



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

• الحرب الرقمية

أ.د. أمين سعيد عبد الغني

• إشكاليات بحوث الإعلام الرقمي

أ.د. حسن علي محمد

• الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات الإعلام

أ.د. عبد الله الرفاعي

• أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي

أ.د. مناور الراجحي - د. سليمان محمد

• أخلاقيات العلاقات العامة وممارستها

أ.د. عبدالرزاق الدليمي - أ. وليد كاطع

• توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام

أ.د. عبدالرزاق الدليمي

• الحرب الرقمية والأمن السيبراني

أ.د. حبيب البدوي

• الصحافة العلمية في ضوء التأهيل الإعلامي الأكاديمي بالجامعات المصرية

د. سهير سيف الدين - د. إيمان إبراهيم

• المداخل النظرية لدراسة الأداء المهني للقائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية

د. محدث رشدي

العدد الثالث: يناير - يونيو ٢٠٢٤

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الثالث: يناير-يونيه ٢٠٢٤

Digital Media Research Journal
Quarterly Scientific Journal issued by
The Faculty of Media and Communication
Technology - Suez University

• Digital War.

Prof. Dr. Amin Said AbdulGhani

• Problems of Digital Media Research.

Prof. Dr. Hassan Ali Muhammad

• Modern Trends in Media Studies and Practices.

Prof. Dr. Abdullah Al-Rifai

• Impact of Social Media on Enhancing National Identity among Kuwaiti Youth.

Prof. Dr. Manawer Al-Rajhi, Dr. Suleiman Muhammad

• Ethics of Public Relations Practice.

Prof. Dr. AbdulRazzaq Al-Dulaimi, Dr. Walid Katea

• Employing Myth in the Media.

Prof. Dr. AbdulRazzaq Al-Dulaimi

• Cyber warfare and cybersecurity.

Prof. Dr. Habib Al-Badawi

• Scientific Journalism in Light of Academic Media Qualification in Egyptian Universities.

Dr. Sohair Seif El-Din, Dr. Iman Ibrahim

• Theoretical Approaches of studying the Professional Performance of Communicator in Media Studies.

Dr. Medhat Rushdi

The 3rd Issue
Jan-June
2024



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

الهيئة الاستشارية:

الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة الشارقة - الإمارات	أ. د. أحمد فاروق رضوان
الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة مصر الدولية	أ. د. حمدي حسن
العميد الأسبق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة	أ. د. سامي عبدالعزيز
عميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة	أ. د. سامي الشريف
عميد المعهد الدولي للعالي للإعلام بأكاديمية الشروق	أ. د. سهير صالح
الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة عين شمس	أ. د. السيد بهنسي
رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	أ. د. عادل عبدالغفار
الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة	أ. د. عادل فهمي
الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة قطر	أ. د. عبد الرحمن محمد الشامي
الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - السعودية	أ. د. عبد الرحمن بن نامي المطيري
الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية - الأردن	أ. د. عبد الرزاق محمد الدليمي
عميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر	أ. د. محمد شومان
الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا	أ. د. محمد سعد
الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة	أ. د. مني الحديدي
عميد كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا	أ. د. هويدا مصطفى

مجلة بحوث الإعلام الرقمي
دورية علمية محكمة تصدر عن
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

مدير التحرير

أ. م. د. السيد عبد الرحمن علي

سكرتير التحرير

د. رباب حسين العجاوي

السكرتير الإداري

أ. مي محمد سليم

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ. د. أمين سعيد عبد الغني

مساعد ورئيس التحرير

أ. د. حسن علي محمد

العميد الأسبق لكلية الإعلام - جامعة السويس

أ. د. محمد رضا أحمد

الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة السويس

أ. د. عبد الله بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ. د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ. د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات:

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير -
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس - السويس - مدينة السلام (١).

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023/24417

التقييم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

أهداف المجلة:

- الإسهام في تطوير المعرفة ونشرها، وذلك بنشر البحوث العلمية الأصيلة، والمراجعات العلمية في مجالات البحوث والدراسات في مجالات تخصص الإعلام الرقمي المختلفة.
- نشر البحوث العلمية المبتكرة، التي يقدّمها أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية والعربية، والباحثون في المجالات العلمية لتخصص الاعلام الرقمي.
- توفير فرصة التقويم العلمي للبحوث من خلال إخضاع البحوث للرأي العلمي الذي يأخذ على عاتقه تقويم الجوانب العلمية والمنهجية في البحث العلمي.
- معالجة القضايا المعاصرة في إطار البحث العلمي، وتوظيفها في خدمة المجتمع، وخدمة القضايا الجوهرية التي تأسست من أجلها المجلة، وعلى رأسها التحول الرقمي.
- رصد ومتابعة اتجاهات البحث العلمي، من خلال الوقوف على النتائج العلمية للبحوث التي تصدرها المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث المتخصصة.
- اهتمامات المجلة:
- تعنى المجلة بنشر:
- البحوث العلمية الرصينة في مجالات تخصص الإعلام الرقمي.
- البحوث والدراسات النقدية التي تتصل بالإصدارات في مجالات التخصص التي تعنى بها المجلة.
- البحوث والدراسات العلمية المعنية بمعالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة في المجتمع، وخصوصاً التحول الرقمي.
- البحوث والتقارير والترجمات العلمية، وعرض الكتب الجديدة في مجال الإعلام الرقمي ومراجعتها.
- التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية في تخصص الإعلام الرقمي في مصر والعالم العربي والعالم.

