

# الثقافة الجماهيرية والتنوير

ورقة أولية

(الندوة الفكرية : مهرجان جرش 9 / 7 / 2012)

الدكتور صالح أبو أصبع

جامعة فيلادلفيا

مدخل :

ابتدأت الدراسات الثقافية والاهتمام بالثقافات الشعبية مع مطلع القرن العشرين، ومع انتشار وسائل الإعلام الجماهيرية ، بدأ النظر في تأثيرها وما رافقها من تحولات في المجتمعات الغربية لتبدأ مع منتصف القرن العشرين دراسات عديدة حول الثقافة الجماهيرية والبدء للتنظير لها. وقد انتشرت الدراسات الثقافية في الربع الأخير من القرن الماضي انتشاراً واسعاً وخصوصاً على أيدي المنظرين البريطانيين والأمريكان والفرنسيين والألمان.

في المقابل ورغم أن وسائل الإعلام الجماهيري أثرت تأثيراً كبيراً في المجتمعات العربية إلا أن الوطن العربي لم يشهد اهتماماً بهذا النوع من الدراسات على الرغم من أهميتها ، ومن هنا فإن هذه الدراسة تدخل في إطار هذا النوع من الدراسات التي تستند إلى النظرية الثقافية وانعكاساتها على المجتمع العربي.

وجاء اختيارنا لموضوع الثقافة الجماهيرية والتنوير للعلاقة العضوية بين الثقافة والتنوير خصوصاً أن وسائل الإعلام الجماهيرية تلعب دوراً محركاً ومحرضاً ذا تأثير كبير في الجماهير . حيث يمور الوطن العربي بحركات شعبية / جماهيرية على امتداد الوطن العربي، وأصبح يطلق عليها تجاوزاً الربيع العربي دون أن ندرك من استغل بذرة الحراك وإلى أين يقودنا ، وما هي الدوافع التي تحركه .... بل ومن يحرك جماهيرنا.

إن التنوير كحالة فكرية تستند إلى العقل والعلم والمساواة والحرية تحتاج منا وقفة لإدراك العلاقة بين الثقافة الجماهيرية والتنوير.

## مفهوم التنوير

### • التنوير في الغرب في القرنين السابع عشر والثامن عشر.

مصطلح التنوير : يعبر عن حقبة كما يعبر عن حركة وكما يعبر عن أدوات وعن مكان وزمان .

في الغرب ارتبط التنوير بسيادة العقل والنهوض بالمعرفة وترويج العلم ، وإصلاح المجتمع، والتجريبية والصراحة العلمية. والديمقراطية والمساواة والحرية الشخصية والحرية الكاملة في التفكير والتعبير، والحد من السلطة الدينية والفصل الكامل بين الكنيسة والدولة وإزالة تجاوزات الحكومة وكسر الدائرة المقدمية ، التي تتمثل بالعلاقة المترابطة بين الارستقراطية الوراثية وقيادة الكنيسة التي منحت الحق الإلهي للملوك في الحكم. مما منح الملك صفة الحكم الإلهي ، باعتباره حاكماً مطلقاً يتمتع بهالة من القدسية والاحترام الديني، ويمتلك سلطات غير محدودة.

يرى روبرت وايلد Robert Wilde أن التنوير قد تم تعريفه في العديد من الطرق المختلفة، ولكن بمعناها الواسع هي الحركة الثقافية والفكرية والفلسفية في القرنين السابع عشر والثامن عشر . شددت على العقل والمنطق، والنقد وحرية الفكر على حساب العقيدة والإيمان الأعمى والخرافات. المنطق لم يكن اختراعاً جديداً، وقد كان يستخدمه الإغريق، ولكنه الآن أدرج في النظرة العالمية الذي يحتاج بأن الملاحظة التجريبية ودراسة الحياة البشرية يمكن أن تكشف الحقيقة عن المجتمع البشري والذات، فضلاً عن الكون. كل ما اعتبرناه عقلاً ومفهوماً. تبنت التنوير أنه قد يكون هناك علم الانسان، وان تاريخ البشرية هو تقدم الذي يمكن أن يستمر مع التفكير الصحيح. ونتيجة لذلك، يحتاج التنوير أيضاً أن الحياة البشرية والشخص يمكن تحسينها من خلال الاستفادة من التعليم والعقل. يمكن أيضاً تغيير الكون الميكانيكية - وهذا يعني، اعتبار الكون آلة عاملة. - وهكذا جلب التنوير المفكرين المهتمين إلى تعارض بشكل مباشر مع المؤسسة السياسية والدينية؛ حتى وصف هؤلاء المفكرون بأنهم "إرهابيون" الفكرية ضد قاعدة سلوك. لقد تحدوا الدين بالأسلوب العلمي، بدلاً من تحبب الربوبية. أراد مفكرو التنوير أكثر من الفهم، وأنهم أرادوا التغيير، كما كانوا يعتقدون، نحو الأفضل: ظنوا أن العقل والعلم سيحسنان حياة<sup>1</sup>.

وامتدت هذه المرحلة من منتصف القرن السابع عشر إلى الثامن عشر وقادها نخبة من المفكرين والفلاسفة والأكاديميين من أمثال سبينوزا وجون لوك وبيربيل

ونيوتن وفولتير الذين روجوا للحرية والعلم والمعرفة والديمقراطية، وعارضوا الخرافات.

وقد اسهم اختراع الطباعة والصحافة في الانتشار السريع للمعارف والتي عجلت في حركة التنوير.

متى كان التنوير؟

ليس هناك البداية محددة أو نقطة النهاية للتنوير، الذي يؤدي إلى أن العديد من الأعمال ببساطة القول أنها ظاهرة في القرنين السابع عشر والثامن عشر. ومن المؤكد أن عصرها الرئيسي كان في النصف الثاني من القرن السابع عشر، و تقريبا كل القرن الثامن عشر. عندما حدد المؤرخون التواريخ، الحروب "الاهلية الإنجليزية" والثورات في بعض الأحيان تُعطى كبدائية، مثلما أثرت في توماس هوبز، في عمله التنويري (والواقع في أوروبا) وهو العمل السياسي الرئيسي ، اللوثيان تنين Leviathan . شعر هوبز أن النظام السياسي القديم ساهم في الحروب الأهلية الدموية وبحث عن نظام جديدة، يستند إلى العقلانية والتحقيق العلمي. وعادة ما تحدد النهاية اما بوفاة فولتير، أحد الشخصيات الرئيسية للتنوير، أو بداية "الثورة الفرنسية". وهذا غالباً ما يزعم بالاشارة إلى سقوط التنوير، كمحاولات لإعادة صياغة أوروبا في نظام أكثر منطقية ومساواة انهار مع سفك الدماء التي أودت بحياة كبار الكتاب.<sup>2</sup>

الاختلافات بين المفكرين التنويريين

هناك مشكلة في تعريف التنوير وهي أن هناك قدرا كبيرا من التباين في آراء المفكرين الرواد، ومن المهم أن ندرك أنهم تجادلوا وتناقشوا بعضهم مع البعض الآخر عبر الطرق الصحيحة للتفكير والمضي قدما. كما تباينت آراء التنوير جغرافيا، مع المفكرين من بلدان مختلفة تسير في طرق مختلفة بعض الشيء. على سبيل المثال، أدى البحث عن "علم الإنسان" بعض المفكرين للبحث عن فيزيولوجيا جسد دون روح، بينما بحث الآخرون عن إجابات لكيفية التفكير الإنساني . وبقي آخرون يحاولوا رسم خريطة للتطور البشري من حالة بدائية، وظل آخرون يبحثون في الاقتصاد والسياسة وراء التفاعل الاجتماعي وهذا قد أدى إلى بعض المؤرخين الرغبة في إسقاط التسمية التنوير حيث لم يكن المفكرون حقيقة قد دعوا عصرهم عصر التنوير. يعتقد المفكرون أنهم فكريا أفضل حالاً من كثير من أقرانهم الذين لا يزالون في ظلام الخرافية، ورغبوا حرفيا تنويرهم

