

التقنية والأنسنة الجديدة

Technology and the new humanism

حبوشي بنت الشريف¹ ♦ كحلي محمد²

جامعة وهران 2 habouchibent@yahoo.fr¹

جامعة وهران 2 med.philou@gmail.com²

تاريخ الإرسال: 2023/04/02 تاريخ القبول: 2023/05/24 تاريخ النشر: 2023/06/30

ملخص: يعيش الإنسان اليوم وسط تطورات تكنولوجية هائلة ، أعادت تركيبة الإنسان المعاصر ، وأخضعته لكل أشكال القمع والحرية الزائفة ، فالوهم والوعي المغشوش بات المأساة التي رهنّت الإنسان في نفق مظلم ، سجنه في أشكال من الآلام التي أفقدته الاستبصار وأفقدته في الوقت نفسه منطق العقلانية ، إذا ترتبط أزمات الإنسان بالعقل والتقنية الزائفة والأداتية ، التي حولته إلى الرفاهية وحرية الاختيار المتدنية والمضللة ، ومن هنا تحول ذلك التقدم والعقلانية إلى عدوانية وقمع وسيطرة ، فأزمة الإنسان هي نتيجة المجتمع الصناعي والتقدم التقني مع إختلاف في طبيعة تلك الأزمة التي يعيشها الإنسان .

الكلمات المفتاحية: التقدم التكنولوجي ، الدعاية ، الإعلام ، الاستهلاك ، الإنسان .

Abstract: Man today lives amid tremendous technological progress, which have restored the composition of modern man, and subjected him to all forms of oppression and false freedom, illusion and adulterated awareness has become the tragedy that mortgaged man in a darkness, imprisoning him in forms of pain that lost him clairvoyance and at the same time lost the logic of rationality, if human crises are linked to the mind and false technology and instrumentalism, which turned him into luxury and freedom of choice low and misleading, hence the transformation of that progress and rationality into aggressiveness, repression and control, the human crisis is the result of society Industrial and technical

♦ المؤلف المرسل

progress with a difference in the nature of that crisis experienced by man.

Keywords :

Technological progress, propaganda, media, consumption, human.

مقدمة: إن هذا العصر وما يحدث على مسارحه وساحاته الثقافية جعل معارك اليوم وحروبه أكثر نعومة فقد استغنت حداثته عن السيوف والأسلحة والمتفجرات وتم استبدال جيوشه بنوع أكثر سلاسة ومرونة، إنها حروب المعلومة والدعاية، فلا مرء أنه الزمن الذي تصنع فتوحاته وسائل الإعلام التي جعلت الثقافة بائدة وجعلت العقول تأهية، إنه يجلب التيه في زمن الإجماع والتواصل والتقارب، الذي رسم العبودية في زمن الحرية، ولا شك أنه جعل كل السيمات الثقافية والإنسانية تتضافر طوعية بين الإنحاء والركوع لسلطوته، بل إن بعض الثقافات أخذت تقرر عبادته وتدعو للسجود لما يجلبه من المعارف، التي رفعت العقل البشري المغرق في أزmate وإستعلت عليه تلك القوة والسطوة المدججة بالمعرفة الوهمية والكاذبة التي جعلت الإنسان في تبعية وعبودية لها يضمن إنه مصدرا للارتقاء بوعيه، وهنا نجده يفرض الطبيعة الإستهلاكية وتعزيز جرعته الأيديولوجية وتوسيع التشيؤ والأداتية للطبيعة الإنسانية، التي يعتقل الكثيرون إنهم بعقولهم العامة، فهم فحوى الرسالة الاعلامية التي تفرض مضامينها ألفاظا ثقيلة ومتحجرة تتطلب مجموعة من الخبراء لتفكيكها وفهم خلفياتها المضمرة، التي تترصد كل من يتعامل معها، خاصة أنها تقوم على شفرات عميقة ومدروسة ومجهزة للإستهلاك.

1-الدعاية واستعباد الإنسان

يظن الأفراد أنهم بمقدورهم التعامل مع الدعاية ولكنها في الحقيقة ترسم على ذواتهم العديد من السلوكات والأفكار، التي تجعل منهم مسخرين لخدمة مشاريع لا يعرفون أنهم أصبحوا عبيدا لمالها ومهندسيها الذي يلعبون على حبل العاطفة او التحميس لإقناع الجماهير بمشاريعهم .

