

قيم العولمة بمجالات الشباب العربية وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب المصرى دراسة تحليلية وميدانية

أسماء أحمد أبوزيد علام*

مقدمة:

تعد مرحلة الشباب مرحلة تغير كمي ونوعي في ملامح الشخصية، وتتميز بدرجة عالية من التعقيد؛ إذ تختلط فيها الرغبة في تأكيد الذات مع البحث عن دور اجتماعي والتمرد على ما سبق إنجازه، إلى جانب الإحساس بالمسؤولية والرغبة في مجتمع أكثر مثالية مع السعي المستمر إلى التغيير.

وهنا تظهر أهمية القيم في حياة الشباب باعتبارها تمثل المحددات الرئيسية للاتجاه والسلوك الاجتماعي الذي يسير عليه الفرد والمجتمع، ومن خلالها يحدد الفرد ما هو مقبول وما هو مرفوض من سلوك. إلا أن منظومة القيم في المجتمع المصرى تعرضت للعديد من التغيرات خاصة لدى الشباب في إطار العولمة التي تعيش بيننا ومعنا ونتعايش معها بشتى الأساليب والوسائل، وقد دخلت العولمة في سياق حياتنا الاقتصادية والثقافية والاجتماعية من خلال وسائل الإعلام التي تتركز في عدد من التكتلات الرأسمالية (متعددة الجنسيات) والتي تستخدم وسائل الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمى.

وتبدو رؤية القيمة مرهونة بصاحب القوة ويحدود القيمة، باعتبار أن قيمة القوة تسبق قوة القيمة. والقوة وفق هذا التصور تغلو القيمة في منظومة الفعل الحضارى وإمكاناته، فهي تابعة للقوة تتشكل منها وتتأسى بها. وبالتالي هناك تناقض بين العولمة في المركز والعولمة عندما تصل إلى الأطراف، فعندما تصل إلى الأطراف تعاني مسألة القيم مما يسمى بالتشويش القيمي وتصل إلى ما يسمى بالـ "الفراغ الأخلاقي" في بعض المجتمعات.

* مدرس مساعد بقسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

فقيم العولمة تعبر في حقيقتها عن مصالح وغايات ترغب الدولة التي تقود وتوجه سياسات العولمة أن تغزو بها الدول الأخرى، وهو ما يعنى مسخ هوية تلك المجتمعات وفرض قيم وممارسات ليس لها جذور في العمق التاريخي للأمم والشعوب. مما يؤدي إلى الانقسام والتفكك وإحداث شروخ في الأبنية الثقافية للشعوب، فضلاً عن محاولة طمس معالم الثقافة الوطنية أو إظهارها بمظهر العاجز. الأمر الذي يجعل البعض يرى أن العولمة تمثل خطراً يهدد مستقبل الإنسان في حريته وفي تمايزه الحضارى والثقافى.¹

ووجدت العولمة ضالتها والبيئة الملائمة لازدهارها في نسق قيم ثقافة ما بعد الحداثة المؤسسة على الشباب والتغير والسلوك الاستهلاكي، ولذا تعمل العولمة من خلال وسائل الإعلام على تشكيل وعى الشباب وفق ثقافة وقيم لا صلة بينها وبين النظام الاجتماعى الذى ينتمون إليه، مما يؤثر على انتمائهم لمجتمعهم وثقافته، ويتحول الشباب الذى استوعب مفردات العولمة إلى إنسان عالمى متحرر من الانتماءات اللغوية والقومية والثقافية والدينية والسياسية وحتى الجغرافية. فعمليات العولمة الثقافية تستهدف الشباب بوجه خاص، عبر تكامل مداخل الاختراق للسياسات التربوية والتعليمية والثقافية والإعلامية.²

وإذا كان الشباب المصرى يتعرض بفعل تكنولوجيا الاتصال إلى رسائل متعددة، فإن بعض هذه الرسائل تحمل الكثير من القيم وأنماط السلوك التى قد تتعارض مع تراثنا وقيمنا، وتعد مجالات الشباب إحدى وسائل الإعلام التى تتوجه إلى الشباب لتحقيق أهداف محددة وغرس قيم معينة فى نفوس الشباب.