قواعد النشر:

- أن تكون البحوث متخصصة في مسألة من المسائل التي تهتم بها المجلة.
- أن تكون البحوث متسمة بالعمق والأصالة، بحيث يضيف كل بحث جديداً إلى المعرفة.
- أن تكون البحوث موثقة من الناحية العلمية بالمراجع والمصادر والوثائق.
- تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.
- أن يقر صاحب البحث بأن بحثه عمل أصيل له وليس مشتقاً من رسالتي الماجستير والدكتوراه العائدتين له.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره، ويقدم الباحث تعهداً بذلك.
- ألا يكون البحث مقمداً للنشر في مجلة أخرى.
- لا يجوز نشر البحث في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة كلية الإعلام جامعة السويس إلا بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء أنشرت أم لم تنشر.
- يُمنح الباحث نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه مع خمس مستلآت منه.

متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع (بمقاس A4 / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

- تُدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في متن البحث، وتكون الرسوم والأشكال باللونين الأبيض والأسود وترقم ترقيماً متسلسلاً، وتكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية في أسفلها.
- تُدرج الجداول في متن البحث وترقم ترقيماً متسلسلاً وتكتب أسماؤها في أعلاها، أما الملاحظات التوضيحية فتكتب أسفل الجدول.
- تُذكر الهوامش آخر البحث، وتذكر بعدها مباشرة قائمة المصادر والمراجع مرتبة ترتيباً هجائياً.
- يجب أن يحتوى البحث على ملخص وافٍ بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة المكتوب فيها البحث، وملخص وافٍ أيضاً بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة الإنجليزية، ويكتب الملخصان في صفتين مستقلتين.
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمي باللغة العربية وبجانبه المصطلح باللغة الإنجليزية أو الفرنسية عند وروده أول مرة، ويكتفى بعد ذلك بكتابته باللغة العربية.

فهرس المحتويات

• الحرب الرقمية

أ. د. أمين سعيد عبدالغني ١

• إشكاليات بحوث الإعلام الرقمي

أ. د. حسن علي محمد ٢٥

• الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات الإعلام: الابتكار وريادة الأعمال الإعلامية

أ. د. عبدالله بن محمد الرفاعي ٣١

• أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي: دراسة ميدانية

أ. د. مناور بيان الراجحي ود. سليمان محمد ٦٥

• أخلاقيات العلاقات العامة وممارستها: بحث تأصيلي تنظيري

أ. د. عبدالرزاق محمد الدليمي وأ. وليد كاطع ١٠٣

• توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام: بحث استقرائي تحليلي في إطار القرن ٢١

أ. د. عبدالرزاق محمد الدليمي ١٢٩

• الحرب الرقمية والأمن السيبراني: خطر التهديدات يقابله تعزيز الدفاعات

أ. د. حبيب البدوي ١٥٣

• الصحافة العلمية في ضوء التأهيل الإعلامي الأكاديمي بالجامعات المصرية

د. سهر سيف الدين ود. إيمان إبراهيم ١٨١

فهرس المحتويات

• المداخل النظرية لدراسة الأداء المهني للقائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية

د. مدحت رشدي ١٩٩

• دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعي المرأة السعودية بالأمن الغذائي

أ. آلاء عبدالمحسن، تحت إشراف أ.م.د. سالي أسامة ٢٣٥

• دور منصات التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية في الحد من التعصب الرياضي

أ. منيرة عبد الرحمن، تحت إشراف أ.م.د. سالي أسامة ٢٦٧

• تحليل مشاعر مستخدمي منصة (X) للمرأة السعودية

أ. نوره فهيد عيد، تحت إشراف أ.م.د. سالي أسامة ٢٩٩

مقدمة العدد

"أما قبل"

إن صدور مجلة علمية متخصصة هو ميلاد أمل جديد، وخصوصاً إذا كانت هذه المجلة بعنوان "مجلة بحوث الإعلام الرقمي"؛ لأنها تأخذنا مباشرة إلى ساحات علوم المستقبل، وهي علوم وبحوث العصر الرقمي الذي تعيشه الإنسانية الآن، ويأتي العدد الثالث من هذه المجلة الوليدة أيضاً كخطوة من خطوات استكمال البناء العلمي لكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة السويس، وذلك بعد اعتماد وبدء برنامج الماجستير: «الإعلام الرقمي»، وهو أحد البرامج الخاصة بالدراسات العليا بالكلية، فضلاً عن الدبلومات المهنية، التي تم اعتمادها أيضاً، والعمل مستمر في باقي البرامج في مرحلتها الماجستير والدكتوراه لالتقاء منها قريباً إن شاء الله.