وهنا يصبح الكثير من الإنس، مسخرين بعدما دخلوا لهذه الوسائل أو المواقع باختيارهم أو لنقل بعدما كانوا مخيرين بين ما يعتنقونه من المضامين، بل يصل بعضهم إلى التعصب لما يضخه الإعلام ويدافع عنه بكل قوة،إنها حالة من الارتباط الطافح بالإدمان الزائف، رغم إعتقاد كل من يحمل تلك الوجوهات أنه كان حرا، إلا أنه كان فحا لاستدراجه دون أن يشعر بذلك، ولكن يستجلي المسيطر فيما يصدره من ردود الأفعال، وكأن الفاعل أو المتلقي وكل ما يتعرض له من التوجيه والتوسيع يصبح خاضعا

لتنك الحوافز التي تجعل الفرد وحتى مجتمعات برمتها تتسابق نحو الإمتثال والطاعة العمياء، لتقلد وإعتناق ما تضخه الصور والرموز أو الحقائق المركزة والمتخمة بشعارات المعرفة الدعائية، ولكنها في الواقع حقائق ساجنة مسيطرة، تجعل كل من يتعرض لمضمونها يقبل بها كما هي، بعدما كان في السابق معتبراً نفسه باستطاعته التمحيص لها، خاصة أن الإعلام فصل بين العقل والوعي بالمعنى الحقيقي ويمكننا الإشارة هنا إلى أنه بمقدور المسؤول عن الرسالة أو الخطاب الإعلامي بها له من إمكانيات فهم طبيعة الجماهير وقدرته على التأثير فيهم في الجوانب التي يرغب في إثارتها أو توجيه المتابعين للسير فيها طريقها، وحتى نقول الأمور بشكل قاطع: تمهد الإلكترونيات الدقيقة لمرحلة تطور تقني ترفض تقنيا أسطورة الحتمية التكنولوجية أولاً، إن الحواسيب وتجهيزات الإنتظام قابلة للبرمجة، أي أنها تؤدي وظيفتها تبعاً للأهداف، وللمواقف وللمشاكل الأكثر اختلافاً. ومع ذلك فإن التقنية لا تحدد بنفسها الطريقة التي يجب بها استخدامها بالتفصيل¹، وتكون عبر اللجوء إلى النظريات والمهندسين للتقنية، في كيفية الإستخدام للسيطرة والتوجيه وإستدراج الإنسان والمجتمعات لإعتناق مضامينها، ومن ثم الدفاع عنها حتى المهمات.

ولكن لا بد من الإعتراف أن الحرية كما تدعو إليها التقنية، خاصة الجديدة منها ليس مرهوناً بالخصوصيات، بل تعتري هيمنة بمفهومها الغربي حيث يقع الكثير من المجتمعات في ضحالتها وأسرها ما سبب أزمة للإنسان، لأننا يمكن أن نجزم أن الثقافات ليست ذات طبيعة متشابهة أو متطابقة بالصورة التي تروج لها التقنية الحديثة، فالثقافة الغربية التي تصدرها الوسائط الإعلامية مبنية على التحرر الكلي، ولكن نجد مثلاً الثقافة العربية مبنية على الإلزام المتضافر مع الدين، وحتى العادات والتقاليد، خاصة أن الكثير من مصادر الإعلام تجعل من الحرية أشبه بالمطلق رغم إختلافها بين الشرق والغرب، ولو عدنا إلى الواقع فإن صناع الإعلام مرهونين بإتباع أجندات ومخططات بصم عليه أعتى علماء الاعلام والعلوم النفسية، التي نجد فيها أن معظم أباطرة الإعلام يخوضون معاركهم الآن وهم مسلحون بـ نصائح العم بيرنيز - وهو يهودي بالمناسبة - وكم هائل من النظريات العلمية والخبرات العملية المتراكمة، ونستطيع القول أنها معارك محسومة النتائج². تستهدف قيادة الجمهور كالقطيع، يأتهم حين ينتهي والعكس، لكل أشكال

1- إريك أول ريش، مجتمع المخاطر، تر: جورج كاتورة والهام الشعراي، المكتبة الشرقية، لبنان بيروت، ط1، 2009، ص535.

