

وسائل الإعلام واستراتيجيات الإقناع والهيمنة الثقافية
Médias et stratégies de persuasion et de domination culturelle
Media and strategies of persuasion and cultural domination

د. سعاد عبيدي¹

¹ قسم علم الاجتماع و الديموغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية -

¹ جامعة " أبو القاسم سعد الله" الجزائر 2

challal.souad@gmail.com¹

تاريخ الاستلام : 2022-02-02؛ تاريخ المراجعة : 2022-05-29 ؛ تاريخ القبول : 2022-06-01

ملخص :

نتناول في هذا المقال مسألة الهيمنة الثقافية التي تسعى الدول الغربية المعاصرة إلى فرضها على باقي مجتمعات العالم من خلال تجاوز مفهوم "التثاقف"، نحو "المثاقفة القسرية" التي توظف الأدوات المعرفية ومختلف الوسائل التي أنتجتها العلوم الإنسانية المعاصرة، بما في ذلك استراتيجيات الإقناع والهيمنة الثقافية باستخدام وسائل الإعلام والثورة التكنولوجية والاتصالية الجديدة. حيث تسعى هذه العولمة الزاحفة إلى تدوير الخصوصيات الثقافية المحلية بما تحمله من قيم اجتماعية ودينية وأخلاقية وإدخالها في فلك الثقافة العالمية عبر ذراعها الأقوى، وسائل الاتصال، في إطار التثاقف الذي يمس كل مستويات الواقع الاجتماعي والثقافي. وسنوضح كيف أن طريق الهيمنة الذي أخذ اليوم اسم العولمة، يهدف إلى إعطاء الشرعية لاستعباد واستعمار الشعوب الأخرى وقيادة العالم، لإقامة نظام وحيد خاضع لقانون السوق. كما سنبين كيف يتم توظيف وسائل الاتصال الحديثة لتقديم رسائل مدروسة ومخططة عمدا، بهدف تمييط الثقافات غير الغربية ولحلل الثقافة الغربية بدلها، بقيمها ومعاييرها التي قد لا تتوافق والنظم الاجتماعية للثقافات غير الغربية، وسنعرض في الأخير، بعض أدوات المقاومة الثقافية التي تتيح العودة إلى وضع التوازن في العلاقات الثقافية بين المجتمعات والحضارات، على أساس احترام الخصوصيات الثقافية والتسامح وقبول الآخر واختلافه من خلال عمليات التبادل الفكري الثقافي.

Résumé :

Nous proposons d'aborder dans cet article la question de l'hégémonie culturelle que les Etats occidentaux contemporains cherchent à imposer au reste des sociétés, en transcendant le concept d'«acculturation», vers une «acculturation forcée» qui emploie les outils cognitifs et les techniques développées par les sciences sociales modernes, notamment les stratégies de persuasion et d'hégémonie culturelle qui utilisent les médias et les nouvelles technologies de la communication.

Ainsi, cette mondialisation rampante tend à dissoudre les spécificités culturelles locales avec leurs valeurs sociales, religieuses et morales, dans la nouvelle culture mondiale, en usant de de son bras le plus fort, les moyens de communication, dans le cadre d'une acculturation forcée qui touche tous les niveaux de réalité sociale et culturelle.

Nous expliquerons comment l'œuvre de domination, qui a pris aujourd'hui le nom de « mondialisation », vise à légitimer l'asservissement et la colonisation des autres peuples et à diriger le monde, pour instaurer un système unique soumis à la loi du marché.

Nous montrerons également comment les outils de communication modernes sont utilisés pour diffuser des messages étudiés et délibérément planifiés, dans le but de stéréotyper les cultures non occidentales et de les remplacer par la culture occidentale dominante, avec ses valeurs et ses normes qui ne sont pas nécessairement compatibles avec les modèles socioculturels de ces sociétés.

Enfin, nous présenterons quelques outils de « résistance culturelle » qui permettent le retour à un équilibre dans les relations culturelles entre sociétés et civilisations, sur la base du respect des spécificités culturelles, de la tolérance et de l'acceptation de l'autre et de ses différences à travers des processus d'échanges intellectuels et culturels.

Abstract

In this article, we propose to address the question of the cultural hegemony that contemporary Western states seek to impose on the rest of societies, by transcending the concept of "acculturation", towards a "forced acculturation" which uses cognitive tools and the techniques developed by modern social sciences, in particular the strategies of persuasion and cultural hegemony which use the media and new communication technologies.

Thus, this creeping globalization tends to dissolve the local cultural specificities with their social, religious and moral values, in the new world culture, by using with its strongest arm, the means of communication, within the framework of a forced acculturation. which touches all levels of social and cultural reality.

We will explain how the work of domination, which today has taken the name of "globalization", aims to legitimize the enslavement and colonization of other peoples and to rule the world, to establish a single system subject to the law of market.

We will also show how modern communication tools are used to disseminate studied and deliberately planned messages, with the aim of stereotyping non-Western cultures and replacing them with the dominant Western culture, with its values and norms that are not necessarily compatible with the socio-cultural models of these societies.

Finally, we will present some tools of "cultural resistance" which allow a return to a balance in the cultural relations between societies and civilizations, on the basis of respect for cultural specificities, tolerance and acceptance of the other and of its differences through intellectual and cultural exchange processes.

مقدمة :

يتأكد يوما بعد يوم، أن النظام العالمي الجديد يقوم على ومن خلال العولمة الثقافية وذلك باستخدام أدوات ووسائل سياسية واقتصادية، أبرزها وأشدها تأثيرا وسائل الاتصال الحديثة. فالثقافة بوصفها تعبيرا عن الهوية المستقلة للمجتمع وانطلاقا من أن العولمة تقتضي ذوبان وتلاشي الهويات المستقلة ليصبح العالم واحدا، تسعى هذه العولمة الزاحفة إلى تذيب الخصوصيات الثقافية المحلية بما تحمله من قيم اجتماعية ودينية وأخلاقية وإدخالها في فلك الثقافة العالمية عبر ذراعها الأقوى، ووسائل الاتصال، في إطار التناقص الذي يمس كل مستويات الواقع الاجتماعي والثقافي.

1. الثقافة والاستلاب

1.1 الثقافة بين "المثاقفة" و"التثاقف"

يعرف المفكر المرحوم محمد عابد الجابري الثقافة بأنها "ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية، تشكل أمة أو ما في معناها، بهويتها الحضارية، في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء. إن الثقافة بعبارة أخرى، هي "المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم، عن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة والموت والإنسان ومهامه وقدراته وحدوده وما ينبغي أن يعمل وما لا ينبغي أن يأمل" (الجابري، 1998، ص5).