وتنوير وجهات نظرهم. مقال كانط Kant الرئيسي للعصر، "كان ist Aufklärung" يعني حرفياً "ما هو التنوير؟"، وهو واحد من عدد من الردود على إحدى المجلات التي حاولت أن تحدد تعريفاً. وماتزال الاختلافات في الفكر تعتبر جزءاً من الحركة العامة.<sup>3</sup>

## ● التنوير عند العرب في القرنين التاسع عشر والعشرين.

### التنوير و النهضة :

أنها حركة تنوير فكرية تستهدف تحقيق التقدم للإنسان العربي في جميع المجالات السياسية والفكرية والعلمية والاجتماعية والاقتصادية لتحقيق نهضة تضمن حرية الانسان وتحرير فكره وارادته وخياراته وتمكين سيطرة العقل على جميع مناحي الحياة بتحقيق الحرية والديمقراطية والعدل .

وعرف الوطن العربي بوادر التنوير في مطلع القرن التاسع عشر نتيجة عوامل مختلفة أهمها الاتصال المباشر بالغرب- عن طريق البعثات التعليمية وحملة نابليون على مصر والرساليات التبشيرية - ودخول المطبعة وانتشار المدارس والصحافة خصوصاً في مصر وبلاد الشام وتونس.

وشهد القرن العشرين حركات تنويرية في مقابل حركات جذب عكسي مع انتشار التعليم الأساسي والجامعات ووسائل الإعلام الجماهيرية.

وحيثما عبر الوطن العربي إلى القرن الحادي والعشرين بات المرء ينظر إلى واقعه وكأنه يتردد إلى الخلف بعوامل داخلية وخارجية، إذ يشهد التعليم على الرغم من انتشاره مستويات متدنية من المخرجات سواء في التعليم المدرسي أو الجامعي.

ويشهد كذلك تراجعاً في الاهتمام بالعلوم والفلسفة وحرية الفكر مما يشير إلى أن أساسيات النهضة والتنوير باتت في تراجع.

وبدلاً من أن تلعب وسائل الإعلام الجماهيرية دوراً تنويرياً فإنها تقوم اليوم بدور يفسد الذوق ، ويؤكد على الغيبيات ويفسح المجال للشعوذة ، ويعزز ثقافة القبيلة على حساب المجتمع المدني.

وقد اهتم الرواد الأول للنهضة بقضية الحرية أمثال رفاة الطهطاوي وجمال الدين الافغاني وقاسم أمين وخير الدين التونسي والكواكبي وأديب اسحق ... وغيرهم .

لقد قام رواد التنوير هؤلاء بخوض معركة التجديد في المجال الديني و السياسي، ليواجهوا السلطة السياسية المستبدة من الرؤساء القساء الجهلاء و سلطة المحافظين من العلماء الغفل الأغبياء حسب تعبير الكواكبي في كتابه «طبائع الاستبداد»

ويرى توفيق المديني:

(أن هذا المشروع النهضوي التحديثي على الصعيد العربي، الذي تحكمت فيه رؤية إزدواجية قائمة في جوهرها على النزعة التوفيقية بين القيم الإسلامية والقيم الغربية الحديثة، والمصالحة بينهما، لم يكن تعبيراً عن صراع داخلي عميق بين قوى اجتماعية راديكالية جديدة تمثل القوى المنتجة الثورية، التي بلغت درجة معينة في تطورها الاقتصادي والاجتماعي، وبين قوى تقليدية رجعية ممثلة للعلاقات الانتاجية، التي أصبحت معيقة ومتناقضة مع سياق التطور التاريخي للمجتمع برمته، يتطلب والحال هذه تصفية الحساب معها عن طريق تجاوزها ديالكتيكياً تاريخياً وسياسياً، باتجاه الانشداد نحو المستقبل. ولهذا، من الصعب جداً أن نحلل ونفسر المشروع النهضوي التحديثي في الوطن العربي انطلاقاً من العوامل الداخلية وفي مقدمتها العوامل الاقتصادية والاجتماعية، وصراع قوى التقدم مع قوى التأخر التاريخي، مثلما هو الأمر الذي حكم حركة النهضة الأوروبية، التي كان الصراع الداخلي العنيف هو محركها الأساسي، الأمر الذي مكنها من تجسيد قطيعة معرفية ومنهجية مع الماضي القديم، وتجاوزه جديلاً هو والحاضر، وتوجهها نحو المستقبل لبناء مشروع مجتمعي جديد، وثقافة جديدة، وتراث جديد، في ظل غياب كامل لعنصر التهديد الخارجي.<sup>4</sup>

#### ■ مفهوم الثقافة الجماهيرية

وإذا كانت الثقافة الجماهيرية هي منتج من منتجات وسائل الإعلام الجماهيرية فإن التساؤلات ستكون كبيرة، وخصوصاً أننا شهدنا خلال العامين الماضيين منذ إشعال البوعزيزي النار في بدنه في ديسمبر 2010، لتشتعل معه الحركات الشعبية، وتغذيها الفضائيات العربية ووسائل الاتصال الاجتماعية الإلكترونية، لتصبح الفضائيات العربية بمعنى ما تقود الحراك الشعبي وتستثير الجماهير سواء كان ذلك بالتغطية المباشرة أو بالتقارير والأخبار، وتوجيهها من زاوية تخدم أجندة تلك الفضائيات.

ومن هنا كان لا بد من أن نشرح بعض المفاهيم الأساسية التي تقودنا إلى فهم أفضل للثقافة الجماهيرية وتأثيراتها.

يتحدث دارسو الثقافة عن ثلاثة أنماط من الثقافة<sup>5</sup>

❖ الثقافة الرفيعة (العليا)

❖ الثقافة الشعبية (pop) popular Culture

❖ الثقافة الجماهيرية Mass Culture.

ويفرق الباحثون بين هذه الأنماط من حيث طبيعة منتجاتها ومن ينتجها.

● **فالثقافة الرفيعة أو الثقافة الراقية** هي ثقافة النخبة Elite Culture التي سجلت في الكتب الدراسية والأدبية والفنية، وفي الأعمال الفنية الراقية والتي أنتجت للنخبة المتعلمة. لتي تتوجه من أعلى إلى أسفل

● **والثقافة الشعبية هي ثقافة العامة / الفولكلورية** فهي تتسم بالتلقائية التي يصنعها الشعب وتنمو نمواً من أسفل إذ تصنعها الجماهير لتعبر بها عن نفسها من خلال مواهب طبيعية لدى الفنان الشعبي. التي ينتجها الناس العاديون دونما تخطيط للتعبير عن عواطفهم ومصالحهم وحالاتهم.