2- أحمد فههي، هندسة الجمهور: كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات، مركز البيان للبحوث والدراسات، الرياض، ط1، 1436، ص15.

الدعاية، لأن ما يقدمه الأباطرة ممنهج وموجه لثم من خلاله اختراق الطرف الأضعف، فقد أصبح الإنسان مخدوعا وكل ما يقدمه الإعلام يخيل إليه توهيمات تسحر بصره بل تتعدى ذلك إلى وعيه وسلوكه لتحكم عليه بالإعدام الفكري، وهو يؤدي في النهاية إلى قيادته واستعباده وتسخييره لهأرب وخدمات تعكس ما يروجوه اصحاب الإعلام. وهنا يمكن أن نؤد على تسخير الإنسان لخدمة صفوة الهلاك دون أن يكتشف ذلك، وهذا ينطبق حتى على المثقفين الذين يعتقدون أنهم في منعة من سطوة الرسالة الإعلامية باعتبارهم غير متخصصين في ما يحمله في طياته من البذور. لا مرأ أن الخداع الإعلامي يكون لغة عالمية متفق عليها بين وسائل الإعلام بغض النظر عن مستويات الذكاء أو الحريات³، ولذلك طفحت أكيال ملاكه بممارسة المكر والشعبوية والبرغماتية النفعية وإخلاء الساحات لقيادة الجماهير، قيادة مزوجة بالافتراء على الوعي الإنساني بحجة خدمته.

فإن المضامين الإعلامية والترفيهية تستورد من الخارج ودون مراعاة لخصوصية الثقافة العربية في كل قطر». وقد أشار «أنطونجيدنز» إلى أن عولمة الإعلام هي الإمتداد أو التوسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه، وذلك كمقدمة لنوع من التوسيع الثقافي وأكد «جيدنز» على أن وسائل الاتصال التكنولوجية الجديدة جعلت من الممكن فصل المكان عن الهوية، والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية والتقليل من مشاعر الانتساب أو الانتماء إلى مكان محدد⁴. وبالتالي يصبح الإنسان وما ينتجه من سلوكيات أشبه بالآلة التي يتحكم فيها عن بعد حيث يعتبر هذا نوعا من التجريد من أغلب ما يملكه، إذ يخضع في لباسه وتفكيره وحتى مشربه وعاداته لهذه التكنولوجيا التي أصبحت لا تفارقه لحظة واحدة فقد ظن الإنسان في بادئ الأمر أنه يملكها ولكنها في الحقيقة هي من أصبحت تملكه، إذ نجده يستهلك وفقا لما تدعوا إليه ويعتقد أنه حر في اختيارها، رغم أنه إختيار مفتعل من قبل أصحاب التقنية في إستمالته لما يرغبون فيه، فحتى الرغبة لم تعد رغبته، فهي مأخوذة أيضا وفقا لما رصدته قرون الإستشعار للآلة الاعلامية ومن يقف وراءها، في وضع منتجات متعددة، ودعوته للإختيار بينها دون أن يدرك هذا الإنسان أنه مجرد أداة تفاضل بين سلع هو محتم على إستهلاكها طوعيا دون يشعر أنه مسخر في إختيار ورغبته وحتى أسلوبه في الاختيار.

2-الاستهلاك كمرض للمجتمع الصناعي

3- أحمد فهد، م س، ص 22.