ويذهب المفكر الجزائري مالك بن نبي في نفس الاتجاه حين يعطي للثقافة مفهوما يتسم بالعمق، يرتقي لأن يكون نظرية للتغيير والتنمية، فهي حسب "العلاقة المتبادلة التي تحدد السلوك الاجتماعي لدى الفرد بأسلوب الحياة في المجتمع، كما تحدد أسلوب الحياة بسلوك الفرد" (بن نبي، 1987، ص 232-33)، فالثقافة من هذا المنطلق، محيط يتلقى الأفراد في إطاره هوياتهم وطريقة تفكيرهم ونمط معيشتهم، بالارتباط مع نسق القيم الاجتماعي. وبذلك يترابط وعي الناس إزاء الحياة وإن تفاوت مستواهم الحياتي ودرجاتهم العلمية.

تشمل الثقافة في هذا المنظور، بعدين أساسيين يكونان الحياة، هما محيط يؤثر في الفرد وفي تكوين عوالمه المعرفية والروحية والسلوكية و الإنجازية و الخبراتية، من ناحية، ومن ناحية ثانية، هي الصلة التي تتبع من الفرد تجاه مجتمعه وتجاه الكون والحياة والتاريخ، بصفة أشمل وأعمق.

من الشائع أيضا أن تنتشر ثقافة مجتمع محدد بين أفراد مجتمع آخر، قد تكون لها سمات المجتمعين معا وقد تكون مختلفة تماما عن هذا المجتمع، وهي الظاهرة التي اصطلح عليها مختلف الدارسين وبالخصوص الأنثروبولوجيين بالثقافة والتناقص.

تعرف الثقافة على أنها تؤثر الثقافات بعضها ببعض، نتيجة الاتصال بين الشعوب والمجتمعات مهما كانت طبيعة هذا الاتصال وأهدافه (الشماس، 2004، ص 146)، ويفترض أولا احتكاكا مطولا بين ثقافتين مختلفتين ثم تأثير إحدى الثقافتين في الأخرى، أو التأثير الثقافي المتبادل فيما بينهما، بحيث تتعدل المسالك الثقافية والنماذج الثقافية والاجتماعية عند أحد الطرفين أو عند الاثنين (معتوق، 1998، ص 20)، لتدل على الأوليات المعقدة للاحتكاك الثقافي التي تتعرض نتيجة لها مجتمعات أو مجموعات اجتماعية إلى أن تتمثل أو أن يفترض عليها تمثل بعض أو كمية من الملامح القادمة من مجتمعات أخرى.

فالثقافة إذن، هي الاحتكاك والتفاعل المتبادل بين ثقافتين أو أكثر والذي يؤدي إلى التأثير والتأثير في سمات الثقافات المتماثلة لتفرز ثقافة جديدة تحمل خصائص مشتركة من الثقافات المتناقفة.

وهكذا، فغالبا ما يتأسس مفهوم الثقافة من خلال الاحتكاك بين مجموعتين اجتماعيتين أو أكثر وهو مفهوم يبنى على التسامح وقبول الآخر واختلافه من خلال عمليات التبادل الفكري الثقافي بين الثقافات.

أما التناقص فقد استعمل في أدبيات الأنثروبولوجيين للدلالة على التداخل الحاصل بين مختلف الحضارات على مستوى التأثير والتأثر والاستيعاب والتحليل والتبادل الفكري بين الثقافات، بالتناقص إلى "الثقافة القسرية". فهو يحمل شحنة سلبية من الناحية المعيارية، إذ يتأسس على شرط المركزية الثقافية لقطب معين هو التفاعل الثقافي المبني على النزعة الإمبريالية الراجبة في محو الآخر وفرض الهيمنة عليه.

بصفة عامة يمكن تحديد مفهوم "الثقافة" في علاقة أفقية متساوية لا قسر فيها، في حين يتحدد مفهوم "التناقص" في علاقة عمودية تنبني على ثنائية المستعمر/المستعمَر، يتشكل فيها القهر والاستلاب.

يجدر التنويه إلى أن سيرورة ظاهرة الثقافة ليست عملية بسيطة سطحية أفقية، وإنما هي تراكم متدامج، تتدخل في التهيئة لها وتفعيلها والاستفادة منها قوى ضخمة، تبدأ من الحضارات وتنتهي إلى الفرد ذاته، وتعتمد على تراكمات نفسية ومعرفية وسياسية واجتماعية متنوعة، مما يجعل السهولة في التعاطي معها تسطيح للعلاقات، واستسهال للعملية التواصلية بين الثقافات والحضارات.

فنحن أمام ظاهرة، بدأت تأخذ أشكالا أكثر تعقيدا من الماضي وتتحول إلى رهان أساسي للدول التي تسعى إلى الهيمنة الثقافية والسياسية والاقتصادية، من خلال تطوير أدوات التحكم في آليات التغيير الثقافي ومآلات التناقص، مستعملة في ذلك أدوات حديثة، من أهمها وسائل الإعلام والاتصال التي حولت العالم إلى قرية صغيرة.

2.1 المركزية الغربية ومفهوم الاستلاب

يعد مفهوم الاستلاب من المفاهيم الأكثر استعمالا وتداولاً في خطابنا العربي المعاصر لتوصيف علاقة الثقافة بيننا وبين الغرب وللدلالة على حالة التبعية الثقافية ونقدها.

ولفظ الاستلاب هو من حيث الأصل مقابل ترجمي لفظ الأجنبي (aliénation) الذي يرجع إلى اللفظ اللاتيني (alienatio).

من الأهمية بمكان الإشارة إلى أن مفهوم الاستلاب يستعمل في المجال الثقافي العربي والإسلامي بدلالات مختلفة تماما عما هو مستعمل في سياق النظرية الماركسية أوفي مدلوله السياسي كمرتكز نظري لتفسير العقد الاجتماعي، وإنما استعمل للدلالة على علاقة أعم هي طبيعة الثقافة بين مجتمعين أو ثقافتين أو حضارتين، فهو يدل على انسلاخ من الذاتية الثقافية وخضوع للتبعية للآخر كحضارة أو ثقافة.

فالاستلاب من المفاهيم الملازمة للصلات الثقافية أو الثقافة، بمعنى أن الكيانات المختلفة قد يعمل بعضها على طمس الآخر ومحوه، بقصد الامتداد فيه وتحويله إلى عنصر ضمن سياق النوع الخاصوتدويبه في بوتقة الهوية الكلية المزعومة أو تدجينه، دون التفات إلى أهمية التنوع الحضاري وتعدد الثقافات الذي يعتبر إحدى أبرز سمات التاريخ الإنساني. فالمجتمعات الغالبة، تعتمد إلى استقطاب المجتمعات الأضعف ودخالها في دوامة الابتلاع لخصوصيات الآخرين، فينتهي بها الوضع إلى الذهول عن الذات والاستحالة إلى الآخر ولن شكلياً، لكن بغير رجعة أو عودة .