● **أما الثقافة الجماهيرية** فهي ثقافة الجميع التي تنتجها مؤسسات تجارية "مؤسسات إعلامية / صحافية / إذاعية وتلفزيونية / سينمائية / شركات إنتاج مختلفة". فهي التي تستمد مضمونها من الثقافة الراقية ومن الثقافة الشعبية، وهي منتج من منتجات وسائل الاتصال الجماهيري الراديو والأفلام وكتب التسلية والقصص التلفزيونية والسينما، وهي معدة للاستهلاك الجماهيري. فالثقافة الجماهيرية هي الرسائل الاتصالية التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية غير موجهة إلى طبقة محددة ولا إلى مستوى ثقافي أو تعليمي محدد.

ويعتمد مضمون الثقافة الجماهيرية على الأغنية والتمثيلية والمسلسلات والفيلم وبرامج المسابقات والرياضة، انه مضمون ترفيهي مسيطر يخضع لقانون السوق التجاري. ويستدعي تبسيطاً وتسطيحاً للثقافة ويهدف إلى اقتناص أكبر عدد ممكن من الجمهور عن طريق هذا المضمون الترفيهي. وتتسم الرسائل الاتصالية الجماهيرية بالتمائل والسطحية وتعمل على إرضاء أذواق الجماهير وتعمل على توحيدها، وهي ثقافة مُصطنعة مفروضة على الجماهير من أعلى من قبل وسائل الاتصال الجماهيري .

وأصبح التلفزيون أهم وسيلة للثقافة الجماهيرية . والعلاقة بين التلفزيون والثقافة الجماهيرية علاقة تفاعلية، إذ يقوم التلفزيون بضخ مضامينها كمنتجات موجهة إلى الاستهلاك الجماهيري. وباتت هذه الثقافة الجماهيرية تشكل قيماً تفرض نفسها على جمهور المتلقين، وتشكل قيماً أخرى تؤثر على المتصلين، لقد أصبحت المسلسلات تركز شخصية الجاهل الذي يمتلك الثروة كشخص مقبول للزواج من طبيبة أو مهندسة. لقد أصبحت الرياضة -على سبيل المثال- لها شعبيتها، وهذه الشعبية أصلاً يتم تغذيتها من خلال وسائل الإعلام التي توصلها للجماهير، وهكذا نجد ان الفضائيات تغطي أي حدث رياضي بتفاصيله بينما لا تلقى الأنشطة الثقافية الاهتمام أو التغطيات المناسبة.

وهكذا تقوم وسائل الإعلام بترتيب الأولويات وبناء المسرح وتحديد الممثلين عليه وتطالب الجمهور بالمشاهدة، بأسلوب يمتاز بالمحاصرة والتكرار، مما يجعل الجمهور يقبل على هذه البضاعة الجماهيرية التي تعرض أمامه وبعناد عليها وأحياناً بدون وجود اختيارات كبيرة حتى وان تعددت الوسائل الإعلامية، أو اختلفت فان مضامينها، فإنها تكاد تكون متشابهة، فهي ترفيه ومزید من الترفيه.

ولا نغالي إذا قلنا بان أهم المشكلات التي تواجه الثقافة الجماهيرية الآن هو سيطرة الترفيه على مضمون برامج التلفزيونات، بالإضافة إلى ان المواد الثقافية التي تقدمها سطحية للغاية. هذا الترفيه، كما أشار تقرير اليونسكو (... مبتذل ونمطي بدرجة تجعله يحد من الخيال بدلا من ان يثيره. وتحمل تأثيرات المصالح التجارية والإعلانية وكذلك ما يقره البيروقراطيون من كل نوع من التزام ثقافي عقيم، مخاطر تسطيح وإفقار وتجويف الحياة الثقافية، وليست هذه هي أوجه التناقض، ففي بعض الأحيان أدت الفرص الجديدة المتاحة إلى إثارة الإبداع الخلاق لدى الأفراد، وأدت في أحيان أخرى إلى تشجيع التقليد والسلبية لدى الجمهور. وقد تأكدت في بعض الأحيان الذاتية الثقافية للأقليات العرقية وغيرها من الأقليات باستغلال السبل الجديدة للتعبير، وان كانت المؤثرات الخارجية قد طغت عليها في أكثر الأحيان. ان المسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولية هائلة -سواء كان ذلك خيراً أم شراً- ذلك أنها لا تقوم بمجرد نقل الثقافة ونشرها بل بانتقاء محتواها أو ابتداعه).<sup>6</sup>

يناقش آرثر أسا بيرجر (2007) Arthur Asa Berger في كتابه وسائل الإعلام والمجتمع: وجهة نظر نقدية فرضية الثقافة الجماهيرية والمجتمع الجماهيري

ويضع الفرضية في موضع تساؤل هل فرضية الثقافة الجماهيرية هي أسطورة أم حقيقة؟ وذلك من خلال استعراض أفكار وفرضيات أمثال Gunther Andres و T.W Adorno الذين قدموا فرضياتهم في الخمسينيات على اعتبار أن وسائل الإعلام والثقافة الشعبية ستقود المجتمع إلى الثقافة الجماهيرية حيث يعيش الأفراد في المجتمع الجماهيري بشكل معزول وفردى ويكونون حساسين جداً لرسائل وسائل الإعلام. وبناء على هذه الرؤية فإن وسائل الإعلام تحدد وعي الأفراد.<sup>7</sup>

(p 29)

وأحد الشخصيات الرئيسية في النقاش هو دوايت ماكدونالد Dwight Macdonald. وفي مقالة ذات تأثير كبير، "نظرية الثقافة الجماهيرية A theory of mass culture" فإنه يهاجم الثقافة الجماهيرية على أكثر من جبهة. فقبل كل شيء، الثقافة الجماهيرية تقوّض حيوية الثقافة العالية. إنها ثقافة طفيلية، تتغذى على الثقافة العالي، في حين أنها لا تقدم شيئاً بالمقابل.<sup>8</sup>

نمت الفنون الشعبية من أسفل، لقد كانت عفوية، تعبيراً أصلياً عن الناس، شكلوها بأنفسهم، وإلى حد كبير دون الاستفادة من الثقافة الرفيعة، وذلك لتلائم احتياجاتهم الخاصة. والثقافة الجماهيرية مفروضة من فوق. وهي مفبركة من قبل فنيين استأجرهم رجال الأعمال؛ وجمهورها مستهلكون سلبيون، وخيارهم محدود في أن يشتروا أو أن لا يشتروا. وباختصار، فإن لوردات المطبخ يستغلون الحاجات الثقافية للجماهير من أجل تحقيق الربح و/أو المحافظة على حكم طبقتهم ... وفي الأقطار الشيوعية، فإن الهدف الثاني فقط يتحقق. لقد كان فن الشعب هو مؤسسته الخاصة، حديقته الصغيرة الخاصة المسوّرة قبالة الحديقة العامة الرسمية الكبيرة للثقافة الرفيعة لأسباده. ولكن الثقافة الجماهيرية حطمت السور، دامت الجماهير في شكل لا أساس له من الثقافة الرفيعة، وبذلك أصبحت أداة للسيطرة السياسية (1998: 23).

