

الشباب الفلسطيني والتبسات مفهوم الهوية عبر الاعلام الاجتماعي

د. محمد أبو الرب مجلة سياسات عدد مزدود ٣٧-٣٨

استاذ الإعلام في جامعة بيرزيت

maburub@ybirzeit.edu

تبحث هذه الورقة في مظهرات الهوية لدى الشباب الفلسطيني عبر الاعلام الاجتماعي؛ ومدى القدرة على تطويع هذا الفضاء الافتراضي لخدمة الهوية الفلسطينية الواقعة تحت شرط احتلالي، أخذاً بالاعتبار أنه غالباً ما تبحث الجماعات تحت التهديد عن معززات لهويتها؛ وأن تكون أكثر تمسكاً بهويتها من الجماعات التي تعيش ظروفًا اعتيادية تتسع فيها مساحة الهم والرغبة الفرديتين على حساب الجمعي، فإلى أي حد يمكن القول أن المنبهات الفردية والجمعية للهوية الفلسطينية حاضرة عبر الإعلام الاجتماعي؟

الإجابة على التساؤل أعلاه لا بد وأن تبدأ بتشخيص "واقع" الشباب الفلسطيني عبر الإعلام الاجتماعي. وبلغ الأرقام، فقد وصل عدد مستخدمي الفيسبوك في الضفة الغربية وقطاع غزة إلى ما يقارب مليوناً ونصف المليون مستخدم بحسابات فعالة، منهم ٨٤٠ ألفاً من الذكور، و٦٠٠ ألف من الإناث. ومن بين مستخدميهم، بلغ عدد الشباب في الفئة العمرية (١٥-٢٩ عاماً) نحو مليون وستين ألفاً، منهم ٥٨٠ ألفاً من الذكور، و٤٦٠ ألفاً من الإناث، أي أن ما يزيد عن ٧٠% من البالغين في فلسطين لديهم حسابات على موقع الفيسبوك.

وقد أظهر استطلاع للرأي نفذه منتدى شارك الشبابي أن ما يزيد عن ٢٥% من الشباب المستطلعة آرائهم يقضون ما يزيد عن ٦ ساعات يومياً على الفيس بوك، وما لا يقل عن ٢٩% يقضون ما بين ٣-٤ ساعات يومياً، و ١٩% من ٤-٦ ساعات^١. زد على ذلك نتيجة استطلاع

^١ - http://www.ppp.ps/ar_page.php?id=1297e03y19496451Y1297e03#sthash.ipcY55uB.dpuf

^٢ - <http://www.maannnews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=691987>

بحسب الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، بلغ عدد السكان الفلسطينيين في الضفة وغزة منتصف العام ٢٠١٤ ٤,٥٥ مليون نسمة، في حيث زاد عدد مستخدمي الفيس بوك في فلسطين ما يزيد مليون ونصف مستخدم. للمزيد على الروابط التالية:

آخر أجراه مركز القدس منتصف ٢٠١٦ أظهر أن ما يقرب من ٨٠% من الفلسطينيين يعتمدون على الفيسبوك كمصدر رئيسي لتلقي المعلومات والأخبار، في حين أشارت أطروحة ماجستير من غزة إلى أن ما نسبته ٧٢% من أفراد عينة الدراسة وهم طلبة جامعات الإسلامية والأزهر والأقصى، يعتمدون على الفيسبوك كمصدر للمعلومات، فيما اعتبر ٩٠% الشباب المبحوثين أن لشبكات التواصل الاجتماعي تأثير على متابعتهم لوسائل الإعلام الأخرى إلى حد كبير وإلى حد ما، وتصدرت شبكات التواصل الاجتماعي نسبة ٥٢% كمصدر أول للحصول على الأخبار والمعلومات فيما حصلت الصحافة الإلكترونية على نسبة ٢٣% والتلفزيون على نسبة ١٦%، والإذاعة على ٦,٦% وتذيلت القائمة الصحف بنسبة ١,٤%، أما من يعتبره كمصدر رئيسي للمعلومات^٣.

