



## المؤيدون أغلبية والمعارضون يعتبرون الأمر تدخلا في الحياة الشخصية الدكتورة سامية خضر: الحملتان نموذجان للوجه الإيجابي للتكنولوجيا

الأهل الذين يقع عليهم عامل التربية، حتى يكون ذلك وقاية من انتشار هذه الموضة بين الأجيال المقبلة.

### الوجه الإيجابي للتكنولوجيا

وعن تقويمها لهاتين الحملتين أكدت الدكتورة سامية خضر أستاذة الاجتماع في جامعة عين شمس أنهم خبير مثال تطبيقي للوجه الإيجابي للتكنولوجيا، وقالت: «إذا كنا كعلماء اجتماع اتهمنا التكنولوجيا بالتأثير في العلاقات الاجتماعية، فإنها في هاتين الحملتين ساهمت في علاج مرض يعانیه المجتمع وهو التقليد الأعمى للغرب». وأشارت إلى أن هذا المرض يسبب «كل المشاكل التي نعيشها، لأن ما يصلح للتطبيق في دولة، لا يصلح بالضرورة في أخرى».

وتعزو خضر نجاح الحملتين إلى أن شبكة الإنترنت أتاحت لهما استخدام وسيلة الاتصال غير المباشر، وهما فعالتان في مثل هذه الأمور الحساسة، التي يرفض معها الشاب النصيحة المباشرة ويثور في الغالب على قائمها ويعتبره متدخلا في أموره الخاصة.

وعن الشباب الراضين للحملتين بحجة أنهما تدخلان في الشأن الشخصي أوضحت خضر أن هذا «يرجع إلى فهم خاطئ لمعنى الحرية الشخصية يسود في مجتمعاتنا العربية، فالحرية ليست مطلقة، لكنها مشروطة بالحفاظ على قيم المجتمع».

### ما هو الـ facebook؟

يذكر أن موقع facebook الذي تم إطلاق الحملتين عبره أسس العام ٢٠٠٤ على أيدي طلاب في جامعة هارفرد الأميركية، ويعتبر منبرا اجتماعيا لتبادل الآراء، ووجهات النظر السياسية، ويعزز الصلة بين الجماعات ذات الاهتمامات والمصالح المشتركة، كما أنه يسهل عمليات تبادل المعلومات من خلال نشر بعض البيانات والصلوات الاجتماعية الفعلية للمتحدثين عليه والذين وصل عددهم إلى ٤١ مليون مستخدم نشط حول العالم.

ويتيح هذا الموقع للمشاركين فرصة نشر لمحات مختصرة عن حياتهم، وتبادل بعض المعلومات الشخصية مع الأصدقاء والتواصل مع الآخرين، فهو يمثل ثقافة تواصلية دولية جديدة، يشترك في صنعها آناس ومواقع فرعية من كل الدول على قدم المساواة.

النصيحة لأقرانهم من الشباب على أرض الواقع، إذ أنهم لن يتقبلوا النصيحة المباشرة وسيعتبرونها تدخلا في شؤونهم الخاصة.

وعن مدى نجاح الحملة قال لـ «لها»: «عدد المشاركين في الحملة حتى الآن وصل إلى نحو ٨٠٠ عضو، والمشاركات والتعليقات التي تصلنا من الشباب جيدة وكثيرة»، وأعربا عن أملهما في إنشاء موقع خاص بالحملة، مؤكداً أنهما لن يكتفيا بهذه الحملة، بل يفكران في إطلاق حملات أخرى لتغيير بعض السلوكيات في المجتمع.

### حرية شخصية

ومع هذا النجاح الذي حققته الحملتان، فإن هناك نسبة من الشباب عارضتهما، وإن كانت الأغلبية للمؤيدين، كما أكد مسؤولو الحملتين.

وإذا كانت كل الآراء المعارضة تقريباً دارت في فلك واحد وهو اتهام القائمين على الحملتين بالرجعية ومحاولة التدخل في حرية الآخرين، فإن الآراء المؤيدة التي قرأتها على موقع «الفييس بوك» جاءت متباينة.

ففي حملة «توسيع بنطلونات البنات» وجهت نبلي محمود الشكر للقائمين على الحملة، مؤكدة أنها من أشد المعجبين بها، بل وقامت بالترويج لها مع بعض زميلاتنا، لأنها ترى أن في الملابس الضيق إهانة للمرأة.

وأكدت نيرمين سعيد هذه الفكرة مشيرة إلى أن الفتاة التي تلبس «الضيق» تقلل من قيمة نفسها.

وكانت مريان نبيل أكثر حماسة، فقالت: «لا نريد تكرار حوادث التحرش في وسط القاهرة»، مشيرة إلى أنها كانت تمر في الشارع وقت حوادث التحرش ولاحظت أن ملابس الفتيات استفزت الشباب.