يشير العلامة الكبير ابن خلدون إلى هذا المعنى حين قرر في المقدمة أن "المغلوب مولع أبداً بالافتداء بالغالب، في شعاره وزيه ونحلته وسائر أحواله وعوائده، والسبب في ذلك أن النفس أبداً تعتقد الكمال فيمن غلبها وانقادت إليه، إما لنظره بالكمال بما وقر عندها من تعظيمه، أو لما تغالط به من انقيادها ليس لغلب طبيعي إنما هو لكمال الغالب، فإذا غالطت بذلك واتصل لها حصل اعتقاداً، فانتحلت جميع مذاهب الغالب وتشبهت به، وذلك هو الافتداء أو لما تراه، والله أعلم" (ابن خلدون، د ت ، ص 77).

قرون بعد ابن خلدون لا تزال نفس المعاني، أي معاني الاستلاب، تأخذ أشكالاً جديدة أكثر تعقيداً وأشد أثراً ، حيث يظهر "العصر الحديث" كمصطلح مع الممارسة الغربية في مجالات المعرفة والاكتشافات الجغرافية وقيام مؤسسة الدولة "القومية بصفة خاصة" وركائزها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والعسكرية .. ومن الواضح أن مصطلح "الحديث" ومن ثم الحداثة والعلمانية التصقت بالمضمون الأيديولوجي الذي أشاعته الثقافة الغربية بما يوافق منظورها وينتظم ضمن الأفق العام لتصوراتها، فيما يخص العالم والإنسان .. وأفضى كل ذلك إلى نوع من التمركز حول الذات بوصفها المرجعية الأساسية لتحديد أهمية كل شيء وقيمه وإحالة "الآخر" إلى مكّون هامشي، لا ينطوي على قيمة بذاته، إلا إذا اندرج في سياق المنظور الذي يتصل بتصورات الذات المتمركزة بشدة حول نفسها .. وهذا تمركز يذُكرنا بمرحلة الطفولة، عندما يتمركز الطفل، فيرى العالم وكل ما هو خارجه من خلال "أناه" لأن وجدانه لا يفتتح على الآخرين إلا بقدر ما يكون هؤلاء مجموعة من العناصر تتحور حول أفته الذاتي. فهو لا يفهم الأشياء من غير منظاره الخاص. ولا يعطي أي اعتبار للآخرين أو اهتماماتهم، الأمر الذي يؤدي إلى أن يختلط لديه الموضوع بالذات .. (الحبابي، 1990، ص 204).

إن فكرة "أوروبا مركز العالم" بدأت تفرض نفسها منذ القرن الثامن عشر، بحيث تصبح أوروبا "الوسيط للتقدم الكوني" و"السيد المعطاء" والتي ينبغي للعالم أن يعتمد عليه ، سياسياً وتكنولوجياً. ويؤكد هذه الفكرة المؤرخ البريطاني توينبي حين يقول بأن مهمة أوروبا هي: "جمع العالم الإنساني كله في مجتمع كبير واحد، والسيطرة على كل شيء فوق هذه الأرض وفي البحار والأجواء التي ستصل إليها الإنسانية عن طريق التقنية الحديثة.." (ابراهيم، 1997، ص 18) .

بعيون الناقد العارف بأصول ومنطلقات الفكر الغربي، يشير الفيلسوف الفرنسي المعاصر روجيه غارودي، في كتابه "الإرهاب الغربي" إلى الجذور التاريخية التي أسست لهذا الوعي المنكفي على الذات، حيث يؤكد أن طريق الهيمنة الذي أخذ اليوم اسم العولمة، أضحى ممهناً جناً وهذا الطريق يضرب بجذوره إلى آلاف السنين منذ أسطورة الشعب المختار، التي بررت إبادة الآخرين، حتى الإمبراطورية الرومانية التي ادعت أنها تضم في حدودها كل العالم المعروف آنذاك، وهذا ما سمته أوروبا بالحضارة، كما لو كان ذلك حكراً عليها، لكي تعطي الشرعية لاستعباد واستعمار الشعوب الأخرى، أما قادة الولايات المتحدة الأمريكية، فقد جعلوا مهمتهم-التي كلفهم بها القدر - هي قيادة العالم، لإقامة نوع من العولمة، أي نظام وحيد خاضع لما أسماه أحد منظريها بقانون السوق (غارودي، 2008).

ضمن هذا المسعى اللاواعي أحياناً والواعي في أغلب الأحيان، سيتم توظيف الثورة التي عرفتها وسائل الإعلام والاتصال من أجل ترسيخ مفهوم الاستلاب وتعزيز الثقافة، باتجاه فرض النموذج الثقافي الغربي على العالم وعلى العالم العربي الإسلامي بالخصوص.

2. العلاقة الجدلية بين الاتصال والثقافة

1.2 أهمية الاتصال

الاتصال كلمة مشتقة في لفظها الانكليزي من الأصل اللاتيني Communes، أي Common ومعناها مشترك، فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول أن نقيم "رسالة مشتركة" Commonness مع شخص أو جماعة أخرى، أي أننا نحاول أن نشترك سوياً في معلومات أو أفكار أو مواقف محددة.

والاتصال في علم الاجتماع يعني "تبادل الأحوال الذاتية ونشرها بين الأفراد مثل الأفكار والعواطف والمعتقدات عن طريق اللغة التي تعد أداة الاتصال الرئيسية، فضلاً عن المحاكاة والإيحاء" (مذكور، 1975، ص 8)، فهو إذن صيغة من صيغ التفاعل الاجتماعي، كأحد الظواهر الاجتماعية في حياة الناس القائمة أساساً على التأثير في المواقف والقيم والاتجاهات والمعايير وأنماط السلوك وأنماط التفكير وبناء تصور اجتماعي عن الحياة الاجتماعية (الدليمي، 2002، ص 49)، بحيث يسمح بتبادل العناصر الثقافية المادية واللامادية بين الأفراد والجماعات والمؤسسات من خلال عدة قنوات بشرية أو تقنية.

يرى (جون ديوي) أن وجود المجتمع واستمراره متوقف على النقل الشامل للعادات والأفكار والمشاعر من جيل إلى آخر، من خلال نقل الخبرات والاتصال بين الأفراد. فالناس يعيشون بفضل ما يشتركون فيه من أهداف وأمان ومعلومات وهم يكتسبون ذلك من خلال الاتصال (سلامة، 2002، ص 17)، الذي تكمن أهميته في مجالات الإعلام بنقله للمعلومات والتعليم في تدريب الأفراد والترفيه في التسلية والإفناع من خلال تحولات في آراء الأفراد وفهم الظواهر المحيطة وتعلم مهارات وخبرات والراحة والتسلية والمتعة والحصول على معلومات جديدة تساعد الفرد في اتخاذ القرار بشكل مقبول اجتماعياً.