يمكن النظر إلى الإعلام الفضائي اليوم، وهو يسير باتجاهات خمسة

- فهناك الاتجاه الذي يوفر المعلومات الجادة والرصينة،
- وهناك الاتجاه الذي يوفر الترفيه، ويعتمد إلى ترويج التسلية،
- وهناك اتجاه يحاول الجمع بينهما .
- وهناك الاتجاه التجاري البحث الذي يستغل الغرائز والمشاعر الانسانية بدون وازع أخلاقي
- وهناك الاتجاه الديني



- ولعل من الأمور التي تطرح تحديات أمام المشاهد العربي طبيعة البرامج ونوعية موضوعاتها التي تعرضها فعلى سبيل المثال:
- قامت أكثر من محطة لقضايا بطرح الشذوذ الجنسي بجرأة لم يعهدها المشاهد العربي .
- طرح طبيعة العلاقة بين الجنسين بصراحة متجاوزة لحدود العرف الاجتماعي والموروث الثقافي.
- طرح استقلالية الشباب عن الوالدين في عمر مبكر على الطريقة الغربية .
- طرح مشكلات عربية تثير نوعاً من الحساسيات بين الشعوب العربية تحت مظلة حرية الحوار .
- عرض نماذج لتعاطي المخدرات .
- الإعلانات التي تزيد من الرغبة في الاستهلاك واستغلال المرأة في الإعلانات .
- تسويق المرأة كسلعة مثيرة في الفيديو كليب .
- أنماط سلوك غير مقبولة لدى الثقافة العربية والإسلامية من أمثلتها ما يتم عرضه في تلفزيون الواقع .

ويكتب حسن الحارثي بعنوان شعوبية الفضاء (2007) عن الدور السلبي للمحطات الفضائية في تعزيز تعزيز "ثقافة القبيلة" على حساب "المواطنة"، و"تأجيج العصبية"، و"الردة الثقافية": إذ أنها كلها اتهامات تحوم حول هذه القنوات. غير أن المستثمرين وحتى المتابعين، يؤكدون أنها حضرت في الوقت المناسب، لتحل بدلاً عن قنوات العري والإسفاف والابتذال، التي حاصرت عيون المشاهد لسنوات..ربما يكون لديهم وجهة نظر تستحق الاحترام، ولكن السؤال هنا، هل نحتاج إلى كل هذا "الردح البدوي"، ليعرف العالم أن موروثنا الشعبي ملهم "تجارياً" حد الثراء؟<sup>9</sup> )

### **ثقافة وسائل الاتصال الجماهيرية أمام تحديات تنوير الجمهور العربي**

تفتح وسائل الاتصال الجماهيرية أمام المشاهد العربي عوالم جديدة وتتيح فرصاً عديدة أمامه للاطلاع على حضارات الأمم الأخرى، كما تتيح المجال للبرامج الأجنبية للتأثير على جمهورها العربي، مما جعل البعض يعتبر ان وسائل الاتصال الجماهيرية امكانيات التنوير من جهة ، وتحمل معها بعض مظاهر الغزو الثقافي الأجنبي من جهة أخرى ، إذ ان وسائل الاتصال الجماهيرية بشكل عام تبث نسبة

كبيرة من برامجها مسلسلات وأفلام وبرامج، وأخبار ذات مصادر غربية وخصوصاً أمريكية.

وإذا كنا ندرك بان ساعات البث الطويلة لدى التلفزيونات الأرضية والفضائية، لايمكن تغطيتها بانتاج محلي أو عربي، فقد بات حتماً ملء ساعات البث الطويلة بتلك البرامج المستوردة، والتي تمتلك قدرة متفوقة على منافسة الانتاج المحلي من حيث إمكاناتها الفنية التي أنتجتها تقنية عالية، وكذلك من حيث أسعارها التي تنافس البرامج المحلية، إذ غالباً ما تقدم بأسعار رمزية إلى السوق العربية.

ولا غرو إذن ان نتحدث عن تهديدات أساسية للثقافات المحلية والعربية، ولكن هذا وجه من عدة وجوه، فوسائل الاتصال الجماهيرية كما تحمل معها سلبياتها فإنها تحمل إيجابياتها، ومن ثم فإنه يمكننا النظر إلى ان البرامج الأجنبية يمكنها من جانب ان تفتح آفاقاً من المعرفة لعوالم جديدة كل الجدة بالنسبة للمشاهد العربي فتوسع مداركه وآفاقه في اطلاعه على حضارات الشعوب الأخرى والانجازات الحضارية والتكنولوجية المعاصرة مما يسهم في عملية التنوير . ولكنها في جانب آخر تحمل معها قيماً غربية وبرامجها الدرامية مشحونة بالجريمة والعنف والجنس والسلوك غير المقبول اجتماعياً لدى العرب، وهي مع هذا تسهم في زيادة التوقعات وما يتلوها من احباطات لدى المشاهد.

وتثير ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرية من رسائل جملة من التحديات التي لها - بطريق مباشر أو غير مباشر - انعكاساتها على وعي المواطن العربي وثقافته ومعارفه وفتح نوافذ التنوير أمامه ، وهي تتمثل في عدة قضايا تحتاج إلى دراسة أعمق وتحليل أشمل لظواهرها ، وتستدعي منا أن نقف وقفة فاحصة لما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرية وهي تتمثل فيما يلي: صالح أبوأصبع : الدعاية والرأي العام . عمان : دار البركة 2012 ص-ص 223-280

**أولاً: فرضية الامبريالية الثقافية وتأثير وسائل الاتصال الجماهيرية في الثقافات القومية** إن ما تعانيه دول العالم الثالث عموماً والوطن العربي خصوصاً هي معضلة تاريخية، مرتبطة دوماً بحدود امكانيات من يملك ومن لا يملك، ومن لديه القوة ومن لا يمتلكها، وتصبح سطوة الغازي وقوته لها تأثيرها على المغزو ، لتؤكد ما ذكره ابن خلدون في مقدمته حول تشبه المغلوب بالغالب. تعاني هذه الشعوب

من تدفق الاتصال باتجاه واحد من دول الشمال إلى الجنوب، ومن الدول الغنية إلى الدول الفقيرة مما لا يعطي هذه الدول قدرة على صد فيضان المعلومات التي تصلها عبر أشكال الاتصال المختلفة ولا توفر فرص التفاعل المتبادل بين شعوب العالم.

ولكن هذا الأمر لا يعني أن تمرير أجندات الثقافة الغازية أمر سهل. فنحن نتحدث عن هويات ثقافية للشعوب تمتد جذورها آلاف السنين تلك التي نحتت هوية شعوبها وصقلتها. ومن هنا فإننا نتحدث دائماً عن تهديدات للهوية الثقافية العربية ولكننا لا نتحدث عن محو لهذه الهوية، فالهوية العربية لها آلياتها (ميكانيزماتها) التي بها تدافع عن نفسها.

وهنا يبدو لكل معنيّ بالثقافة الوطنية/القومية وجاهة التساؤل حول الخطر الجارف مما يسميه البعض بالاستعمار الثقافي أو الإمبريالية الثقافية أو الاستعمار الإلكتروني، ولا شك ان المخاوف في مثل هذا الحال مبررة، وخصوصاً إذا علمنا ان ما تعرضه التلفزيونات العربية بل والأجنبية كذلك يكاد يطغى عليه الانتاج الغربي وتحديدأ الأمريكي. بالإضافة إلى هيمنة الشبكات الأمريكية الكبرى مثل: ABC و NBC و CBS و CNN و FOX، وإنتاج هوليوود السينمائي والتلفزيوني وهيمنتها في مجال أنتاج السوق الإعلامي لا تحتاج إلى إيضاح.