الأرقام والمعطيات أعلاه تصدح بحقيقة أنه لا يمكن تجاهل دور الاعلام الاجتماعي في التأثير على الواقع اليومي للفلسطينيين - والشباب خصوصا- على المدى القصير، وعلى تمظهرات هويتهم الوطنية على المدى الطويل. والتساؤلات المشروعة في ضوء هذه الأرقام: ما الذي يدفع أكثر من نصف الشباب الفلسطيني لقضاء ما يزيد عن ٣ ساعات يوميا كحد أدنى في استخدام الإعلام الاجتماعي؟ وماذا يعني أن أصبح أكثر من ٨٠% من الجمهور الفلسطيني يعتمد على الإعلام الاجتماعي كمصدر رئيسي للتزود بالمعلومات؟ وما هي نوعية هذه المعلومات التي يتزود بها لندرك تأثير ذلك كله على هوية الشباب الفلسطيني واستشراف مستقبلهم؟ الإجابة على التساؤلات أعلاه تستوجب التأسيس على ثنائية الواقع الفعلي " المادي"، والواقع الافتراضي، وكيف باتت تتشكل معارفنا واهتماماتها في ضوء هذه الثنائية.

<http://www.maannnews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=711588>

<http://www.maannnews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=700613>

^٣ - أبو صلاح، صلاح محمد. استخدامات طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة. اطروحة ماجستير . ص ٩٥ متاحة على الرابط التالي.

ثنائية الواقعين: " الفعلي " و " الافتراضي "

جدلية الواقع الفعلي والواقع الافتراضي تنبّه إلى مسألة أن مجمل مظاهر التغيير الحاصلة في الواقع الافتراضي تعبر عن هوية هذا الفضاء وليس شرطاً أن تكون تمثيلاً حقيقياً لاحتياجات الواقع. بعبارة أخرى، وبلغه د. عبد الرحمن عزي، فإن هنالك فرقاً واضحاً بين محددات الزمن الاجتماعي ومحددات الزمن الإعلامي^٤، والمقصود بالزمن الاجتماعي هنا هو الزمن المعاش بظروفه ومحدداته، أما الزمن الإعلامي، فهو في الغالب الزمن المتخيل أو الواقع المتخيل الذي نجده في الأساطير والروايات التاريخية وتحول إلى شكل جماهيري مع السينما والتلفاز، ولن ينتهي مع الإعلام الاجتماعي.

المعضلة الرئيسية في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعية في فلسطين وعموم العالم العربي، هي فيما إذا كانت هذه الشبكات لا تعكس في فضاءها العام، الفضاء الاجتماعي والواقعي، فتصبح مكانة الهوية الوطنية- بمختلف سياقاتها الفردية والجمعية- محل تساؤل؛ فكلما اتسعت المسافة بين الواقع الفعلي والواقع الافتراضي- الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي- كلما ازداد اغتراب المستخدم وابتعاده عن واقعه خصوصاً في المجتمعات التي لم تتضج فيها الهوية الجمعية أو الفردية، أو تلك التي لا زالت تعاني من تهديدات حقيقية على هويتها كحالة الاحتلال الإسرائيلي وسياساته لطمس الهوية الفلسطينية، وهذا ما يستوجب العمل الممنهج لإنضاج الهوية الفردية والجمعية الفلسطينية.

ولا يتوقف تأثير شبكات التواصل الاجتماعية على الهوية عند مسألة تجاوز الفضاء الاجتماعي والواقعي، بل يتعداه إلى التأثير على هوية هؤلاء المستخدمين، فحسب د. بهاء الدين مزيد، فإن من أبرز سمات المجتمعات الافتراضية، اللامركزية، والتي تنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدية سواء أكانت هوية وطنية أو قومية^٥، وصولاً إلى الهوية الشخصية.

ولأن هوية الاعلام الاجتماعي بالأساس فردية لا جمعية، فإن انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعية على حالة المجتمعات غير الصناعية- المجتمعات المحكومة بقيم جمعية، يفوق

^٤ - أنظر: عزي، عبد الرحمن. الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية. الدار المتوسطة للنشر ومؤسسة محمد بن راشد المكتوم.

^٥ - مزيد، د. بهاء الدين محمد. ٢٠١٢. "المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ص ٩.

حجم تأثيرها وانعكاساتها على المجتمعات التي تعلي من القيم الفردية؛ فالأخيرة ممأسسة على قيم الفردانية كمعطى هوياتي، أما التقليدية أو المحافظة منها، فقد بات الإعلام الاجتماعي كمعطى خارجي، يمثل أحد أبرز مدخلات تشكل الهوية الفردية فيها.