خاصة أن السوق المصرية تذخر بالعديد من مجالات الشباب التى تضم أنواعاً من المعرفة الإنسانية، ويتجانس قراؤها إلى حد كبير مما يسمح بتحقيق أثر مشابه. لذا فإنه من الأهمية دراسة محتوى هذه النوعية المتخصصة وتحليل ما تقدمه من كافة الزوايا، لمعرفة القيم والأنماط الفكرية والمواقف المجتمعية التى تروج لها هذه المجالات، ودراسة علاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب المصرى.

مشكلة الدراسة:

تتبلور المشكلة البحثية في رصد وتحليل قيم العولمة المقدمة في مجلات الشباب محل الدراسة -وهي الشباب وإحنا وكلمتنا وكاريزما- في محاولة لتحديد مدى إسهام هذه المجالات في التأثير على منظومة القيم لدى الشباب المصري انطلاقاً من دور هذه المجالات كوسيلة اتصال ثقافي تعمل كمرآة عاكسة للقيم وتسهم عبر عدة آليات في التأثير المقصود في الشباب. ويعتمد الإطار النظري للدراسة على النظرية الثقافية النقدية، ومدخل التبعية في ظل العولمة (مدخل سوسيولوجي اقتصادي سياسي)، ونظرية الغرس الثقافي.

واعتمدت الباحثة على منهج المسح والمنهج المقارن للمقارنة بين القيم المقدمة في مضمون المجالات عينة الدراسة على مستوى كل مجلة على حدة قبل وبعد ثورة 25 يناير، وبين كل مجلة والأخرى، لرصد جوانب الاتفاق والاختلاف، وأيضاً للمقارنة بين منظومة القيم لدى قراء كل مجلة من المجالات محل الدراسة. وأخيراً للمقارنة بين القيم التي طرحتها مجالات الدراسة ومنظومة القيم لدى مفردات العينة.

واشتملت عينة الدراسة التحليلية على مجلات (الشباب وكلمتنا وإحنا وكاريزما) باعتبارهم المجالات الشبابية الثابتة في الصدور منذ أكثر من خمسة أعوام، ولاقت إقبالاً من الشباب المصري بناءً على مؤشرات الدراسة الاستطلاعية، واشتملت عينة الدراسة الميدانية على عينة من الشباب المصري من قراء المجالات محل الدراسة من مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة قوامها 400 شاب.

وترجع أهمية الدراسة إلى:

1- الدور المهم لفئة الشباب في المجتمع، حيث يعد الشباب محور اهتمام المجتمع والعديد من المفكرين ومتقفي مصر.

2- أهمية دور مجلات الشباب كوسيلة من وسائل الإعلام ونشر الوعي وتشكيل قيم الشباب، وذلك نظراً لطول دورية صدورها، مما يساعد على إبقائها فترة طوية مع الشباب وتكرار قراءتها.

3- أهمية التصدى لمحاولات العولمة لطمس أو تزوير أو القضاء على الهوية الثقافية، بالتركيز على دور وسائل الإعلام فى الحفاظ على الهوية الثقافية ودعمها.

4- أهمية القيم فى تحديد اتجاهات الشباب فى الحياة، لذا تسعى الدراسة لمعرفة العلاقة بين قيم العولمة بمجالات الشباب ومنظومة القيم لدى الشباب المصرى.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تسعى الباحثة لتحقيق هدف رئيسى هو دراسة العلاقة بين قيم العولمة بمجالات الدراسة ومنظومة القيم لدى العينة خلال فترة الدراسة. وتسعى الباحثة للإجابة على تساؤل رئيسى هو: هل توجد علاقة بين قيم العولمة بمجالات الدراسة ومنظومة القيم لدى العينة خلال فترة الدراسة؟ وما أبعاد هذه العلاقة؟