سوف توفر شبكات الإنترنت ووسائل الاتصال الجماهيرية الفضائية الدولية مثل الأمريكية CNN، والبريطانية BBC، والفرنسية TV5، وغيرها وكذلك الصحافة الراقية الغربية والتي يتم تسويقها عالمياً مثل News Week, Time ودير شبيجل، ولوموند والفيغارو وغيرها بطبعاتها الورقية أو مواقعها الإلكترونية، سوف توفر جميعها قاعدة تفاعل نخبوي دولي يؤثر عملياً في خلق نخبة عالمية قادرة على التفاعل، وخصوصاً فيما يتعلق بالمشكلات الدولية والقضايا الاقتصادية العالمية، ويمكن ان يكون لهذه النخبة -باعتبارها قادة رأي في مجتمعاتها- دور كبير في التأثير على مجتمعاتها.

وهنا يمكن القول ان الحديث عن رأي عام دولي في القضايا الدولية ذات الطبيعة غير الجدلية والإنسانية مثل قضايا البيئة، والحريات والديمقراطية، سيكون ممكناً تشكيله مستقبلاً، ما دام موضوعها لا يتعارض مع الهموم أو المصالح القومية، ولا يؤثر في الخصوصية الثقافية في المجتمع.

سوف تقود القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت وشبكات الاتصال الدولية الأخرى في القرن الحادي والعشرين إلى تعزيز امتيازات الثقافة الأرستقراطية لمن يملك، مقابل ثقافة المحرومين أي وجود ثقافتين: ثقافة النخبة والثقافة الشعبية أو الجماهيرية، وهذا مناقض ما اقترحه هربرت ماركوز الذي رأى:

(ان المجتمع المعاصر يميل إلى إلغاء امتيازات الثقافة الإقطاعية والأرستقراطية وإلى إلغاء مضمونها في ان واحد. لقد كانت الامتيازات الثقافية تعبر عن كون الحرية مجحفة، تعبر عن التناقض بين الأيديولوجية والواقع، تعبر عن ان هناك هوة بين الانتاج الفكري والانتاج المادي، ولكنها كانت تقيم أيضاً ميداناً مغلقاً مسوراً يمكن فيه للحقائق -التابو- ان تعيش وتحافظ على كمالها. أما اليوم فقد تلاشى هذا الانفصال وتلاشى معه التجاوز والوضع في قفص الاتهام، وصحيح ان النص واللهجة ما يزالان موجودين، ولكن المسافة الفاصلة التي كانت تجعل منها "ريحا آتية من الكواكب الأخرى سوف تختفي).<sup>10</sup>

### **ثانياً: وسائل الاتصال الجماهيرية والتأثير في اللغة:**

تطرح العولمة إمكانية خلق نمط عالمي موحد ولذا يصبح الحديث عن تعزيز الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة أمراً ضرورياً. فالهوية الثقافية قوة فاعلة ودينامكية، تقود إلى تماسك الأمة والحفاظ على كيائها، ودفع عجلة تقدمها، والصمود أمام أية قوة أجنبية تحاول السيطرة عليها مادياً أو فكرياً، وفي ظل الصراع الثقافي الدائر الآن، فإن هوية الأمة هي القادرة على التصدي للتيارات التي تسعى إلى تذويب شخصيتها وذلك من خلال تعزيز الانتماء للأمة العربية وبلورة فكر عربي أصيل متفتح على الحضارات المعاصرة وقابل للتفاعل مع الثقافات الأخرى في إطار توازن يحافظ على التراث ويجدده ويدعم عناصر الإبداع والتطوير والتقدم.

اللغة العربية الفصحى هي أداة التوصيل التي يتم استخدامها في وسائل الإعلام. وتشكل أهم العناصر القدرة على صيانة الشخصية القومية للأمة العربية. وهي المقوم الجامع لها والحاضنة لثقافتها مما يستلزم عدم استخدام اللغات الأجنبية على حسابها، وتقليص استخدام اللهجات المحلية وهيمنتها على بعض البرامج ووسائل الاتصال الجماهيرية التلفزيونية، وذلك لتعميم استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات والاعتناء بها وتطويرها. تلعب وسائل الاتصال الجماهيرية الآن دوراً هاماً في التأثير على اللغة ونموها وطريقة

استعمالنا لها. إذ تزودنا وسائل الإعلام بمصطلحات جديدة، ويدخل إلى قاموس حياتنا مفردات عديدة بعضها يفد إلينا من لغات أجنبية كما تأتينا كذلك من خلال استخدام القنوات الفضائية للهجات المحلية.

ولا يغيب عن بالنا الدور الإيجابي الذي تلعبه وسائل الاتصال الجماهيرية اليوم في التأثير على اللغة المحكية اليومية، هذا التأثير الذي بات يقرب بين اللهجات العربية ويجعل الإنسان العادي قادراً على فهم أخيه العربي مهما نأت المسافات، وصار هذا يساعد في تكوين اللغة الوسطى التي أصبحت اليوم لغة الإعلام.

#### **ثالثاً: ثقافة وسائل الاتصال الجماهيرية والسلوك والعادات والقيم:**

يدرك المرء ان وسائل الإعلام عموماً لها تأثيراتها على الأفراد والجماعات والمجتمعات في مجالات القيم والعادات والسلوك. وإذا كنا نعرف بان الفرد هو حاصل تنشئته الاجتماعية، إذن فوسائل الإعلام لها تأثيرها الفاعل في شخصية الفرد وبنائه النفسي والاجتماعي.

ان ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرية من برامج تحمل معها قيماً وعادات وأنماط السلوك تترك آثارها على الفرد والمجتمع على المدى البعيد، ومن ثم فان ما تعرضه وسائل الاتصال الجماهيرية من برامج تستهدف الأطفال كما تستهدف الكبار، وتحمل في طياتها كميات من العنف والجريمة والقيم الغربية عن مجتمعاتنا التي تعزز في أحيان كثيرة روح الفردية سيكون لها تأثيراتها على المجتمعات العربية التي سيتغير نسيجها ببطء ولكنها تأثيرات تراكمية ستقود مستقبلاً إلى تغييرات نوعية في قيم وسلوك وعادات المجتمعات العربية.

#### **رابعاً: السيطرة على تدفق المعلومات والأفكار وحدود الحرية والحوار:**

إذا كانت وسائل الإعلام ذات مهمة أساسية تتلخص في إنتاج ونقل ونشر الأفكار والمعلومات، فان السيطرة على وسائل الاتصال الجماهيرية ، تقترن بالسيطرة على تدفق المعلومات وتداولها ونشر الأفكار والحوار حولها. ولكي تقوم بذلك فإنها تتستر في أحيان كثيرة تحت مظلة الخصوصية الثقافية، وحماية الثقافة الوطنية والقيم السائدة والتراث، وهذه المبالغة أدت وتؤدي إلى خلق نمط من أنماط الرسائل الإعلامية التي تنظر إلى العالم بعين واحدة هي عين الرقيب أو عين المغربل Gate Keeper، وتحاول ان تفصل مقاييس معينة لما ينشر أو لا ينشر ولما يذاع أو لا يذاع. وتلعب وسائل الاتصال الجماهيرية أدواراً متشابهة وان كانت متفاوتة في ذلك. وبمراجعة لما تقدمه من برامج فان أي مراقب محايد سيلاحظ

حجم الترفيه فيما تبثه وسيلاحظ كذلك حجم ما يقدم من برامج غربية تؤدي إلى السلبية والانعزال، وتؤدي إلى تجذير النمط الاستهلاكي عند الناس، وإلى غرس أنماط غريبة عن المجتمعات العربية. وهذه النماذج التي تشكل مثلاً أعلى ونماذج للتفوق الأسطوري تؤدي إلى خلق ثقافة للهروب والعزلة.

