

"لا تشبه المصريين".. سائحة تفضح إعلانات الكومباوندات واختفاء الهوية المصرية



السبت 30 أغسطس 2025 07:00 م

"لا تشبه المصريين".. بهذه العبارة الصادمة عبّرت إحدى الأجنبيات المقيمات في القاهرة عن دهشتها من الإعلانات المنتشرة على الطرق والمحاور الرئيسية، التي تروّج للمجمعات السكنية الفاخرة هذه الإعلانات، التي تسيطر عليها وجوه أوروبية الطابع ومشاهد لأسلوب حياة غربي بحت، باتت تثير تساؤلات عميقة: أين اختفت ملامح الهوية المصرية؟ ولماذا يبدو المشهد وكأنه ينتمي لبلد آخر؟

<https://x.com/i/status/1961737505885045144>

وجوه لا تعكس الواقع

تلقت إعلانات الكومباوندات في مصر الأنظار بشخصياتها ذات الملامح الأوروبية ولون البشرة الفاتح، وهو ما يخلق فجوة بين الواقع والحملة التسويقية

فبينما يعيش غالبية المصريين في مدن مزدحمة وأحياء متوسطة أو فقيرة، تروّج هذه الحملات لصورة مصطنعة توحي بأن نمط الحياة الغربي هو المثالي والوحيد الجدير بالتسويق. الأجنبية التي أثارت النقاش قالت في تعليق عبر منصات التواصل: "ظننت في البداية أنني في دولة أوروبية، الإعلانات لا تشبه المصريين ولا تعكس ثقافتهم أو ملامحهم الحقيقية". هذا التصريح وجد صدى كبيراً بين رواد السوشيال ميديا، الذين اعتبروا أن الرسائل الإعلانية باتت تنفصل عن واقع المجتمع المصري وثقافته العريقة

فكتب رماح "هذه ترجع لمسؤولية الدولة لتضع شروط واضحة وصريحة لمنع مثل هذه التجاوزات".

<https://x.com/t9vpn/status/1961740052465090601>

وتهكمت سارة "متخلفين وعندهم عقد نقص بعيد عنك".

https://x.com/deever_sarah/status/1961742869263163890

وأشار رجب حسين "اقسم بالله اول حاجة جت في بالي دلوقتي مفيش لوحة تشوفها عن اعلان منتجات او اكلات او اي حاجة غير المدن والشواطي وكله بالانجليزي".

<https://x.com/Ali19215977/status/1961742537741210071>

وقالت وهج "العرب نسلخوا من اصلهم وعروبتهم ولبسلهم ولغتهم وصاروا شبه اجانب ولكن مهما كان ابيض يبقى في عيون الأجانب اسمر واسود الا مارحم ربي نسبة قليلة اللي محتفظ بالعروبه"

<https://x.com/Gala488Gmail/status/1961742298905235562>

غياب الهوية لصالح "الصورة المستوردة"

لم تعد المسألة مجرد تسويق لمشروع عقاري، بل تحولت إلى إشكالية ثقافية واجتماعية اختار الوجوه الأوروبية والديكورات المستوحاة من الغرب في الإعلانات يطرح تساؤلات حول ما إذا كان المطورون العقاريون يعتمدون تصدير صورة النخبة المنعزلة التي تعيش بعيداً عن المجتمع المحلي

الدكتورة هالة السعيد، أستاذة الإعلام بجامعة القاهرة، ترى أن الأمر يتجاوز الجانب الجمالي ليصبح قضية هوية: "الإعلانات الحالية تعكس انفصالاً عن الواقع المصري، وتروّج لفكرة أن النجاح والرفاهية لا يتحققان إلا بالتخلي عن الثقافة المحلية وتبني النمط الغربي".

تكريس الفوارق الطبقيّة

إعلانات الكومباوندات لا تكتفي بإقصاء الهوية المصرية، بل تعقّق الفجوة الاجتماعية، إذ تُظهر مشاهد الحياة الفاخرة داخل مجتمعات مغلقة بعيداً عن الزحام والفقر الذي يعيشه الملايين هذه الصورة النخبوية تغذي شعور الطبقات المتوسطة والدنيا بالتهميش، وتجعل التمايز الطبقي جزءاً من الخطاب التسويقي

الناشط الاجتماعي أحمد شوقي علّق على الظاهرة قائلاً: "بدلاً من إبراز الجمال الحقيقي في مصر وتاريخها وثقافتها، تروّج هذه الحملات لعزلة اجتماعية، وكأن مصر ليست لأبنائها بل للأجانب أو القلة الثرية فقط".

أين اللمسة المصرية؟

في الماضي، كانت الإعلانات المصرية تحرص على إبراز روح البلد: الوجوه المألوفة، النيل، التراث، وحتى العادات اليومية البسيطة. أما اليوم، فقد حلت محلها صور مسبقة الصنع مستوردة من كتالوجات أجنبية، في مسعى لجذب شريحة محدودة من العملاء الباحثين عن "الحلم الغربي".

ويرى خبراء أن هذا التوجه يفقد الإعلانات عنصر المصداقية، لأن المستهلك المصري العادي لا يجد نفسه في هذه الصور، بل يراها انعكاساً لطبقية صارخة واغتراب ثقافي.

وفي النهاية فظاهرة الإعلانات التي "لا تشبه المصريين" ليست مجرد قضية دعائية، بل مرآة لخلل أكبر في مفهوم الهوية والانتماء في السوق العقاري المصري. وبينما يلهث المطورون وراء صورة غربية مصطنعة، تظل الهوية المحلية غائبة، بل مهقّشة، في بلد يمتلك واحداً من أعرق التراثات الثقافية في العالم. والسؤال الذي يفرض نفسه: متى يدرك صناع العقار أن التسويق الحقيقي يبدأ من الواقع، لا من الصور المستوردة؟