إن جوهر تحديات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية كامن في استخداماتها داخل المجتمعات التقليدية؛ فبدلاً من أن تساهم في التركيز على القضايا الحيوية والمعضلات التي تواجه الأفراد والجماعات، تجدها توفر مساحة من الأشغال اليومي بعيداً عن القضايا الملحة والجوهرية، وتحت وقع التشويق والإثارة والتسلية، تدفع غالبية مستخدميها نحو إشباع المكبوتات الثقافية والغريزية التي تتعارض والهوية الجمعية، وكأنها بذلك تدفع مستخدميها إلى ازدواجية الشخصية، وربما يصل الأمر إلى حالة فصام فردي و جمعي، بحيث تكون أبرز تجلياته استخدام أسماء مستعارة وصور غير حقيقية أو حتى امتلاك البعض لأكثر من حساب يدون على كل واحد منها بمضمون ومنطق مختلف لسبب بسيط وهو العجز عن تحدي القيم والأفكار المجتمعية الجمعية التي تصهر الفرد في بوتقتها وتمارس عليه عنفا رمزياً، لذلك وجد الكثيرون في شبكات التواصل الاجتماعية ضالتهن في التدوين والنشر، بعضهم بجرأة أكبر من قدرتهم على تقديم أنفسهم في الواقع المادي، وآخرون كثر لازالوا يخفون شخصيتهم الحقيقية في النشر والتدوين، فأى نوع من التغيير تحدته شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية؟

في مقابل مفهوم الهوية بالمعنى التقليدي، برزت الهوية الرقمية والتي شكلت في كثير من الأحيان فضاءً موازياً للهوية الوطنية والقومية، وبعيداً عن السياق التقني للهوية الرقمية، فهي أقرب لفضاء فردي على حساب الجمعي، يشكله الأفراد للتعبير عن رغباتهم وميولهم بما لا يتاح لهم في فضاءهم المادي، تتشكل هذه الهوية من عادات تصفح واستهلاك " افتراضي " تعبر عن مكبوتات لا مصرح بها، لكنها توجه في المحصلة جمهور المستخدمين - ك افراد - إلى تعود جديد خارج عن سياق الهوية الجمعية " الأرضية".

ومن الممكن أن تتقاطع محصلة اهتمامات الأفراد على الشبكات الاجتماعية لتشكل هوية جمعية جديدة هي في الغالب على حساب الهوية الوطنية أو القومية الجامعة.

ما هي الهوية؟

يعرف المُعْجَمُ الوسيط الهوية: بأنها: حقيقة الشيء أو الشخص التي تميزه عن غيره. وبحسب قاموس أكسفورد، فالهوية: حالة الكينونة المتطابقة بإحكام، والتماتلة إلى حدّ التطابق التام أو التشابه المطلق". أما معجم روبر فيحدد الهوية: " باعتبارها الميزة الثابتة في الذات"، ويختزن هذا التحديد معنيين يعمل على توضيحهما معجم المفاهيم الفلسفية لفولتير على الشكل التالي: إنها ميزة ما هو متماثل، سواء تعلق الأمر بعلاقة الاستمرارية التي يقيّمها فرد ما مع ذاته، أو من جهة العلاقات التي يقيّمها مع الوقائع على اختلاف أشكالها^٦. لو دققنا فيما انتهى إليه معجم فولتير لوجدنا علاقة الفضاء الاجتماعي والتواصلية الجديد الذي خلقته شبكات التواصل الاجتماعية وتأثيره على هوية الشباب الفلسطيني؛ فإذا كان الفضاء المتخيل " الافتراضي " اليوم ينتج سياقاته وتمظهراته الجديدة المتميزة عن سياق الفضاء المادي الواقعي وهو سياقات " هوياتي " " أرضي " فإن الهوية بسياقاتها الوطنية أو القومية تصبح محل تساؤل، وهذا سبق وأن أكد عليه بهاء الدين مزيد وآخرون.

كيف تتشكل الهوية؟

إن البحث في مسألة تشكيلات الهوية يستوجب النظر إلى العوامل المشكلة لعقائد الجماهير، والتي صنفها غوستاف ليبون إلى نوعين: عوامل طويلة المدى ، وعوامل قصيرة المدى^٧.