ويطالع القارئ في هذا العدد مقالين علميين، المقال الأول تحت عنوان: «الحرب الرقمية»، للأستاذ الدكتور أمين سعيد، عميد الكلية. والمقال الثاني للأستاذ الدكتور حسن علي، العميد الأسبق للكلية، وهو بعنوان: «إشكاليات بحوث الإعلام الرقمي».

كما يضم هذا العدد بين دفتيه عشر دراسات تناول موضوعات مجتبية على قدر كبير من الأهمية، فقد جاءت الدراسة الأولى تحت عنوان: «حول الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات الإعلام: الابتكار وريادة الأعمال الإعلامية»، قراءة وترجمة وتحرير الأستاذ الدكتور عبد الله بن محمد الرفاعي، الأستاذ بقسم الصحافة والإعلام الجديد، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض. أما الدراسة الثانية فقد أعدها كل من الأستاذ الدكتور مناور بيان الراجحي، الأستاذ بقسم الصحافة، كلية الآداب، جامعة الكويت، والدكتور سليمان محمد آرتي، الأستاذ المساعد بقسم النقد والأدب المسرحي وعضو مجلس إدارة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بالكويت، وهي تحت عنوان: «أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي: دراسة ميدانية».

وجاءت الدراسة الثالثة تحت عنوان: «أخلاقيات العلاقات العامة وممارستها: بحث تأصيلي تنظيري»، وهي من إعداد الأستاذ الدكتور عبدالرزاق محمد الدليمي، الأستاذ بقسم الإعلام بكلية الحواري بجامعة التقنية الأردنية، والأستاذ وليد كاطع، بكلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق. أما الدراسة الرابعة فقد جاءت تحت عنوان: «توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام: بحث استقرائي تحليلي في إطار القرن ٢١»، وهي أيضاً من إعداد الأستاذ الدكتور عبدالرزاق محمد الدليمي، الأستاذ بقسم الإعلام بكلية الحواري بجامعة التقنية الأردنية.

وقد جاءت الدراسة الخامسة تحت عنوان: «الحرب الرقمية والأمن السيبراني: خطر التهديدات يقابله

تعزير الدفاعات"، وأعدّها الأستاذ الدكتور حبيب البدوي، الأستاذ بقسم اللغة اليابانية جامعة لبنان .
أما الدراسة السادسة فقد كانت من إعداد كل من الدكتورة سهير سيف الدين والدكتورة إيمان إبراهيم،
وهي تحت عنوان: «الصحافة العلمية في ضوء التأهيل الإعلامي الأكاديمي بالجامعات المصرية». .
في حين جاءت الدراسة السابعة تحت عنوان: «المداخل النظرية لدراسة الأداء المهني للقائم بالاتصال
في الدراسات الإعلامية»، للدكتور مدحت رشدي، الكاتب الصحفي بمؤسسة أخبار اليوم.
وتحت إشراف الدكتورة سالي أسامة، أستاذة الإعلام المشارك بجامعة الملك فيصل، جاءت
الدراسات الثامنة والتاسعة والعاشر، فكانت الدراسة الثامنة تحت عنوان: «دور مواقع التواصل
الاجتماعي في تنمية وعي المرأة السعودية بالأمن الغذائي»، للأستاذة آلاء عبدالحسن الشيعي، الباحثة
بجامعة الملك فيصل . والدراسة التاسعة كانت للأستاذة منيرة عبد الرحمن الماجد، الباحثة بجامعة الملك
فيصل، وهي تحت عنوان: «دور منصات التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية في الحد من التعصب
الرياضي». أما الدراسة العاشرة فقد كانت من إعداد الأستاذة نوره فهيد عيد الدوسري، الباحثة
بجامعة الملك فيصل، وهي تحت عنوان: «تحليل مشاعر مستخدمي منصة (X) للمرأة السعودية». .
والله من وراء القصد،،

مدير التحرير
أ.م.د. السيد عبدالرحمن

توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام

بحث استقرائي تحليلي في إطار القرن ٢١

الأستاذ الدكتور عبدالرزاق محمد الدليمي

قسم الإعلام بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية الأردنية

المخلص

يركز هذا البحث على مقارنة بين الآراء المؤثرة على وسائل الإعلام والأسطورة التي تشخصه هذه الآراء فيها. في الباب السابع من كتابه "الجمهورية"، يروي أفلاطون أسطورة الكهف على لسان معلمه "سقراط"، التي وصفها أفلاطون في عمله باعتبارها جزءا أساسيا بكتابه الفلسفي (الجمهورية)، والتي تنص على أن شكل أنظمة الاتصالات الاجتماعية والثقافية أيا كانت، فإنها تعطي صورة زائفة لنموذج من المفترض أن يعادل حقيقة واقعة. يجب أن تكون هذه الخاصية 'الوهمية' مؤهلة، وذلك عن طريق القوة التحولية ومدى إمكانية وسائل الاتصال كنموذج وكأداة تغيير ثقافي. وهذا ما حاول بعض من العلماء النقاش فيمثل مارشال ماكلوهان الذي استنتج أن الوسيلة هي الرسالة، كذا في تحليل مدرسة فرانكفورت، وفي نظرية كارل ماركس (صنم السلعة)، كما كشفت دراسات أخرى جوانب من هذه التحليلات للعناصر الثقافية والرمزية في انتشار وسائل الاتصال ومنها عن الصراع بين الجهل والمعرفة، بين الوهم والحقيقة. ويحاول هذا البحث توضيح حجم استمتاع الجمهور المستخدم لوسائل الاتصال في القرن الحادي والعشرين، بالرسالة المهيمنة لهذه الوسائل الخطيرة، سيما إذا أخذنا بعين الاعتبار نوع النقد الخاص للعلاقة بين صناعة الرسالة الاتصالية (الإعلامية الدعائية الإعلانية) وبين وسائل الاتصالات الناقلة لها التي ما تزال قائمة في العقود الثلاثة من القرن الحادي والعشرين.