أهم نتائج الدراسة:

قامت الباحثة بتقسيم القيم التى إستخلصتها من مجالات الدراسة إلى قيم تدعم العولمة وأخرى تدعم الهوية المصرية، ثم قامت بتقسيمها وفق وجه القيمة إلى قيمة عولمة إيجابية بلغت نسبتها 37.2%، وقيم عولمة سلبية بلغت نسبتها 36.5%، وكذلك قيم مصرية إيجابية بلغت نسبتها 19%، وقيم مصرية سلبية بلغت نسبتها 7%.

وتضمنت قيم العولمة الإيجابية عدة قيم أبرزها المواطنة والتقدم والحرية المسئولة بالإضافة إلى قيم أخرى كالحفاظ على البيئة والتعاون وتقدير قيمة الوقت. أما قيم العولمة السلبية فتضمنت قيم التحرر والمحاكاة الشكلية للغرب فى وجهها السلبى، بالإضافة إلى قيم الفردية والاستهلاك والطبقية.

وعبرت هذه المجالات عن الشخصية المصرية من خلال بعض القيم الإيجابية مثل الاعتزاز بالهوية المصرية القائمة على قيم الاستقامة والتدين، بالإضافة إلى بعض القيم السلبية مثل الإنهزامية وروح اليأس التى أدت إلى تغلغل قيم مثل ركوب الموجة والتناقض وإزدواجية المعايير والمحسوبة.

وعن ترتيب القيم بمجلات الدراسة: تعد قيمة المحاكاة الشكلية للغرب فى وجهها السلبى أكثر القيم المطروحة بمجلات الدراسة، ثم قيمة التقدم، وفى المرتبة الثالثة جاءت قيمة المواطنة، ثم قيمة الاعتزاز بالهوية المصرية فى المرتبة الرابعة. وتراجعت قيمة الإنهزامية إلى المركز الخامس، ثم قيمة التحرر، ثم قيمة الحرية المسؤولة فى المركز السابع، وأخيراً قيمة الفردية.

أما ترتيب القيم لدى الشباب عينة الدراسة: فاختلاف ترتيب القيم عند الشباب حيث جاءت قيمة التقدم كأكثر القيم التى يتبناها المبحوثين، ثم قيمة المواطنة، وفى المرتبة الثالثة جاءت قيمة الاعتزاز بالهوية المصرية، ثم قيمة الإنهزامية فى المرتبة الرابعة. وتراجعت قيمة الفردية إلى المركز الخامس، ثم قيمة الحرية المسؤولة، وجاءت قيمة المحاكاة الشكلية للغرب فى وجهها السلبى فى المركز السابع، وأخيراً قيمة التحرر . وتم تطبيق معامل سبيرمان لمعرفة العلاقة بين قيم مجلات الدراسة ومنظومة القيم لدى الشباب محل الدراسة، فكانت النتيجة على النحو التالى:

معامل الارتباط متوسط بين قيم مجلات الدراسة ومنظومة القيم لدى الشباب. وتفصيلاً فإن: معامل الارتباط كبير بين القيم المطروحة بمجلة إحنا ومنظومة القيم لدى الشباب قراء المجلة. وجاء معامل الارتباط متوسط بين القيم المطروحة بمجالتى الشباب ومجلة كلمتنا ومنظومة القيم لدى الشباب قراء كلتا المجلتين. وجاء معامل الارتباط ضعيف بين القيم المطروحة بمجلة كاريزما ومنظومة القيم لدى الشباب قراء المجلة. ولعبت مجلات الدراسة دوراً فى تشكيل منظومة القيم لدى مفردات العينة، وذلك على مستوى القيم الشكلية المطروحة بمجلات الدراسة والتى تظهر فى نمط الأزياء ونوعية الأطعمة والموسيقى المفضلة والسلوك فى الشارع العام، وطريقة الحكم على الأشياء، وطريقة الكلام، وقبول للنقد.

