

Reshaping World: Media as Tool of Western Cultural Hegemony

■ Ms. Zakiya Qoronful⁽¹⁾

Abstract

This research aims at examining how the media has become a tool for reproducing the meaning upon which human life is based, and how the world is shaped according to the dominant Western vision. This is not only at the level of news or entertainment approaches, but also through the production of an integrated civilizational model that serves hegemony and colonialism, based on individualism, consumerism, and neoliberal philosophy. The research begins by analyzing the media as a soft power that consolidates cultural hegemony and opens the way for other forms of political and economic control.

The research examines the roles of cinema and television as classic tools that contributed to the dissemination of colonial imagination and the dissemination of Western lifestyles. The research then focuses on digital media as a new phase in the shaping of collective consciousness, where algorithms control the formulation of public opinion and direct behavior. It discusses the psychological and social consequences and repercussions of this hegemony, from the perpetuation of consumerism to the erosion of collective identity and the rise of the "one-dimensional man."

In contrast, the research proposes strategies for resistance and media liberation through the recovery of local narratives and the building of alternative cultural alliances, emphasizing that media cannot be neutral, but rather a reflection of the intellectual structure it carries

Keywords:

dia, Cultural Hegemony, Globalization, Individualism, Neoliberalism, Soft Power, Symbolic Control, Colonial Imagination, Algorithms, Shaping Collective Consciousness, One-Dimensional Man, Collective Identity.

1 -Syrian writer, Master's degree in Educational Administration and Development, Saint Joseph University, Lebanon.

إِعَادَةُ تَشْكِيلِ الْعَالَمِ: الْإِعْلَامُ رَافِعَةُ الْهَيْمَنَةِ الثَّقَافِيَّةِ الْغَرْبِيَّةِ

■ زكيه قرنفل^(١)

ملخص

إنَّ هذا البحثَ يهدفُ إلى دراسةِ الكيفيَّةِ التي أصبحَ فيها الإعلامُ أداةً لإعادةِ إنتاجِ المعنى الذي تقومُ عليه الحياةُ البشريَّةُ، وكيفيَّةِ تشكيلِ العالمِ وفقَ الرُّؤيةِ الغربيَّةِ المهيمنةِ، ليسَ فقط على مستوى نهجِ الأخبارِ أو الترفيهِ، وإنما من خلالِ إنتاجِ نموذجِ حضاريٍّ متكاملٍ يخدمُ الهيمنةَ والاستعمارَ؛ إذ يقومُ على الفرديَّةِ، والاستهلاكِ، والفلسفةِ النيولبراليَّةِ. ينطلقُ البحثُ من تحليلِ الإعلامِ بوصفه قوةً ناعمةً ترسخُ الهيمنةَ الثقافيَّةَ، وتفتحُ المجالَ أمامَ أشكالٍ أخرى من السيطرةِ السياسيَّةِ والاقتصاديَّةِ.

يتناولُ البحثُ أدوارَ السينما والتلفزيون، باعتبارهما أدواتٍ كلاسيكيَّةٍ أسهمت في نشرِ الخيالِ الاستعماريِّ، وتعميمِ أنماطِ الحياةِ الغربيَّةِ، ثمَّ يركِّزُ على الإعلامِ الرقْمِيَّ بوصفه مرحلةً جديدةً في هندسةِ الوعيِ الجماعيِّ؛ حيثُ تتحكَّمُ الخوارزميَّاتُ في صياغةِ الرأي العامِّ، وتوجيهِ السلوكِ. ويناقشُ التبعاتِ والانعكاساتِ النفسيَّةِ والاجتماعيَّةِ لهذهِ الهيمنةِ، من تكريسِ النزعةِ الاستهلاكيَّةِ إلى تآكلِ الهويَّةِ الجماعيَّةِ، وصعودِ «الإنسانِ ذي البعدِ الواحدِ». وفي المقابلِ، يطرحُ البحثُ استراتيجيَّاتٍ للمقاومةِ والتحرُّرِ الإعلامِيَّ، عبرَ استعادةِ السردِيَّاتِ المحليَّةِ، وبناءِ تحالفاتٍ ثقافيَّةٍ بديلةٍ، مؤكِّداً أنَّ الإعلامَ هو انعكاسٌ للبنيةِ الفكريَّةِ التي يحملها.

الكلمات المفتاحية: الإعلامُ، الهيمنةُ الثقافيَّةُ، العولمةُ، الفرديَّةُ، النيولبراليَّةُ، القوةُ الناعمةُ، السيطرةُ الرمزِيَّةُ، الخيالُ الاستعماريُّ، الخوارزميَّاتُ، هندسةُ الوعيِ الجماعيِّ، الإنسانُ ذو البعدِ الواحدِ، الهويَّةُ الجماعيَّةُ.

١ - (كاتبة من سوريا)، بكالوريوس فلسفة، ماجستير في الإدارة والتطوير التربوي - جامعة القديس يوسف.

المقدمة

من أوّل الأرض إلى آخرها، كانت المساحات والشعوب التي رزحت تحت وطأة الاستعمار شاسعةً إلى حدٍّ يكاد يُلغي فكرة «المكان الآمن من الاستعمار» من ذاكرة البشرية. قلّما نجا موضعٌ على هذا الكوكب من هذه الظاهرة الإنسانيّة التي تناقض الغاية من قيام الحضارة؛ إذ تُحيل العمران إلى قهر، والمعرفة إلى شرعة للظلم. غير أنّ أخطر مساحة بلغها الاستعمار هي العقل البشريّ نفسه. فنتائج استعمار العقل أشدُّ وطأةً على المجتمعات؛ لأنها تُنهي فعاليّة الإنسان في التاريخ: ذاك الكائن الذي كرّمه الله، لقدرته على التعلّم والتسمية والتمييز، ﴿وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا﴾ [البقرة: ٣١]، وربط حريته بالمسؤوليّة حين قرّر: ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ﴾ [البقرة: ٢٥٦]. حين يُسلَب الإنسان هذه القدرة على التعلّم والاختيار، تغدو الهيمنة الفكرية تعطيلاً للأُنسنة؛ لأنها تسلب الإنسان إنسانيّته من جذورها.

لم تعد الهيمنة في زمننا هذا تقوم على الاستعمار المباشر وحده؛ بل أصبحت أكثر تجذراً وخطورةً. تتسلّل عبر الثقافة والإعلام والتعليم والاقتصاد والرياضة، وهي ما اصطُلحَ (جوزيف ناي - Joseph S. Nye) على تسميته بـ «القوة الناعمة»؛ القدرة على تحقيق ما تريدُ بالجاذبيّة والإقناع لا بالإكراه.^(١) تحفر هذه القوة في طبقات الوعي والقيم والمخيال، فتجعل الشعوب تتبنّى ما يُعاد تعريفه لها بوصفه «طبيعياً» و«كونياً» كأنّه القدر! بينما هو في الحقيقة، تمثّل لخيارات القوة المهيمنة. وهنا تتبدّى خطورتها؛ إذ تُهندسُ تبعيّة بلا مقاومة، وتحولّ المفاهيم المفروضة إلى بنية إدراكية وثقافية للشعوب.

١ - جوزيف س. ناي: القوة الناعمة (وسيلة النجاح في السياسة الدولية)، ص ٢١.

ضمنَ هذا المشهدِ، يَقِفُ الإعلامُ في المركزِ، لا على الأطرافِ. فالإعلامُ بَشَنَى أدواته؛ قديمُهُ: عبرَ الشاشةِ الكلاسيكيَّةِ، وحديثُهُ: عبرَ المنصَّاتِ والخوارزميَّاتِ، ليس ناقلًا مُحايدًا للوقائعِ، بل حاملًا لمشروعٍ متكاملٍ يصوغُ العالمَ على صورةٍ مَنْ يَمْلِكُ أدواتَ البثِّ والترميزِ والإنتاجِ. منذُ أن نَبَّهَ (إدوارد سعيد) إلى أنَّ الثقافةَ هي جهازُ الامبرياليَّةِ المعرفيِّ والرَّمْزيِّ الَّذِي يُشْرَعُنُ التوسُّعَ، ويُعيدُ تمثيلَ الآخرِ^(١). وإلى اليومِ، تتراكمُ الأدلَّةُ على أنَّ السردِيَّاتِ الكبرى تُصنَعُ في غرفِ التحريرِ، واستوديوهاتِ السينما، ومختبراتِ الخوارزميَّاتِ قبل أن تهبطَ إلى الواقعِ على هيئةِ «حقائق» في متناولِ الناسِ.

يُبين (هيربرت شيللر - Herbert I. Schiller) كيف تُدارُ العقولُ عبر صناعةٍ إعلاميَّةٍ واعيةٍ بالبنى النفسيَّةِ والاجتماعيَّةِ، لتشكيلِ "القبول"^(٢)، بينما جُهدُ (نعوم تشومسكي - Noam Chomsky) و(إدوارد هيرمان - Edward S. Herman) على دراسةِ "نموذجِ الدعاية" وتعريته، لفهمِ كيف تُغربلُ الأخبارُ، وتُصاغُ الأجنداتُ لحسابِ مصالحِ القوى الاقتصاديةِ والسياسيَّةِ المهيمنةِ^(٣). وقدَّم (ستيوارت هول - Stuart Hall) منظورَ «الترميز/الفكِّ»، ليبينَ أنَّ الرسالةَ الإعلامِيَّةَ ليست ما يُقالُ فحسب، بل كيف يُشَفَّرُ المعنى، وكيف يُفَكَّ تبعًا لموقعِ المتلقِّي^(٤). وكذلك نجد كيف أنَّ الوسيطَ المؤثِّرَ في العمليةِ الإعلامِيَّةِ هو الرسالةُ، وشكلُ الوسيطِ يطبعُ محتواه وبناه الإدراكيَّةَ بالضرورة كما بينَ (مارشال ماكلوهان - Marshall McLuhan)^(٥).

هذهِ البنى الإعلامِيَّةُ تُؤدِّي غرضَها بتواطؤٍ عميقٍ ومُتداخِلٍ؛ إذ تتكاملُ أدواتُ الصُّورةِ والخوارزميَّةِ والخطابِ، لإنتاجِ عالمٍ واحدٍ تُعادُ قولبتهُ على مقاسِ الرؤيةِ الغربيَّةِ. فالشَّاشةُ

١ - انظر: إدوارد سعيد: الثقافة والإمبريالي، ص ١٠٣ - ١١١.

٢ - هيربرت أ. شيللر: المتلاعبون بالعقول، ص ١٧٨ - ١٧٩.

3 - Edward S. Herman and Noam Chomsky. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. The Bodley Head, London, 2008, p. 29.

4 - Stuart Hall, "Encoding/decoding." In Culture, Media, Language, London: Hutchinson, 1980, pp. 128-138.