Summary

This research focuses on a comparison between the opinions influencing the media and the myth that these opinions characterize in it. In the seventh chapter of his book "The Republic," Plato narrates the myth of the cave through his teacher "Socrates," which Plato described in his work as an essential part of his philosophical book (The Republic), which states that the form of social and cultural communication systems, whatever they may be, gives a false image. A model is supposed to be equivalent to reality. This 'imaginary' quality must be qualified by the transformative power and potential of communication as a model and tool for cultural change. This is what some scholars tried to discuss, such as Marshall McLuhan, who concluded that the medium is the message, as well as in the analysis of the Frankfurt School, and in Karl Marx's theory (commodity fetishism). Other studies also revealed aspects of these analyzes of the cultural and symbolic elements in the spread of means of communication, including the conflict between Ignorance and knowledge, between illusion and reality. This research attempts to clarify the extent to which the public who uses means of communication in the twenty-first century enjoys the dominant message of these dangerous means, especially if we take into account the special type of criticism of the relationship between the communication message industry (advertising media) and the means of communication that transmit it, which still exists in decades. All three of the 21st century.

مدخل نظري

تأخذ معظم كتابات أفلاطون الفلسفية شكل حوارات أو مناظ Glaucon تخيله كيف يتم فيه سجن الناس منذ الطفولة، ولكن يسمن الولادة. يتم تقييد هؤلاء السجناء بالسلاسل بحيث يتم تثبيت أرجلهم وأعناقهم، مما يجبرهم على التحديق في الحائط أمامهم وعدم النظر إلى الكهف أو بعضهم البعض أو أنفسهم خلف الأسرى نار وبين النار والسجناء ممر مرتفع بجدار منخفض يسير خلفه الناس حاملين أشياء ودمى "رجال وكائنات حية أخرى" (١). ويبلغ عدد جميع الحوارات التي كتبها أفلاطون اثنين وأربعين حواراً. ويعتقد أن هذا العدد فقط من الحوارات هو كل ما كتبه. إن حوارات أفلاطون هي مناقشات فلسفية بين فردين أو أكثر وتركز هذه المناقشات على مواضيع مثل العدل والصدقة الفضيلة. (٢)

يبدأ أفلاطون جعل سقراط يطلب من الناس تمشي خلف الحائط حتى لا تلقي أجسادهم بظلالها على السجناء لكي يراها، لكن الأشياء التي يحملونها تفعل ("تماماً كما أن العرائس الدمى لديهم شاشات أمامهم يعملون فيها دماءهم (لا يستطيع السجناء رؤية ما يحدث خلفهم). إنهم قادرون فقط على رؤية الظلال الملقاة على جدار الكهف أمامهم. أصوات أناس يتحدثون صدى على الجدران. يعتقد السجناء أن هذه الأصوات تأتي من الظل، محاورات أفلاطون ليست مجرد أعمال فلسفية عظيمة؛ بل تعتبر أعمالاً أدبية عظيمة كذلك. فالحوارات مكتوبة بعناية وبلاغة. تختلف الطريقة المحددة التي يستخدم بها شخصية سقراط إلى حد ما خلال الفترات المختلفة التي كتب فيها أفلاطون. يقترح سقراط أن الظلال هي حقيقة بالنسبة للسجناء لأنهم لم يروا شيئاً آخر من قبل؛ إنهم لا يدركون أن ما يرونه هو ظلاً للأشياء أمام النار، ناهيك عن أن هذه الأشياء مستوحاة من أشياء حقيقية خارج الكهف لا يرونها. (٣)

أفلاطون ونظرية المثل بالنسبة لأفلاطون هناك عالمان وهما العالم المادي/ الحسي وعالم الأشكال/المثل. الأشياء (Forms) هي تلك الأشياء التي ندركها من خلال حواسنا: شجرة، سيارة، طاولة، كرسي.. إلخ. كل شيء العالم المادي يتغير باستمرار على سبيل المثال، الطاولة تتآكل والقماش يبلى. أما في عالم المثل فالأشياء لا تبلى فهي مطلقة كاملة فوق الزمان والمكان. عالم الأشكال/المثل هو العالم الحقيقي وهو عالم سامٍ شريف عاشت فيه النفس قبل أن تهبط للأرض وتلحق بالبدن. أما العالم المادي/ الحسي هو مجرد محاكاة لعالم المثل الحقيقي. أي شيء موجود في العالم المادي الحسي ما هو إلا صورة ناقصة وظل للأشكال الكاملة السرمدية في عالم المثل. على سبيل المثال. الجمال في عالم المثل هو جمال مطلق والعدل هو عدل مطلق.. إلخ. (٤)