وعن نمط الملابس فتعد مجلة كاريزما أكثر مجلات الدراسة تأثيراً على نمط الملابس الخاص بقراءها من العينة نظراً لهدف المجلة الأساسى وهو تعميق فكرة أسلوب الحياة فى مصر والتى يشكل نمط الملابس فيها جزء أساسى، ولذلك هناك باب

(على الموضة) وهو باب ثابت في كل إصدار يركز اهتمامه على الموضة العالمية الخاصة بالملابس والإكسسوارات والماكياج.

وعن طريقة الكلام فقد إستخدامت مجلة كاريزما العديد من المصطلحات الإنجليزية، مما أثر على طريقة كلام العينة من قراءها وجعلهم يعتادون مثل هذه المصطلحات بين العبارات العربية، ونشرت مجلة إنا العديد من الألفاظ الخارجة والمبتذلة التي مازال يرفضها المجتمع المصرى.

فمجالات الدراسة لم تؤثر بشكل واضح على قيم العينة الجوهرية المرتبطة بالدين والمعتقدات والفرق بين الصواب والخطأ. ومازالت العينة تنظر للأسرة والمؤسسات الدينية بعين الاحترام والتقدير، وتتخذ منهما مصادر أساسية لتشكيل قيمها، وتسبق هذه المصادر أى وسيلة من وسائل الإعلام.

حيث جاءت وسائل الإعلام فى المركز الرابع كمصدر من مصادر تشكيل قيم الشباب العينة، فى حين جاءت الأسرة فى الترتيب الأول كمصدر أساسى من مصادر تشكيل القيم بنسبة 37%، ثم المؤسسات الدينية بنسبة 27%، وجاء الأصدقاء فى المركز الثالث بنسبة 14%، ثم وسائل الإعلام بنسبة 9.8%.

وتعتمد الأسرة فى غرس القيم على أنماط تستلهم أساسياتها من الدين، العرف، التقاليد، وتقديم نماذج واقعية، وتقديم مواقف مرتبطة بالواقع وما يحمله من صعوبات. أما وسائل الإعلام فتعتمد فى غرس القيم على الإثارة والمتعة والتسلية وتقديم النماذج المؤثرة، وإعادة تشكيل القيم من منطلق تجارى وليس اجتماعى، والتركيز على القيم المادية.

وتقبل معظم العينة على مجالات الدراسة بدافع التسلية والهروب من الواقع، نتيجة حالة عدم الرضا وفقدان الأمل من تغير الواقع، وعدم توافر مصدر لإشباع إحتياجاتهم خاصة مع انخفاض المستوى الاجتماعى والاقتصادى لمعظم مفردات العينة. مما يدفعهم إلى الواقع المفتعل من خلال ضغط مجالات الدراسة على هذا الوتر.

وتكون البداية بخلق التغيرات فى السلوك والملبس والتذوق وعادات الطعام وما إلى ذلك إلا أنها تتحول لتؤثر فى سلوكيات أساسية مثل دور الشباب كمستهلكين أساسيين فى المجتمع، فالاستهلاك ينطلق من فكرة التغير الاجتماعى وتحول الفرد نحو الإستهلاك.

فظاهر الاستهلاك يتجه نحو تسويق المنتجات وباطنه يرتكز على تغيير في القيم حيث يستخدم الإعلام القيم كمثيرات يتم من خلالها التأثير على المستهلك. ومن هذه القيم الفردية والتحرر والإستمتاع بالحياة، حيث لا يشتري المستهلك المنتج وإنما يشتري صورة ذهنية تعطي الإحساس بقيمة هذا المنتج. فالمستهلكون يرون أنفسهم في السلع التي يستعملونها. لذا دعمت مجالات الدراسة قيم التحرر والمحاكاة الشكلية للغرب في وجهها السلبي والفردية، بالإضافة إلى قيم الاستهلاك والطبقية.