ويقع ضمن العوامل طويلة المدى: العرق والعادات والتقاليد والدين والتربية والزمن... فيما تتشكل العوامل قصيرة المدى من قوة بعض العبارات أو الجمل أو الصور والاستعارات. يمكن الافتراض هنا أن مكونات الهوية الفلسطينية بنيت وتعززت بناء على العوامل طويلة المدى ولكنها بالتأكيد تعززت من خلال الأفعال والمواقف الآنية اليومية التي راكمت على ما سبقها. ومن غير الدقة

^٦ - مشواط، عزيز. أزمة الهوية في العالم العربي، أزمة معنى أم أزمة حضارة؟ مصدر الكتروني ، منبر الحرية

<http://minbaralhurriyya.org/index.php/archives/5926>

^٧ -غوستاف ليبون. سيكولوجيا الجماهير.

بمكان الافتراض بأنها- أي الهوية- " معطى جاهزا قائما داخل زمنية مقدسة لا مجال لمساءلتها أو إضافة وتعديل عنصر منها" ^٨.

أي أن الهوية ليست معطى ثابتاً، بل هي صيرورة وبناء متواصل ومتجدد^٩، فهي نتاج تفاعل الآني بالراسخ والمعزز طويل المدى، هذا التفاعل الذي يمنح الهوية صيرورة تشكل مستمر، أي أنها ليست بقالب جاهزة، بل هي متكيفة ومتجددة، أما الهويات المتحجرة أو القاتلة فهي تلك التي تتفوق حول ذاتها فتفقد شيئاً فشيئاً من قدرتها على احتواء منتيميها. إن مسألة الحفاظ على الهوية يتم بالتعزيز اليومي أو الاحتكاك اليومي بمكوناتها، لكن السؤال الذي يشغل بال الدارسين في حقل الهوية هو كيف يمكن للهوية أن تتعايش مع التكنولوجيا الرقمية وهذا الفضاء الموازي الذي أنتجته والذي أعاد صياغة منطق التواصل والعلاقات الانسانية باعتبارها إحدى مظهرات الهوية.

الهوية الوطنية في موازاة الهوية الافتراضية

يعتبر الفعل المقاوم من عوامل تغذية الهوية الوطنية الفلسطينية والذي يتقاطع مع السرديات الفلسطينية التي تستحضر الفعل المقاوم، لكن حالة الاستعصاء السياسي وتراجع الفعل المقاوم وثقافة المقاومة لصالح ثقافة التسوية السياسية، خلق فجوة في عملية التزويد اليومي بما يعزز الهوية الفلسطينية، لتحل محل هذا التراجع في التزويد، مداخل استهلاكية وترفيهية أنية ولحظية أكثر تشويقاً وجذباً مما هو أرضي ومتاح، ولقد لعب الاعلام الاجتماعي بكل تأكيد دوراً فعالاً في التأثير السيكولوجي العميق على رغبات جمهور الفضاء السبراني، من زاوية الجذب والذهول والتشويق وحالات تعبئة وقت الفراغ، وأوقات أخرى مستقطعة بمحتويات استهلاكية على حساب الاهتمام بالقضايا الجوهرية والهم العام المرتبط أساساً بالهوية الوطنية والقومية الفلسطينية.

^٨ -مشواط، عزيز. مصدر الكتروني سبق ذكره.
^٩ - المصدر السابق

وفي الوقت الذي يطغى فيه المحتوى الوطني أو الجدي على موضوعات التفاعل الأخرى في الاعلام الاجتماعي بسبب تطورات ميدانية مع الاحتلال مثلا أو أية أحداث آنية ولحظية أخرى، فإن اتساع الاهتمام الجماهيري العام بهذه الأحداث يكون في الغالب بحدود الفضاء الافتراضي، والذي يكون في الغالب بديلا عن الحضور في الواقع المادي. كما أن التعود على تعويض العجز في الحضور المادي افتراضيا، انعكس أيضا على أشكال الحضور الممكنة في الواقع المادي، وقد أصبح من المستصاح استبدالها في الحضور الافتراضي كتقديم التهئة في مناسبات عدة الكترونيا دون الحاجة للمشاركة المادية. لا داعٍ هذا الكلام انعكس أيضا على الفعل المقاوم للاحتلال فلسطينيا والظاهرة التي شاعت وقت آخر عدوان إسرائيلي على قطاع غزة و تمثلت إحدى مظاهرها بزيارة العموم للمستشفيات لغرض التقاط صور - ومنها السلفي - مع مصابي وجرحى العدوان، أو حتى التقاط صور مع المنكوبين والمشردين أثناء تقديم مساعدات لهم أمام الكاميرات بما يعكس بشكل واضح اتساع ثقافة الاستعراض وحب الظهور، والأمر ذاته يتكرر في حالة زيارة الأسرى المضربين عن الطعام أو حتى التوجه للحواجز في مسيرات واعتصامات، وكأن منطق اشتغال هذه الصور - صورة مع مصاب وجريح - تضع صاحبها بموقع ومكانة المصاب أو الفعل المقاوم.