أسطورة الكهف

في الباب السابع من كتابه "الجمهورية"، يروي أفلاطون أسطورة الكهف على لسان معلمه "سقراط". وهي ترمز إلى أن النفس الإنسانية مثل أشخاص مقيدون بسلاسل في كهف، وخلفهم نار ملتهبة تضيء الأشياء وتطرح ظلالها على السور الذي أمامهم فهم لا يرون الأشياء الحقيقية، بل يرون ظلالها المتحركة، ويظنون أنها هي الحقائق. وإذا خرج أحدهم من الكهف يعرف أن الأشياء خارج الكهف تختلف عن الأشياء بداخله، وأن هذه الأشياء ما هي إلا ظلال للأشياء التي تقع خارج الكهف. وإذا أراد الشخص الذي خرج من الكهف أن يخبر الأشخاص الذين في الكهف، ويعلمهم أنهم يعيشون أوهاما سيكذبونه بل وسيريدون الفتك به. (٥) فالكهف في هذه الأسطورة هو العالم المحسوس، والظلال هي المعرفة الحسية، والأشياء الحقيقية التي تحدث خارج هذه الظلال هي المثل، أما السجين الذي تمكن من التحرر من قيوده والصعود خارج الكهف، إنما يرمز إلى وضع الفيلسوف في هذا العالم.

يستخدم أفلاطون أيضا أسطورة الكهف من ناحية فلسفية. الناس الذين يجب أن يحكموا هم فقط الذين لديهم المقدرة للخروج من الكهف ورؤية الواقع الحقيقي (عالم المثل). والجدير بالذكر أن أفلاطون كان ضد الواقع السياسي في أثينا. كان يعتقد أن الناس المميزين هم وحدهم من يصلحون للحكم. أي أن الحاكم المثالي هو الملك-الفيلسوف، لأن الفلاسفة هم وحدهم لديهم القدرة على رؤية عالم المثل. يحتاج أفلاطون بأنه فقط عندما يعتلي الفيلسوف العرش، سيتمكن المواطنون بالخروج من الكهف ورؤية ضوء الشمس. (٥)

أفلاطون ونظرية الروح الثلاثية

في حوار "فيدروس"، يعتبر أفلاطون أن النفس الإنسانية تتألف من ثلاثة أجزاء: الجزء العاقل، الجزء الغاضب، الجزء الشهواني. يرمز أفلاطون إلى النفس الإنسانية بالعربة التي يجرها حصانان أحدهما أسود والآخر أبيض، وقائد العربة يمثل النفس العاقلة (Nous)، أي الحكمة والرشاد. وهذا الجزء من النفس يختص بالإنسان وحده. أما الحصان الأبيض على اليمين يمثل النفس الغاضبة (Spirited) وهي موجودة بجانب القلب، وهي تختص بالشجاعة والحماس والنصر والتحدي والقوة. ويشترك فيها الإنسان والحيوان. والحصان الأسود على اليسار يمثل النفس الشهوانية (Appetite)، فهي كالحيوان كل ما يهتمها اللذة والمتعة، أي الرغبة للجنس أو الأكل ويعتقد أفلاطون إنها موجودة في البطن. (٦)

ظهرت مواضيع وصور كهف أفلاطون في الفكر والثقافة الغربية بأشكال ومضامين عديدة مثل استخدام فرانسيس بيكون مصطلح "أصنام الكهف" للإشارة إلى أخطاء العقل الناشئة عن التحيزات والانشغالات الشخصية للأفراد.