5 - Understanding Media: The Extensions of Man, Marshall McLuhan, Gingko Press, California, 2003, pp. 100-106.

الكلاسيكية، وفي طليعتها "هوليوود"، التي تُقنن الممكن والمتخيل معاً؛ تؤلِّه الفردانية وتربطُ البطولة بالقوة المادية الخارقة، وتُقدِّم الاستهلاك بوصفه هوية حديثة، وعلامة على التَّحضر، فيما تُعيد تمثيل الشعوب المُستعمَرة، وفي مُقدِّمتها العربي والمسلم، في قالب نمطية تُشرعن التَّدخُّل السياسي والاقتصادي، باسم "الحرية" و"الديمقراطية" و"التمدُّن".

خلف كواليس هذا المشهد البصري الذي يبدو مادةً للتَّسليّة، تعمل الخوارزميات كمهندس خفيٍّ للإدراك؛ إذ لا تُظهر للعقل البشريّ كلَّ العالم، بل ترسّم له عالماً مغرباً على مقاس سلوكه السَّابق، فتغدو عُرفُ الصّدى، وآليات التَّوصية والترتيب الرائجة وسائل لتطويع الوعي الجمعي، وإعادة إنتاجه. بذلك يتحوَّل "اختيار" المُستخدم إلى استجابة مُبرمجة مسبقاً، وتُستبدل الحرية الرقمية بحالة من التَّوجيه الهادي الذي يخلُق وهم المشاركة. أمّا على مُستوى الخطاب، فيُعاد تشكيل الواقع نفسه عبر تقنيات التَّأطير وتراتب الأولويات. فالإعلام لا ينقل الأحداث فحسب، بل يُعيد صنعها، بحيث يجعل بعض الوقائع أولويةً ومهمّةً، وأخرى مطموسّةً ومُنسيّةً. يُخلَقُ العدوّ، وتُستدعى مشاعرُ الخوف، لتبرير السياسات الأمنية، أو الحروب تحت شعارات "الضرورة الواقعيّة"، فيُصبح الاحتلال دفاعاً عن الحرية، والهيمنة استِقراراً وسلاماً. هكذا، لا تكتمل السيطرة بالإخفاء، بل بالإغراق؛ إذ تخلق كثافة الرِّسائل وتكرارها حالةً من الإجماع المُتخيّل، الذي يجعل كلَّ صوتٍ ناقذٍ نشازاً، وكلَّ مقاومة تبدو خروجاً عن المنطق المُقبول شعبويّاً⁽¹⁾.

لا يقتصر أثر هذه المنظومة على السياسة الدوليّة، إنّها تُعيد بناء الذاتيّة. فالإنسان، في بيئات إعلاميّة مُشبعة، يتلقّى هويته في قالب سرديات، وصوَر جاهزة: نجاح يُقاس بالاستهلاك، وحرية تُختزل في تعدّد خيارات مُتشابهة، وحادثة تُساوي محاكاة النموذج الأمريكي. هنا، يتقاطع مفهوم الهيمنة الرمزيّة عند (بيير بورديو - Pierre Bourdieu)؛ حيث تُفرض معايير الذّوق والقيمة من أعلى، مع مفهوم الهيمنة الثقافيّة عند (أنطونيو غرامشي - Antonio Gramsci)؛ إذ تُستبطن الجماعات سرديّة القوة بوصفها "عقل الواقع". تماماً كما يُعرّف (ميشيل فوكو - Michel

1 - Forest, J. J. F. "Political Warfare and Propaganda: An Introduction." Journal of Advanced Military Studies, Vol. 12, No. 1, 2021, pp. 13-33.

(Foucault) السُّلْطَةُ بِوَصْفِهَا شَبَكَةً عَلاَقَاتٍ تُنتِجُ الْمَعْرِفَةَ وَتُنْظِمُ الْأَجْسَادَ وَالْأَنْظَارَ^(١)، مَا يَتِيحُ النَّظَرَ إِلَى الْإِعْلَامِ بِاعْتِبَارِهِ تَكْنُولُوجِيَا ضَبْطٍ ثَقَافِيٍّ تِرَاقِبٍ، وَتُسْجَلٍ، وَتُعِيدُ تَوْزِيعَ الشَّرْعِيَّةِ. تَنْطَلِقُ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ مِنْ فَرْضِيَّةٍ مَحَوْرِيَّةٍ: الْإِعْلَامُ حَامِلٌ لِلْهَيْمَنَةِ الثَّقَافِيَّةِ الْغَرْبِيَّةِ، لَا بِوَصْفِهِ أَدَاةً تَوَاصُلٍ مُحَايِدَةً، وَإِنَّمَا بِوَصْفِهِ بَنِيَّةٌ إِنْتَاجِيَّةٌ لِلْمَعْنَى، تَصَوِّغُ الْعَالَمَ وَفَقَ نَمُودَجٍ حَضَارِيٍّ مُهَيِّمٍ - فَرْدَانِيٍّ، وَاسْتِهْلَاكِيٍّ - نِيُولِيبَرَالِيٍّ، تُقَدِّمُهُ لِلْآخَرِينَ بِوَصْفِهِ "الطَّبِيعِيَّ" وَ"الْعَالَمِيَّ". وَعَلَيْهِ، تَطْرَحُ أَسْئَلَةٌ رَكِيسَةٌ: كَيْفَ تَنْتِجُ الْوَسَائِلُ وَالسَّرْدِيَّاتُ الْإِعْلَامِيَّةُ قَابِلِيَّةَ الْاسْتِعْمَارِ فِي الذَّهْنِ؟ وَمَا آيَاتُ الْهَيْمَنَةِ النَّاعِمَةِ فِي الصَّنَاعَةِ الثَّقَافِيَّةِ مِنَ الشَّاشَةِ الْكَلَّاسِيكِيَّةِ إِلَى الْخَوَارِزِمِيَّاتِ؟ وَكَيْفَ يُمْكِنُ نَزْعُ اسْتِعْمَارِ الْوَعْيِ، بِإِعَادَةِ امْتِلَاكِ السَّرْدِيَّةِ، وَاللُّغَةِ، وَبِنَاءِ إِعْلَامٍ تَحْرُرِيٍّ بَدِيلٍ؟

تَعْتَمِدُ الدِّرَاسَةُ مُقَارَبَةً تَحْلِيلِيَّةً نَقْدِيَّةً، تَتَقَاطَعُ فِيهَا عُلُومُ الْإِتِّصَالِ وَالدِّرَاسَاتُ الثَّقَافِيَّةُ، وَعِلْمُ الْاجْتِمَاعِ السِّيَاسِيِّ وَنَظَرِيَّاتُ مَا بَعْدَ الْكُولُونِيَالِيَّةِ، وَتَدْمِجُ بَيْنَ قِرَاءَةٍ فِي نَمَازِجِ سِينِمَائِيَّةٍ وَتِلْفِزِيُونِيَّةٍ، وَتَحْلِيلٍ إِطَارِيٍّ لِبَعْضِ آيَاتِ الْمَنْصَّاتِ الرَّقْمِيَّةِ، وَإِحَالَاتٍ نَظَرِيَّةٍ عِنْدَ مَجْمُوعَةٍ مِنْ أَهْلِ مَفْكَرِي مَنَاهِضَةِ الْاسْتِعْمَارِ: (سَعِيد) وَ(نَاي) وَ(شِيللر) وَ(تَشومسكي/هيرمان) وَ(بوردو) وَ(هول) وَ(المسيري) وَ(فوكو) وَآخَرِينَ، مَعَ الْإِفَادَةِ مِنْ إِضَافَاتٍ مُعَاصِرَةٍ فِي مَجَالِ "الْاسْتِعْمَارِ الرَّقْمِيِّ"، وَغَرَفِ الصَّدَى. إِنَّ مَعْرَكَةَ الْإِنْسَانِ الْيَوْمَ لَيْسَتْ عَلَى الْأَرْضِ وَحْدَهَا، بَلْ عَلَى الْمَعْنَى وَالذَّاكِرَةِ وَحَقِّ السَّرْدِ. فَإِذَا كَانَ الْاسْتِعْمَارُ قَدْ اِحْتَلَّ الْمَكَانَ، فَإِنَّ الْهَيْمَنَةَ الْإِعْلَامِيَّةَ تُحَاوِلُ أَنْ تُقْصِيَهُ مِنْ مَكَانِهِ الْإِدْرَاكِيِّ. وَمِنْ هُنَا، تَبَرُّرُ الْحَاجَةِ إِلَى مَشْرُوعٍ مَعْرِفِيٍّ - عَمَلِيٍّ يَرْبِطُ تَفْكِيكَ الْبَنِيَّةِ الْإِعْلَامِيَّةِ بِبِنَاءِ بَدَائِلٍ تَحْرُرِيَّةٍ، تُعِيدُ لِلْإِنْسَانِ الْقُدْرَةَ الَّتِي كُرِّمَ بِهَا: التَّعَلُّمُ وَالْإِخْتِيَارُ.

أولاً: الإعلام أداة لإعادة إنتاج الهيمنة

مِنْذُ نَشَأَتِهِ الْأُولَى، لَمْ يَكُنِ الْإِعْلَامُ وَلِيْدَ حَاجَةٍ شَعْبِيَّةٍ لِلْمَعْرِفَةِ، أَوْ وَسِيلَةً مُحَايِدَةً لِتَدَاوُلِ الْأَخْبَارِ، بَلْ كَانَ فِي جَوْهَرِهِ امْتِدَادًا لِسُلْطَةِ الْمَالِ وَالنَّفُوذِ. فَمِنْذَ أَنْ اخْتَرَعَ (يُوْهَانُ غُوْتَنْبِرْغُ - Johannes Gutenberg) الْمَطْبَعَةَ فِي مَتْنَتِصِفِ الْقَرْنِ الْخَامِسِ عَشَرَ، ارْتَبَطَ إِنتَاجُ الْكَلِمَةِ بِرَأْسِ

١ - ميشيل فوكو: المراقبة والعقاب (ولادة السجن)، ص ٣٤ - ٣٥.