بعبارة أخرى، فإن ثقافة استعراض الفعل المقاوم ومنه شيوع ظاهرة "السلفي المقاوم" بدل من "السلفي" المعبر عن الحياة اليومية، يعكس بوضوح إمكانية تحوير التقنية في تمظهراتها وتشكلاتها المختلفة - ظاهريا، لكن دون القدرة على تجاوز أبعديات عمل التقنية نفسها والتي تعزز في مثل هذه المواضع ثقافة الاستعراض وحب الظهور، ولا تتوقف انعكاساتها في إفراغ الفعل المقاوم من مضمونه، بل تتجاوزه لإشاعة حالة عامة من التراجع وتحوير أدوات الفعل المقاوم. هذا كله لم يمنع طبعاً بروز مبادرات شبابية فلسطينية في جمع التبرعات لمنكوبي غزة وعكست بعض هذه المجموعات قدرة رهيبية على التنسيق الجماعي في الفضاء الافتراضي من طواقم جمع المساعدات وشحنها من الضفة الغربية وإيصالها إلى مجموعات أخرى في قطاع غزة وتوزيعها على المحتاجين. زد على ذلك، مبادرات شبابية لفضح جرائم الاحتلال باللغات الأجنبية، لكن ورغم كل النجاحات الفردية، إلا أنها مشاركات موسمية ولحظية غالبها ينتهي بانتهاء العدوان على غزة تماما كما حصل في عدوان عام ٢٠١٢-٢٠١٣ حيث توقفت بشكل

شبه كامل هذه المبادرات، والأهم أنها لم تؤسس لحالة عامة من التغيير تماما كما هي التخوفات في الأوساط الفلسطينية اليوم من تراجع حملة مقاطعة المنتجات الإسرائيلية في الأسواق الفلسطينية والتي انطلقت أثناء العدوان على غزة، خصوصا بعد أن تراجعت حدة هذه الحملات منذ لحظة توقف العدوان العسكري، ومصدر هذه التخوفات ليس بجديد، فقد نفذت حملات سابقة وحقت نجاحات آنية لكن سرعان ما هدأت وتراجعت، والسبب الرئيس ربما يعود إلى أن سمه الاتصال والتواصل على شبكات التواصل الاجتماعية قائم أساسا على الإثارة والتشويق والانفعال، ومن ذلك أن جمهور هذه الشبكات لا يستقر عند موضوع معين حتى ينتقل إلى موضوع آخر، وما أن ينشغل بظرف سياسي وإنساني كسقوط أطفال في قصف على مناطق سكنية في سوريا حتى سرعان ما ينتقل إلى موضوع آخر "يشبع" مكبوتاته الثقافية والغريزية. هذه الصيرورة القائمة على التدفق الهائل للمعلومات وسرعة تبدل اهتمامات الجمهور تمس بشكل مباشر العناصر الراسخة في مخيلة وذهنية جمهور الاعلام الاجتماعي وتؤسس للحظية والآنية على حساب ما هو راسخ "طويل المدى".

