غير المادي⁽³⁰⁾. واللغة النوبية هي لغة قائمة بذاتها لها قواعدها النحوية وكلماتها الخاصة بها وليست مجرد لهجة، وهي تعد إحدى ركائز التراث النوبي ويكفيها فخرا أن الجيش المصري استخدمها في تضليل العدو الإسرائيلي في حرب أكتوبر 73 . واللغة النوبية تنقسم إلى خمس أقسام ثلاثة بالسودان (الدينجلاوية، المحاسية، الحفاوية)، واثنين بمصر (الكنزية، الفاديجة).

وقام القائم بالاتصال في صفحة نوبيان جيوجرافيك في عرض إطار اللغة من خلال:

- إعداد مدخل تعريفي للغة النوبية وأصولها وتصنيفها اللغوي
- استعراض التطور في استخدام الخط النوبي وقبله المروى بالإضافة إلي تقديم أدبيات

اللغة من معاني وأمثال وحكم نوبية تباعا بشكل دوري لمتابعي الصفحة.
- تقديم العديد من البوستات باللغة النوبية وشرحها باللغة العربية مقترنة بصور لتجذب الانتباه وتكمل المعنى.

- الترويج لكتب نوبية، وكتب لتدريس اللغة النوبية.
- إعداد لقاءات على ال clubhouse مع باحثين لغويين.
- تقديم بوستات للأدباء النوبيين والمؤرخين وذكر أعمالهم.

وقد قام موقع عشاق اللغة النوبية في عرض إطار اللغة من خلال:

- التسويق بشكل دائم لتطبيق «نوبي» وهو تطبيق إلكتروني مجاني يهدف للحفاظ على اللغة النوبية من الاندثار وتعليم اللغة النوبية بلهجاتها: الكنزية والفديجا، وصمم للاستخدام على الهواتف الذكية، بطريقه سهلة وبسيطة لكل النوبيين ولكل المهتمين بالتراث النوبي، وبدأ تطبيقه في فبراير 2017 ويدعم التطبيق اللغتين العربية والإنجليزية، ويقدم التطبيق صوتيات للغة النوبية من خلال مدرسين للغة النوبية. كما يحتوي التطبيق على أغان وكتب وأمثال شعبية من التراث النوبي. التطبيق مستقل غير تابع لأي جهة أو تحت أي مظلة، والأعضاء المكونون له هم شباب نوبيون. ويتعاون الفريق حاليا مع شركة سويفت كي لإضافة اللغة النوبية للغات لوحة المفاتيح الخاصة بالهواتف الذكية ويطمح الفريق للتعاون مع جوجل لإضافة اللغة النوبية إلى خدمة google translate.

- الترويج لحملة إنقاذ اللغة النوبية من التعريب والتطهير الثقافي والتي تبنتها منظمة المشروع النوبي.

- قدم الموقع بعض القصائد الشعرية باستخدام الحروف النوبية موقفة المصادر مثل كتاب «كتابة اللغة النوبية الكنزية الدنقلاوية» أ. فريد محمد، أ. كمال أوروباي.

رابعاً: الفن والشعر النوبي.

الفن النوبي من الفنون المميزة في الثقافة المصرية، ومن أمثلة الفن النوبي الأغنية النوبية وهي مثلها مثل الأغنية العربية تعرضت للتدخلات الأجنبية فقيما كانت الأغاني باللغة النوبية فقط لكن الآن قد تجد في الأغنية كلمات عربية أو أجنبية فضلا عن الآلات الغربية كما ان بعض الشباب النوبي يحاولون دمج القديم مع الحديث وللأسف لا توجد مدارس لتعليم الفن النوبي فهي توارث أجيال وتتم بشكل تلقائي وبالنسبة للآلات الموسيقية فقد كان الفن النوبي يستخدم فيه الطنبور " السمسمة " والعود وأيضا الدف وهو في الأصل نوبي "فن" الاراجين " وهو أحد فنون الأغاني النوبية لا يستخدم إلا الدفوف أيضا هناك فن

الكف» النوبي والذي يتم الغناء فيه على إيقاعات الكف لكن حالياً يتم استخدام الآلات الشرقية والغربية.