المال، وأصبحت المعرفة سلعة لا يملك أدواتها سوى المتمولّين، وأصحاب الامتيازات التجارية والسياسية. قبل المطبعة، كانت الأخبار تُداول شفهيًا في الأسواق والمتنديات، أو في نشرات يكتبها التجار، لتبادل المعلومات عن الأسعار، والملاحية، وحركة الملوك والجيوش. ولم تكن تلك النشرات تعبيراً عن وعي جمعي، بل عن مصلحة طبقية محدّدة. ومع انتشار الطباعة، تركز هذا الطابع الطبقيّ لوسائل الإعلام: فالآلة التي صنعت الوعي لم تكن في يد الشعوب، بل في يد من يمتلك أدوات إنتاجه.^(١)

وحيث ظهرت الصحف الأولى في أوروبا، مثل Relation الألمانية (١٦٠٥) و The Weekly News في لندن (١٦٢١)، لم تكن منابر للحرية بقدر ما كانت تحالفًا بين رأس المال والسلطة السياسية. كانت تموّل من التجار أو البلاط الملكي، وتعمل ضمن ما يسمح به الرعاة والممولون، حتى باتت حرية الصحافة مشروطة بإرادة السوق. ومع الزمن، ترسخت هذه البنية، فغدا الإعلام رهينة لسلطة رأس المال، يُعيد إنتاج مصالح الطبقة المهيمنة، ويقدمها بلبوس "المصلحة العامة". ولئن لم يكن وعي الجماهير في القرون الأولى مدركًا بعد لخطورة الدعاية، فإن البنية ذاتها تطوّرت في القرن العشرين إلى منظومة دعائية متكاملة. فاختراع الراديو، ثم التلفزيون، نقل الإعلام من فضاء النخبة إلى فضاء الجماهير، لكنّه لم يُغيّر جوهر السيطرة، بل وسّع نطاقها، مُحوّلًا المعلومة إلى سلعة، والرأي إلى أداة نفوذ سياسي واقتصادي^(٢). وفي كلّ مرحلة من مراحلها، ظلّ الإعلام مرآة لبنية القوّة في المجتمع: من الصحف التي يملكها التجار، إلى المحطّات الحكومية، وصولاً إلى المنصّات الرقمية، التي تتحكّم بها الشركات العملاقة اليوم.

إنّ تتبّع تاريخ الإعلام، يكشف أنّه لم يكن يوماً "صوت الجماهير"، بل صوت من يملك القدرة على مخاطبتهم؛ إذ أنّه يقوم على معادلة غير متكافئة بين المُنتج والمُتلقي: الأوّل يملك رأس المال والتقنية، والثاني لا يملك سوى التلقّي. ومن هنا، لم تكن فكرة "الاستقلال الإعلامي" إلاّ

1 - Asa Briggs and Peter Burke, A Social History of the Media: From Gutenberg to the Digital Age, Polity Press, Cambridge, 2022, 5th edition, P. 248.

2 - Tala Otaibi, and Johnny Achkar. Article: «The Evolution of Mind Control: How the Media Controls What the Public Thinks.»

أسطورةٌ وُلِدَتْ في رحمِ الرأسماليَّةِ، لتبريرِ تبعيَّةِ الكلمةِ للسوقِ. إِنَّ الإعلامَ الحديثَ، مهما بدا متعدِّداً وشاملاً، يعملُ وفقَ منطقٍ واحدٍ: مَنْ يملكُ الأداةَ، يملكُ المعنى.

١. الإعلام وترسيخ «القابلية للاستعمار»

في خمسينيات القرن الماضي، قدَّمَ المفكِّرُ الجزائريُّ (مالكُ بنُ نبيِّ) مفهومَ «القابليَّةِ للاستعمار»، وهي الحالةُ الذهنيَّةُ التي تسمحُ للمستعمرِ «الآخر» بالتغلغلِ في الذاتِ، واستلابها من الداخلِ. هذه القابليَّةُ لا تُخلَقُ بالسلاحِ، بل بالثقافة والصورة والرمزِ. أدركَ (مالكُ بنُ نبيِّ)، الذي أمضى حياته يحفرُ في آثار الاستعمارِ وطرائقِ مواجهته، أنَّ الاستعمارَ لا يبدأ حينَ تعبرُ الجيوشُ الحدودَ، بل حينَ ينجحُ في عبورِ الوعيِ. فلاستعمارُ، في جوهره، ليسَ احتلالاً للأرضِ فحسب، بل احتلالاً للإنسانِ من داخله، حينَ يُنتزعُ من ذاته، ويُعادُ تشكيلُ علاقتهِ بالعالمِ وفقَ منطقِ المستعمرِ.

فـ «القابليَّةُ للاستعمار» عندَ (بنِ نبيِّ) ليست مجردَ ضعفٍ عسكريٍّ، أو تخلفٍ اقتصاديٍّ، بل حالةٌ نفسيَّةٌ - حضاريَّةٌ، تجعلُ الأمةَ مهَيَّأةً لتقبُّلِ السَّيْطَرَةِ؛ لأنَّها فقدتْ ثقَّتها برسالتِها وقدرتها على الإبداعِ. هي لحظةُ الانكسارِ التي يتحوَّلُ فيها الكائنُ الحرُّ إلى تابعٍ، يرى خلاصه في تقليدٍ من قهره، ويبحثُ عن ذاته في مرايا الآخر^(١).

ويعتبرُ (بنِ نبيِّ) أن جذورَ هذه القابليَّةِ تكمنُ في تعطلِّ الفاعليَّةِ الحضاريَّةِ للإنسان؛ فحين تفقدُ المجتمعات قدرتها على إنتاجِ الأفكارِ، تستعيرُ أفكارَ الأممِ الأقوى، وحين تتخلَّى عن رموزها، تُصبِحُ قابلةً لتبني رموزِ الآخرين ومعاييرهم؛ ذلك أنَّ الثقافة، في تصوُّره، ليست زينةً للحياة، بل هي النظام الداخلي الذي يوجِّه الطاقة الحضاريَّةَ للأُمَّة، فإذا احترقها الآخر وأعاد تشكيلها، فقدتِ الأُمَّة قدرتها على المقاومة. ويرى أنَّ السلاحَ لا يهزمُ الأمم، بقدر ما يهزمُها تفوقُ الآخر في الرمزِ والفكرة والصورة؛ لأنَّ الهزيمةَ الحقيقيَّةَ تحدثُ حينَ يُعادُ تعريفُ الذاتِ من خارجها^(٢).

١ - مالك بن نبي: شروط النهضة، ص ٥٤.

٢ - مالك بن نبي: مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، ص ١١٢.

إذا، الاستعمارُ ليس حادثَةً خارجيَّةً، بل نتيجةٌ لخللٍ داخليٍّ في توازنِ الإنسان مع أفكارِهِ وقيمه؛ حيث تتحوَّلُ الإرادة من فاعلة إلى منفعة، والعقل من مُنتجٍ للمعنى إلى مُستهلكٍ له، فالشعوب المُستعمرة لا تعرف تعريفاً للحرية، والديمقراطية، والتحضُّر خارج ما يقدِّمه الغرب لهم عبر الإعلام، والسينما، وغير ذلك من أدوات تفخيخ الوعي. يصف (بن نبي) هذه الحالة بقوله: «حين يفقد الإنسان قابليَّته للنهضة، يكتسب لا شعورياً قابليَّته للاستعمار». فالتحرُّر عنده، لا يبدأ من ميدان المعركة، بل من ميدان الوعي؛ لأنَّ كلَّ استقلالٍ سياسيٍّ وعسكريٍّ يظلُّ هشاً، ما لم يسبقه تحريرٌ داخليٌّ من عقد النقص والاتكالية والانهازم أمام النموذج المُهيمن.

وإذا أسقطنا هذا المفهوم على زمننا المعاصر، أمكن القول إنَّ ما سمَّاه (بن نبي) «القابليَّة للاستعمار»، هو ذاته ما نشهده اليوم في صورةٍ جديدة: القابليَّة الإعلامية للاستعمار. فبدل أن يفرض المستعمر هيمنته بالقوَّة، يمارسها عبر الصورة والخطاب، ويغزو العقول لا المدن. وبالطريقة ذاتها التي وصفها (بن نبي) قبل سبعة عقود، تُستلب الذات من داخلها عبر الرمز والإيحاء والإعجاب بالآخر، حتى تغدو الهيمنة مقبولة بل ومحبوبة. وهكذا يستمرُّ الاستعمار متحوِّلاً من غزو للأرض إلى غزو للمعنى، ومن احتلال للجسد إلى احتلال للوعي.

تُمارسُ وسائلُ الإعلام اليومَ الدورَ الذي كان يُناطُ بالمدرسة الكولونياليَّة في الأمس؛ فهي تزرعُ في الوعي الجمعيِّ شعوراً بالنقص الحضاريِّ، وتغرسُ صورةً مموهةً عن التقدُّم، ترتبطُ بالغرب وحده. فالمتلقِّي العربيُّ، كغيره من شعوبِ عالمِ الجنوب، يجدُ نفسه داخلَ نظامٍ رمزيٍّ، يرى العالمَ من خلالِ عدسةٍ غربيَّة، ويتبنَّى معاييرها في الجمال، والنجاح، والقوَّة، والسياسة، وحتى الأخلاق^(١). وبهذا، تتحوَّلُ الهيمنة من عدوانٍ خارجيٍّ إلى قناعةٍ داخلية، ومن استعمارٍ بالقوَّة إلى استعمارٍ بالمعنى.

وقد أظهرتُ دراساتٌ معاصرةٌ أنَّ وسائلَ الإعلامِ الكبرى، بما فيها تلك التي تدَّعي الحيادَ والموضوعيَّة، تعملُ على ترسيخِ صورةٍ للعالمِ تنسجمُ مع مصالحِ القوى المركزية، مستفيدةً من

١ - سامية إدريس: "نقد الاستشراق الجديد في كتاب ما بعد الاستشراق: الغزو الأمريكي للعراق وعودة الكولونياليات البيضاء- مقاربة إبستمولوجية"، ص ٢٢٥-٢٤٢.