4- محمد شومان، الاعلام : الهيمنة الناعمة وبدائل المواجهة، دار الجمهورية للصحافة، دط، 2016، ص 12،

مما لا شك فيه أن الإنسان المعاصر بات أسيراً لمتطلبات الحياة المتجددة التي أغرقته في عالمها بعد أن سلبت روحه وعقله، فبفعل الإعلام وفن التسويق الذي تنتهجه كبرى الشركات للدعاية لمختلف منتجاتها وإستعمال كل الحيل وأساليب الإغراء من أجل الزج بالإنسان في هذا العالم المزيف، إنها عبودية روحية تستحوذ على ذات الإنسان وتحوله لدمية تتحرك بخيوط كل أنواع الوعي المزيف، والمؤسف في الأمر أن هذه الشركات ومختلف وسائل التسويق والدعاية نجحت في مهمتها وصارهم الوحيد تتبع وشراء باللهث وراء كل ما هو جديد حباً في الاكتشاف والتملك وفي الأخير ينتج هذا صنع إنسان جديد هذا الإنسان هو إنسان مستهلك من صفاته حب الامتلاك والإسراف في مختلف الأشياء دون الاستفادة منها، " فنحن إزاء عالم من النفاق يمتد بين المعتقدات الشائعة وواقع الحياة التي يعيشها المستهلكون"⁵، فتنامي النزعة الإستهلاكية لدى الإنسان يسير وفق خطة محكمة ينظمها سوق المستهلكين بل ويبرر لهم بحجج واهية، لأنه بالنسبة للوعي الانساني لا شيء حاضر أبداً ببساطة، ولكن كل شيء متصور⁶.

فهذه الآلية المتعلقة ببساطة الوعي الانساني هي بساطة ساذجة ترغم الإنسان اليوم على الاستهلاك الذي ما هو في الحقيقة إلا خداع للمستهلك والتحايل عليه بطرق مأكرة، " أما الحياة المتمركزة حول الاستهلاك فلا بد أن تستغني عن القواعد والضوابط، إنها تهتدي بهدي الإغراء، والرغبات المتزايدة والأمانى المتقلبة على الدوام"⁷، إذن عالم الاستهلاك لا يعترف بالضوابط ولا بالقيم، خاصة أن العولمة تجارة عابرة للثقافات⁸، التي حولت هم الإنسان الوحيد لإشباع الرغبة وتحقيق اللذات حتى وإن كانت مؤقتة، " إنَّ النزعة الاستهلاكية تعني إقتصاديات الخداع والإسراف والنفائيات، وهذه الإقتصاديات لا تشير إلى خلل ولا إلى تعطيل، بل إنها ضمان السلامة والنظام الوحيد الذي يكفل البقاء لمجتمع المستهلكين"⁹، والغريب في الأمر هو إعتياد الإنسان الحداثي على الإسراف والتبذير واللهث وراء السلع الجديدة، لتخلق له الوهم الزائف، وفي الوقت

5- زيغمونت باومان، الحياة السائلة، تر: حجاج أبو جبر، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط1، 2016، ص114

6- جيلبر دوران، الخيال الرمزي، تر: على المصري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، الطبعة الاولى، 1991، ص63.

7- زيغمونت باومان، م. س، ص 131

8- جان ندرفينبيرتس، العولمة والثقافة المزيح الكوني، ترجمة خالد كسوري، المركز القومي للترجمة، مصر، ط1، 2015، ص 171.

9- زيغمونت باومان، م. س، ص 115

ذاته، تقنعه بأنه يعيش حياة مثالية، والحقيقة أن كل ذلك الرفاه ليس إلا مجرد حالة من اللاوعي بذاته المأسورة لصنمية السلع التي يستهلكها، ويتحول ذلك الإستهلاك "إدمانا بالمعنى المرضي للكلمة، عندما تتجاوز محاولة إشباع الرغبات عتبة ضروريات الحياة من مأكّل ومشرب ولباسومسكن، إلى الرغبة في الوصول إلى قمة الثانويات، ومصاحبة هذه الرغبة بانفعالات وجدانية تتأرجح بين ضغط نفسي للحصول على هذا الثانوي وترجمة هذا الضغط في الواقع بسلوكات بعينها وبين الشعور بالنقص وخيبة الأمل"¹⁰

ومن هنا يتحول الإستهلاك إلى حالة من الوهم الرومنسي بالفرايز الكامنة، التي تحركها دعاية وماركات الشركات التي لا يكثر أصحابها إلى وضع الإنسان ووعيه بها يستهلكه ولا يبالون هل هم في الطريق الصحيح أم في الطريق الخطأ، ولذلك نجد "المستهلكين المترفين لا يعبؤون بإلقاء أشياءهم في عالم النفائات إنهم وإنهم بكل تأكيد لا يأسفون أبداً، بل يقبلون العمر القصير للأشياء ووفاتها المقدر سلفاً بكل أريحية، أحياناً برغبة ولذة غير معلنتين"¹¹.