ذكر توماس براون في خطابه عام 1658، Urn Burial: "حوار بين رضيعين في الرحم فيما يتعلق بحالة هذا العالم، قد يوضح بشكل رائع جهلنا بالآخر، ومن ثم فإننا نتحدث عنه حتى الانفي Platoes denne ، ومازلنا مجرد فلاسفة إمبيريون". كما تضمن كتاب عالم الأحياء التطوري جيريمي جريفيث A Species In Denial الفصل "فكرموز رمزية كهف أفلاطون". وأفلام The Conformist و The Matrix و Cube و Dark City و The Truman Show و Us and City of Ember نموذج أفلاطون عن الكهف، كما هو الحال في المسلسل التلفزيوني ١٨٩٩ فيلم After the Dark لعام ٢٠١٣ ويتوج الكهف الذي رسمه خوسيه ساراماغ، وباكتشاف كهف أفلاطون تحت المركز، "مجمع هائل دمج وظائف برج مكاتب ومركز تسوق ومجمع سكني". كما تعترف إيمادونوجيو بتأثير قصة أفلاطون الرمزية عن الكهف على روايتها الغرفة. تستكشف رواية راي برادبيري فنهنايت ٤٥١ موضوع الواقع والإدراك التي تم استكشافها أيضا في قصة أفلاطون الرمزية للكهف ويشير برادبيري الى عمل أفلاطون فالرواية. تم تقديم رواية خوسيه كارلوس سوموزا "جرائم القتل الأثينية" باعتبارها لغز جريمة قتل، لكنها تحتوي على العديد من الإشارات إلى فلسفة أفلاطون بما في ذلك قصة الكهف. ويجادل الروائي جيمس راي بفيلم نيكولاس راي المتمرد بلا سبب، وبطولة جيمس دين، وناتاليوود، وسالمين، وفي دوجون "أفلاطون" كروفورد متأثرا بجوانب من رمزية الكهف. في إحدى حلقات البرنامج التلفزيوني Legion، بعنوان "الفصل ١٦"، يستخدم الراوي كهف أفلاطون شرح "النجسية الأكثر إثارة للقلق على الإطلاق". وتضمنت رواية إتش جي ويلز القصيرة "بلد المكفوفين" نفس الوضع "العودة إلى الكهف" عندما يكتشف رجل بالصدفة قرية من المكفوفين وحيث يحاول أن يشرح كيف يمكنه "الرؤية"، ليتم السخرية منه فقط. تصف رواية دانييل إف جلوي ما بعد نهاية العالم Dark Universe الناجين، الذين يعيشون تحت الأرض في ظلام دامس، باستخدام تحديد الموقع بالصدى للتنقل. يتطور جنس آخر من البشر، قادرين على الرؤية باستخدام الأشعة تحت الحمراء. تشير روايات سياس لويس "الكرسي الفضي" و "المعركة الأخيرة" إلى أفكار وصور الكهف. في السابق في الفصل 12، ترفض الساحرة فكرة وجود حقيقة أكبر خارج حدود عالمها السفلي. في المعركة الأخيرة، تعلم معظم الشخصيات أن نارنيا التي عرفوها ليست سوى "ظل" نارنيا الحقيقية. يقول اللورد ديجوري في الفصل 15، "كل شيء في أفلاطون، وكله في أفلاطون". كذا الحال في الموسم الأول، الحلقة الثانية من المسلسل التلفزيوني الكاتالوني لعام 2015، Merlí، بعنوان "أفلاطون"، يوضح مدرس الفلسفة في المدرسة الثانوية الحكاية باستخدام أدوات منزلية لطالب غير لفظي ومخوف من الأماكن المكشوفة، ويقطع وعدا "سأفعل" أخرجك من الكهف". (٧)

لفهم معنى كلمة السلطة كان لابد من العودة إلى التاريخ إلى عهد أفلاطون أول مدافع عن القانون والنظام الملكي. فقد أدرك أفلاطون مصلحة الدولة ورأى الشر والظلم فيمن يعارضها. واليوم يجد أنصار الصحافة التابعة أن أفكار أفلاطون قابلة للتطبيق، خصوصاً في الدول القبلية التقليدية، التي ترى أن على الصحافة تحقيق أهداف الدولة والانصياع لها، بل أن تكون شريكا للحكومة بحكم السياق الثقافي للمنطقة أو البلد. فقد أكد باحث باكستاني على أهمية الحرية حق الحصول على المعلومات وشدد على ضرورة معرفة الصحفي بالقيم الأصيلة للمجتمعات المختلفة.

بناء على هذه الرؤية هل يمكن ان تكون الحرية مفيدة لبعض المجتمعات ومضرة للبعض الآخر؟ هل من العدل أن نطلق أحكامنا على حرية الصحافة في مجتمع ما دون الأخذ بالعوامل المختلفة كتطور الدولة واستقرارها وحالة التعليم الإعلامي والعادات والتقاليد ووعي الفرد؟ من الخطأ أن نطالب بحرية صحفية في كل الدول وأن توجه بعض المجتمعات نحو إعلام حر قد يكون مجانب للمنطق.

هيمنة وسائل الاتصال:

يعتبر الإعلام أداة مهمة لأنسجام المجتمع، فهو الآلية التي تستخدمها الدول لـ "هندسة التقبل". والكلمة المفتاح هنا هي الهندسة التي توحى بوجود تكتيك معين موجه للعامة وليس النخبة. يرى ماير أن الإعلام الجديد يخلق اتفاقاً لازماً بين المجتمعات التعاونية والنخبة التي تعمل من خلالها. نعلم جميعاً أن الإعلام مهم لأية دولة، إما لكونه الناطق باسم النخبة الحاكمة أو أداة لنشر الايديولوجيات أو أداة بيد جماعات الضغط او الطبقات الاقتصادية أو العرقية والدينية أو السياسية. في أي مكان في العالم يستخدم بعض الأشخاص أو الجماعات الإعلام لتحقيق أغراضهم الخاصة، فلم ينظر الإعلام على أنه حر إذا ما استغله بعض المحررين أو مالكي وسائل الإعلام لمصلحتهم، ويعتبر مقيدا عندما تستخدمه الدولة (*).