التحزب السياسي وتشكلات الهوية

كثيرا ما يثار التساؤل عن مدى قدرة الأحزاب الفلسطينية على صقل هوية منتميها ومناصريها، لكن التساؤل الأدق هو في اتجاه هذا التعزيز: هل هو في سياق هوياتها الضيقة، أم في سياق الهوية الوطنية الجامعة؟

سبق وأن أشرنا إلى أن انغلاق الأفق السياسي ومحدودية الفعل المقاوم على الأرض لا الخطاب المقاوم عزز من الخطاب الحزبي القائم على المنافسة والاستقطاب الحزبي على حساب بناء الهوية الوطنية خصوصا لفئة الشباب التي تعيش بعض الأحداث المؤثرة في بناء الهوية الفلسطينية، وهي حالة أقرب ما تكون للانقياد الأعمى للتعبئة الحزبية والفصائلية، عززها الخطاب الاعلامي الحزبي خصوصا عبر الاعلام الاجتماعي؛ بمعنى أن استحضار مناسبات تاريخية معينة ك ذكرى وفاة أو استشهاد قيادي في هذا الفصيل أو ذلك، و الاشادة ببطولات

شخص أو مجموعة ما يصب كله في خدمة الاستقطاب والتعبئة الحزبية على بناء الهوية الوطنية الجامعة، أو حتى بناء معرفة عميقة لدى الشباب، فاقتباس مقولات مجزئة أو أقول مأثورة لهذا القيادي أو ذلك، لهذا المفكر أو ذلك هو النموذج السائد لخلق حالة من المطابقة والمشروعية في الفعل والمكانة بين صاحب القول ومستخدمه.

إن نظرة سريعة وفاحصة لنوعية الخطاب الإعلامي لكبريات صفحات الاعلام الاجتماعي الفلسطيني وتحديدًا تلك التي تركز على الشأن اليومي ستكشف بدون شك عن حجم التعبئة الحزبية وخطاب التخوين والتعصب الأعمى ورفض الآخر المختلف سياسيا ودينيا، والملاحظ أن هذا الخطاب يتسع يوميا بعد يوم في ظل انغلاق الأفق السياسي والخيبات المتواصلة في مسلسل المصالحة الفلسطينية، والتي ستزيد من اغتراب الجمهور الفلسطيني عن هوية الجامعة لصالح الهويات الحزبية الضيقة والهويات السبرانية الطارئة.

بطالة الشباب والفضاء الاجتماعي

وصلت نسبة البطالة في الأراضي الفلسطينية إلى ما يزيد عن ٢٥% من نسبة القوى العاملة نهاية عام ٢٠١٥، وهي في حالة تصاعد مستمر خلال السنوات الماضية، لكن الاكتراث لمسألة البطالة ذاتها أو زيادتها ربما أصبح ضمن دائرة التعود الفردي والجمعي طالما أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت تشغل وقت الكثير من الشباب، ويكفي أن ننظر فقط إلى جزئية من يقضون أكثر من ٦ ساعات على الفيسبوك يوميا هم ٢٥% من المستطلعة آرائهم في استطلاع منتدى شارك، فهذا الوقت الطويل المستقطع يوميا أشبه بساعات عمل يومية لموظف، إذا ما أضفنا لها ساعات النوم والأكل وقضاء الحاجات الأخرى.

إن التعود اليومي على الالهاء وتلقي الكم الهائل من المعلومات الاستهلاكية عن الآخرين، وسيادة عقلية التلصصية على حساب العقلية النقدية التأملية دفعت الكثير من الشباب للركون

^{١٠} - موقع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

<http://www.pcbs.gov.ps/Portals/Rainbow/Documents/unemployment-2015-02a.htm>

لوضعهم الحالي دون التفكير بكيفية التغيير أو الحصول على فرصة عمل، فلولا وجود هذه المساحة اليومية من التسلية والترفيه المتجددة لاندفع الشباب للبحث عن فرص عمل تحت وقت الملل أو الضغط والحاجة لمواجهة الذات ومتطلبات الحياة اليومية.

تصورات لمستقبل الشباب الفلسطيني

لا يمكن التعويل كثيرا على العوامل طويلة المدى كالتربية والعادات والتقاليد للقول بأن التحديات التي تواجه الشباب الفلسطيني عبر الفضاء السبراني تحت السيطرة، ومن ذلك أن كثيرا من الأدوار الاجتماعية المنوطة بالأسرة، أصبحت تؤديها وسائل الاعلام بفعل توسطها لعلاقات أفراد الأسرة ببعضهم، كما أنه ليس من السهل التعويل على الأهل كمشاركين في تعزيز الهوية الوطنية للناشئة، طالما أن الإدمان الإلكتروني يصل إلى أرياب الأسر ذكورا وإناثا.