وقد يرجع الفضل للاتصال فيما حققته الإنسانية من تقدم على مدى تقدم الحقب التاريخية ودوره الفعال في التنمية وبناء المجتمع وتكوينه وفتحه المجال للاحتكاك والتفاعل بين البشر وإيصال البرامج التعليمية إلى المناطق النائية ونقل التراث الثقافي للمجتمع والأمة وتكوين التراث الاجتماعي للشعوب والمجتمعات، الذي يضم الصناعات الموروثة والبضائع والسلع والعمليات التكنولوجية والأفكار والعادات والقيم.

وهكذا، فإن الاتصال يمكن أن يعد أداة التغيير المجتمعي ووسيلة لضبط مساره لأنه يتولى مهام الإعلام والتربية والتعليم والتنقيف والتنشئة الاجتماعية. ومجمل هذه المهام تشكل جوهر الثقافة التي ترتكز عليها بنية المجتمع.

وبما أن هناك تجاذب بين الثقافة كعالم معنوي - مادي معاش، ووسائل الاتصال كعالم رمزي، يرافق ذلك تفاعل الفرد مع محتويات وسائل الاتصال من خلال رمزية اللغة أو الصورة أو الفيديو. إذن هناك جاذبية بين الفرد ووسائل الاتصال، فالفرد ينتقل (أو يلجأ) من عالمه الثقافي الحقيقي إلى العالم الرمزي الذي تعرضه وسائل الاتصال تلقائياً (عزي، 2003، ص 23).

إن العالم اليوم يشهد العديد من العمليات الثقافية بين الثقافات المتباينة والمتنوعة بحسب قوتها وضعفها في فرض عملية المتأقفة وتوجيهها نحو الاتجاه المطلوب، وتتم هذه العمليات غالباً من خلال توظيف وسائل الاتصال المختلفة لصالح الثقافة المهيمنة.

يشير الكاتب الأمريكي هربرت شيلر (Herbertschiller) في كتابه الاتصال والهيمنة الثقافية، إلى أن "مفهوم الامبريالية الثقافية هي مجموع العمليات التي تستخدم لإدخال مجتمع ما إلى النظام العالمي الحديث ولاستحالة الطبقة المهيمنة فيه والضغط عليها ولجبارها كي تشكل المؤسسات الاجتماعية في اتساق مع قيم المركز والمهيمن في النظام والترويج لها" (التويجري، 1998، ص 27 - 28)، ليكون الفصل بين الثقافة ووسائل الاتصال يعد فصلاً واهماً، إذ ينخرط في جملة القيم التي تنتجها الثقافة، أي أنها قضية تكاملية.

2.2 في مفهوم الاتصال

في سياق هذا المقال، يمكن أن نعرف الاتصال بأنه عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي إطار هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معنى مجرد أو واقع معين.

فالالاتصال عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل وليس مجرد عملية نقل، إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المنبع، أما المشاركة فتعني الازدواج أو التوحد في الوجود، وهذا هو الأقرب إلى العملية الاتصالية. لذا يمكن الاتفاق على أن الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات، عن طريق عمليات إرسال وبت للمعنى وتوجيهه وتسيير له، ثم استقبال بكفاءة معينة، لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين.

وتتفق أغلب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، منذ ما يزيد على نصف قرن وحتى الوقت الراهن، على تقسيم الاتصال إلى أنواع أو نماذج عدة، من أبرزها الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري (الإعلامي)، وهذا النوع الأخير من الاتصال، وبشكله العصري التقني يتجاوز اللقاء المباشر والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة باهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية وشبكة الإنترنت.

3. وسائل الاتصال الحديثة ووظيفة التأثير

1.3 أهمية وسائل الاتصال الحديثة

أوضحت وسائل الاتصال الحديثة أحد أبرز وأقوى أذرع العولمة الثقافية التي تستهدف تمييط الثقافات غير الغربية ولحلل الثقافة الغربية بدلها، بقيمها ومعاييرها التي قد لا تتوافق والنظم الاجتماعية للثقافات غير الغربية.

من بين أهم التقنيات الحديثة التي يتم توظيفها للتأثير في ثقافة الإنسان، التلفزيون والسينما والهواتف الذكية وشبكات التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت، حيث أصبح التلفزيون اليوم هو المؤسسة الثقافية الأكثر فعالية في الغرب من دون منازع. إن فعالية هذا النظام الجديد لإنتاج الرموز والقيم وتوزيعها تكمن في المادة التي يشتغل بها، وهي الصورة بمادتها المكتنزة بالخطابات والرسائل والدلالات، إنها شكل يتقدم للمستهلك في قالب جمالي يستوفي الشروط التي تجعله على درجة كبيرة من الجاذبية والإغراء (بلقريز، 1997، ص 230).

لقد أصبح دور وسائل الإعلام في المجتمع الحديث من الأهمية بمكان، إلى درجة خصصت جميع الحكومات أقساماً ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الأهداف الداخلية رفع مستوى الجماهير ثقافياً وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية.

أما خارجياً فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية. ولم يقتصر اهتمام الحكومات بوسائل الإعلام، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها.

وليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، فلقد أصبح الإعلام عاملاً رئيسياً في نفوذ بعض الدول، وبخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعائمها الرئيسية وقدمته على باقي دعائم الدولة.

ذلك أن وظيفة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، تعد من بين أهم وظائف وسائل الإعلام والتي تمارسها بشكل مباشر وغير مباشر على السواء، عن طريق مختلف قنوات الاتصال.

إن النظر إلى الاتصال كعملية يعني أن الاتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر (المرسل) إلى المتلقي (المستقبل)، كما يعني أن هناك العديد من العوامل الوسيطة بين الرسالة والمتلقي بما يحدد تأثير الاتصال. من جهة أخرى،

فإن كلاً من المرسل والمتلقي يتحدث عن موضوع معين أو موضوعات معينة فيما يعرف بالرسالة أو الرسائل، وتعكس هذه العملية تفاعلاً لا ينحصر فقط في مدى معرفة كل منهما بالموضوع أو الرسالة، ولكن أيضاً يتأثر بما لديه من قيم ومعتقدات وكذلك بانتماءاته الثقافية بما يؤثر في صياغته للرسالة أو الرسائل التي يهدف إلى الاتصال، وبما يثير لديه ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات وآراء وبما يحدد أيضاً مدى تأثره بهذه المعلومات والآراء.