قدمت صفحة نوبيان جيوغرافيك إطار الشعر والفن النوبي من خلال:

- إعداد هاشتاج #النوبية بالألوان الحية. فالألوان تعد من أهم العناصر الفاعلة للنصوص البصرية، وهي أحد ركائز التراث النوبي.
- تقديم بعض عناوين الأغاني باللغة النوبية وترجمتها للعربية مثل kershah degntah mergosa deteah بمعنى احزمي ملابسك وأبدئي قطف اللوبيا الخضراء.
- عرض صور للشعراء والتعريف بأهم أعمالهم الفنية مثل الفنان على كوبان " الأب الروحي للموسيقى النوبية".

قدمت صفحة عشاق اللغة النوبية إطار الشعر والفن النوبي من خلال:

- فيديوهات للموسيقى النوبية وعرضها مع آخر عازف نوبي على آلة فرعونية.
- الموسيقى النوبية تقف في مصاف الموسيقى العالمية بشهادة أحدث الدراسات الموسيقية لمتخصصين غير نوبيين. وقد قدمت الصفحة أغاني عديدة باللغة العربية والنوبية والإنجليزية تعتمد على الحكايات المعاشة داخل المجتمع النوبي.

خامساً: البيت النوبي والفن المعماري النوبي.

خلفت الحضارة النوبية آثاراً ورسومات جدارية ومنحوتات تعتبر آية في الفن والجمال. والبيت النوبي له طراز معماري خاص فضلاً عن ردهته الكبيرة دون سقف كما أنه ملئ بالتماثيل المحنطة. ويمتاز بمثاليته وجودته من حيث توافقه مع الظروف البيئية المناخية التي يبني فيها، كنظام التهوية والتسقيف وعزل الحرارة، فضلاً عن الإبداع العمراني الذي يتميز به وقد اعتاد العديد من المعماريين باستخدام الطراز النوبي في تصاميمهم المعمارية نظراً لتميزه.

ويطلق علي البيت باللغة النوبية بالفديجة (نووq) Noag وبالكنزي (كا) - Ka و يتميز بيوت النوبيين بنظافتها إذ تفرش أرضيتها من طبقة الرمل النظيف وتتدلي كافة لوازم المنزل من أنية طهو الطعام وغيرها من السقف وجميعها يمتاز بالبريق والنظام. وهذا ما أكدت عليه كلا الصفحتين محل الدراسة بعرض صور جمالية للبيوت النوبية يتضح فيها الزخارف والنقوش على جدرانها لتحفظ بالطابع المعماري الراقى وتحمل غالباً اللون الأبيض والأزرق، وصور أخرى توضح مدى نظافة الشوارع والبيوت النوبية.

وصور أخرى لغرف المعيشة التي تزين بأطباق الخوص والسلال والدلايات المصنوعة من الخرز.

ملخص المحور الثاني:

من المفترض أن تلعب هذه الصفحات دوراً كبيراً في حفظ التراث النوبي بما يخدم بلادهم ومناطقهم على الصعيدين الثقافي والتنموي. توجد استراتيجية لدى الصفحات الإلكترونية محل الدراسة للحفاظ على التراث النوبي، ولكنها ليست بالشكل الذي يجب أن تكون عليه للحفاظ على ثقافة فرعية هامة مثل الثقافة النوبية.

أغلب التاريخ النوبي لا يزال شفاهاً وتستهدف الصفحات الإلكترونية جمع التراث الشفاهي في شكل فلكلور لضمان الحفاظ عليه والترويج للكتب والوثائق التي تهدف للحفاظ على التراث النوبي.