أما في حملة «رفع بنطلونات الشباب»، كانت التعليقات المؤيدة أكثر حماسة من تعليقات حملة توسيع بنطلونات الفتيات، ربما لأن الأساس الذي قامت عليه هذه الحملة أن البنطلون «الساقط» زي الشواذ في أميركا.

ومن هذه التعليقات ما قاله محمد سمير دياب الذي نفى صفة الرجولة عن هؤلاء الشباب، مضيفاً: «إنهم يقومون بتقليد أشياء شاهدها في الأفلام أو في المجلات الأجنبية متصورين بذلك أنهم سيجذبون الفتيات إليهم».

وانتهم محمد فتحى هؤلاء الشباب بضعف الثقافة، لأنهم يقلدون تقليداً أعمى، دون إدراك لمعنى ما يقلدوه.

وطالب أحمد حنفي بتوجيه جانباً من رسائل الحملة إلى

ذكر البيان التأسيسي للحملة أن هدفها الحفاظ على كرامة الفتيات اللواتي يتعرض بسبب لبسهن الضيق لمعاكسات وتحرشات، ومن ناحية أخرى مراعاة ظروف الشباب الذي يعاني من كبت لرغباته في ظل أوضاع اقتصادية سيئة.

كانت بدايات هذه الحملة مع الشاب مصطفى شبيب، الذي قال لـ «لها»: «أخبرتني إحدى زميلاتي عن موقف سخيض تعرضت له صديقتها بسبب ملابسها، فاقترحت عليها إنشاء مجموعة على موقع facebook ضد الملابس الضيقة، وتم اختيار أكثر شيء لافلت للنظر في لبس الفتيات وهي البنطلونات وخاصة الجينز».

وحرص مصطفى وأقرانه على تأكيد فكرة عدم انتمائهم إلى أي جماعة دينية متشددة ونص بيانهم التأسيسي على هذا الأمر، لأن هدف الحملة اجتماعي بحت، ولا يناقش شرعية ارتداء هذه الملابس.

وعن النتائج التي وصلت إليها الحملة يؤكد مصطفى أن موقع facebook لأنه موقع اجتماعي كبير ومجاني وسهل وفر فرصة تحقيق رواج كبير، وانتشرت الحملة بشكل واسع، وتضم حتى الآن ما يقرب من ٧٠٠٠ عضو، عدد كبير منهم فتيات غير مسلمات. ولفت إلى أن التعليقات الموجودة على الحملة أو الرسائل التي تصله عبر البريد تؤكد أن الفتيات استجبن لها واقترعن تماماً بالفكرة، بل إن هناك فتيات صممن «كتالوغ» لأزياء أخرى أكثر احتشاماً، وكل ذلك يؤكد النتيجة الإيجابية التي وصلت إليها الحملة. ولكن مصطفى يؤكد أن طموحاته أعلى بكثير مما تتحقق حتى الآن، وأمل في الخروج بحملته إلى أرض الواقع، والانتشار بها في الشوارع والجامعات المصرية المختلفة.

### البنطلون الساقط

يبدو أن نجاح حملة مصطفى وأقرانه شجعت مجموعة أخرى على تأسيس حملة معنية ببنطلونات الشباب، واتخذت عبارة «يا كابتن حوش اللي حيقع منك» شعاراً. وأكد إسلام مدحت وأحمد جمال مسؤولا الحملة في بيانها التأسيسي أنها ليست بهدف السخرية، ولكن لتوعية الشباب بأن ما يفعلونه تقليد أعمى، خصوصاً أن البنطلون «الساقط» هو رمز الشذوذ في أميركا.

وعزا مسؤول الحملة استخدام موقع «الفييس بوك» لترويجها إلى انتشاره الواسع، ولعدم قدرتهم على تقديم

في فيلم «صعيدي في الجامعة الأميركية» بدأ الممثل الكوميدي محمد هنيدي مستغرباً من ضيق بنطلونات البنات في الجامعة، خصوصاً أن هذه المشاهد تشكل أمراً مخالفاً لما تعود عليه في الصعيد، فأطلق عبارته الشهيرة التي صارت متداولة بين الشباب: «حد يقول لهم يوسعوا البنطلونات دي شوية». وإذا كان هنيدي قالها في الفيلم سبيل الفكاهة، لأن هدف الفيلم لم يكن مناقشة هذه القضية، فإن هذه الفكاهة أصبحت شعاراً لحملة جادة أطلقها بعض الشباب على موقع «الفييس بوك»، لمناهضة هذه الظاهرة. فما الحكاية؟ وماذا عن الآراء المختلفة؟

القاهرة – حازم محمود

بنطلونات البنات تثير الجدل على الانترنت حملتان لتوسيع

«الضيق» ورفع «الساقط»