فالعولمة تحفز الفرد على إمتلاك كل ما له قيم مادية على حساب التنازل عن القيم المعنوية مما أدى إلى إهتزاز في بنية الطبقات التقليدية، وحدثت متغيرات داخلها وخلط وتداخلات على دورها، وكذلك تنامي شريحة عبر طبقية من مالين كبار تقوم اهتمامهم على أنشطة الخدمات والسمرسة، وتنتشر تأثيراتهم رأسيا وأفقا في شتى أنواع المؤسسات داخل مجتمعاتهم ومجتمعات أخرى. بالإضافة إلى زيادة حجم الطبقة الدنيا وإنضمام فئات وشرائح جديدة لها.

ولم تقم المجالات بدورها في ترسيخ القيم المصرية الأصيلة، ولم تكثف بذلك بل عمدت إلى نشر القيم السلبية التي ألصقتها ظروف العولمة بالشخصية المصرية. وصعدت المجالات محل الدراسة الوجه السلبي للقيمة على حساب الوجه الإيجابي، فأغفلت قيمة التحرر في وجهها الإيجابي كتحرر الشخصية من كافة القيود التي تشكل عائق ضد الحرية ولا تعود بالنفع إلا على أصحاب السلطة، وتحرر الإعلام من كل أشكال الهيمنة والسيطرة والمصادرة من أجل ممارسة دوره الخلاق في التنمية الإنسانية، مما يزيد من قدرة هذه الوسائل على تمثيل مصالح شعوبها.

وهنا لعبت المجالات دور المحرض على الصراع بين القيم الأصيلة للشخصية المصرية وقيم العولمة، وذلك من خلال ما تقوم به المجالات محل الدراسة من نمذجة السلوكيات والتحرر من الروابط التقليدية ونشر قيم الفردية والتحرر من الانتماءات السياسية والجغرافية واللغوية. وصياغة قراءها كنزوات محددة وفق رغبات وقيم العولمة، من خلال فصل الأفراد عن ذويهم وعن مجتمعاتهم وسلخهم عن أنفسهم، عن طريق تقديم النماذج الهابطة وتقريبها إليهم وترغيبهم فيها، مما يؤدي إلى إقتلاعهم من جذورهم ويدفعهم إلى التقليد الأعمى دون وعى أو فهم لما يحاك لهم.

إلا أن الشباب العينة أثبت مدى وعيه وتمسكه بقيمه المصرية بالرغم من تعرضه لمجلات الدراسة التي تقدم قيم العولمة بنسبة كبيرة، ويرجع ذلك إلى عدم قبول العينة لما تقدمه المجلات كما هو، وإنما يأخذ منه ما يتوافق مع إطاره المرجعي. مما يؤكد على الجانب الإيجابي للعينة والذي يتمثل في تفسيراته للنصوص والمضامين الإعلامية التي تختلف مع رؤية واتجاهات واضعي السياسة الإعلامية ورؤية القائمين بالاتصال بمجلات الدراسة، حيث كشفت الدراسة التحليلية أن قيم العولمة جزء هام من مضامين المجلات الشبابية محل الدراسة، إلا أن الدراسة الميدانية أثبتت أن الشباب الذين يعدون أكثر فئات المجتمع إنفتاحاً أكثر تمسكاً بالقيم المصرية.

حيث يرتفع معدل تبني العينة للقيم المصرية الإيجابية (متوسط حسابي=2,89)، ويؤثر عامل الاحتكاك بالخارج على تبني القيم المصرية الإيجابية (مستوى معنوية=0,044، وقيمة ف=3,204). ويرجع ذلك إلى أن الاحتكاك بالخارج يعد عامل هام في إكتساب قيم العولمة سواء كان السفر للمجتمعات الغربية المصدر لقيم العولمة أو للمجتمعات الخليجية المستهلكة لقيم العولمة.