لاحظت الباحثة تعمد كلا الصفحتين البعد عن الخطاب السياسي في كافة منشوراتها. ولوحظ أيضاً أن نسبة التفاعل بالصفحات الإلكترونية محل الدراسة كانت متوسطة خاصة صفحة نوبيان جيوغرافيك وأرجع مسئولية الصفحة ذلك إلي أمرين أولهما: تخصص البوستات التي تقدم بشكل أكاديمي وقد يكون غير متوائم مع خصائص متابعي الصفحة وتسعى الصفحة لتبسيط لغة البوست وطرق عرضه بالشكل الذي لا يفقده أهميته العلمية. ثانيهما: يرجع إلي خوارزمية الفيس بوك نفسه، والتي تحول ما بين وصول البوستات لكافة متابعي الصفحة وذلك لدفع القائمين على الصفحات الإلكترونية للقيام بدعاية ممولة لضمان وصول البوستات للمتابعين وتميل الباحثة إلي السبب الثاني فالبوستات المعروضة لم تكن صعبة أو معقدة وإنما قد يرجع الأمر لخطورة تحكم خوارزمية الفيس بوك نفسه.

وقد وضعت الباحثة خطة استراتيجية للصفحات الإلكترونية للحفاظ على التراث الثقافي للثقافات الفرعية بشكل عام والثقافة النوبية بشكل خاص:

1. لا بد أن تشمل الصفحات الإلكترونية على عدة عناصر ورؤية شاملة وليس فقط التركيز على التعبير الفني، ولكن هناك أطر أخرى يجب التركيز عليها أثناء الترويج للثقافات الفرعية بشكل عام وللثقافة النوبية بشكل خاص يمكن تصنيفها فيما يلي:
2. وضع إطار (شكل) عام للصفحة وربطها بالتراث الثقافي المراد الترويج له، لخلق مكانة مميزة لهذا التراث.
3. التوافق بين الشكل العام للصفحة ومضمونها حتى تلقى الأثر المطلوب لدى المهتمين بتلك الصفحات.

4. تحديد مضمون الصفحة الإلكترونية وتوضيح الرؤية المستقبلية لهذه الصفحة وأن تكون محددة الأهداف في ترويجها للتراث الثقافي. من خلال طرح النقاشات المتخصصة المتنوعة حول الثقافة الفرعية المعنية.
5. تجزئة الجمهور المستهدف من الصفحة لتحديد احتياجاتهم من معلومات وخدمات لتقديمها وعرضها لهم بما يتلاءم معهم.
6. توثيق البيانات والمعلومات المقدمة بالصفحات الإلكترونية واستعراض الفترات التاريخية وتقسيمها من الأقدم إلى الأحدث استناداً على المواد العلمية الأجنبية والمحلية المنشورة في هذا الصدد وتقديمها لمتابع الصفحة بطريقة عرض مناسبة بغرض حفظ المعلومات لتكون أكثر موثوقية، ولضمان استمراريته من خلال تسليط الضوء على آراء العلماء المهتمين بتوثيق التراث الثقافي.
7. الترويج لهذه الصفحات بشكل فعال لسهولة وصول الأفراد المنتمين لثقافات فرعية معينة لكل ما يخص تراثهم من عادات وتقاليد لضمان زيادة الوعي بقيمة التراث الثقافي لعدد أكبر من الجمهور.
8. ابتكار طرق مختلفة لاستراتيجيات الترويج والاتصال لتوثيق التراث الثقافي مثل ما تم الترويج له بإحدى صفحات عينة الدراسة وهو الترويج لتطبيق الكتروني لتعليم اللغة النوبية.
9. ضمان دورية وانتظام ما يقدم من معلومات وبيانات للحفاظ على متابعي الصفحة واكتساب متابعين جدد.
10. تفعيل الذكاء الاجتماعي من خلال تنوع طرق تقديم المحتوى الثقافي وعدم الاعتماد على قالب واحد في تقديم المعلومات لاستهداف شرائح جديدة من الجمهور في إطار رؤية كلية وممنهجة لمسألة إحياء التراث الثقافي.

النتائج العامة للدراسة:

اتضح من الدراسة أن إدراك معنى وأهمية التراث الثقافي هو شرط أساسي لبقاء التراث الثقافي في المستقبل وعدم وجود مرجع توثيقي شامل لمثل هذه العادات والتقاليد واللغة ومفرداتها يؤثر تدريجياً على قوتها حتى بين محدثيها.

