

منشورات الشباب على المنصات الاجتماعية تعيد التفكير بقدرتهم على تغيير المجتمع

انقياد أعمى وتعصب لمسائل دينية أو سياسية أو مجتمعية



هوس بالصورة في كل المناسبات

ويشير مانج إلى أن هؤلاء سيعثرون على جراح آخر ينفذ لهم ما يطلبون. ويريد مانج الآن وضع معايير أكثر صرامة لتدريب جراحي التجميل، ويقول إن عدهم ينمو بشكل سريع، مضيفاً "يمكن للجراح أن يجري عملية في الأنف رغم أنه لم يسبق له أن أجراها من قبل أثناء فترة تدريبه". وينصح مانج أي شخص يتطلع لإجراء جراحة تجميل، بأن يتأكد من أن الطبيب الذي سيجري له العملية هو جراح متخصص في التجميل.

تجميل من أجل زووم

ويشير هيلبرت إلى أن هناك مسألة أخرى تتعلق بأن كثيراً من الأطباء الاختصاصيين في مجالات أخرى يحصلون على أموال إضافية جانبية عن طريق إجراء جراحات تجميل. ويمكن لهؤلاء في ألمانيا أن يطلقوا على أنفسهم جراحي تجميل، حيث أن هذا اللقب المهني لا يخضع للحماية، ويقول هيلبرت "الأخصائيون البدلاء يمكنهم، حتى من الناحية القانونية، أن يتبحروا مواد عبر الحقن للتخلص من التجاعيد، ويمكن إجراء التدريب على هذه العملية عبر شبكة الإنترنت".

وازدهر مجال التجميل مع زيادة المشاركة في المؤتمرات عبر تقنية الفيديو بدرجة كبيرة نتيجة تفشي الجائحة، وتقول الجمعية الألمانية للجراحات التجميلية إن عدد عمليات التجميل التي ركزت على الوجه في 2020 كان كبيراً.

ويشير هيلبرت إلى أن الناس أثناء الجائحة ينظرون إلى أنفسهم باستمرار من خلال منصة زووم، مما يدفعهم إلى البحث عن جراحة لتجميل شكلهم. ولاحظ أحد جراحي التجميل في الولايات المتحدة نفس الظاهرة، التي يصفها بأنها "طفرة زووم". وفي منطقة الشرق الأوسط شعر الأطباء بالدهشة إزاء الطلب الهائل على استخدام البوتكس والحشوات، وفقاً لما قاله ماوريزيو فيل جراح التجميل الذي يعمل في دبي. ويقول أشخاص يعملون مع مجموعة في مجال جراحات التجميل بالولايات المتحدة، إنه هذه الاتجاهات، وتوقعوا أن يتواصل الإقبال على جراحات تحسين معالم الوجه وخط الفك.

أجراها باحثون ألمان حول استخدام الشباب لوسائل الإعلام. وكان الاختلاف كبيراً مع منصة تيك توك، حيث يتشارك المستخدمون مقاطع فيديو قصيرة وأنيقة. ويلقى هذا التطبيق إقبالا بوجه خاص بين الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 12 و15 عاماً. ووجد الباحثون أن عدد الياfeين الذين زاروا هذا التطبيق عدة مرات في الأسبوع، على الأقل، أثناء عام الجائحة زاد بنسبة 19 في المئة.

ويقول مانج وهيلبرت إنهما يرفضان إجراء جراحات لأشخاص يأتون لمجرد تلبية رغبتهم في أن يصبحوا شكل الشخصيات المؤثرة التي يريدون تقليدها، أو على شكل صور السيلفي التي غيروا ملامحها باستخدام برامج الكمبيوتر، ولا وجود لها في الواقع.

وتوضح الجمعية الألمانية للجراحة التجميلية أنه لا توجد أرقام متاحة موثوق بها عن عدد الحالات التي تجري مثل هذه الجراحات، ويتم فقط تضمين الإجراءات التي يتم تنفيذها والوواقع التي يراها في الإحصاءات السنوية، ولا يتم تضمين الطلبات التي يرفضها جراحو التجميل.