كما لا يمكن التعويل على العقيدة الحزبية والانتماء الحزبي وحتى الوطنية، طالما لا يتبعها تزويد واع ومتواصل للمعلومات، بعيدا عن الشعارات الجوفاء أو التي يرددها المناصرون دون وعي وثقافة كافية، في ظل انشغال يومي بالاستهلاكي والترفيهي.

كثيرا ما تطرح مسألة أن للتغير منهجان: تغيير تدريجي مضمّن، أو مباشر عبر منطلق الصدمة، لكن أي من النهجين قد يكون أكثر جدوى بحالة تعزيز الهوية الوطنية لدى الناشئة وعبر الإعلام الاجتماعي؟ الإجابة على هذا التساؤل بالتأكيد ليست بالأمر السهل، مع إدراك حقيقة أن الامر في جوهره يعتمد على طبيعة المسائل التي يراد تسويقها وترويجها للجمهور المستهدف، وغالبا ما ينجح أسلوب التضمين بالتدرج في الأمور غير المستصاغة، وبحال كانت مباشرة فإن نتيجتها الرفض كما في حالة المعتقدات الدينية أو التقاليد المتوارثة التي يرفض الناس مجرد نقاش منطقيتها، أما منطلق الصدمة فيفترض أن ينبه الأنا لبعض من ضعفها أو تأزم عناصر هويتها.

في حالة الاعلام الاجتماعي، فإن التدفق الهائل للمعلومات التي نلتقاها يوميا يقلص من مساحة التفكير بكل ما هو جديد أو مشوق بمنطق الصدمة، بل هو أقرب للعقلية التواصلية القائمة أساسا على فكرة استمرارية التواصل كمدخل لتعزيز الأنا.

إن حالة القلق التي غالبا ما تصيبنا عند التفكير في كل مدخل جديد على معارفنا وهويتنا هي حالة إيجابية كمنبه للأنا الفردية والجمعية، ومثلها قلق التوقع حول الذات، لكن هذه الحالة- حالة القلق من التوقع حول الذات- لم تعد ملحة للعموم خصوصا عبر الإعلام الاجتماعي، طالما أن التساؤلات الجوهرية باتت مؤجلة بفعل مساحة اللهو والاستهلاك التي بات الواقع الافتراضي يتيحها لجمهوره.

في ضوء ذلك، فإن بناء أي تصور لفعل التغيير ليس بالأمر السهل، لكن من المؤكد أن نجاح أية خطة لتعزيز هوية الشباب الفلسطيني لا بد وأن تنطلق من الإعلام الاجتماعي على المستوى قصير المدى، ولا بد وأن تعكس مأسسة واستمرارية وتراكمات، لا استجابات آنية ولحظية وقفزات في اهتمامات الجمهور من قضية لأخرى. أما على المدى الطويل، فإن تدريس منهاج التربية الإعلامية والذي بدأت به بعض الدول العربية كقطر وبعض مدارس لبنان سيحل كثيرا من الإشكاليات التي انتجتها التقنية.

إن توظيف الاعلام الاجتماعي والفيديو على وجه الخصوص في التأثير على الشباب، ليس فقط لأنه الفضاء الأوسع الذي يضم الشباب، وإنما أيضا نظرا للوقت الطويل الذي يقضيه الشباب في تصفح هذه المنصات والذي لا يقل عن ٣ ساعات يوميا على أقل تقدير. كما أن عملية منهجة الخطاب يجب أن تراعي الفئات العمرية المختلفة أو مناطق جغرافية محددة، أو المستويات التعليمية أو... وهو ما يتيح الفيسبوك بحالة الإعلان الممول للمنشورات على سبيل الذكر لا الحصر.

مجددا، إن محاولة انقاذ الشباب الفلسطيني من الاغتراب الثقافي ومن تفكك الهوية الوطنية يستوجب مخاطبتهم بتخصصية عبر فضائهم الالكتروني وبمحتو جاذب وقادر على تجاوز الهويات الضيقة كالحزبية والعشائرية لصالح تعزيز الهوية الجمعية، ومن غير الممكن تجاهل

هذه الوسيلة- الفضاء الإلكتروني- أو استمرار الاعتماد على طرق تقليدية لم تعد مدار اهتمام جمهور الشباب.