وهذا ما صار يسمى "الإطار الدلالي" الذي يجري فيه الاتصال، علاوة على الموقف الاتصالي الذي يعبر عن اللحظات الآنية التي يجري فيها الاتصال باعتبار ذلك عاملاً مهماً في تحديد سمات الاتصال من مخرجات ومدخلات وردود فعل وآثار.. إلخ.

2.3. في مفهوم التأثير

ويمكن تعريف التأثير بأنه مجموع التغيرات الظاهرة أو الكامنة التي تحدث نتيجة الاتصال، سواء وقعت في المدى القريب أو المتوسط أو البعيد.

والتأثير يقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون نفسياً أو اجتماعياً أو فكرياً، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية.

أما التأثير الذي يقع في نفس المتلقي فهو تأثير الرسالة الاتصالية بلا شك. لكن التأثير الذي يقع في نفس المرسل فهو الذي يقع نتيجة استقباله "رجع الصدى" الناتج عن رسالته أيضاً، فلولا الرسالة لما وقع "رجع الصدى" بالتالي، وهذا الفهم لعملية التأثير هو فهم ينطلق من أن العملية الاتصالية هي عملية دائرية وليست عملية خطية.

وعلى الرغم من أهمية هذا العنصر باعتباره الهدف النهائي لعمليات الاتصال، إلى أن معظم الدراسات الاتصالية لا تعتبه عنصراً أصيلاً من عناصر العملية الاتصالية، لذلك لا يدرج من ضمن عناصرها الأصلية، بل يجري دراسته كعنصر منفصل ومستقل. ورأيي أن هذا العنصر هو الأولى بالدراسة ضمن عناصر العملية الاتصالية جنباً إلى جنب مع العناصر الأخرى.

هناك الكثير من النماذج أو التفسيرات التي حاولت بحث التأثير الذي يقع نتيجة الاتصال وخصوصاً في جمهور المتلقين، وقد قسم هذا التأثير إلى تأثير سريع أو عاجل وآخر متوسط المدى وثالث بعيد المدى، أي لا يمكن ملاحظته إلا بعد فترات متوسطة أو بعيدة، خصوصاً فيما يتعلق بتكوين الاتجاهات والقيم والأفكار والصور، مثلما يجري مثلاً رسم صورة شعب معين بعيد، حيث تتشكل صورته وسماته في أذهان المتلقين عبر تراكم المعطيات الاتصالية والإعلامية على مدى فترة طويلة.

يعتبر هارولد لازويل¹ (Harold Dwight Lasswell) من أقدم وأبرز الباحثين الذين درسوا تأثير أجهزة الإعلام على تكوين الرأي العام، حيث قام بتطوير مفهوم حديث لتأثير وسائل الإعلام بعد الحرب العالمية الأولى، منطلقاً من نظرية فرويد الذي افترض أن الإنسان تحركه قوى فطرية غير واعية يتحكم فيها العقل الواعي بشكل جزئي ونتيجة لذلك فإن السلوك الإنساني ليس عاقلاً ولا رشيداً.

وتزامنت أعمال لازويل مع فترة برزت فيها نظريات عديدة دعت أطروحاته، منها نظرية علم نفس الحشود لـ لوبون (Le Bon) ونظرية التوجه السلوكي لـ جون ب. واتسون (John B. Watson) ونظرية بافلوف في التعلم وتفسير السلوك الإنساني وكذلك دراسات أحد رواد علم النفس الاجتماعي، البريطاني وليام ماكدوغال (Wiliam Mc. Dougall) الذي قال بأن بعض الدوافع البدائية أو الغريزية وحدها يمكن أن تفسر سلوكيات البشر والحيوانات.

¹ يعود تاريخ ظهور المفاهيم الأولى لتأثير وسائل الاتصال الجماهيري إلى سنة 1927، حيث يعتبر كتابه ارولد لازويل الذي يحمل عنوان: تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية (Propaganda Techniques in the World War) من أول البحوث التي قدمت قراءة للحرب مبينة كيف أن وسائل الاتصال أصبحت من أهم الأدوات الضرورية لإدارة أو تسيير الرأي العام من طرف الحكومات.

في هذه الفترة بالذات، عرفت ما يعرف بوسائل الاتصال الجماهيري الحديثة، لاسيما التلفزيون والإذاعة والسينما، تطورا معتبرا وأصبحت تستعمل في الدعاية التي اعتبرت من طرف لازويل الوسيلة الوحيدة في خلق الانتماء والولاء لدى الجماهير، وهي أكثر اقتصادية من العنف. هذه الرؤية الجديدة، كرست القوة الهائلة لوسائل الإعلام معتبرة إياها أدوات في استعمال الرموز المؤثرة؛ وكان من نتيجة ذلك أن اعتبر انهزام الجيش الألماني إنما كان، إلى حد كبير، بسبب العمل الدعائي للحلفاء. أسس لازويل لأطروحة "الطاقة السحرية" أو "الحقنة تحت الجلد" ذات التأثير القوي، واعتبر أن الرسائل الإعلامية تشبه الرصاصة، بحيث إذا وجهت وأطلقت بشكل مناسب ستصل إلى مراميها.

وتضمنت نظرية لازويل مجموعة من الأسس أهمها أن الرسائل والمضامين التي تبثها وسائل الإعلام تهدف إلى القيام بدور المثيرات أو المنبهات القوية لمشاعر وعواطف الأفراد بحيث تقودهم للاستجابة لها بشكل متمائل أو متقارب. كما اعتبر أن قوة وتمائل تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد راجع لضعف وسائل الضبط الاجتماعي، بحيث يتلقى الفرد معلوماته وخبراته من وسائل الإعلام بشكل فردي ومباشر دون وسيط ومن ثم فإن تأثيراتها تكون قوية ومباشرة. مهد لازويل للنظريات والبحوث في مجال الإعلام والتأثير الجماهيري، حيث ظهرت بعده الكثير من المدارس، نركز في سياق هذا البحث على واحدة من أبرز اتجاهاته وهي نظرية "الغرس الثقافي" التي وضعها جورج جرينر¹ (George Gerbner).

يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي. وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات. وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة أو بين الأطفال الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون ضحايا.

وقد توصل جورج جرينر من خلال سلسلة أبحاثه في ذات الإطار إلى أن التلفزيون أصبح يسيطر أو قوة مسيطرة على كثير من الناس، ومصدرا رئيسيا لبناء تصوراتهم عن الواقع، وبالتالي فالعلاقة بين التعرض للتلفزيون والأفكار المكتسبة تكشف عن أهمية دور التلفزيون في بناء القيم والتصورات المدركة للواقع الاجتماعي، وبالتالي أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقته بالآخرين.