ومانج (71 عاماً) الذي يتمتع بخبرة واسعة في مجال جراحات الأنف وأجرى جراحات للعديد من نجوم المجتمع في ألمانيا، يتذكر البنت التي زارت عيادته مؤخراً. ويعتبر أن "مارك زوكربيرغ رئيس منصة فيسبوك صنع وحوشاً". وأدت منصات التواصل الاجتماعي ومرشحات الصور إلى تغذية نوع جديد من الهوس بالجمال، وقد صار كثير من الشباب غير راضين عن شكلهم. ويصف جراح التجميل الكسندر هيلبرت الظاهرة بأنها اتجاه خطير. ويرى أن الأشخاص الذين يلتقطون صوراً كثيرة لأنفسهم يريدون أيضاً أن يكون شكلهم أفضل، وقد تنامي هذا الاتجاه بشكل ملحوظ خلال الأعوام القليلة الماضية.

ويشير إلى أنه يتلقى استفسارات وطلبات بشكل يومي من هؤلاء المستأين من مظهرهم. وتوضح الجمعية الألمانية للجراحة التجميلية أنه لا توجد أرقام متاحة موثوق بها عن عدد الحالات التي تجري مثل هذه الجراحات، ويتم فقط تضمين الإجراءات التي يتم تنفيذها والوواقع التي يراها في الإحصاءات السنوية، ولا يتم تضمين الطلبات التي يرفضها جراحو التجميل.

وتشير الأرقام التي تنشرها الجمعية إلى أن المترددين على عيادات جراحي التجميل يقدمون صوراً معدلة لأنفسهم عن طريق التطبيقات الرقمية، توضح الشكل الذي يريدون أن يصبحوا عليه، وذلك في 2.3 في المئة من الحالات، مما يمثل تراجعاً نسبته 11.7 في المئة مقارنة بالعام السابق.

ويفسر هيلبرت هذا التراجع بأنه نتيجة للجائحة، ويتوقع بأن ترتفع هذه النسبة مرة أخرى بشكل مؤكد في ما بعد.

ويوضح أنه من المرجح أن يمضي الناس وقتهم في تصفح مواقع الإنترنت أثناء الجائحة، وهم يريدون أن يشبهوا "النماذج الجميلة التي تبدو صورها رائعة" على منصات التواصل الاجتماعي، ويقارنون بين أشكالهم وبين صور الأشخاص الذين يرقصون على منصة تيك توك، ويحاولون تقليدهم.

وفي عام 2020 الذي تفشى فيه فايروس كورونا، أمضى الشباب المزيد من الوقت أمام منصات إنستغرام وسنابشات وتيك توك وغيرها مقارنة بالعام السابق، وفقاً لنتيجة دراسة

وكشفت أحدث الدراسات في علم النفس أن الفئة الأكثر تأثراً بما يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي هي من النساء ففي حال شاهدن إحدى الشخصيات تقوم باستخدام منتج أو ترتاد مكاناً معيناً أو تتبع أسلوب ونظام حياة معين يتفاعلهن مع ما شاهدن لتحقيق حالة إشباع نفسي والشعور بالرضا.

والأمر لم يعد حصراً على الفاشنبيستا وخبرة التجميل وأتباعها بل وصل إلى الشخصيات التي تعتبر ذات مكانة علمية وفكرية واجتماعية. حتى الإيمان بالمعتقد والدين والخير والشر بات نوعاً من الفلسفة يطرحها الشباب كل حسب فكرة ومعتقد بئقة كبيرة ويقين تام، تجعله يؤكد أنه على صواب دون نقاش أو دليل.

ويقول خبراء اجتماع إن الجانب السلبي للمنصات أثر بشكل أكبر على الشباب، وتحولت الأولوية بالنسبة إليهم لعالمهم الافتراضي لتحقيق نواتهم وتطلعاتهم متأثرين بأقران آخرين في محاولة السعي الدائم للظهور بصورة مثالية عن طريق مشاركة صورهم وأهم أحداث حياتهم في انتظار التعليق عليها والإعجاب بها من قبل أصدقائهم ومعارفهم.