كما يرتفع معدل تبني العينة للقيم المصرية السلبية (متوسط حسابي=2,72). وتوجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في تبنيهم للقيم المصرية السلبية (مستوى معنوية = 0,000، وقيمة ت= -3,566) لصالح الإناث، وأرجعت الباحثة ذلك إلى حب كثير من الإناث للتدخل في شئون الآخرين مع إختلاف أسباب القيام بذلك.

ولا يعنى ارتفاع معدلات تبني العينة للقيم التي تدعم الهوية المصرية رفضهم لقيم العولمة، إلا أن درجة تبني العينة لقيم العولمة السلبية جاءت متوسطة (متوسط حسابي=2,39). وتوجد فروق دالة إحصائياً بين طبيعة المجلات الشبابية عينة الدراسة ودرجة تبني قيم العولمة السلبية (مستوى معنوية = 0,035، وقيمة ف = 890,1). حيث ترتفع درجة تبني قراء مجلة الشباب لقيم العولمة السلبية (متوسط حسابي = 2,51) عن قراء مجلة كلمتنا (متوسط حسابي = 2,30)، نتيجة تغليب مجلة الشباب لقيمة الفردية عن قيمة التعاون.

كما توجد فروق دالة إحصائياً بين فئة الشباب الأقل من 22 سنة والفئة التي تبدأ من 22 إلى 35 سنة في تبنيهم لقيم العولمة السلبية (مستوى معنوية = 0.000، وقيمة ت = -4.257) لصالح الفئة الأقل من 22 سنة، وأرجعت الباحثة ذلك إلى طبيعة المرحلة العمرية الراغبة في مزيد التحرر دون إلترام.

ثورة 25 يناير ومنظومة القيم بمجلات الشباب

تمثل مرحلة الثورة مرحلة فارقة في ترتيب القيم بالمجلات محل الدراسة قبل وبعد الثورة، فقد ازدادت نسبة قيم العولمة الإيجابية والقيم المصرية الإيجابية بعد الثورة، في حين تراجع قيم العولمة السلبية بعد أن كانت تحتل الترتيب الأول قبل الثورة على النحو التالي:

بلغت نسبة قيم العولمة الإيجابية قبل الثورة 35.5%، وزادت بعد الثورة إلى 39%. وكذلك القيم المصرية الإيجابية حيث بلغت نسبتها قبل الثورة 16%، وزادت بعد الثورة إلى 23%. أما قيم العولمة السلبية فقد بلغت نسبتها قبل الثورة 42%، في حين أنها بعد الثورة تراجعت إلى 29%.

وعن طبيعة النماذج التي روجت لها المجلات محل الدراسة قبل وبعد الثورة:

عمدت المجلات قبل الثورة إلى تسطيح الشباب من خلال تقديمها لنجوم الفن والرياضة دون العلماء كقدوة للشباب فلكي تكون مشهور وتوضع صورك على أغلفة المجلات الشبابية لابد أن تكون ممثل أو مغنى أو لاعب كرة قدم وليس عالماً أو أديباً³.

وحدث تحول بعد الثورة حيث تصدر الشباب المشاركون في الثورة والمصريون الذين لديهم وعى والإعلاميون المساندون للثورة أغلفة مجلة كلمتنا وإحنا بصورة أكبر⁴، حيث جاء غلاف مجلة كلمتنا عبارة عن صورة لشاب مصرى يمثل ثورة 25 يناير التي تنادى ببناء البلد والقضاء على الفساد إلا أن فلول النظام السابق يحيطون به من كل جانب بأسلحتهم المختلفة (مولتوف- أسلحة نارية- الفتنة الطائفية)⁵. ورسم للرئيس السابق مبارك خلف قضبان السجن متعجباً من ظلم المصريين له، ومكتوب على حائط السجن أسباب سجنه منها قتل المتظاهرين وعبارة السلام وكارثة الدويقة

وتصدير الغاز لإسرائيل والعشوائيات والبطالة⁶. وغلاف يحمل تعليق "كلنا مصر" ويضم صورة للفلاح والعامل والطفل والشاب والكبير والمحبة وغير المحبة⁷. فالمواطن المصرى أصبح بطل المشهد هو القدوة وكذلك الإعلاميون وليس الفنانون والرياضيون. وتصدرت الشخصيات المشاركة فى الثورة أغلفة مجلة إحنا، كما نشرت المجلة صور لمشاهد من ميدان التحرير.