وتؤكد هذه النظرية أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة هم أكثر استعدادا لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والأفكار والأنماط الثقافية التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الفعلي للمجتمع أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة وبالتالي فإن نظرية الغرس الثقافي في أبسط أشكالها تشير إلى أن التعرض للتلفزيون يزرع بمهارة مع مرور الوقت مفاهيم المشاهدين للواقع بل ويؤثر على ثقافتهم كلها لأن عملية الغرس، كما يرى جرينر، هي نوع من التعلم العرضي، كما أن مداومة التعرض لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون ولفترات طويلة ترمي لدى المشاهد اعتقادا بان العالم الذي يراه في التلفزيون ما هو إلا صور مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه.

ورغم الانتقادات الموجهة إلى نظريتي لازويل وجرينر، إلا أنهما تمثلان في تقديرنا أداة مثالية لفهم وتحليل تأثيرات وسائل الإعلام والشكليات علم الاجتماع و نظرية المجتمع الجماهيري، خاصة في ضوء الثورة المعلوماتية المعاصرة والتطور الهائل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وانتشار الوسائط والقنوات الإعلامية والاتصالية الافتراضية التي تركز على الصورة والفيديو بشكل أساسي، باعتبارهما الأشد تأثيرا في صناعة الرأي والتأثير على المتلقي.

¹ جورج جرينر (1919 - 2005) أستاذ الاتصال في جامعة بنسلفانيا الأمريكية، كرس أكثر من 25 سنة من البحث حول أثر التلفزيون على المجتمع الأمريكي، لاسيما من خلال تحليل محتوى رسائل العنف في وسائل الإعلام الأمريكية وأثرها على الجمهور وخاصة الأطفال، وهي الأبحاث التي قادت إلى تطوير نظرية الغرس الثقافي.

كما أن التغيرات العميقة والهيكلية التي تشهدها مجتمعاتنا، إضافة إلى الاتجاه المتعاظم نحو أنماط عمرانية تقوم على بناء المدن الكبيرة التي تضع الأفراد في عزلة نفسية واجتماعية وتحولهم إلى مجرد ذرات منعزلة عن الآخرين، تعمق شعور الفرد بالوحدة و الفلق و الضياع و فقدان المرجعيات، وتعزز بالتالي اللجوء لوسائل الاتصال الجماهيري من أجل تعويض جماعات الأهل و العشيرة و القرية التي كان يشعر في إطارها بالاطمئنان و للتخلص من التوتر .

وهكذا تتحول هذه الوسائط الإعلامية، وبخاصة التلفزيون وتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، إلى بديل عن العلاقات الشخصية ووسيلة للتسلية والترفيه ومسكن للشعور بالتوتر والقلق السائد في المجتمع الجماهيري، إضافة إلى كونها مصدر للمعلومات في كل المجالات ومرجعياً للتوجيه وصناعة الرأي والمواقف.

4. استراتيجيات الإقناع

يبدأ تأثير الرسالة الإعلامية بإقناع الجمهور بمشاهدتها أو الاستماع إليها أو قراءتها، وفكرة الإقناع الأساسية جذور قديمة، من خلال استعمال فنون «علم البيان» أو «الفصاحة» والمسرح وغيرها، غير أن ما يمكن أن نطلق عليه «علم الإقناع»، الذي انبثق فيما بعد، هو نتاج القرن العشرين، ومقارنة بالعلوم الأخرى فهو حديث، ولذلك يرى بعض الباحثين أن الحكم على هذا العلم يجب أن ينطلق من الإجابة عن السؤال القائل: هل أوجد العلم إجراءات مقنعة تستطيع السيطرة على السلوك الإنساني؟ وأياً ما كانت أساليب الإقناع، فناً أو علماً، فإنها سوف تزداد فاعليتها في السيطرة على السلوك (ديفلرو بول، 1998، ص 378).

وتبدأ عملية الإقناع من الفكرة وطريقة التعبير عنها وأسلوب نقلها.. والربط بين الفكرة والتعبير عنها وكيفية نقلها، من الأمور الشائعة بين دارسي الإعلام وخبرائه.

ومن ثم، فإن الإقناع في السياق الحالي يشير بصورة أساسية إلى استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية لتقديم رسائل مخططة عمداً لاستنباط سلوكيات معينة من جانب جماهير القراء أو المستمعين أو المشاهدين، ولذلك فإن التعديل الواقعي للسلوك هو الهدف الذي ينبغي تحقيقه باعتباره المتغير التابع في النظرية التي تستهدف تفسيره (ديفلرو و بول، 1998، ص 380).

وعلى الرغم من الصعوبة الماثلة للعيان في تحديد أثر الإعلام في السلوك، إلا أن المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام تقوم بدور محفز في هذا المجال.. ويمكن القول على وجه العموم، بأن المعلومات التي يستقبلها الإنسان من وسائل الإعلام تصب في المخزون المعرفي، الذي يستقبل أيضاً معلومات إضافية من مصادر أخرى وعبر قنوات أخرى. وتتفاعل تلك المعلومات مع المخزون المعرفي المتراكم فتؤدي إلى تكوين صورة معرفية عقلية معدلة يتصرف الإنسان في ضوءها وبموجبها. لذلك فإن التأثير بالرسائل الإعلامية يعتبر عاملاً من بين مجموعة عوامل أو متغيرات تسهم جميعاً في إعادة صياغة الصورة العقلية، وهذه بدورها تدفع الإنسان لاتخاذ قرار معين والإتيان بسلوك ينسجم مع ذلك القرار (سليمان موسى، 1986، ص 118)، وهذا قمة الإقناع، الذي يعرف بأنه استخدام الرموز واستغلالها بهدف دفع المتلقين للقيام بأعمال محددة تخدم المتلقي نفسه.

توظف الدول المهيمنة هذه الإستراتيجية لبحث ثقافتها وتقاليدها في المجتمعات الأخرى، وهذا يعني أن الرسالة الإعلامية تعمل على تعميم ثقافة تلك الدولة وقيمها، وتقيم بالتالي لغة مشتركة من المعاني والرموز والقيم بين البلدين، تسهل للطرف الأقوى فرض سيطرته على الطرف الأضعف.. ويبدو أن العالم الإسلامي اليوم يشكل الطرف الأضعف، حيث تتم السيطرة الثقافية عليه (أشتي، 1996، ص 109).

في ذات السياق، يمكن أن نشير إلى أعمال المفكر الفرنسي إدغار موران الذي قام بدراسة الثقافة الجماهيرية كظاهرة اجتماعية شاملة في مقاربة نشرها في كتابه "روح العصر" (Morin, 2008)، ويعتبر "موران" من أوائل المفكرين الذين نظروا ودشنوا هذه النظرية وخاصة في مجال التنظير لوسائل الإعلام الأوروبية.