وفضلاً عن السيطرة الرسمية على وسائل الاتصال الجماهيرية، فهناك نوع آخر من السيطرة الاقتصادية فوسائل الاتصال الجماهيرية العربية مثل: ART, MBC وغيرها تفرض شروطها على الإنتاج الإعلامي وما يحمله من مضامين وأشكال وبالتالي تفرض شروطها على المبدع والجمهور في ان واحد.

ان قائمة الممنوعات التي يفرضها الرقيب مثلاً على الإنتاج التلفزيوني العربي، جعلت الكاتب والمخرج يُعدّ عمله وعينه تنظر وجيبه تنتظر السوق الخليجي، لذا فإنه سيلتزم بالشروط التي يفرضها الرقيب الخليجي، وهذا أدى إلى هذا المستوى الهابط من الأعمال الدرامية التلفزيونية العربية التي صممت لملاءمة شروط ذلك الرقيب، وتقدم بعض وسائل الاتصال الجماهيرية برامج حوارية يظن البعض أنها تفتح أبواب الحوار بحرية على مصراعيها، ولكن ذلك كله مقيد بشروط، ومصالحة المحطة الفضائية ورؤية راعيها وتوجهاتها. وهكذا فان للحرية حدودها الموضوعية سلفاً من قبل مالك القناة الفضائية.

وتقدم البرمج الحوارية والنقدية في وسائل الاتصال الجماهيرية العربية مدخلاً جديداً للحراك الفكري والثقافي العربي وتعزيز الجراءة في طرح القضايا القومية مثل برنامج الاتجاه المعاكس لفيصل القاسم ورئيس التحرير لحمدي قنديل إلا ان حدود الحوار وأسلوب إدارته تجعل من بعض البرامج غير قادرة على تغطية موضوع الحوار حقه فيفقد بذلك أهميته.

#### **خامساً: وسائل الاتصال الجماهيرية العربية وتحريك الرأي العام العربي**

قامت وسائل الاتصال الجماهيرية العربية - وخصوصاً قنوات الجزيرة والعربية وأبو ظبي - بدور هام في نقل ما يجري، وما زالت هذه وسائل الاتصال الجماهيرية ذات قدرة على استقطاب الجمهور العربي من المحيط إلى الخليج وفي المهجر وقدرة على التأثير وتحريك الرأي العام العربي لا أحد يشك في قدرة وسائل الاتصال الجماهيرية على الوصول إلى المشاهد عالمي، فالبث عبر الأقمار الصناعية جعل من الاتصال عابراً للحدود وبدون قدرة على الاعتراض أو التشويش عليه أو منع جمهور ما من استقباله.

أننا أمة مستهدفة وتواجه تحديات كبيرة في احتلال أراضيها واستهداف تراثها وتشويه صورتها من قبل الغرب ، ويصبح البحث عن جمهور أجنبي يتفهم قضايانا العادلة وحضارتنا ضرورة ملحة ومصالحة عربية عليا تتحمل مسؤولياتها الحكومات العربية والجامعة العربية ومؤسساتها الإعلامية المشتركة. إذن هل من سبيل لأن تلعب وسائل الاتصال الجماهيرية العربية دوراً فعالاً ومخلصاً لخدمة قضايا الإنسان والوطن العربي ؟

#### **سادساً : وسائل الاتصال الجماهيرية والتذوق الفني في مجال الموسيقى والغناء :**

استطاعت الإذاعة -في الماضي- أن تقوم بدور هام في زيادة وعي الجمهور الفني، وخلق قاعدة جماهيرية واسعة من المحيط إلى الخليج تستمع إلى أم كلثوم وعبد الوهاب وفيروز وعبد الحليم حافظ وفريد الأطرش وغيرهم. ومع زيادة شعبية هؤلاء وتكرار أغانيهم أصبحت الأغنية العربية أكثر الرسائل العربية شعبية ووصولاً إلى الجماهير العربية، واستطاعت الأغنية أن تسهم في صياغة الوجدان العربي المشترك، وتؤثر في لغة الخطاب اليومي للإنسان العربي وباتت مفردات الأغنيات تتردد على أفواه الناس وتستخدم في حديثهم اليومي.

أما اليوم فإن الأغاني التي ترددها الإذاعات ووسائل الاتصال الجماهيرية العربية وعبر الأفلام السينمائية وأشرطة الكاسيت صارت فارغة من المضمون تجد طريقها من خلال الفيديو كليب، الذي بات يعتمد على الإثارة الجنسية والرقص الخليع المرافق للأغنية مهما كان مضمونها حتى الأغنية الباكية هجر الحبيب نجد أن الأداء يرافقه الرقص والابتهاج؟

ويسهم هذا النوع من الأغاني التي أصبحت تعرف باسم الأغاني الشبابية في إفساد الذوق من خلال كلماتها الهابطة، وفقدانها للشعرية التي كانت تمتاز بها الأغنية العربية، حيث بات يغلب على كلماتها النزعة الفردية والغرق في أغاني الحب المهزوم. وعندما تسهم وسائل الاتصال الجماهيرية في ترويج هذا النمط السطحي فإنها تسقط في شرك إفساد الذوق الفني والاستهلاكية، إذ لا تبذل جهودها بمحاولة الارتفاع بالذوق العام، والارتقاء بالذائقة الشعبية، التي يمكن توجيهها والتخطيط لها عبر وسائل الإعلام المختلفة.

#### **سابعاً: وسائل الاتصال الجماهيرية والإعلان: الصورة الخادعة والكلمة المراوغة:**

تعتمد وسائل الاتصال الجماهيرية الآن اعتماداً كبيراً على الإعلان، والذي أصبح في أحيان كثيرة أثناء البث اليومي يتخلل برامجنا المفضلة أو البرامج ذات الشعبية

الكبيرة. والإعلان ليس مجرد ترويج لسلعة أو خدمة ما، انه يحمل في طياته ثقافة، إذ أنه يحمل معه ثقافة مُصدر السلعة وثقافة المعلن ثقافة مصنّع الإعلان. والقليل من ينظر إلى الإعلان كمادة ثقافية تتجاوز رسالتها التسويقية.

وتعتمد الإعلانات على الصورة الجميلة والمثيرة للانتباه وتعتمد على استغلال جسد المرأة والموسيقى والرقص كي تكون رسالة مغرية لشراء السلعة.

يقول الإعلان كلمات تحمل غموضاً وتراوغ في معانيها. ولنأخذ أمثلة من بعض ما نسمع أو نشاهد يومياً ونحلل كلمات أي إعلان ان ذلك يرشدنا إلى طريقة استخدام اللغة التي تحاول أن تستميل مشاهديها أو قارئها ... ويتضح من الإعلانات كيف تحمل لغة مليئة بالتمويه والخداع.. وهي بكل تأكيد تحقق أهدافها. تتسلل إلى عقول الناس ويتخذون قراراتهم بناء عليها وتصبح جزءاً من حياتهم اليومية. وبمراجعة إعلانات التلفزيون التي تستخدم الكلمة والصورة والحركة والموسيقى نرى إلى أي حد يمكن لهذه الإعلانات بصورها الخادعة وكلماتها المراوغة واعتمادها على إثارة الغرائز أحياناً، ان تخلق عند المشاهدين حاجات ليست ضرورية وتعودّهم على استهلاك ما لا حاجة لهم به. فهي بذلك تخلق أنماطاً جديدة من الحياة في المأكل والملبس والشراب والحاجات. وتعويد الناس على شراء سلع كمالية، مما يشكل فيما بعد عادات تتسلل إلى ثقافة الناس وحياتهم الفردية، ليصبح الهمبرغر بدلاً من الفلافل والبيتزا بدلاً من الشاورما.