وعن الوظائف المجتمعية لمجلات الدراسة قبل وبعد: ركزت تلك المجلات قبل الثورة على وظيفة الترفيه، وإن كان ترفيهه يحتاج إلى ترفيهه لإزالة آثار التوتر الاجتماعى الذى يتركها، فالترفيه من خلال التسوق والمزيد من الاستهلاك والذهاب إلى الأماكن الفاخرة لتحقيق الرفاهية يغرس قيمة الطبقة بين الشباب، وليس التسلية وتهيئة الراحة والإسترخاء.

وأغفلت مجلات الدراسة وظائف مثل العمل على ترابط أجزاء المجتمع حول القضايا الأساسية من خلال تسليط الضوء على القضايا التى تهم المجتمع، وهو ما يؤدى إلى تطور الرأى العام. ولم تقم مجلات الشباب بدورها الخاص بتمرير القيم من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية كما ينبغى. ولم تخلق المجلات المثل الاجتماعى الإيجابى من خلال تقديم النموذج الإيجابى فى الشئون العامة والأدب والثقافة والفنون، بل ركزت المجلات على الفنانين ولاعبى كرة القدم دون العلماء.

فلا يحظى العلم والعلماء بالاحترام والتقدير، فالعلم لم يعد الطريق للنجاح فى المجتمع أو السبيل إلى الترقى، وإنما المال بأى وسيلة هو المفتاح السحرى لكل شئ وأى شئ، وتقهقرت قيم التفوق العلمى لتحل محلها قيم التجارة والأعمال الحرة والكسب التى تعطى تفوقاً اجتماعياً بصرف النظر عن التعليم والإنجاز.

وتوجهت مجلات الدراسة تدريجياً بعد الثورة نحو مسئوليتها الإجتماعية، من خلال اختيار القيم التى تشبع الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمجتمع، بالتركيز على القيم والأفكار التى تمكن أفراد المجتمع من ممارسة حقوقهم وواجباتهم كمواطنين. وكان لا يمكن أن يتم ذلك مع الاتجاه المتزايد نحو بيع الجماهير للمعلنين، لذا إنخفضت نسبة الإعلانات بالمجلات بعد الثورة. ولا يمكن إرجاع ذلك فقط إلى قيام

المجلة بمسئوليتها الاجتماعية وإنما يرجع أيضاً إلى الأجواء الغير مستقرة والعوامل الاقتصادية بعد الثورة.

وتمكننا مجلتنا كلمتنا وإحنا من القيام بدورهما فى التعبئة بعد الثورة من خلال المساهمة فى الحملات الإجتماعية، وإن كانتا تساهمان فى التغيير الاجتماعى ولا تقوده. حيث شاركت مجلة كلمتنا فى العديد من حملات التوعية المجتمعية منها "احترم نفسك، و"لسة فيكى رجالة يامصر" للقضاء على ظاهرة التحرش فى مصر، ثم قامت بعمل مبادرة إنتخابات وزارية شبابية اسمتها "الوزارة فى العمارة" طلبت من الشباب أن يرشحوا أنفسهم لمناصب وزارية على أن يقدموا حلول مبتكرة للمشاكل الحالية وتم عرضها على الوزراء المختصين، وتقيم المجلة ورش عمل فى مجالات مختلفة (صحافة، وفن، وتنمية بشرية).

وبعد الثورة أصبح من الممكن الكتابة عن الرموز السياسية المختلفة فى المجتمع وإظهار سلبياتها حيث كان يقتصر الأمر على التوعية السياسية دون الإشارة إلى أى من تلك الرموز السياسية.