تبين أن إحياء المناسبات التاريخية بشكل منظم وصناعة أحداث معينة يضمن تدعيم وتعزيز الثقافات الفرعية ويساعد على تنمية المشاعر تجاه تلك الثقافة، وذلك على غرار ما يحدث في يوم النوبة العالمي 7/7 الذي يقام كل عام لإحياء التراث النوبي وتعميقه، فجميع الثقافات الفرعية تزخر بالعديد من المناسبات التاريخية والانجازات يمكن استثمارها لدعم الثقافة الفرعية.

من أهم عوامل جذب الانتباه لمتابعة النصوص هو دمج النصوص مع الصور التراثية وتوظيف القيم اللونية والرموز. وقد اعتمدت صفحة نوبيان جيوغرافيك على الصور بشكل أساسي في كافة البوستات المعروضة بشكل منظم وممنهج حيث يمكن استخدام الصور بشكل مباشر أو غير مباشر لنقل الرسائل الإيجابية. ولكن يعيب على الصفحة عدم الاعتماد على الفنون الجرافيكية الأخرى في تقديم المحتوى الثقافي، بعكس صفحة عشاق اللغة النوبية التي قدمت المحتوى بعدة أشكال ولم تعتمد على الصور فقط، ولكن يعيب على الأخيرة عدم عرضها للأطر والمعلومات المقدمة بشكل احترافي جذاب.

أكبر خطر يهدد المجتمع النوبي هو المحيط الثقافي المغاير في القرى البديلة والذي بأثره أدى إلى تآكل الثقافة النوبية والتي فقدت أهم خصائصها وهي التواجد في بيئة نيلية قامت عليها وارتبطت بها أغلب العادات والتقاليد النوبية كما أن أثر التهجير المتتالية ونزوح النوبيين تباعا إلى المدن الكبيرة مثل القاهرة والإسكندرية أدى لصعوبة الإبقاء على نمط حياة نوبي خاص بهم يتحدثون بلغتهم فيه أو يمارسون عاداتهم التي لطالما ارتبطت بالقرية استهداف الصفحات محل الدراسة لقطاع معين من الجمهور وهم النوبيين أنفسهم - خاصة الشباب والأطفال - والمهتمين بالثقافة النوبية للحفاظ على الثقافة النوبية من الاندثار.

نسبة التفاعل بكلا الصفحتين تعتبر ضعيفة بالرغم أن نسبة المشاهدات عالية فهذا يعني أن هناك متابعة للصفحات ومنشوراتها، ولكن هناك حذر في التفاعل مع منشورات الصفحة. حرص الصفحتين - وبشكل أكبر صفحة نوبيان جيوغرافيك - الابتعاد عن الأطر السياسية والاكتفاء بعرض أطر التراث النوبي.

أولت كلا الصفحتين اهتماما طفيفا بالقصص الشعبي والشعر، بالرغم من قدرتهما الفعالة على جذب الانتباه لاستنادهما في الأساس على جوانب مختلفة (عاطفية، تعليمية، اجتماعية، خيالية، موضوعية).

وجود حسابات عديدة ومنصات أخرى لنوبيان جيوغرافيك لتوثيق الثقافة النوبية بعكس صفحة عشاق اللغة النوبية التي اقتصر على صفحتها على الفيسبوك. مما يدل على المنهجية العلمية التي تتبعها الصفحة في التوثيق العلمي للعادات والتقاليد النوبية على مختلف العصور.

خطورة الذكاء الاصطناعي والمرشحات الخوارزمية التي قد تسبب في تضخيم تأثير الأخبار والصفحات الزائفة والتي يكون هدفها الرئيسي تعميم المحتوى الأكثر شعبية دون الحكم على صحته، ومن الضروري أن تحافظ خوارزمية الصفحات الإلكترونية على التوازن الصحيح وتنشئ مرشحات تقوم بفرز الأخبار والصفحات الإلكترونية.