"(باودريلارد Baudrillard) في مجال الإعلان، قيمة الاستخدام للسلعة طغى عليها قيمة العلامة. لا يسعى الإعلان إلى نقل المعلومات عن قيمة الاستخدام للمنتج؛ بدلاً من ذلك، يضع الإعلان المنتج في حقل علامات لا علاقة لها بهدف تعزيز المظهر الثقافي. نتيجة للإعلان، نميل إلى ربط سياق العلامة مجزئة بدلاً من قيمة الاستخدام. وهكذا، في مجتمع ما بعد الحداثة postmodern، الناس يشترون السلع للصورة أكثر من الوظيفة التي تقوم بها .

دعونا نفكر في مثال الملابس. فقيمة الاستخدام الفعلي للملابس هي للتغطية و التدفئة . و الآن أنا انظر الى اعلان مخصص للملابس في رولينج ستون، وهو لا يذكر أي شيء حول الحماية من عناصر أو تجنب العري العمومي. بل الإعلان مهتم في هذا بل لا يقدم نفسه كإعلان . يبدو أشبه بصورة لفرقة موسيقى الروك في جولة. ويمكننا أن نقول، إذن، هذا الإعلان حتى يعلن عن نفسه كشيء. على الشريط الجانبي لصورة "الفرقة "، فإنه لا يتحدث عن الفرقة. وتقول أشياء مثل



"سترة، \$599 من Avirex ؛ تي شيرت، مبلغ 69، من اينرجي Energie ، "وهكذا دواليك. معظمنا لن يدفع 599 دولار لسترة ليبقى دافئاً؛ بل أننا قد ندفع للصورة المركز الذي نعتقد أن هذه السترة تبرزه. رأي بلودريلارد Baudrillard أننا غير متصلين بالواقع الاجتماعي بكوننا في فرقة موسيقى روك (التي هي نفسها تبرز صورة للحياة المثالية). أننا نشعر ببساطة جذبها إلى الصور.<sup>11</sup>

### **ثامناً: وسائل الاتصال الجماهيرية وعملية الإغواء وحفز**

أيضا تغيرت الملابس من أن تكون وظيفة إلى صورة. في العصور السابقة، هناك صلة واضحة بين وظيفة حقيقية للجسم والملابس التي يرتديها - الملابس الصالحة للاستعمال مع الإشارة إلى العمل المنجز أو كانت تدل على الوضع الاجتماعي. على سبيل المثال، قد يرتدي مزارع ملابس قوي نظراً للعمل الذي يؤديه، وملابسه أشارت إلى عمله (إذا رأيته بعيداً عن الحقل ، سوف لا تزال تعرف ماذا فعل بملابسه). ومع ذلك، في المجتمع ما بعد الحداثة، الملابس نفسها أصبحت تنشئ الصورة بدلاً من أن تكون مجرد صالحة للاستعمال أو مرتبطة مباشرة بالوضع الاجتماعي والوظيفة<sup>12</sup> .

دعونا نراجع ما نعرفه حتى الآن: في الماضي ، استُخدم الجسم لإنتاج وإعادة إنتاج؛ الملابس الصالحة للاستعمال وكانت علامة مباشرة على العمل والوظيفة الاجتماعية. ومع ذلك، في مجتمع ما بعد الحداثة تم تحرير الأجساد من العبء الرئيسي للعمل ، وبدلاً من ذلك أصبحت وسيلة نقل توصيل الصورة الثقافية. حالة الجسم نفسه رمزهم، وكذلك الملابس المزخرفة المفروضة على الجسم. الآن هنا حيث تحصل على ما يثير الاهتمام:

في الماضي، يمثل القوام الملائم العمل الشاق والملابس علامة على عمل الجسم، ولكن إلى ماذا ترمز اجسادنا وملابساتنا اليوم؟ اليوم، نحن نأخذ الجسم من خلال التمرين بدلاً من أن نعمل فعلياً بأجسادنا . . ونحن نتدرب حتى نتمكن من تلبية الصورة الثقافية ، ولكن ماذا تمثل هذه الصورة الثقافية؟<sup>13</sup>

**تاسعاً: تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية : العولمة الثقافية والهوية الثقافية المتغيرة .**

يرى هيجوت إن النظرة المؤيدة للعولمة والأقلمة تواجه جدلاً من عدة اتجاهات، فعلى مستوى العالمين المتقدم والنامي، يرى العاملون في الصناعات المتدهورة

أنها تمثل خطراً اقتصادياً. أما الأطراف السياسية، وهم لا يقتصرون على أصحاب التوجه الوطني، فإنهم يعتبرونها تهديداً للهوية الوطنية والاستقلال الاقتصادي. وبقدر ما تفتقر مؤسسات الدولة إلى الكفاءة المطلوبة للتعامل مع هذه التهديدات، فإن العولمة تمثل تحدياً لسيادة الحكومات وشرعيتها. وفي أقصى أشكال تطرفهم يرى بعض منتقدي العولمة أنها تشكل تهديداً لصميم الوجود الحياتي كما خبرناه.<sup>14</sup>

تصدير الثقافة الشعبية: الولايات المتحدة مصدر هائل للترفيه، لا سيما الألعاب الرياضية والأفلام والموسيقى. هذا النموذج الجاهز للثقافة على نطاق واسع وبأسعار زهيدة للترفيه توزع على المستهلكين على نطاق العالم. إلى الأفضل أو الأسوأ من ذلك، أن العديد من الدول الآن ثقافتين: علاقة الشعوب الأصلية والثقافة الشعبية الأمريكية المعولمة. أن قال، ترى ما هي مجتمع الترفيه ليست بالضرورة تعبيراً عن "ثقافة حقيقية" لشعبها. تكلفة البرامج المتزامنة أكثر شعبية أكثر، حيث غالباً ما تختار مشترين فيما وراء البحار الترفيه البرامج القديمة التي تعكس مختلف، ومؤرخة، مراحل التطور الثقافي في الولايات المتحدة. تميل ثقافة البوب أيضاً إلى إهمال عناصر عادية أكثر و/أو معقدة للحياة البشرية.<sup>15</sup>

وإذا كانت مبتكرات تكنولوجيا الاتصال قد مكنت شعوب العالم من التواصل عبر اختراق المسافات والحدود وباختزال الزمن فإن أهمية العولمة الثقافية ترتبط بنقل مضمون الاتصال الذي يشكل تبادلاً لنماذج الثقافات من جميع أنحاء المعمورة. فمضمون وسائل الإعلام بوصفه منتجاً ثقافياً أصبح متاحاً لجميع البشر، وتشكل الموسيقى مثلاً واضحاً للتمازج الثقافي اليوم وكيف أصبحت الايقاعات والألحان والأدوات الموسيقية تتفاعل وتنتقل عناصرها إلى الموسيقى التي يسمعونها الناس على هذا الكوكب، وأدت إلى خلط موسيقي هجين من ثقافات مختلفة استطاعت معها موسيقى الروك اختراق الثقافات ودخلت موسيقى الراي والراب إلى السوق العالمي، والموسيقى الإفريقية واللاتينية عبرت إلى ذائقة الناس حينما كانوا في القارات السبع.