أدت ثقافة الاستهلاك إلى سلب وعي الإنسان وأدخلته في دوامة من اللاوعي وإلى عوالم خيالية، بعد أن تم تغييب دور العقل وتعطيله، و"هناك ميكانيزمات عديدة ومعقدة تساهم في هذا الإنسان، مخططة في مخابر الشركات العظمى المستفيدة الأولى والأخيرة من تكثيف استهلاك ما ينتج في الدول المصنعة"¹²، وفي حالة استلاب وعي الإنسان وفقدانه لشخصيته، وإلى دوره كفرد فعال في المجتمع وفي الحضارة وجب عليه إيجاد حل لهذه الأزمة ليثبت وجوده ويعزز مبدأ وجوده ككيان فعّال في المجتمع لأن الاستهلاك يختزل الحياة ويفسح المجال لتحل السلعة مكانه كما أنه "يقلص الحياة الإنسانية في الأشياء والمواد التي تقدم له، ليصبح الإنسان نفسه بضاعة تباع وتشترى، تماماً كباقي البضائع الأخرى... وهذا يدفعنا إلى تنمية مبدأ الوجود عن طريق عقلنة الاستهلاك الفردي باقتناء الضروري والاستغناء عن الثانويات مثلاً أو بعدم الخضوع لإغراءات العوالم المصنعة «ماكدونالد، عالمالديزني... إلخ»"¹³، فلا بد من إعادة

10- راينر فونك، الأنا و نحن: التخليّل النفسي لإنسان ما بعد الحداثة، تر: حميد لشهب، جداول

للنشر والترجمة والتوزيع، ط1، 2016، ص10، 11

11- زيغمونت باومان، الحياة السائلة، م س، ص 117

12- إريك فروم، الإنسان المستلب وأفاق تحرره، تر: حميد لشهب، شركة نداكوم للطباعة والنشر،

الرباط، 2000 ص 12

13- إيريك فروم، الإنسان المستلب وأفاق تحرره م س، ص 13.

المكانة لمبدأ الوجود وتنمية مبدأ الامتلاك، التي تكون عن طريق خلق توازن بين مبدأ الاستهلاك والامتلاك وبين مبدأ الوجود من أجل حياة متوازنة، ويكمن هذا في مدى وعي الفرد وقابليته للرفض، ولكل ما هو مسوق، ونشر ثقافة الاستهلاك العقلاني، باختيار ما هو ضروري فقط.

والملاحظ على المجتمع الاستهلاكي المعاصر خلق ميزة جديدة وقدها هي صفة حب الامتلاك، "فكلمة السر التي أنتجها مبدأ الامتلاك هي كلمة التسويق (marketing) ومفاد ذلك هو أن كل شيء كيفما كان قابل للتسويق والترويج والبيع، شريطة خلق سوق وإيجاد تقليعة توهم بأن هذا الشيء ضروري من ضروريات الحياة"¹⁴، يتم زرع الوهم في المجتمع الصناعي بأن كل ما يسوق له ضروري ولا يمكن الاستغناء عنه بل هو من أساسيات الحياة وهكذا يكون مصير هذه المنتجات في الأخير النفايات لا محالة لأنها ليست ضرورية إلى جانب مدة صلاحيتها القصيرة التي اعتمد منتجها بتحديد لها لخلق منتج جديد ورغبة متجددة لدى الفرد، ولا شك أن سياسة المنتجين والشركات المصنعة ركزت وبشكل مقصود على الجانب الروحي للإنسان للتحكم فيه أكثر؛ أي باستغلال الجانب الروحي في عملية التسويق ومبدأ الاستهلاك بعدما ما كان الجانب الروحي شيئاً ضرورياً ومقدساً في إثبات الوجود "فالأسواق الاستهلاكية تتغذى على قلق المستهلكين المحتملين الذي تثيره في نفسها وتفعل ما في وسعها من أجل زيادة حدته"¹⁵. حيث تتحول هذه الحدة في زيادة الطلب على الأشياء التي من شأنها تكبيل الإنسان وأسرّه، على الرغم من أنه، في عالم استهلاك سلبه بصره وبصيرته، بمعنى جرده من ملكاته العقلية، فاسحاً أبواب غرائزها الحيوانية البدائية على كثرتها أمام عدمية محققة، حتى ليخيل للمرء بأن هذا الإنسان كلما زاد وعياً وبوضعه كإنسان، إرتفعت وتيرة لهفته علماً بالاستهلاك الأعمى لها تقذف به معامل التصنيع في السوق الحرة¹⁶، التي تتجاوز كيانه العقلاني وتحوله لمجرد أداة لخدمة أسياد الدعاية والمنتجات.