الثقافات الفرعية تتطلب المزيد من الدراسات للكشف عن العقبات التي ينطوي عليها

التداول الثقافي، وعلى الصفحات الإلكترونية بذل المزيد من الجهد للترويج للثقافة النوبية من خلال تطوير استراتيجيات للترويج للثقافات الفرعية. وإثارة وعي الجمهور من خلال إعداد الصفحات الإلكترونية للحفاظ على التراث النوبي من والترويج لهذه الصفحات ولأفكار المقدمة بها ليدرك المهتمون بالثقافة النوبية وجودها.

أهمية دعم الدولة للصفحات الإلكترونية الجادة في الحفاظ على الموروث الثقافي للثقافات الفرعية، وإشراك كافة مؤسسات الدولة -المعنية بالثقافات الفرعية - لإعداد خطط تنموية إعلامية تتناسب مع الحراك الاجتماعي الثقافي. حتى تكون أكثر جدوى وفاعلية في إحياء التراث الثقافي بمجمله.

ضرورة الاهتمام بمفهوم الثقافات الفرعية المصرية، وترسيخه في وعي الأجيال القادمة من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

ضرورة استعراض عادات وتقاليد الثقافات الفرعية بشكل دوري عبر الحسابات الإلكترونية عن طريق الاستعانة بالمراجع المتخصصة وإعادة صياغة مادتها لتناسب متابعي مواقع التواصل الاجتماعي.

مراجع الدراسة:

1. اتفاقية عام 2003 لصون التراث الثقافي غير المادي: التقرير النهائي، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، أكتوبر 2013. [https://ich.unesco.org/doc/](https://ich.unesco.org/doc/src/IOS-EVS-PI-129_REV.-AR.pdf) On .2013
- 2 . Patrick Williams, Subculture's Not Dead! Checking the Pulse of Subculture Studies through a Review of 'Subcultures, Popular Music and Political Change' and 'Youth Cultures and Subcultures: Australian Perspectives', **SAGE Publications, VOL. 27, No.1, 2019, Pp.89-105.**
- 3 . Mara Cerquetti & Concetta Ferrara, **Marketing Research for Cultural Heritage Conservation and Sustainability: Lessons from the Field, Sustainability, 2018, Vol.10, No.3, Pp.774; doi:10.3390/su10030774, www.mdpi.com/journal/sustainability.**
- 4 . Dal Yong Jin, Kyong Yoon, The social mediascape of transnational Korean pop culture: Hallyu 2.0 as spreadable media practice, **new media & society, Vol. 18, No.7, 2016, Pp.1277 -1292.**
- 5 . Niina Sormanen & William H. Dutton, The Role of social media in Societal Change: Cases in Finland of Fifth Estate Activity on Facebook, **social media & Society, July-December 2015, Pp.1-16.**
- 6 . Chery Ruth Soriano, Online Mediation of Minority Dissent A Historical-Dialectical-Structuration Analysis, **Journal of Creative Communications, SAGE Publications, Los Angeles, London, 2013, Vol.8, No. 3, Pp. 89-106.**
- 7 . Sheenagh Pietrobruno, YouTube and the social archiving of intangible heritage, **new media & society, Vol. 15, No.8, 2013, Pp. 1259 -1276 .**
- 8 . Emmanuel C. Alozie, Advertising and Culture Semiotic Analysis of Dominant Symbols Found in Nigerian Mass Media Advertising, **Journal of Creative Communications, SAGE Publications Los Angeles, London, Vol.5, No.1, Pp.1-22.**
- 9 . ابتهاج حافظ الدريدي، سوسيولوجيا الثقافة عبر إعلان مواقع التواصل الاجتماعي،

مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية،
المجلد الخامس، ع 19، 2020، ص 1-27.

10 . منال عمار، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب
السعودي، مجلة التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر، ع 188، ج2، أكتوبر 2020،
ص 178-204.

11 . سلمى غروبة، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية: دراسة تحليلية
لمستخدمي الفيسبوك، مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز البحث
وتطوير الموارد البشرية، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، مجلد 2، ع 4، 2019،
ص 62-84.