قابليّة الشعوب للاستعمار. ففي تغطية الحروب، مثل الحرب على العراق عام ٢٠٠٣، لم يكن الهدف نقل الحقيقة، بل صناعة سردية موجهة تُبرّر الغزو باسم الديمقراطية وحقوق الإنسان. وفي دراسة للباحثين (أحمد بوعبزة) و(محمد الأمين التوم) عن الدعاية الإعلامية الغربية، ودورها في صناعة الحروب والنزاعات، نرى كيف أنّ الإعلام الغربي تحوّل إلى أداة لتبرير الاحتلال، وإعادة إنتاج الخطاب الاستعماريّ بأشكالٍ حديثة، تستند إلى أخلاق كاذبة ومفاهيم إنسانية مشوّهة^(١). وفي السياق ذاته، مثلت الحرب على سوريا نموذجاً صارخاً لتوظيف الإعلام الغربي بوصفه أداة لإعادة تشكيل الوعي الجمعيّ وفق سردية القوى المهيمنة. فقد أنتجت سردية إعلامية جاهزة منذ السنوات الأولى للأزمة (٢٠١١)، صوّرت فيها الحرب لا بوصفها صراعاً جيوسياسياً معقداً، بل قصة خُلقية بين «نظام شرير» و«شعب حرّ»، يجب على الغرب إنقاذه، وهو الإطار الذي أتاح للقوى الغربية تبرير تدخلاتها العسكرية والسياسية تحت غطاء «المسؤولية الإنسانية»، وكان الإعلام محرّكاً أساساً، لاتخاذ القرارات، وتوجيه السياسات في هذا الصدد^(٢). وبذلك، جرى توظيف مفاهيم، مثل «حماية المدنيين»، و«الدفاع عن الحرية» في خطاب، يُعيد إنتاج النموذج الاستعماريّ ذاته الذي تحدّث عنه (مالك بن نبي)، أي «القابلية للاستعمار»؛ حيث يقبل الجمهور الغربي والعربيّ كليهما، تلك التدخلات بوصفها أفعالاً إنسانية، لا عدوانية واستعمار من الغرب. هذا الاستخدام الممنهج للمشاعر الإنسانية في خدمة أجندات القوة، يبرهن أنّ الهيمنة الثقافية لم تعد تحتاج إلى جيوش، بل إلى شبكة إعلامية عابرة للحدود، وقادرة على إنتاج الحقيقة وتصديرها، وعلى محو كلّ رواية مغايرة تُناقض منطق المركز. لم يعد الإعلام ناقلاً للأحداث، بقدر ما هو هندسة للوعي الدوليّ، وظيفته إعادة تعريف أيّ موقف سياسيّ وفق معايير الغرب الخُلقية ومصالحه الجيوسياسية^(٣).

١ - أحمد بوعبزة ومحمد الأمين التوم، «الدعاية الإعلامية الغربية ودورها في صناعة الحروب والنزاعات (الاحتلال الأمريكي للعراق نموذجاً)»، ص ١٧.

2 - Lyse Doucet: "Syria & the CNN Effect: What Role Does the Media Play in Policy-Making?"

٣ - زويير زرزايحي: «العولمة والهوية الثقافية في زمن الإعلام الجديد»، ص ٥٣٧-٥٤٩.

الإعلام اليوم، هو المصنع الرئيس لإنتاج «الاستسلام الرمزي»؛ حيث تُصاغ القيم والمفاهيم بطريقة تجعل التبعية تبدو حتمية. فالفرد الذي يُعرض عليه النموذج الغربي، بوصفه ذروة التقدم، يتبنّاه طوعاً، وقيس ذاته وواقعه بمدى قربيه أو بعده عنه. يلاحظ في الخطاب اليومي العربي أنّ مفاهيم التطور، والتحضّر، والتقدم، تُستحضر غالباً من خلال الإحالة إلى النموذج الأوروبي. ومهما بحثنا، لن نجد أيّ إحالة لنموذج آخر، فالقوي المهيمن هو النموذج. وهذا بالضبط، ما يجعل الهيمنة الثقافية أكثر ثباتاً من أيّ احتلال عسكري.

٢. الهيمنة الثقافية مدخل للهيمنة الاقتصادية والسياسية والدينية

لا تتحقّق السيطرة بالقوّة فحسب، بل عبر بناء «الهيمنة الثقافية»، هكذا يعتبر (أنطونيو غرامشي - Antonio Gramsci)، الذي يرى أنّ المنظومة الفكرية الاستعمارية تجعل «الطبقات الخاضعة» تتبنّى قيم «الطبقة المهيمنة» بوصفها القيم الطبيعية للحياة. وجدت هذه الفكرة طريقها إلى بنية الإعلام المعولم اليوم؛ حيث تتضافر المؤسسات الاقتصادية الكبرى مع المؤسسات الإعلامية، لتشكيل ما يمكن وصفه بـ «العقل الجماعي العالمي»^(١). الإعلام هنا ليس انعكاساً للواقع، بل جهازٌ لإنتاجه وإدارته ضمن علاقات القوة التي تحكم السوق والسياسة والدين. فالهيمنة الثقافية عبر الإعلام تمهّد الطريق للهيمنة الاقتصادية؛ إذ تُعيد تشكيل أنماط الاستهلاك، وتخلق حاجات وهمية تُبقي الشعوب في حالة تبعية دائمة للمراكز الصناعية الكبرى. تُقدّم الإعلانات، والمسلسلات، والبرامج الحوارية بوصفها وسائل ترفيه، لكنّها في حقيقتها أدوات لإعادة إنتاج المنظومة الرأسمالية وقيمها النيوليبرالية؛ حيث تُخزّل الحرية في حرية الشراء، ويُقاس الوجود الاجتماعي بما يمتلكه الفرد، لا بما يُنتجه أو يُبدعه.

لنأخذ الإعلانات التلفزيونية، على سبيل المثال، فهي لا تبيع السلعة فحسب، بل تبيع نمط الحياة المرتبط بها. في الإعلانات العالمية لمنتجات مثل «كوكا كولا» (Coca-Cola) أو «نايكي» (Nike)، تلك الشركات الداعمة للاستعمار والمساهمة فيه، لا تُعرض المشروبات أو الأحذية

١ - أنطونيو غرامشي: دفاتر السجن (في الثقافة والهيمنة)، ص ١٠٣ - ١٦٠.

على أنَّها حاجاتٌ ماديَّةٌ، بل على أنَّها رموزٌ للسَّعادةِ، والحبِّ، والحريةِ الشخصيةِ، فتبيحُ الحذاءَ ومعه نمطَ الحياةِ. يتحوَّلُ الشراءُ هنا إلى فعلٍ وجوديٍّ؛ فـ «اشربْ لتفرحْ»، و «اركضْ لتصبحْ نفسك»، في اختزالٍ كاملٍ للحريةِ إلى حُرِّيَّةِ الاستهلاكِ. وهذه الشركاتُ التي تسيطرُ على الأسواقِ العالميَّةِ، تُنتجُ في الوقتِ ذاته الموادَّ الإعلانيَّةَ، وتوزَّعُها عبرَ القنواتِ والمنصَّاتِ المملوكةِ للشركاتِ الأمِّ نفسها، لتُغلِقَ دائرةَ الهيمنةِ من الإنتاجِ حتى التلقِّي. ^(١).

أما في الفضاءِ السياسيِّ، فيكفي أن نتأمَّلَ كيف تُدار الأزماتُ الدَّوليَّةُ في الإعلامِ الغربيِّ، لنُدركَ أنَّ الرسالةَ الإعلاميّةِ ليست سوى امتدادٍ للقرارِ السياسيِّ؛ إذ نجدُ أنَّ الإعلامَ يشاركُ في «صناعةِ القَبولِ الجماهيريِّ» للسياساتِ الخارجيّةِ عبر إعادة تعريف مفاهيم، مثل «الشرعيَّة»، و«الإرهاب»، و«الأمن»، بما يتوافق مع المصلحةِ الغربيَّةِ. بذلك يتحوَّلُ الإعلامُ إلى مؤسَّسةٍ تُشرعنُ التدخُّلَ العسكريَّ، وتُعِيدُ صياغةَ وعي المتلقِّي؛ بحيث يرى الغزو «تحريراً»، والاحتلالَ «حمايةً للديمقراطيَّة».

لا تقفُ الهيمنةُ عند حدودِ السياسةِ والاقتصادِ، بل تمتدُّ إلى الدينِ نفسه؛ إذ تُقدِّمُ العَلَمانيَّةُ الغربيَّةُ بوصفها الشرطَ الضروريَّ للحدائِثِ، وتُصوِّرُ القيمَ الدينيَّةَ في المجتمعاتِ الإسلاميَّةِ باعتبارها عقبةً أمام «التقدُّم». من خلال ذلك، يمارسُ الإعلامُ علمنةً رمزيَّةً للعقلِ الجمعيِّ، تُقْصِي البُعدَ الروحيَّ، وتحوِّلُ الإنسانَ إلى كائنٍ ماديٍّ استهلاكيٍّ، خالٍ من المعنى والغائيَّةِ. إنَّها نسخةٌ جديدةٌ من «الاستعمارِ المعرفيِّ»، الذي يفرغُ الإنسانَ من ذاته قبل أن يفرغَ أوطانه من مواردها.

٣. الإعلام قوة ناعمة: هيمنة بلا جيوش

لقد أعادَ (جوزيف ناي) تعريفَ مفهومِ القوَّةِ في العلاقاتِ الدَّوليَّةِ حين تحدَّثَ عن «القوَّةِ

1 - Elisa Claire Alemán Carreón, Hirofumi Nonaka, Asahi Hentona, and Hirochika Yamashiro, "Measuring the Influence of Mere Exposure Effect of TV Commercial Adverts on Purchase Behavior Based on Machine Learning Prediction Models," Information Processing & Management, pp. 1339-1355.

الناعمة» التي تقوم على الإقناع والجاذبية، لا على القهر والإكراه. وقد أصبح الإعلام أبرز أدوات هذه القوة؛ لأنه ينتج القيم والصور التي تغلف السيطرة السياسية بثوب ثقافي جذاب. فبدل أن تفرض الهيمنة بالقوة العسكرية، تمارس اليوم من خلال ما يشبه الاحتلال الوجداني للعقل البشري؛ إذ تقدّم الثقافة الغربية بوصفها النموذج الأمثل للعيش، ويُعاد تشكيل طموحات الشعوب، لتتماهى مع معايير المركز.

من هنا، يمكن القول إنّ الإعلام الغربي ليس وسيلة اتصال محايدة، بل تجلياً لرؤية مادية علمانية شاملة، تُفرغ الإنسان من هويته وتُحيله إلى مستهلك للرموز والمعاني التي ينتجها الآخر. فالقنوات الفضائية والمنصات الرقمية، تُعيد صياغة الوعي الجمعي وفق منطق السوق: كل شيء قابل للبيع، حتى المشاعر والأفكار. وبهذا المعنى، تتحوّل القوة الناعمة إلى قوة ناعمة مُمأسسة، تمتلك بنية اقتصادية وإيديولوجية متكاملة، تفرض تعريفها للواقع وللإنسان.

في دراسة للباحثة (إيمان محمد زهرة)، يتبين كيف أنّ الإعلام العالمي أصبح "أداة لإدارة الصراعات لا مجرد تغطيتها"، وأنه "يُنتج سرديات تُعيد تشكيل المواقف السياسية والشعبية في خدمة القوى المهيمنة". فالإعلام الموعولم لم يعد يتحدث عن العالم، بل يُعيد بناء العالم رمزياً بما يتناسب مع مصالح من يموله ويمتلكه⁽¹⁾.