وهنا يمكن القول أن المجتمع الصناعي أو الحديثي عموماً إذن تم استغلال الجانب الروحي وإثارة الجانب النفسي لصالح الغرائز، بعدما تخلى عن دوره الرئيس والمثالي، وأصبح في خدمة المصالح الدنيوية والمادية الاستهلاكية، بعدما كان مركزاً على الطهارة الروحية والأخلاقية للإنسان " هذا الاستغلال أدى بالعالم الروحي في كل

14- المرجع نفسه، ص 17.

15- زيغمونت باومان، الحياة السائلة، م س، ص 127.

16- راينر فونك، الأنا والنحن: المرجع السابق ص 10

المجتمعات والحضارات المعاصرة، إلى انزلاق سيميائي خطير"¹⁷، ولعل هذا الاستغلال هو استغلال مرفوض منطقيًا وأخلاقيًا كيف يستخدم الجانب الروحي لخدمة مصالح دنيوية مادية بحتة، استطاعت أن تحول الإنسان إلى عبودية روحية عبر الدعاية وإستعمار الوعي والتفكير وصار كل شيء إدمانًا، شأنه في ذلك شأن كل نوع آخر من الإدمان، عندما يصبح شعورًا لاواعيًا، يتمظهر في شكل قهري، يفرض على المرء الدوران الأزلي في حلقة مفرغة، تفرغه من كل مقوماته الإنسانية، لا يشبعولا يرتاح؛ بل كلما تخيل أنه شبع، كبر جوعه للاستهلاك أكثر¹⁸، وبصبح مجرد أداة أو، بالأحرى عبدا بثوب جديد، استعمرت ذاته واستغلت لخدمة مصالح أرباب متعددة روحيا وماديا.

وهذا الاستغلال ما عبر عنه سبيلا بأنه "أداة إيديولوجية لخدمة مصلحة دنيوية"¹⁹، ويوافق أيضا هذا الطرح «سامويلهينتيغتون» (Samuel P. Huntington) (1947/2008) بأنه صدام مفتعل ودُبر له من قبل، وهذه الممارسة تؤدي في نظره إلى صدام الحضارات.

ولعل أخطر إنزلاق أصاب الإنسان في الجانب الروحي هو إنتقال عدوى الإستهلاك من السلع والأشياء المادية إلى العلاقات الإنسانية وهذا ما شكل خطرا كبيرا في إتساع الهوة بين الأفراد وحتى داخل الأسرة الواحدة، مما يؤدي إلى إختلال في العلاقات الإنسانية لأن التجريب المستمر للمستهلك لمختلف السلع وتغييرها بسرعة ينتقل إلى علاقته بالأفراد ولأنّ "حياة المستهلكين سلسلة لا نهائية من المحاولة والخطأ، إنهم يعيشون حياتهم في تجريب مستمر، لكنه تجريب لا يقود إلى أرض يقين ثابت رسمت معالمها وحدودها في ثقة واطمئنان"²⁰، ودعا «إريك فروم» إلى الاهتمام بالجانب الروحي للإنسان من خلال ما عبر عنه بما يسمى "الإنسانية الراديكالية التي تمارس الحياة في معزل عن ضغوط الأوثان بمختلف أشكالها"²¹؛ أي ضرورة التخلي والابتعاد عن كل ما يستعبد الإنسان والتوجه نحو حب الحياة والتحرر من كل القيود .