الميكافيلية:

الميكافيلية Machiavellianism وفقاً لتعريف قاموس أوكسفورد الإنجليزي هو توظيف المكر والازدواجية والخداع في الكفاءة السياسية أو في "السلوك العام"، وهو أيضاً مصطلح يعبر عن مذهب فكري سياسي أو فلسفي يمكن تلخيصه في عبارة "الغاية تبرر الوسيلة" وينسب إلى الدبلوماسي والكاتب نيكولو ميكافيلي (١٤٦٩-١٥٢٧) الذي عاش في عصر النهضة الإيطالية، وكتب عن هذا المذهب في واحد من أمهات الكتب الغربية كتاب الأمير، ويستخدم المصطلح أيضاً بشكل مماثل في علم النفس الحديث حيث توصف به واحدة من شخصيات ثالوث الظلام، والتي توسم بأسلوب مزدوج الشخصية (يجمع بين شخصيتين) مرتبط باعتقادات كلبية (سلبية شديدة) وفضيلة براجماتية واقعية أو عملية.

على الرغم من اختلاف الأديان والقيم فإن هناك مبدأ يسيطر على الصحافة اليوم ألا وهو الميكافيلية اللازمة لتحقيق الاهداف السياسية أو التفوق القومي أو التعاون مع الحكومة أو تحقيق الربح... إلخ. مهما كان الهدف فإن الغاية هي النجاح، وأن أية وسيلة يمكن أن تستخدم لتحقيقه. إن استخدام مبدأ الميكافيلية في الصحافة يهدد أخلاقيات هذه المهنة، ويعزز التسييس وسطوة الدولة التي تتخذ كل الوسائل لتحقيق أهدافها بغض النظر عن الأخلاق. وقد نجد الميكافيلية في العمل وفي الإرهاب الذي يواجهه الغرب، وحتى ينجح الغرب في معركته عليه أن يعود لمبادئه ولقيمه التحررية.

استخدم ميكافيلي نفسه الوسائل المحترمة في تحقيق الأهداف، ولكنه لم يقاوم الوسائل العملية إذا ما تعذرت الأدوات المشروعة. وكذلك يفعل الإرهابيون عندما يرون أن مهاجمة الجنود أو السياسيين لا يحقق لهم نجاحا سياسيا فإنهم ينسلون من مشاعرهم الإنسانية ويوجهون عملياتهم الانتحارية إلى المدنيين. وكذلك يفعل الغرب المتحرر الديمقراطي في مواجهة الإرهاب فيخرقون ميثاق الحقوق المدنية والضمانات الشرعية.

تستخدم الميكافيلية في تحقيق أهداف الصحافة كتحقيق الأرباح، خصوصا الآن بسبب الأزمة الاقتصادية، بغض النظر عن الأخلاقيات. وهناك نوعان من الصحافة: الأولى التي تقودها النخبة الحاكمة، والثانية الحرة المتمسكة بالقيم والأخلاق. هناك شذرات من الأخلاق في الصحافة النفعية ما زالت مطلبا حضاريا تحاول أن تتغلب على الميكافيلية أينما وجدت، بل تقترح عمل قانون صحفي أخلاقي عالمي. إلا أن القوانين الدولية والسيطرة على الصحافة في ازدياد، فهل سنشهد القضاء على القوانين الأخلاقية في الخطوة المقبلة؟

لقد سبقت خمسة دول على الأقل ميكافيلي في مبادئه منها السياسي الهندي كاوتيليا الذي مزج بين البرجماتية والتعاطف لصالح الشعب والفقراء وخدمة الصالح العام وليس حماية الملك أو السلطة. كما لم يبرر استخدام أية الوسيلة كما دعى إليه ميكافيلي. كما حذر العالم الأمريكي روبرت نيسبت من عواقب تنامي الحرية الفردية وسطوة الدولة على أعداد هائلة من البشر. وأكد على ضرورة حماية المجتمع من الحرية الفردية. وهناك محاولات في أمريكا لتحرير الصحافة وإشراك العامة في النقاشات الإعلامية اليومية. (**)

العنصر الأسطوري لوسائل الإعلام المعولمة وصناعة في القرن الحادي والعشرين

ركزنا في هذا البحث على جانبا واحدا من جوانب الجدل الأدبي والفلسفي المحيطة به والتي تعتبر وسائل الإعلام كالوحدة المهيمنة مع شروطها الخاصة المتعلقة بالنشر والديمومة. الانتقادات التي أناقشها هنا تبحث في انفجار تكنولوجيا المعلومات 'الأسطوري'؛ لأنها تستخدم الاستعارات المجازية لشرح قوة أكبر من تلك التي على ما يبدو تحت سيطرة الإنسان (وخصوصا عندما لا تستطيع أي حجة عقلانية تفسير ما يحدث). كل واحدة من هذه الانتقادات ترى أن عصر المعلومات الجديد يملك درجات متفاوتة من المثالية و / أو جوانب بائسة ويمكن إيضاح جميعها أكثر بواسطة الأسطورة القديمة للكهف، والتي استخدمت من قبل أفلاطون في

جمهوريته، كما صممت لشرح الأسلوب الذي يعيش البشر فيه من جهل متواضع وراضخ لوهم ثابت لدرجة نمتع بها في السلطة على هذه القوة، وسيكون هذا موضوع استنتاج هذا البحث.