في هذا الصدد يرى موران أن الثقافة الجماهيرية تشكل نظام ثقافة مكون من مجمل الرموز والقيم والأساطير والصور التي تتعلق سواء بالحياة العملية أو بالمخيال الجماعي، ومع ذلك ليست الثقافة الجماهيرية النظام الثقافي الوحيد للمجتمعات المعاصرة، فهذه الأخيرة هي واقع سياسي ثقافي يحتوي الثقافة الجماهيرية، والتي تخضع في إطار هذا الواقع للاحتواء والرقابة والتحرير، وفي الوقت نفسه تميل إلى جعل الثقافات الأخرى تتآكل وتتفكك، إنها ليست مستقلة بشكل مطلق، يمكن أن تنتسب بـثقافة وطنية، دينية أو إنسانية.

يؤكد موران أنها ليست الثقافة الوحيدة للقرن العشرين، ولكنها التيار الجماهيري الحقيقي والجديد في هذا القرن، ما يعني أن الثقافة الجماهيرية هي المواقف الجديدة التي تنتشرها وسائل الإعلام والاتصال الحديثة لدى الجماهير الواسعة وبصفة اصطناعية، وتمتاز بأنها ثقافة مصطنعة تخضع لمقاييس السوق وفق مبدأ العرض والطلب

فالثقافة الجماهيرية في نظر موران هي إنتاج الرأسمالية الخالص في القرن العشرين، ويعالجها كاستجابة لرغبة الرعية اللاواعية للاستهلاك، بحيث أصبح مفهوم صناعة الثقافة كأحد أبرز الصناعات الوطنية.

تميل صناعة الثقافة الجماهيرية إلى التوفيقية، فهي تولد نتائج مهمة كالميل نحو التجانس بين قطاعين كبيرين في الثقافة وهما المعلومات والأفلام، ذلك أنه تحت تأثير التوفيقية تكتسب الحوادث اليومية أهمية في المجال المعلوماتي، أي تلك المقاطع الواقعية حيث حوادث الطرق والجريمة والمغامرات، تغزو الحياة اليومية في حين أن الأفلام تتلون بالواقعية، وروايات المغامرات تبدوا وكأنها حقيقة وواقعية في الأفلام.

وهذا ما نشاهده بالفعل في أفلام " هوليوود" التوفيقية التي تعني التوفيق بين الحوادث الواقعية والواقعة بالفعل وبين الحوادث الخيالية في الروايات والأفلام التي نراها أنها واقعية وهي في الحقيقة خيالية.

إن الثقافة الجماهيرية، بحسب موران، مؤسسة قائمة بذاتها تحمل قيما أخلاقية استهلاكية، قانونها الأساسي هو قانون السوق وديناميتها تتجم من الحوار المستمر بين الإنتاج والاستهلاك، أي ما يطلبه المشاهدون، فالمقولة الشهيرة التي يحفظها رجل الإعلام هي "منح جمهورك مايريده" لكنه حوار غير عادل بدون تغذية رجعية عكسية أمام طرف يسهب في إنتاج الرسائل وطرف ثاني يتلقى فقط بدون ضوابط.

فالإنتاج الإعلامي يقدم روايات وقصص مطولة، يعبر عن نفسه بلغة وسيناريو ومؤثرات، أما المتلقي فإنه يجيب بردود فعل بافلوفية، أي بنعم أو لا، ذلك أن المضامين الجوهرية للثقافة الجماهيرية هي الحاجات الخاصة والعاطفية مثل السعادة والحب والحاجة إلى الخيال من خلال المغامرات والحرية، إضافة إلى الحاجات المادية.

وبعملية دينامية، يشير موران إلى أن صناعة الثقافة الجماهيرية تعمل على تخدير هذا النظام من القيم في عقول المستهلكين، كما توفر له بأشكال مزيفة خيالية كل ما ينشأ بانتظام في الحياة الواقعية بحيث تسقط على المتلقي أفكار خيالية أو متخيلة من خلال الأفلام والقصص يتفاعل معها وتحل وتعيش بدلا منه.

فمن خلال هذه الآلية، تعمل الثقافة الجماهيرية في اتجاهين متناقضين: فمن جهة يعيش الأشخاص المستسخون (أي الممثلون) بدلا من الأفراد الواقعيين أحرارا أسيادا يواسون هؤلاء الأفراد بنوعية حياة تنقصهم ويلهونهم عن حياتهم العادية (الحب والأفلام الغرامية الأفلام المدبلجة " التركية والمكسيكية " الفيديو كليب والأفلام الدينية والأفلام الوثائقية..).

تزيد ظاهرة "عولمة الثقافة" من الاستثمار المعلوماتي للدول الغنية مالكة التكنولوجيا وصاحبة الحضور الإعلامي في كل بقاع الدنيا، كما أن هذه الدول وأذرعا المتمثلة في شركات الإنتاج والنشر والبت تقوم بدور حارس البوابة وتختار ما تراه مناسباً لها في المواقع المتكررة باتجاه الشعوب و الدول المتلقية (الدليمي، 2004، ص 17).

يدخل في هذا الإطار، نشر وإشاعة مصطلحات جديدة ذات مفاهيم أو مضامين تحل محل المضامين الأصلية التي تتصل بحياة الأمة وتشخيصها وحقيقتها وجودها، وكذلك الأفلام والمسلسلات والأغاني التي تطالعنا في كل مكان وتقرع أسماعنا في كل حين، وهي محملة بأنماط الحياة وأساليب التفكير والسلوك الغربية. فانغماس الفرد في استهلاك مواد الثقافات الغربية المهيمنة عبر مختلف قنوات الاتصال كفيل بصرفه عن قيمه وموروثاته الاجتماعية وتعويضها تدريجياً بتلك الثقافات، بحيث ينتج عن ذلك سلوك مفعم بالصراع والتناقض النفسي والسلوكي، يتحول بعد ذلك إلى استلاب كامل.

خاتمة : نحو إستراتيجية مضادة لمواجهة تحديات "الثقافة"

في كتاب "شروط النهضة" (بن نبي، 1997)، تحدث المفكر الجزائري مالك بن نبي عما يسميه "معاملين" فعلا فعلهما في الإنسان المستعمَرهما "المعامل الاستعماري" و "معامل القابلية للاستعمار" وقد انطلق في تعميمه النظري من التجربة الجزائرية الطويلة المبررة مع الاستعمار الفرنسي.