٤. الإعلام وإعادة إنتاج العالم بعدسة غربية

إذا كانت الهيمنة تتحقّق حين تصبح رؤية القوة المهيمنة للعالم هي الرؤية السائدة، فإنّ الإعلام هو المسرح الرئيس الذي تُعاد فيه صياغة هذه الرؤية. فكلّ تقرير خبري، وكلّ برنامج وثائقي أو حملة دعائية، يسهم في بناء خريطة إدراكية، ترسم حدود الممكن والمستحيل، والخير والشر، والتقدم والتخلف. إنّ ما يقدمه الإعلام ليس مجرد صور وأخبار، بل أنماط تفكير ومقاييس حكم، تجعل المتلقّي يرى العالم من زاوية واحدة: زاوية الغرب المتّصّر.

تتحوّل الرسالة الإعلامية إلى نصّ كوني جديد يحدّد معنى الإنسانية، ومعايير الجمال، وحدود

1 - Iman M. M. Zahra: "The Role of Media in Conflict Management: A Secondary and Critical Analysis," pp. 41-55.

الحقيقة. وفي هذا النص، لا مكان إلا للإنسان الغربي بوصفه المعيار الأعلى، بينما تُختزل باقي الشعوب في أدوار هامشية. كما أن الإعلام الغربي يُعيد إنتاج صورة «الشرق» على نحو يُعززُ الثنائية القديمة بين «المتحضر» و«المتخلف»، تمامًا كما وصفها (إدوارد سعيد) في نقده للاستشراق^(١). هذه الصورة التي انتقلت من الكتب إلى الشاشات، ومن الخطاب الأكاديمي إلى المحتوى الرقمي، أصبحت اليوم المرجع الإدراكي الذي يُحدد علاقة الشعوب بذواتها وبالأخرين.

إذا كانت القنوات الفضائية في الماضي تصنع الوعي من الأعلى، عبر ما كانت تبثه من صور وخطابات تفرض أجندتها على المتلقي، فإن المنصات الرقمية اليوم تُعيد إنتاج هذا الوعي من الداخل. فهي لم تعد تملئ الأفكار على الجمهور، بل تتسلل إلى لا وعيه من خلال آليات خوارزمية دقيقة، تُراقب سلوكه وتوجه ذوقه وتخلق له رأيًا عامًا مُصممًا على مقاس بياناته الشخصية. يعيش الإنسان المعاصر داخل فقاعة من المعلومات المغربة، والنماذج المرجعية الجاهزة التي تؤكد قناعاته بدل أن توسع أفقه، وهو ما يمكن تسميته بـ «الاستعمار الخوارزمي»؛ استعمار لا يمارس بالقوة، بل بالمعطيات؛ حيث تُستبدل أدوات السيطرة التقليدية ببرمجيات وإحصاءات وتوصيات رقمية.

لم يعد التحكم في تدفق المعلومات مسألة تقنية بحتة، بل أصبح أداة لتوجيه الإرادة البشرية، وصناعة القبول الجمعي بالنظام القائم. ويزداد خطر هذا النوع من الاستعمار؛ لأنه يستهدف فئة الشباب، تلك الفئة التي تشكل طاقة الأمة ومستقبلها.^(٢)

فقد أظهرت دراسة حديثة للباحثة (حنان عبد الوهاب عبد الحميد القاضي) (٢٠٢٣) أن الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي أسهم في تطبيع أنماط جديدة من الاغتراب الثقافي والاجتماعي لدى الشباب الجامعي، نتيجة ما تبثه هذه الوسائط من رموز وافدة، وقيم مغايرة للبيئة المحلية. وتؤكد الدراسة أن ما يُعرف بـ «الاستعمار الإلكتروني»، يُعيد تشكيل الثقافة

١ - إدوارد سعيد: الثقافة والإمبريالية، ص ٢١١ - ٢١٢.

٢ - حمدي حسن أبو العينين، الإعلام الجديد في العالم الإسلامي: إشكالية الثقافة والتكنولوجيا والاستخدام، ص ١٦.

اليومية من خلال المؤثرات البصرية والصوتية، التي تستبدل القيم والعادات، واللغة، وأنماط الحياة الأصلية بأنماط دخيلة مرتبطة بمنظومة الاستهلاك العالمية^(١).

إنَّ أخطرَ ما في هذا التحول أنه يجري تحت شعار «الحرية الرقمية»، بينما هو، في حقيقته، نزعٌ بطيءٌ لقدرة الإنسان على الاختيار المستقل، وتحويله من ذات فاعلة إلى موضوعٍ للتحليل والإحصاء، تُدارُ رغباته وتوجَّهُ قراراته ضمنَ نظامٍ اقتصاديٍّ عالميٍّ لا يراه.

في نهاية المطاف، يمكن القول إنَّ الإعلام اليوم هو الوريث الشرعي للاستعمار القديم، لكنَّه أكثرُ تعقيداً وأشدُّ فاعليَّةً؛ لأنَّه لا يحتاج إلى احتلال الجغرافيا ما دام يملك مفاتيح الوعي. إنَّه المشروع الذي يجعل الإنسان يرى العالم بعيني الآخر، فيرضى بتبعيته، بل يدافع عنها بوصفها حرية.

ثانياً: الشاشة الكلاسيكية حاملةً للهيمنة الغربية

منذ بدايات القرن العشرين، لم تكن الشاشة مجرد وسيلة للتسلية، بل منصّة لإنتاج الخيال السياسي والحضاري للغرب. فـ «هوليوود»، التي قامت على التقاء رأس المال الاحتكاري بالصناعة التقنية المتقدّمة، لم تصنع «السينما» فحسب، بل صنعت معها الوعي الحديث. لقد أدرك القِيَمون عليها مبكراً، أنَّ الصورة أكثر فاعليَّةً من الجيوش في إعادة تشكيل الإدراك الجمعي، وأنَّ السيطرة على الخيال تمهّد الطريق للسيطرة على السلوك. ذلك أنَّ الخيال، كما يقول (مالك بن نبي)، هو ساحة الفعل الحضاري قبل أن يتحقّق في الواقع، ومن يملك خيال الإنسان يملك قراره^(٢).

لم يكن غزو العقول بالضرورة مشهداً دموياً، بل عملية طويلة من تطبيع الرؤية الغربية للعالم عبر الصورة، بحيث تُقدّم قيم الغرب لا بوصفها خياراً حضارياً، بل باعتبارها الطبيعة البشرية ذاتها. في أفلامها الكبرى، من «Lawrence of Arabia» إلى «American Sniper»، أعادت

١ - حنان عبد الوهاب عبد الحميد القاضي: "الاستعمار الإلكتروني وعلاقته بأبعاد الاغتراب لدى الشباب الجامعي بالتطبيق على استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي"، ص ٢٦٥-٣١٠.

٢ - مالك بن نبي، شروط النهضة، ص ١٥٢.

هوليوود إنتاج الأسطورة الاستعمارية: الأبيض المنقذ، والعربي الهمجي، والشرقي الذي يحتاج دائماً إلى التهذيب أو الإنقاذ. هكذا تتكرّر السردية ذاتها في مئات الأفلام، لتؤكد أنّ القوة، والعقل، والبطولة، حكرٌ على الغرب، بينما يُرسم "الآخر" في صورةٍ من الفوضى والعجز واللاعقلانية. وفي كتاب صدر عن جامعة إنديانا الأمريكية في العام ٢٠٢٢، يبيّن فيه باحثون أنّ السينما في السياق الاستعماري لم تكن مجرد أداة ثقافية أو فنية، بل آليةٌ لإنتاج السلطة الرمزية، تُعيد تعريف الشعوب المستعمرة ضمن صورةٍ بصريةٍ تُشرعن التراتب الحضاري وتُجمل السيطرة. لقد عملت الأفلام الاستعمارية على تقديم الشرق العالمي وجنوبه باعتبارهما موقعين للغموض والكسل والعنف، مقابل الغرب بوصفه مركز النظام والعقل والتقدم، وهو ما ورثته هوليوود لاحقاً في سرديتها الامبريالية المعاصرة^(١).

بالنسبة للمتلقّي العادي، فإن السينما مجرد ترفيه، ولكنها في الحقيقة تمارس وظيفةً أعمق هي إعادة إنتاج الهرمية الحضارية بين الغرب وبقية العالم، ولكن عدم فهم عامة الناس لهذا الأمر، يجعل من وظيفتها أكثر فاعلية. ويوضح (إدوارد سعيد) في كتابه «الثقافة والامبريالية»، أنّ الأدب والفن الغربيين شكلاً معاً «الجهاز الرمزي للاستعمار»؛ حيث تُبنى صورة الشرق والجنوب في الوعي الغربي على نحوٍ يُبرّر السيطرة السياسية والاقتصادية. وقد ورثت هوليوود هذا الدور بذكاء، فأعادت إنتاج الاستعمار بصرياً: استعماراً لا يحتاج إلى احتلال، بل يكفي أن يجعل المستعمر يراها «حقيقة»^(٢).

١. الشاشة: من الترفيه إلى التوجيه

لم يكن التلفزيون مجرد وسيلةٍ للتسلية، بل أصبح النسخة الشعبية للمشروع البصري الغربي الذي دشنته السينما. فمن خلال تدفق المسلسلات والبرامج المنمقة، تحول إلى منصّة كونيّة

1 - Nayoung Aimee Kwon, Takushi Odagiri, and Moonim Baek, Theorizing Colonial Cinema: Reframing Production, Circulation, and Consumption of Film in Asia, Indiana University Press, 2022, pp. 35 -39.

٢ - إدوارد سعيد: "الاختلاق، الذاكرة والمكان"، ص ١٤.

لتصدير أنماط الحياة الغربية إلى كل بيت في العالم. لم يعد المحتوى الإعلامي يُقدّم الخبر أو الترفيه فحسب، بل يُقدّم نموذجاً حضارياً كاملاً: في المأكّل واللباس وطريقة الكلام، وفي تعريف النجاح والسعادة والحرية.

في البرامج الأمريكية الشهيرة مثل *The Bold and the Beautiful*، تُقدّم الفردانية بوصفها الحرية، والاستهلاك بوصفه الحب، والجسد بوصفه الهوية. وهكذا تتحوّل القيم الرأسمالية إلى رموز ثقافية يومية يتشربها المتلقّي دون مقاومة، حتّى يغدو المعيار الخُلقيّ الجديد هو "ما تفعله الشاشة"، لا ما تملّيه القيم أو الضمير.

وقد بلغت هذه الهيمنة البصرية ذروتها في البرامج الواقعية (Reality TV) التي أعادت تعريف "النجاح" و"القيمة الإنسانية". فبرامج مثل *Keeping Up with the Kardashians* و *The Real Housewives* و *The Bachelor* تكرّس نموذج الإنسان "الناجح" بوصفه الكائن المترفّ المغمور بالعلامات التجارية، لا المبدع أو المنتج. فالرفاه هنا ليس حالة اجتماعية ناتجة عن العدالة والعمل، بل صورة تلتقط وتستهلك، وتقاس قيمتها بعدد المتابعين أو كمية الرفاه الظاهري المعروف على الشاشة.