ومن القيم التى حرصت المجلة على تقديمها الإيجابية وعدم السلبية، وعدم إهانة أى شخص أو دين، والمصادقية فى كل الأشياء، وعدم التعميم والكتابة عن مواقف محددة وليس عن مؤسسات بعينها. ويتم اختيار الشخصيات التى يتم محاورتها بعناية وفقاً لمبدأ المسؤولية الاجتماعية حتى النجوم يتم اختيار من يقدمون أعمال محترمة وليس من يقدم أعمال تفرقع إعلامياً دون جدوى.

فقدت مجلة إحنا عدداً من الحملات انطلاقاً من دورها إزاء المجتمع منها حملة "كده عيب البلد بتتغير وإنت واقف صف تانى" من خلال توزيع ملصقات مع المجلة وفى الشوارع، كما شاركت المجلة فى حملة ابدأ بنفسك كمبادرة من المجلة لتحفيز كل قارئ لأن يكون إيجابى ويقوم بدوره إزاء المجتمع المحيط به.

وهناك بعض أفكار الموضوعات المتشابهة بين مجلات الشباب، فقد اشتركت مجلتنا الشباب وإحنا فى فكرة عمل حوار بين الشباب المنتمين لتيارات سياسية مختلفة، وخلق روح المنافسة بينهم لإستقطاب شاب ليس لديه أى انتماء وإقناعه بالتيار الذى

ينتمى إليه كل شاب، وكانت النتيجة فى المجلتين عدم انجذاب الشاب الذى ليس لديه أى انتماء لأى من التيارات السلفية والإخوان والإشتراكية والناصرية والليبرالية. وهناك تكرار بين المجالات عينة الدراسة فى الشخصيات التى يتم إجراء الحوارات معها فى نفس توقيت النشر، ومعظمها من الشخصيات تعمل بالمجال الفنى، وهى الشخصيات التى تقدم كقدوة للشباب وتنشر صورهم على أغلفة المجالات الموجهة إليهم. وتتشابه الشخصيات التى تنشر صورها على أغلفة مجلة كلمتنا ومجلة كاريزما، وتقرب منهم مجلة الشباب.

فالتوجه الفكرى للقيم بمجلات الشباب عينة الدراسة بعد الثورة يأتى فى إطار البنية الفكرية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية التى يتشكل بها النظام السائد، فوسائل الإعلام ما هى إلا أدوات أيديولوجية لإعادة إنتاج هذه الأبنية.

الهوامش والمراجع :

¹عاطف السيد، العولمة فى ميزان الفكر: دراسة تحليلية، (القاهرة: فلمنج للطباعة، 2002)، ص61.

² Abedini S. **Sociological analysis of economic and cultural capital role in tendency to social values among the students of Islamic Azad University**, Khalkhal Branch. Indian Journal Of Science & Technology [serial online]. September 2011;4(9):1162-1167. Available from: Academic Search Complete, Ipswich, MA. Accessed December 20, 2012.

³ أغلفة مجلة كلمتنا وكاريزما والشباب وإحنا قبل الثورة: صور شخصية لفنانين ورياضيين مصريين ولبنانيين وأمريكيين وأوروبيين؛ مثل داليا البحيرى وهند صبرى ومنة شلبى ومحمد سعد ولأعب التتس Nadal، تامر حسنى، رشدى أباطة، وأنجلينا جولى، جوني ديب.

⁴ غلاف عبارة عن مشاهد من ميدان التحرير، مجلة كلمتنا والشباب وكاريزما وإحنا عدد مارس 2011.

حوار وبوستر لـ(مطرب الثورة محمد المغربي، والإعلامية ريم ماجد مذيعة برنامج بلدنا بالمصرى، مجلة كلمتنا عدد يوليو 2011.

⁵ غلاف مجلة كلمتنا، عدد أبريل 2011.

⁶ غلاف مجلة كلمتنا، عدد مايو 2011.

⁷ غلاف مجلة كلمتنا، عدد يونيو 2011.