تحقيق الذات الوهمي

وكل ذلك يجعل الشباب يعيشون تحت ضغط نفسي من الترقب والقلق الدائم ومع كل تفاضل يصل إليهم يشعرون بالأمان وتحقيق الذات الوهمي بعد إعجاب الآخرين بالصورة التي يعكسونها عن حياتهم وهذه تعتبر من الحالات الأكثر شيوعاً في المجتمع وتصيب فئة المراهقين والشباب من كلا الجنسين.

ولم يعد الأمر مختلفاً بين الشرق والغرب في هذا المجال، إذ أن اللهات وراء الصورة المثالية دون المضمون والفكر والوعي هو الشغل الشاغل للشباب اليوم، بينما كل من يخالف هذا الاتجاه ولا يواكب آخر صرعات الموضة يبدو بالنسبة إلى أقرانه كأنه يحمل وصمة عار وقدم من عصر آخر. ويقول جراح التجميل الألماني فيرنر مانج إنه على مدار ثلاثين عاماً اعتاد مساعدة الناس على أن يشعروا بأنهم قد أصبحوا أكثر جاذبية، غير أنه في هذه الأيام صار من المعتاد أن يتهرب من زبائنه.

ويضيف مانج "رفضت إجراء جراحة لبنت أخرى، تبلغ من العمر 13 عاماً تريد أن تغير شكل أنفها، ليصبح على غرار أنف العارضة والإعلامية وسيدة الأعمال الأميركية جيلي كيتزن".

أبرزت مواقع التواصل الاجتماعي الطريقة التي يفكر بها الشباب اليوم والاهتمامات المتواضعة فكرياً التي تشغلهم، ما جعل أسطورة أن جيل الشباب أداة التغيير لدفع المجتمعات أمراً مبالغاً به ويحتاج إلى إعادة نظر.

تونس - تقدم مواقع التواصل

الاجتماعي فرصة مثالية للموهوبين والمبدعين الشباب لإظهار مدى تميزهم وإبداعهم وتسويق إنجازاتهم في مجالات متنوعة، غير أن عدد هؤلاء يبدو ضئيلاً جداً بل يمثل طرفة عين الملايين من المستخدمين من أبناء جيلهم الذين يكثفون عن فكر متواضع سواء في ما يقدمونه أو في تعليقاتهم ونقاشاتهم.

مجانين الشهرة

وتتعدد منذ سنوات بين فترة وأخرى حملة "لا تجعلوا من الحمقى مشاهير" للحد من المساهمة في ارتفاع نسب التفاهة الاجتماعية والفصائح وتدني المستوى الثقافي، ومواجهة استغلال تطبيقات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وحسابات الحمقى ومجانين الشهرة لنرويج التفاهات ونشر الشائعات.

ويوضح آلان دونو أستاذ الفلسفة الكندي في كتابه "نظام التفاهة" وظيفه التفاهة بأنها تشجع بكل طريقة ممكنة على الإغفاء بدلاً من التفكير، والنظر إلى ما هو غير مقبول وكأنه حتمي، وإلى ما هو مقبوت وكأنه ضروري.

ويقول دونو في الكتاب إن "التفاهة تحيلنا إلى أغبياء، والأخطر من تفاهة ألا يشعر بعض التافهين بخطر انتشارها، هنا يستباح مجال التفكير العلمي المبني على نظريات وأدوات وخبرات وتجارب، ولا تصبح للنجاح معايير واضحة أو معالم واضحة يمكن من خلالها الوصول إليه".

ويشير إلى أن الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل مثل تويتر وفيسبوك وإنستغرام، هي مجرد مواقع للقاء الافتراضي وتبادل الآراء لا أكثر، فيها يتكون عقل جمعي من خلال المنشورات المتتابعة.

ويضيف أن هذا الفكر التراكمي السريع الذي يبلور وبسرعة وبدقة موضوعاً محدداً نجح في اختصار مسيرة طويلة كان تبادل الفكر فيها يتطلب أجيالاً من التفاعل مثل المناظرات والخطابات والمراسلات والكتب والنشر والتوزيع والقراءة والنقد ونقد النقد.

ويرى أنه رغم كل هذه الفرص، فقد نجحت هذه المواقع في ترميز التافهين وجعل الكثير من تافهين مشاهير السوشيال ميديا والفاشنيستات يظهرون بمظهر النجاح؛



تقليعات للنشر



وقت فراغ دون استثمار