12 . شيماء صلاح صادق، تطويع فن التيوغرافيا في التصميم الإعلاني لتأصيل الهوية
البصرية في الإعلان السياحي، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، الجمعية العربية
للحضارة والفنون الإسلامية، ع13، 2019، ص 267-287.

13 . عبد القادر عثمان، دور التلفزيون القومي في تعزيز الهوية الثقافية في العالم
العربي: الكيفية والشروط، مجلة مقاربات، ع37، مجلد 19، 2019، ص 9-28.
14. مولود بوزيد، دور التلفزيون في الحفاظ على الثقافة الشعبية: حصة «اماشهوا»
أنموذجاً، المركز الجامعي تيسمسيلت، مخبر الدراسات النقدية والأدبية، الجزائر، مجلد3،
ع1، 2019، ص 246-254.

15. مريم صالح منصور، دور دار الوثائق القومية في التسويق للتراث الوطني في
مصر: دراسة تحليلية، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجمعية المصرية
لمكتبات والمعلومات والأرشيف، مجلد6، ع4، 2019، ص 78-141.

16. أشرف محمد عبد المحسن الشريف، التسويق الإلكتروني للتراث الثقافي على شبكة
الويب: الوثائق التاريخية نموذجاً، مجلة المكتبات والمعلومات والتوثيق في العالم العربي،
جامعة الدول العربية، ع4، يونيو 2016، ص 52-71.

17. سلوى الشريف، الثقافات الفرعية كما يعكسها تصميم المواقع الإلكترونية المحلية:
دراسة تحليلية لمواقع المحافظات المصرية، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، كلية
الإعلام جامعة الأهرام الكندية، ع 11، مجلد 2015، ص 58-87.

18. هناء حسين قرني، الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الرأي العام لدى الشباب
الجامعي، دراسة تطبيقية على موقع الفيس بوك، ماجستير، كلية البنات، جامعة عين
شمس، قسم الاجتماع، 2015.

19. بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير - مدخل نظري،

- كلية الإعلام، جامعة بغداد، الباحث الإعلامي العدد 18، 2012، ص 110.
20. ثريا أحمد البدوي، الشبكات الاجتماعية وتعزيز مواطنة الأقليات النوبية في مصر: رؤية اثنوجرافية افتراضية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع35، 2010، ص 1-53.
21. شيرين محمد كدواني، دور الفيسبوك في تشكيل رأس المال الاجتماعي: دراسة تطبيقية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع23، ديسمبر 2018، ص 182.
22. إنجي محمد محمد، رأس المال الاجتماعي: نحو نظرية في البناء والفعل الاجتماعي، المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مجلد 41، ع2، 2004، ص 102.
23. Robert Putnam, Bowling Alone: The collapse and revival of American community, New York: Simon & Schuster, 2000, Available at: citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=
24. James farr, social capital: A conceptual history, **political theory, Vol.32, No.1,2004, pp.6-33.**
25. شيرين محمد كدواني، مرجع سابق، ص 183.
26. فهد بن سلطان السلطان، مفهوم الثقافات الفرعية- الثقافات الفرعية والنظام التربوي، التنوع الثقافي وأثاره التربوية
27. Minhus & Liang Huie, The Tendency of Traditional Costume at Heritage Festival for Cultural Revival, April-June, **sage publication, 2021, Pp. 1 -11, DOI: 10.1177/21582440211016905, journals.sagepub.com/home/sgo.**
28. إبراهيم القرشي، عادات سودانية أصولها عربية، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، الخرطوم، 2015، ص12
29. شريف كنعانة، دراسات في الثقافة والتراث والهوية، مؤسسة ناديا للطباعة والنشر والإعلان والتوزيع، رام الله، 2011، ص 116.
30. اتفاقية اليونسكو بشأن حماية التراث الثقافي غير المادي، تعتبر اتفاقية اليونسكو لعام 2003 واحدة من أهم الاتفاقيات لتنظيم الأنشطة الرامية إلى الترويج للتنوع الثقافي. Available on: <https://ich.unesco.org/doc/src/01852-AR.pdf>