لم يبق هذا النموذج الاستهلاكي حبيس الفضاء الغربي، بل تسرّب إلى السياقات العربية من خلال برامج مقتبسة عن نظيراتها الغربية، مثل برامج التعارف وتلفزيون الواقع التي تُقدّم حياة المشاهير بوصفها نموذجاً يُحتذى للأجيال الصاعدة. وبهذا تحوّل الإعلام من فضاء التعبير الجماعي إلى أداة لإعادة صياغة الحلم الجمعي، فلم يعد الحلم يرتبط ببناء الأمة أو خدمة الصالح العام، بل ببناء الذات بعلامة تجارية قابلة للتسويق.

يجري استبدال قيم المشاركة والإنتاج والإسهام الاجتماعي بقيم سطحية ترتبط بالظهور والشهرة والاستهلاك الرمزي، فتُصبح "النجومية" و"الانتشار" غاية الوجود لا وسيلة للعداء أو للإبداع، ويتكرّس نموذج الإنسان الذي يقيس قيمته بما يراه الآخرون لا بما يحققه من أثر حقيقي. ولم يقتصر الأمر على الدراما والترفيه، بل امتدّ إلى البرامج الحوارية والقنوات الإخبارية التي أصبحت منصّات لتسويق الأيديولوجيا النيوليبرالية في ثوب إنساني أو حداثي. تُروّج فيها شعارات مثل "ريادة الأعمال" و"الحرية الفردية" و"تحقيق الذات"، بمعزل عن أي سياق خُلقيّ

أو اجتماعي. وهكذا يُفَرِّغ المفهوم الأصل للحرية، القائم على المسؤولية والإعمار والتكافل، من مضمونه، ليُستبدل بـ حرية الاستهلاك دون معنى.

وفي هذه الحالة، يصبح ما يُقدَّم تحت مسمى "الترفيه" أو "التنمية الذاتية" هو في جوهره تربية اقتصادية على القبول بالنظام القائم؛ حيث يصبح السوق هو الحكم الأخير، والإنسان مجرد وحدة إنتاج واستهلاك. وهي العملية التي وصفها (هربرت شيللر - Herbert Schiller) في كتابه الاتصال والإمبراطورية الأمريكية، بأنها "إعادة تنظيم الإدراك العالمي، بحيث يرى نفسه من خلال العدسة الأمريكية"^(١). فالتلفزيون، في منظومة الهيمنة الحديثة، ليس أداة ترفيه، بل منبر الدين المادي الجديد، يُكرِّس الإيمان بالربح والنجاح الفردي، ويحوّل البشر إلى مؤمنين جدد في معبد الإعلان والاستهلاك؛ حيث تُختزل الكرامة في الملكية، والحرية في الشراء، والمعنى في الصورة.

إن آثار هذه الهيمنة البصرية لم ولن تقف عند حدود الاقتصاد والثقافة، بل امتدّت إلى الوعي السياسي للأجيال الجديدة. فقد بات الإعلام أداة لإعادة تعريف المفاهيم والقيم داخل الذهن الجمعي، بحيث يُعاد رسم خريطة الانتماء والعداء وفق ما تُمليه المراكز الغربية. فالمقاومة تُقدَّم في الخطاب الإعلامي العالمي بوصفها "تطرفاً"، والتمسك بالهوية الثقافية يُصوّر بوصفه "انعزالاً حضارياً"، في حين تُروّج "العلمانية" و"الليبرالية" بوصفهما التعبير الأسمى عن التقدم والعقلانية. وهكذا يُربى جيل الشباب على أن العداء للصهيونية تخلف، وأن نقد الغرب معاداة للتحضر، وأن الإيمان بالقيم الدينية مناقض للحرية.

وهكذا يُسهّم الإعلام المُعوّلَم اليوم في ترسيخ صورة مثالية للعلمانية الغربية بوصفها السبب الجوهري في نهضة الغرب، ومِعيار التقدم الإنساني، فيُظهِر المجتمعات الغربية كأنها بلغت ذروة الحرية والازدهار، من دون أن يعرض جوانب الانهيار الخُلقي أو التفكك الأسري أو الاغتراب الروحي التي تميّز نمط الحياة الغربي. إن هذا الخطاب الانتقائي الموجه يُصوغ وعي الشباب

١ - هربرت أ. شيللر: المتلاعبون بالعقول: (كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة والإعلان ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام؟)، ص ١٩٦.

العربي والإسلامي على نحو يجعله يؤمن بالعلمانية المطلقة إيماناً شبه ديني؛ إذ تُقدّم له على أنّها الطريق الوحيد إلى "التحرّر" و"التنوير". تكمن الإشكالية في أنّ هذا الإيمان الأعمى، كما يُبين (عبد الوهاب المسيري)، لا يتوقّف عند حدود القبول بفصل الدين عن الدولة، بل يتجاوزها إلى تبني النموذج المعرفي الغربي في تفسير الإنسان والعالم، بما يحمله من مادية مطلقة تنزع القداسة عن الوجود، وتُحيل الإنسان إلى كائن استهلاكي تُفَعِّي فاقد للبُعد الروحي^(١).

ويرى (المسيري) أنّ الإيمان بالعلمانية المتطرّقة يقود، في نهاية المطاف، إلى التماهي مع المشروع الصهيوني ذاته؛ لأنّ هذا المشروع هو التعبير الأكثر اكتمالاً عن الرؤية الغربية للإنسان والطبيعة والتاريخ. فحين يُعرّس الإعلام في وعي الشباب أنّ الغرب هو التجسيد الأعلى للحضارة، وأنّ "إسرائيل" تمثّل امتداداً طبيعياً لتفوق الغرب العلمي والسياسي، فإنّ القبول بالكيان الصهيوني يَعدو نتيجةً منطقيةً لذلك التسليم. فالإيمان المطلق بتفوق الغرب يُنتج رؤية تُقبل كلّ ما يصدر عنه، سياسياً وثقافياً، باعتباره معياراً للتّمدّن.

وبهذا المعنى، يمكنُ بسهولة تحويل العلمانيين المتطرّقين إلى صهيانية بالمنهج لا بالهوية؛ لأنّهم ينظرون إلى الإنسان من خلال عين الغرب التي ترى ذاتها مركزاً للعالم وسائر الأمم هوامش تابعة. إنّ خطورة هذه الظاهرة تكمنُ في أنّها تُفكّك المناعة الحضارية للأمم تماماً، وتحوّل وعي الأجيال الجديدة من وعي نقديّ مستقلّ، إلى وعي مندمج في خطاب كوني يهيمن عليه الغرب. إنّ ما تمارسه الشاشة الكلاسيكية هو في جوهره استعمارٌ للخيال، يُعيد ترتيب العالم، بحيث يبدو المركز الغربي وحده حيّاً، وباقي العالم ظلالاً تدور في فلكه. وبهذا، تُحوّل الشاشة الإنسان من متلقٍّ إلى تابعٍ رمزي، يستهلك صوراً تُعرّفه بالعالم وتُعيد تعريفه بنفسه. لقد قال المفكر الإيراني (علي شريعتي): "حين يسيطر الآخر على تعريفك للعالم، فلن تحتاج إلى احتلال أرضك؛ لأنك ستحرصها نيابة عنه". وهذه هي بالضبط وظيفة السينما والتلفزيون اليوم: صناعة حُرّاس الهيمنة في عقولنا، بأدواتٍ من الضوء والخيال.

١ - عبد الوهاب المسيري: العالم من منظور غربي: دراسة في الأنثروبولوجيا المعرفية للغرب الحديث، ص ٥٥.

ثالثاً: الانعكاسات النفسية والاجتماعية للهيمنة الاستعمارية: الإنسان ذو البعد الواحد

لقد نجحت الهيمنة الإعلامية الحديثة في إفراز نموذجها الخاص من الإنسان، أو ما يمكن تسميته - استعارة من الفيلسوف الألماني (هربرت ماركيز - Herbert Marcuse) بـ "الإنسان ذي البعد الواحد"؛ ذلك الإنسان الذي فقد قدرته على التفكير النقدي والتحليل المستقل، وتحوّل إلى كائن استهلاكي مبرمج يعيش داخل دائرة مغلقة من الرغبات المصطنعة. فالإعلام في صيغته المعاصرة لم يعد أداة لإشباع الحاجة، بل أصبح جهازاً لتصنيعها؛ إذ يُعيد تشكيل الوعي ليقس الفرد قيمته الإنسانية بمقدار ما يمتلك لا بما يكونه.^(١)

تنعكس هذه الظاهرة في أعماق طبقات النفس والسلوك الإنساني، فتحدث تحولاً جوهرياً في سيكولوجية الفرد وفي إدراكه لذاته وللعالم من حوله. فالإعلانات والمسلسلات وثقافة «المؤثرين» في المنصات الرقمية لا تكتفي بترويج السلع، بل تُرسخ الاستهلاك نمطاً وجودياً شاملاً، بحيث يُصبح الامتلاك مرادفاً للهوية، والاستهلاك طريقاً للقبول الاجتماعي. لم يعد الإنسان يملك السلعة، بل صارت السلعة هي التي تملكه رمزياً، تُحدّد لغته وذوقه وتمثلاته عن ذاته وعن الآخرين.

وتعبّر هذه الحالة بدقة عما وصفه عالم الاجتماع (بيير بورديو) بـ «العنف الرمزي»، أي السيطرة على الإدراك والمعنى من دون لجوء إلى القهر المادي؛ إذ تُمارس الهيمنة هنا عبر أنظمة الذوق، والقيم الجمالية، والتصنيفات الثقافية التي تُفرض من أعلى، فتتجّ خضوعاً طوعاً يتخفى في ثوب الحرية الشخصية^(٢).

وهكذا تتبدّل علاقة الإنسان بالعالم: فبدلاً من أن يكون الكائن الذي يسخر الأشياء لتحقيق غاياته، يغدو هو ذاته أحد منتجات منظومة الأشياء، منزوع العمق الروحي، وفاقد البوصلة الخلقية، وغارقاً في دوامة من الاستهلاك والفراغ. إنها عبودية جديدة بأقنعة براقة؛ عبودية تُمارس لا بالسلاسل، بل بالشاشات المضئية والوجوه المبتسمة التي تروّج لوهم السعادة الدائمة عبر اقتناء المزيد.

١ - ماركيز هيربرت: الإنسان ذو البعد الواحد، ص ٩.

٢ - بيير بورديو: العنف الرمزي (بحث في أصول علم الاجتماع التربوي)، ص ٢٩.