17- إريك فروم، الإنسان المستلب وآفاق تحرره، م س، ص 18

18- راينر فونك، الأنا والنحن:، م . س، ص 11

19- إريك فروم، الإنسان المستلب، م س، ص 18

20- زيفغونت باومان، الحياة السائلة، م س، ص 117

21- عبد القادر طاش، أزمة الحضارة الغربية والبديل الإسلامي، م س، ص 43

كما يرى «إيريك فروم» (Erich fromm) (1900-1980) أن الحياة المعاصرة "أخذت تباعد عن العضوية والتلقائية وتجردت من الإيمان والحربة والعاطفة"²²، وهذه من أهم ميزات الإنسان المعاصر الذي غابت عنه القيم الأخلاقية والدينية بل ضاعت منه حتى حريته التي كان ينعم بها وكرّس حياته من أجلها، لقد أصبح عبداً تائهاً في وسط المنتجات والأسواق الخيالية همّة الوحيد مواكبة ما هو جديد وامتلاك ما أنتجت آخر إختراعات التقنية.

ويطالب إيريك فروم من جهة أخرى إلى ضرورة "تحرير الإنسان من كل القيود التي تسمح له بتطوير آخر غير التطور التقني الإمتلاكي"²³، والجدير بالذكر أن الدعوة لتحرير الإنسان من القيود المعاصرة، هي الدعوة للبحث عن طرق جديدة تحرره وتنمي فيه القيم الغائبة، والتي فقدتها بفعل التقدم التقني والاعتراب التكنولوجي، وما نحن في حاجة إليه اليوم هو العمل على بعث أسس الحوار السليم والتعايش السلمي في مختلف الشعوب والثقافات، من أجل إرساء حركة السلام في هذا العالم الذي فقد كل معايير الإنسانية.

قائمة المصادر والمراجع

1. أحمد فهمي، هندسة الجمهور: كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار و التصرفات، مركز البيان للبحوث و الدراسات، الرياض، ط1، 1436.
2. إريك أولريش، مجتمع المخاطر، تر: جورج كاتورة والهام الشعراني، المكتبة الشرقية، لبنان بيروت، ط1، 2009.
3. إيريك فروم، الإنسان المستلب وأفاق تحرره، تر: حميد لشهب، شركة نداكوم للطباعة والنشر، الرباط، 2000.
4. جوزة عبد الله، إشكالية الاعتراب في الفكر العربي والغربي، مجلة الباحث، جامعة عمار ثلجي الأغواط، العدد 09، أفريل 2012.
5. جوزيبي سكاتولين، تأملات في التصوف و الحوار الديني: من أجل ثورة روحية متجددة، تق: عمار علي حسن، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2013.
6. جيلبر دوران، الخيال الرمزي، تر: علي المصري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، الطبعة الأولى، 1991.
7. حليم بركات، الاعتراب في الثقافة الغربية (متاهات الإنسان بين الحلم و الواقع)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2006.

22- المرجع نفسه، ص 42

23- إريك فروم، الإنسان المستلب وأفاق تحرره، م س، ص 20

8. راينر فونك، الأنا والنحن: التخليل النفسي لإنسان ما بعد الحداثة، تر: حميد لشهب ، جداول للنشر والترجمة والتوزيع ، ط1، 2016.
9. زيغمونت باومان، الحياة السائلة، تر: حجاج أبو جبر، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط1، 2016.
10. عبد القادر طاش، أزمة الحضارة الغربية والبديل الإسلامي.
11. عدنان مهنا، الإنسانية المغتربة، م س.
12. فيصل عباس، الاغتراب، الإنسان المعاصر وشقاء الوعي، دار المنهل اللبناني، بيروت، لبنان، ط1، 2008.
13. لزهة مساعدي، نظرية الاغتراب من المنظورين الغربي والعربي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2013.
14. محمد شومان، الإعلام : الهيمنة الناعمة وبدائل المواجهة، دار الجمهورية للصحافة، دط، 2016.
15. نيتشه فريديريك، إنسان مفرط في إنسانيته، ترجمة:علي مصباح، منشورات الجمل، بيروت، بغداد، ط 1، 2015.