فالقابلية للاستعمار تجعل الفرد يستبطن مفاهيم المستعمر عنه ويقبل بالحدود التي رسمها المستعمر لشخصيته، ليس ذلك فحسب بل يدافع عنها ويكافح ضد إزالتها، وفي ملاحظة قريبة من مفهوم "الاستلاب"، يقول بن نبي إن أول مظاهر فاعلية هذا المعامل هو قبول ضحية الاستعمار باسم "الأهلي أو الأنديجان باللغة الفرنسية". يقول بن نبي ساخراً "إذا لم نكن شاهداً خصياناً يلقبون أنفسهم بالخصي فقد شاهدنا مراراً مثقفين جزائريين يلقبون أنفسهم بالأهالي" (بن نبي، 1997، ص 153)، وقبول الاسم يعكس قبولاً شاملاً بالوضعية التي فرضها المستعمر وهذا القبول لا يتموضع فقط في منطقة الوعي بل ينغرس في أعماق اللاوعي ليصبح استبطاناً للمفهوم الاستعماري عن الذات، مفهوم يبخر من قدرها ويحد فاعليتها الحيوية وتصوراتها عن نفسها وعن العالم بالحدود التي يريدها المستعمر، إنه رضوخ داخلي عميق لعامل الاستعمار، يرسخ الاستعمار ويجعل التخلص منه مستحيلاً.

بالمقابل، يرى بن نبي أن ذات المعامل، أي القابلية للاستعمار، هو الذي يدفع بالمجتمع نحو التخلص من بواعثها، حين يبدأ هذا الأخير في اكتشاف ذاته من جراء رداً فعله عن ممارسات المستعمر، فيجد نفسه مضطراً لأن يتخلص من صفات أبناء المستعمرات، بأن يصبح غير قابل للاستعمار، بحيث يسعى للخروج من حالة الركود و الجمود التي نجمت عن فقدانه وظيفته التاريخية والحضارية و بالتالي يعكس مفعول الاستعمار من كونه عاملاً مخضعاً للمجتمع مثلاً لنشاطه إلى دافع نفسي ومحرك مناسب لمكونات المجتمع الخاملة، نحو إعادة بعث القدرة على النشاط والفاعلية الحضارية.

ذلك أن أحد أهم شروط الاستلاب، وتحديد الفكر منه، هو التسطيط والتهميش العقلي الذي يعيشه كائن ما، أو مجتمع ما، بحيث أنه يفقد حصانته أمام الغزو الثقافي والفكري القادم من البعيد، أو القريب على حد سواء.

إن من أهم قضايا تحرير العقل البشري من الاستلاب، هو خلق حالة من التوازن الثقافي في مكونات هذا العقل، وذلك من خلال مشروع فكري وثقافي يتيح بناء إنسان يتمتع بعقل مستنير وذاتية في التفكير وقدرة على النقد والتمحيص.

فنقد التمركز الثقافي الغربي وسعيه لفرض نموذج الثقافة على العالم، لا ينبغي أن يولد انكفاء ذاتياً، أو ما أطلق عليه المفكر الكبير سمير أمين بالتمركز المعكوس" أو المركزية الحضارية المعكوسة ومواجهة التحديات لا تكون بالهروب إلى الوراء، أو بالإغلاق على الذات، بقدر ما تكون من خلال النقد الذاتي الذي يسمح باستيعاب الآليات المعرفية والتاريخية الموضوعية التي ساهمت في تشكل هذا الفكر، ثم محاولة كشف منطقتها، ومحدودية نتائج معارفها ونسبية قوانينها، وصياغة البدائل التي تسمح لمجتمعاتنا بأن تكون طرفاً فاعلاً في مسار العولمة الثقافية وليس مجرد مستهلك لها.

من جهة أخرى، يتوجب على الدول والحكومات أن تعمل على بناء مشاريع ثقافية وإعلامية تتمتع بالقدرة على التنافسية في مجال صناعة المحتويات وبنائها وتسويقها للمستهلك بالفنيات والمعايير الاحترافية العالمية.

فتحتدي الصناعات الثقافية يفرض نفسه بشكل ملح من أجل تقديم بدائل في مجال الثقافة الجماهيرية عبر مختلف الوسائط والوسائل الإعلامية، سواء تعلق الأمر بالسينما والتلفزيون أو بشبكات الأنترنت ووسائط تكنولوجيا الإعلام الحديثة. بدائل ومحتويات تتمتع بالأصالة وتتفتح على العصر وتستجيب للمعايير الصارمة التي تفرضها المنافسة في سوق تشتد فيها المنافسة على جذب الجماهير واستلابها، يوماً بعد يوم.

قائمة المراجع :

- مذكور إبراهيم، إبراهيم، 1975، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
- ابن خلدون عبد الرحمن، د ت ، تاريخ ابن خلدون، بيت الأفكار الدولية، السعودية.
- الدليمي أحمد جاعد، 2002، علم اجتماع الإعلام، رؤية سوسيولوجية مستقبلية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.
- غاروديروجي، 2008، الإرهاب الغربي، ترجمة سلمان حرفوش، دار كنعان، دمشق.
- سلامة عبد الحافظ محمد، 2002 ، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار اليازوري العلمية، الأردن.
- عزي عبد الرحمن عزي، 2003، دراسات في نظرية الاتصال، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- إبراهيم عبد الله، 1997، المطابقة والاختلاف - المركزية الغربية: إشكالية التمركز حول الذات، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء.
- الدليمي عبد الرزاق محمد، 2004، الإعلام والعولمة، دار مكتبة الرائد العلمية للنشر، الأردن.
- التويجري عبد العزيز عثمان، 1997، الثقافة العربية والثقافات الأخرى، مطبعة المعارف الجديدة، المغرب.
- بلقزيز عبد الله، 1997، النظام الإعلامي السعوي - البصري الغربي والاختراق الثقافي في إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- موسى عصام سليمان، 1986، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكنتاني، الأردن.
- الشماس عيسى، 2004، مدخل إلى علم الإنسان، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق.
- أشتي فارس، 1996، الإعلام العالمي، مؤسساته، طريقة عمله وقضاياها، دار أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت.
- بن نبي مالك، 1987، مشكلة الثقافة، ترجمة عبد الصبور شاهين، دار الفكر، الجزائر.
- بن نبي مالك، 1997، شروط النهضة، ترجمة عمر كامل مسقاوي وعبد الصبور شاهين، دار الفكر، دمشق .
- الجابري محمد عابد، 1998، العولمة والهوية الثقافية، مجلة فكر ونقد، المغرب، العدد 06.
- الحبابي محمد عزيز، 1990، مفاهيم مبهمة في الفكر العربي المعاصر، دار المعارف، القاهرة .
- معتوق فريدريك، 1998، معجم العلوم الاجتماعية، أكاديميا، بيروت.
- ديفلرملفين وبول ساندر، 1998، نظريات الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- Morin Edgar, 2008, L'esprit du temps, ed Armand Colin, Paris.

كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

د.سعاد عبيدي ، (2022)، وسائل الإعلام واستراتيجيات الإقناع والهيمنة الثقافية ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 14(02) /2022، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة (ص.ص 357-368).