إنَّ هذا الإنسانَ الاستهلاكيَّ الجديدَ، الذي أفرزته الهيمنةُ الإعلاميةُ، قد أنتجَ منظومةَ قِيَمٍ تُعيدُ تعريفَ الذاتِ والعلاقاتِ الاجتماعيةِ على أُسُسٍ ماديةٍ خالصةٍ. فحينَ يتحوَّلُ الامتلاكُ إلى معيارِ الوجودِ، يُصبحُ الانفصالُ عن الجماعةِ شرطاً لتأكيدِ «الذاتِ»، بوصفها مشروعاً فردياً منفصلاً عن الآخرين. ومن هنا تنبثقُ أخطرُ نتائجِ الهيمنةِ الإعلاميةِ المعاصرةِ، وهي تكريسُ الفردانيةِ المتطرفةِ التي تصوِّرُ الإنسانَ باعتباره ذاتاً مكتفيةً بذاتها، والنجاحَ قيمةً معزولةً عن المسؤوليةِ الاجتماعيةِ أو الخُلُقِيَّةِ^(١).

الإعلامُ الغربيُّ، بمنطقهِ الليبراليِّ، يُعيدُ إنتاجَ هذا النموذجِ باستمرارٍ، مقدِّماً «الذاتَ المستقلةَ» بوصفها ذروةَ الحرِّيَّةِ، في حينَ يقدِّمُ التضامُنُ أو الانتماءُ إلى الجماعةِ باعتباره قيداً أو رجعيَّةً. هذه الفردانيةُ لا تخلقُ بشراً أحراراً، بل أفراداً منعزلينَ يسهلُ التحكمُ فيهم؛ إذ تُفكِّكُ الروابطُ التي تُشكِّلُ الجماعةَ وتُضعِفُ آلياتِ المقاومةِ الثقافيةِ والاجتماعيةِ. يشرح (مالكُ بن نبي) هذه الظاهرةَ بدقَّةٍ حينَ يؤكدُ أنَّ المستعمرَ لا يتنصرُ على الأممِ بالقوَّةِ، بل حينَ يجعلُ أبناءَها «جزراً بشريَّةً متباعدةً لا يجمعُها مشروعٌ ولا قضيةٌ».

وهكذا يتحوَّلُ المجتمعُ إلى شبكةٍ من الأفرادِ المتشابهينَ شكلاً والمنفصلينَ جوهرًا، يتحدونَ فقط عبرَ العلاماتِ التجاريةِ والاتِّجاهاتِ الإعلاميةِ، لا عبرَ القيمِ أو المبادئِ. وتذوَّبُ بذلك الهويَّاتُ المحليَّةُ والدينيَّةُ تحتَ ضغطِ صورةٍ كونيَّةٍ موحَّدةٍ تُعرِّفُ الإنسانَ من خلالِ استهلاكِهِ لا انتمائه، ليغدو «الآخرُ» مرآةَ ذاته لا شريكَهُ في الوجودِ.

من نتائجِ الهيمنةِ الإعلاميةِ في المنظومةِ النيولبراليَّةِ، هو تطبيعُ التفاوتِ والظلمِ الاقتصاديِّ عبرَ تحويلِهما إلى ظواهرٍ «طبيعيَّةٍ» أو «ضروريَّةٍ» للتقدُّمِ. فالفقرُ يُعرَّضُ بصفتهِ فشلاً فردياً، والثراءُ مكافأةٌ للجدارةِ الشخصيةِ، وهكذا يُعادُ إنتاجُ النظامِ القائمِ دونَ حاجةٍ إلى العنفِ الماديِّ.

يُقدِّمُ الإعلامُ هذا النظامَ في قالبٍ من التحفيزِ الإيجابيِّ والتنميةِ الذاتيةِ وريادةِ الأعمالِ، ما يجعلُ المشاهدَ يتماهى مع منظومةٍ تستغلُّه بدلاً من أن يعارضَها. فبدل أن يرى الإنسانُ ذاته جزءاً من جماعةٍ تسعى للعدالةِ، يراها مشروعاً فردياً لتحقيقِ الأرباحِ. إنها صيغةٌ جديدةٌ من الاستعمارِ

1 - Zygmunt Bauman. Consuming Life, P.45.

الرمزي؛ إذ تُستبدل السيطرة العسكرية بسيطرة معرفية ونفسية تُعيد تشكيل الإنسان ليقبل دوره في النظام دون وعي أو مقاومة. وبذلك تكتمل حلقة الهيمنة: من الاقتصاد إلى الإعلام، ومن الصورة إلى الوجدان.

رابعاً: استراتيجيات المقاومة والتحرر الإعلامي

إنَّ الإعلامَ ليسَ ترفاً من ترفِ الكلام، بل هو سلاحُ الوعي في معركة المصير. فالأمة التي لا تملك وسائلَ تعبيرها، تُعبّر عنها بلغات الآخرين، وتُصاغ صورتها في أذهان العالم كما يريدونها.

لم يكن الإعلام يوماً محايداً في صراعه بين المستضعفين والمستكبرين. فمند أن تحوّل إلى أداة للهيمنة الرمزية، غدا ساحة تُدار فيها معركة الوعي لا السلاح. ولذلك، فإنَّ أيَّ مشروعٍ للتحرر لا يكتمل دون تحرير المنظومة الإعلامية من قبضتها الغربية التي تُعيد تشكيل الإدراك، والذوق، والذاكرة وفق مصالحها ومناهجها الفكرية. هذه المواجهة لا تكون برفض الحداثة أو تحييد التكنولوجيا، بل بإعادة تملكها ضمن منظور إنسانيٍّ مقاوم، يرى في الكلمة مسؤولية، وفي الصورة رسالة، وفي الإعلام طريقاً للوعي لا وسيلةً لتفريغ معنى الترفيه أو الهيمنة.

١. استعادة الحق في السرد

إنَّ أولى خطوات التحرر تبدأ من استعادة السردية؛ لأنَّ من يملك الرواية يملك الوعي، ومن يملك الوعي يملك المستقبل.

طالما بقي الآخر يكتب تاريخنا ويصوّر وجوهنا ويتكلّم باسمنا، فستظلُّ الأمة مجرد موضوع في خطاب صنعه غيرها. المطلوب هو إنتاج سرديات محلية متجذرة في ثقافتنا، تعبّر عن الإنسان العربي والمسلم بكرامته وتاريخه، لا بوصفه "الآخر" في مرآة الغرب.

هذا يقتضي تأسيس مراكز دراسات إعلامية مستقلة تُعنى بتحليل الخطاب الإعلامي الغربي وتفكيك رموزه وتدريب جيل من الصحفيين والباحثين على الكتابة النقدية، إلى جانب دعم الإنتاج الثقافي والفني الذي يُعيد بناء الوعي الجمالي والحضاري للأمة.

فالإعلام الذي ينطلق من قيم العدالة والكرامة والتكافل لا يكون ترفاً فكرياً، بل فعلاً مقاوماً يُعيد للإنسان وعيه بفاعليته.

٢. إعلام تحرريّ بديل

التحررُ الإعلامي لا يتحقق بمجرد إنشاء قنوات جديدة تجترُ المفاهيم نفسها، بل ببناء منظومة قيمية مغايرة تنطلق من رؤية حضارية للإنسان، وترفضُ اختزاله في رقم استهلاكيٍّ أو أداة في السوق. فالإعلام المقاوم هو الذي يضع الوعي قبل الشعبية، والمبدأ قبل المصلحة، والإنسان قبل الإعلان. ويتطلب هذا المشروعُ إنشاء مؤسسات مستقلة تُدارُ بعقلية النضال، لا التسويق، إلى جانب تطوير التعليم الإعلامي النقدي في الجامعات، بحيث يتحوّل الطالب من مستهلك للمعلومة إلى ناقد لها.

كما يجب تأسيس شبكات إنتاج إعلاميٍّ عربيٍّ وإسلاميٍّ مشتركة، تتعاون في تبادل الخبرات، وتنتج محتوىً ثقافياً وسينمائياً يعكس قيم الأمم المستضعفة وهمومها، ويكسر احتكار الصورة الغربية للعالم.

٣. توظيف أدوات الهيمنة في مسارات مضادة

من أهم أشكال المقاومة، هو تحويل أدوات الهيمنة إلى أدوات للتحرر. فالمنصات الرقمية التي تُستخدم اليوم لتسويق النموذج الغربي يمكن أن تصبح وسيلةً لنشر روايات بديلة تعبر عن معاناة الشعوب وتجاربها في الصمود والنهوض.

لا يجوز أن تبقى التكنولوجيا حكرًا على المركز، بل يجب أن تتحوّل إلى سلاح معرفيٍّ بأيدي الأطراف، تكتب من خلالها رواية الشعوب بلغاتها ولهجاتها، لتكسر احتكار الصورة الأحادية للعالم.

إن التحالف الإعلامي والثقافي بين شعوب الجنوب العالمي، من فلسطين إلى اليمن ولبنان، ومن فنزويلا إلى بوليفيا وأمريكا اللاتينية، يمكن أن يُشكّل نواةً لتحالف معرفيٍّ مقاوم يُعيد التوازن إلى الخطاب الإنساني العالمي، ويؤسس لوعيٍّ كونيٍّ جديدٍ يقوم على العدالة والتعددية.

الإعلام التحرري، بهذا المعنى، لا يكون مجرد مهنة أو وسيلة، بل رسالة وجودية: هو استعادة للمعنى الإنساني في عالم أفرغ من روحه. إنه يقف في وجه الإعلام الكولونيالي الذي يروج للنيو ليبرالية باسم الحرية، ويُعيد للإنسان وعيه بأنه ليس مستهلكاً في سوق بلا نهاية، بل خليفة في أرض لها غاية. ومن هنا، فإن بناء إعلام تحرري نابع من قيم الأمة ليس ترفاً ثقافياً، بل ركناً من أركان المقاومة الشاملة، تماماً كما كانت الكلمة، في فكر الأنبياء، أداة لبناء الإنسان قبل أن تكون وسيلة لتبليغ الرسالة.