واليوم يأخذ التنافس الإعلامي الدولي في الساحة العربية لاستقطاب الجمهور العربي شكلين :

أولهما : الإعلام الفضائي وذلك بدخول الدول الأجنبية ساحات المنافسة في الفضاء الإعلامي العربي ، وذلك بطريقتين :

1. توجيه برامجها الأجنبية مباشرة من خلال البث على ترددات يستطيع المواطن العربي استقبالها سواء كان ذلك من خلال استغلال الأقمار الصناعية العربية مثل النايل سات والعرب سات أو من خلال الأقمار الأوروبية أو الآسيوية الموجهة للمنطقة العربية .

2. منافسة الإعلام الأجنبي الدولي للمحطات الفضائية العربية على أمل استقطاب الجمهور العربي وذلك بالبث باللغة العربية وقد بدأت الولايات المتحدة ذلك بالفضائية الأمريكية ( الحرة ) ومحطتها الإذاعية ( سوا )

وسارت دول أخرى في نفس الاتجاه وذلك بأسلوبين :

أ- : تقديم برامج باللغة العربية في ساعات محدودة مثل ما تفعله الألمانية والإيطالية والفرنسية والصينية .

ب- : تدخل إلى الفضاء الإعلامي العربي BBC العربية والروسية العربية بمحطات موجهة بالكامل للجمهور العربي .

ثانيهما : الإعلام الرقمي : ويتمثل الآن بوجود مواقع باللغة العربية للمحطات الفضائية مثل CNN و BBC وكذلك مواقع لوكالات الأنباء العالمية مثل الفرنسية وروترز .

يتوزع الجمهور العربي الذي تحدثنا عنه من حيث مشاهداته تلك المحطات ، وفي الغالب أن يكون ولاؤه في المشاهدة لبضع محطات، ولا يقتصر على مشاهدة البرامج التي تقدمها محطته المفضلة، بل ينتقل من محطة إلى أخرى بناء على البرامج التي يفضلها، بغض النظر عن المحطة، سواء كانت محطة خاصة أو حكومية وهل هي محطة عامة أو متخصصة وهل هي عربية أو أجنبية تبث بالعربية .

### **عاشرا: الثقافة الجماهيرية ومسألة الديمقراطية والحرية وتنميط المجتمع**

لا يمكننا هنا أن نخرج الإعلام من المعادلة . فالإعلام ، وخصوصاً التلفاز ، يرتبط بعلاقة مزدوجة مع الديمقراطية ، وظهر مجتمع الإعلام العالمي هو قوة ديمقراطية قوية كما أسلفت. من جهة أخرى ، يحاول التفاز ، وبقية أجهزة الإعلام ، أن يدمر مجال الحوار العام الذي ساهم في خلقه من خلال الإطالة المملة للبث ، وكذلك من خلال إحالة الأمور السياسية إلى مسألة شخصية بالنسبة للمشاهد . فضلاً عن ذلك ، أدى ظهور شركات الإعلام العالمية إلى إعطاء سلطة عظيمة لرجال الأعمال الذين لم ينتخبهم أحد .<sup>16</sup>

لقد كانت الثقافة الجماهيرية هي نتيجة لانتشار وسائل الإعلام وتوظيفها في خدمة السلطة وخدمة رأس المال، ومن ثم تميزت بنوع من الهيمنة التي تسعى لصيانة مصالح السلطة وتعزيز منافع رأس المال.

وذلك بغطاء خادع إذ أننا نواجه هنا مساواة في الإخضاع، شكل ديمقراطي لعنصر التحكم من أعلى. المثال من التلفزيون والإذاعة، حيث يقدمان لنا ما يضمن جميعا المشاهدة والاستماع والتكلم على قدم المساواة .

يسود الآن مخطط الثقافة الجماهيرية باعتباره الشريعة لأنماط السلوك المنتجة صناعيا. ما يتبع الثقافة الجماهيرية انها لا تزال تراهن على وجود الملل والخداع لإثارة المستهلكين على أمل في أن صوت الاحتكار بينما هم ينتظرون في طابور سوف يخبرهم بالضبط ما هو متوقع منهم إذا كانوا يريدون الحصول على الملابس والطعام.

الوصية الأولى بالطبع هو أن المرء يجب أن يرتدي بشكل صحيح ويتغذى جيدا. ويفترض بهم حسن الخلق الذي يعلمهم إياه النظام قبل كل هذا..<sup>17</sup>

<sup>1</sup> Robert Wilde, , **Introduction to the Enlightenm**

<http://europeanhistory.about.com/od/thenineteenthcentury/a/enlightenment.htm>

<sup>2</sup> Robert Wilde, , **Introduction to the Enlightenm**

<http://europeanhistory.about.com/od/thenineteenthcentury/a/enlightenment.htm>

<sup>3</sup> Robert Wilde, , **Introduction to the Enlightenm**

<http://europeanhistory.about.com/od/thenineteenthcentury/a/enlightenment.htm>

<sup>4</sup> (توفيق المدني: المجتمع المدني والدولة السياسية في الوطن العربي. دمشق منشورات اتحاد الكتاب العرب 1997 ص575-576)

صالح أبوأصبع : الدعاية والرأي العام . عمان : دار البركة 2012 صص-223-280

صالح أبوأصبع : الدعاية والرأي العام . عمان : دار البركة 2012 صص-223-280

آرثر أسا بيرجر وسائل الإعلام والمجتمع ترجمة صالح ابواصبع سلسلة عالم المعرفة 2012

<sup>8</sup> **John Storey Cultural Theory and Popular Culture An Introduction** Harlow, England. London· New York· Boston cPearson Education Limited 2001, 2009 (p 29)

<sup>9</sup> حسن الحارثي - الحياة اللندنية شعبية الفضاء جريدة الغد نشر: 15/11/2007

<sup>10</sup> هريبرت ماركوز (1998): **الإنسان ذو البعد الواحد**. ترجمة جورج طرابيشي (بيروت : دار الآداب ) صص-100- 101 .

<sup>11</sup> **Theodor W Adorno (1991)The Culture Industry: Selected essays on mass culture** Edited by J. M. Bernstein. Routledge London and New York )

<sup>12</sup> **Theodor W Adorno (1991)The Culture Industry: Selected essays on mass culture** Edited by J. M. Bernstein. Routledge London and New York P.309)

<sup>13</sup> **Theodor W Adorno (1991)The Culture Industry: Selected essays on mass culture** Edited by J. M. Bernstein. Routledge London and New )

<sup>14</sup> هيجوت 1998: العولمة والأقلمة اتجاهاً جديداً في السياسات العالمية . أيوطني مركز الدراسات الاستراتيجية ص.13

<sup>15</sup> [http://www.knowledgerush.com/kr/encyclopedia/Culture\\_jamming/](http://www.knowledgerush.com/kr/encyclopedia/Culture_jamming/)

<sup>16</sup> (أنطوني جينز عالم جامح كيف تعيد العولمة تشكيل حياتنا. ترجمة : عباس خضير و حسن ناظم المركز الثقافي العربي ص 116)

---

<sup>17</sup> **Theodor W. Adorno (1991)The Culture Industry: Selected essays on mass culture Edited by J. M. Bernstein. Routledge London and New York P.91)**