خاتمة

رأينا في فصول البحث كيف أن الإعلام لم يعد مجرد وسيط ناقل للخبر أو أداة للتسلية، أو ربما لم يكن يوماً كذلك. بل هو منظومة فكرية متكاملة لإنتاج العالم وإدارته رمزياً. لقد بينت المحاور السابقة أن السيطرة على العقول لا تحتاج اليوم إلى الجيوش، بل إلى الشاشات، وأن أخطر أنواع الاحتلال هو ذاك الذي يمارس في الوعي لا على الأرض. فالإعلام، بمختلف تجلياته التقليدية والرقمية، أصبح البنية التحتية للهيمنة الاستعمارية الحديثة؛ يُعيد تعريف الواقع، ويصنع الرغبة، ويرمج الوعي الجمعي وفق مصالح المراكز الامبريالية التي تحتكر المعرفة والصورة والمعنى. ولكن هذه الهيمنة لم تكن لتترسخ لولا "القابلية للاستعمار" في صورتها الثقافية الجديدة، أي استعداد المجتمعات لتبني النموذج الغربي بوصفه المعيار الأوحَد للتحضر. فالإنسان الذي يعيش في فضاء إعلامي مهيمن، يُقاس وجوده بما يستهلك لا بما يُنتج، وتُختزل حريته في حرية الاختيار بين خيارات صُممت سلفاً له. وهكذا يُعاد إنتاج إنسان جديد، فقد عمقه الروحي، وتحول إلى مستهلك مبرمج، يسكن عالماً من الرموز لا من القيم، وتصبح العبودية طوعية والهيمنة ذاتية.

وفي ضوء ذلك، خلص البحث إلى أن مواجهة هذه البنية الإعلامية لا يمكن أن تكون بخطابات خلقية أو شعارات إنشائية، بل بعمل حضاري شامل يُعيد بناء المشروع المعرفي للأمة. إن التحرر الإعلامي لا يبدأ من القنوات ولا من الخوارزميات، بل من الإنسان الذي

يستعيدُ وعيَهُ برساليته ودوره في التاريخ. فلا مقاومة بلا وعي، ولا وعي بلا سرديّة نابعة من الذات. لذلك، فإنّ استعادة الحقّ في السرد والسيطرة على أدواته تمثل الخطوة الأولى في طريق التحرّر: أن نكتب قصّتنا بأدواتنا، ونرى العالم بعيننا، ونعرّف التقدّم وفق مقاصدنا لا وفق معايير السوق والإمبراطورية.

لقد حاولَ هذا البحثُ أن يقدّم إطلالةً على الإعلام بوصفه ميداناً للصراع الحضاريّ؛ حيثُ تتقاطعُ القيمُ والمصالحُ والمعاني. ودعا إلى استثمار أدواتِ الحداثَةِ لا رفضها، وتطويع التكنولوجيا لا الخضوع لها، وإقامة تحالف ثقافيٍّ بين الشعوبِ الحرّةِ في الجنوبِ العالميِّ لتبادلِ السرديّاتِ وبناءِ إعلامٍ مقاومٍ يتجاوزُ الحدودَ. فالإعلامُ في جوهره ليسَ صناعةً محتوًى، بل صناعةً إنسانً؛ إمّا أن يكونَ عبداً للآلةِ أو حرّاً في وجهها.

إنّ معركةَ الإعلامِ اليومَ ليستُ معركةَ خبرٍ وصورةٍ، بل معركةَ المعنى والذاكرة. فإمّا أن نكونَ مستهلكينَ للصورِ التي يصنعها الآخرونَ، أو أن نصبحَ صنّاعَ رؤيتنا للعالم. إمّا أن نبقيَ أسرى الخطابِ النيوليبراليِّ الذي يربطُ الحرّيّةَ بالاستهلاكِ، أو أن نعيدَ تعريفها بوصفها مسؤوليّةً خُلقيّةً وكرامةً وجوديّةً. لقد آنَ الأوانُ لأن نتحرّرَ من استلابِ الكلمة والصورة، وأن نؤمنَ بأنّ الإعلامَ المقاومَ هو شكّلٌ من أشكالِ الجهادِ المعرفيِّ، وساحةٌ لاستعادة المعنى الإنسانيِّ في زمنٍ استبدلتُ فيه الحقيقةُ بالإعلانِ، والوعيُّ بالإبهارِ، والإنسانُ بالعلامةِ التجارية.

إنّ بناءَ إعلامٍ تحرريٍّ نابعٍ من قيمِ الأُمّةِ ليسَ ترفاً ثقافياً، بل واجباً حضارياً ومقدّساً، لأنّ الأُممَ لا تُقهرُ حينَ تمتلكُ سلاحَ الكلمة، ولا تُهزَمُ ما دامَ أبناؤها يملكونَ القدرةَ على روايةِ حكايتهم.

المصادر والمراجع

الكتب:

- أنطونيو غرامشي: دفاتر السجن (في الثقافة والهيمنة)، ترجمة: فواز طرابلسي، دار الفارابي، بيروت، ط ١، ٢٠١٠.
- إدوارد سعيد: الثقافة والإمبريالية، ترجمة: كمال أبو ديب، دار الآداب، بيروت، ط ١، ١٩٩٣.
- آسا بريغز، وبيتر بيرك: تاريخ اجتماعي لوسائل الإعلام: من غوتنبيرغ إلى الإنترنت، بوليتي برس، كامبريدج، لا ط، ٢٠١٠.
- بير بورديو: الهيمنة الرمزية، دار مينوي، باريس، لا ط، ١٩٨٩.
- بير بورديو: العنف الرمزي (بحث في أصول علم الاجتماع التربوي)، المركز الثقافي العربي، بيروت، ١٩٩٤.
- باومان زيغمونت: الحياة الاستهلاكية، بوليتي برس، كامبريدج، لا ط، ٢٠٠٧.
- جوزيف س. ناي: القوة الناعمة (وسيلة النجاح في السياسة الدولية). ترجمة: محمد توفيق البجيرمي، تقديم: عبد العزيز عبد الرحمن الثنيان، العبيكان للنشر، الرياض، ط ١، ٢٠٠٧.
- عبد الوهاب المسيري: العالم من منظور غربي: دراسة في الأنثروبولوجيا المعرفية للغرب الحديث، دار الشروق، القاهرة، لا ط، ٢٠٠١.
- مارشال ماكلوهان: فهم وسائل الإعلام: امتدادات الإنسان. ماكغرو هيل، نيويورك، لا ط، ١٩٦٤.
- مالك بن نبي: شروط النهضة، دار الفكر، دمشق، ط ٢٠، ٢٠١٥.
- مالك بن نبي: مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، دار الفكر، دمشق، لا ط، ٢٠٠٧.
- ميشيل فوكو: المراقبة والعقاب. ترجمة: عبد السلام بنعبد العالي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لا ط، ١٩٩٥.
- هربرت أ. شيللر: المتلاعبون بالعقول: كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة

والإعلان ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام؟ ترجمة: عبد السلام رضوان، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، ع ٢٤٣، آذار ١٩٩٩.

• هيربرت ماركيوز: الإنسان ذو البعد الواحد، ترجمة: جورج طرايشي، دار الآداب، بيروت، لا ط، ١٩٨٨.

• نايونغ كوون، تاكوشي أوداغيري، ومونيم بايك (محررون): Theorizing Colonial Cinema: Reframing Production, Circulation, and Consumption of Film in Asia. بلومنجتون: مطبعة جامعة إنديانا، ٢٠٢٢.

الدراسات والمقالات (العربية):

• أحمد بوعبزة، ومحمد الأمين توميم: "الدعاية الإعلامية الغربية ودورها في صناعة الحروب والنزاعات (الاحتلال الأمريكي للعراق نموذجاً)"، مجلة إضاءات للبحوث والدراسات، المجلد ١، العدد ١، ٢٠٢٢، ص ١٧.

• <https://asjp.cerist.dz/en/article/174751>

• إدوارد سعيد: "الاختلاق، الذاكرة والمكان"، ترجمة رشاد عبد القادر، مجلة الآداب الأجنبية، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، العدد ١٠٤، تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٠٠، ص ١٤.

• حنان عبد الوهاب عبد الحميد القاضي: "الاستعمار الإلكتروني وعلاقته بأبعاد الاغتراب لدى الشباب الجامعي بالتطبيق على استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، المجلد ٥، العدد ٢، يوليو ٢٠٢٣، ص ٢٦٥-٣١٠.

• حمدي حسن أبو العينين: "الإعلام الجديد في العالم الإسلامي: إشكالية الثقافة والتكنولوجيا والاستخدام"، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، دار الورسم، الجزائر، العدد الأول، المجلد الأول، ٢٠١٢، ص ١٦.

• سامية إدريس: "نقد الاستشراق الجديد في كتاب ما بعد الاستشراق: الغزو الأمريكي للعراق وعودة الكولونياليات البيضاء؛ مقارنة إستيمولوجية"، مجلة التأويل وتحليل الخطاب،

- المجلد ٥، العدد ٢، ١٥ تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٢٤، ص ٢٢٥-٢٤٢.
- زوبير زرزايحي: "العولمة والهوية الثقافية في زمن الإعلام الجديد"، مجلة المعيار، المجلد ٢٤، العدد ٣، ١٥ حزيران/يونيو ٢٠٢٠، ص ٥٣٧-٥٤٩.

المراجع الأجنبية:

- Alemán Carreón, Elisa Claire; Nonaka, Hirofumi; Hentona, Asahi; & Yamashiro, Hirochika. "Measuring the Influence of Mere Exposure Effect of TV Commercial Adverts on Purchase Behavior Based on Machine Learning Prediction Models." Information Processing & Management, Vol. 56, No. 4, 2019, pp. 1339-1355.
- <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.03.007>
- Bauman, Zygmunt. Consuming Life. Cambridge: Polity Press, 2007.
- <https://realsociology.edublogs.org/files/2013168709399-/09/Zygmunt-Bauman-Consuming-Life-20071107-cis.pdf>
- Doucet, Lyse. "Syria & the CNN Effect: What Role Does the Media Play in Policy-Making?" Dædalus, American Academy of Arts and Sciences, Vol. 147, No. 1, Winter 2018, pp. 141-157.
- <https://www.amacad.org/publication/syria-cnn-effect-media-policy-making>
- Forest, J. J. F. "Political Warfare and Propaganda: An Introduction." Journal of Advanced Military Studies, Vol. 12, No. 1, 2021, pp. 13-33.
- <https://doi.org/10.21140/mcu.20211201001>
- Edward S. Herman and Noam Chomsky. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. The Bodley Head, London, 2008, p. 29.
- Iman M. M. Zahra. "The Role of Media in Conflict Management:

A Secondary and Critical Analysis.” Arab Journal of Media & Communication Research, Vol. 47, 2024, pp. 41–55.

https://jkom.journals.ekb.eg/article_405130.html?lang=en

- Marshall McLuhan. Understanding Media: The Extensions of Man, Gingko Press, California, 2003, pp. 100–106.
- Otaibi, Tala, and Johnny Achkar. “The Evolution of Mind Control: How the Media Controls What the Public Thinks.” The Phoenix Daily, May 27, 2021. <https://www.thephoenixdaily.net/>
- Stuart Hall. “Encoding/Decoding.” In Culture, Media, Language, London: Hutchinson, 1980, pp. 128–138.
- https://spkb.blot.im/_readings/EncodingDecoding_HALL_1980.pdf