نبدأ مع أطروحة مارشال ماكلوهان والتي تنص على أن 'الوسيلة هي الرسالة'، هي عبارة صاغها مارشال ماكلوهان، وهي تعني أن شكل الوسيلة يضمن نفسه في الرسالة، ويخلق علاقة تكافئية، والتي عن طريقها تؤثر الوسيلة في الطريقة التي ينظر بها إلى الرسالة... وهي فكرة تفسر أن العصر الإلكتروني الحديث ما هو إلا حامل لهذه الأسطورة. إن الرسالة التي قمنا بتحويلها من اعتماد سابق على وسائل الإعلام المطبوعة ومنطق التنمية الخطية الخاص بها إلى عالم تتوفر فيه المعلومات عبر مجموعة واسعة من مستويات التحول، والتي نختر من بينها للعبور إلى 'قرية العالمية'. تتصل هذه الرسالة المتعددة الأشكال بعالم منقسم ذي كم هائل من المعلومات التي لا يمكن السيطرة عليها، ولكن عن طريق مقدرتنا على السيادة الثقافية والتاريخية من خلال دراسة وسائل الإعلام كلغة أسطورية ذات قواعد وكلمات خاصة بها، من الممكن قبول توجيه ومراقبة وسائل الإعلام القديمة والحديثة وبالتضاد مع هذا المظهر المثالي، والذي استخدمه ماكلوهان في وقت لاحق، فقد حرض كل من تيودور أدورنو وماكس هوركهايمر من مدرسة فرانكفورت في كتابهما 'صناعة الثقافة' على رؤية قائمة والممثلة بالوحش الذي يسحق كل المعارضة لسعيها الدؤوب لاحتكار الأسواق وإنتاج مزيد من الأرباح. وبالنسبة لهذين الباحثين فإن عصر المعلومات ليس سوى امتداد للسيطرة التي يسعى وراءها نخبة المؤسسات، من استعمار الأراضي الجديدة إلى التسرب لعقول الناس. ومع ذلك فإذا تم قبول منطقتيها من دون سؤال، فإن الموقع الفعلي لمقاومة هذا الشكل الجديد للفاشية الثقافية قد يصبح من الصعب تمييزه. على هذا النحو، فإن نموذجيها لوسائل الإعلام يطرح استسلاما لسلطاته (أو لجوء إلى حداثة عالية، وجماليات رائد). (***)

إلى جانب هذين الخيارين يظهر المفهوم الماركسي (صنم السلعة) وهو وثيق الصلة بهما. هذه النظرية توضح الطريقة التي تعكس بها المنتجات الثقافية حسا وهميا من التفوق والجودة، وهو عن يشبه صنم غامض يجر المستهلك لأن يصل إلى مرحلة عبادة المنتجات الاستهلاكية. ولقد علق اثنان من المفكرين على هذه النظرية تعليقا مفصلا. الأول هو جان بودريار، والذي اعتبر الطريقة التي تم توسع مفهوم صنم السلعة من خلال وسائل الإعلام ليصبح الوحش الذي يقضي على كل معارضة بحماس دائم، في حين أن المفكر الآخر سلافوي زيزيك يعترف بوجود صراع مستمر متعلق بهذه النظرية، وخلص إلى أنه بالرغم أن وسائل الإعلام قد تشبه في الواقع كيانا وحشيا يمكن أن يلتهم أرواح البشر، فإنها أيضا توفر الأدوات اللازمة للتحول لصفة أخرى. ويمكن اعتبار كل هذه الأفكار، في الختام، نتائج مختلفة لأسطورة كهف أفلاطون. فهل بإمكان سجين

مكبل في عالم من الأوهام الهرب لرؤية ضوء الحقيقة - وماذا يمكن أن تعني هذه الأفكار الواسعة بالنسبة لتعاملنا مع وسائل الإعلام المعولمة في أوائل القرن الحادي والعشرين؟
وسائل الاتصال بعد الحداثة

هناك قناعات تفضي إلى أن المثالية الأفلاطونية تراجعت في عالم الإعلام والأعمال الكبرى. فالمؤسسات الإعلامية الضخمة ذات القوة والكلمة الفصل في أي حوار عالمي أصبحت مستبدة. ويرى البعض الآخر أن الإعلام ضعيف ومنشوق ولا يعدو كونه آلة للتغيير والظلم. إن الناس يؤيدون سلطة الدولة عند حدوث التجاوزات لحفظ النظام. إن التعددية جزء من المجتمع الذي يجب الحفاظ على وحدته وائتلافه. فالوحدة في مواجهة التفرقة ووسائل الإعلام في مواجهة التكتل وهنا تكمن معضلة الإعلام العالمي الحالي. يعتقد العديد من النقاد أن الإعلام الضخم المتطور يمتلك القدرة على التجميع ومنح القوة. فهو قادر على "حشد الجيوش للحرب بفضل الدعاية المنظمة"، وتستطيع السلطة بأي صورة كانت أن تفسد الصحافة أو السياسيين أو الأحزاب أو المنظمات وحتى الأفراد. على الصحافة العالمية أن تدرك مخاطر معارضة الحكومة وأن تعي أيضا أن للإعلام تأثير على الناس لا يقل أهمية عن تأثير الحكومة.

في أسطورة الكهف، يربط أفلاطون قصة السجناء المكبلين بالأغلال وهو ينظرون باتجاه واحد بينما سلسلة من الصور تتراقص على الجدار أمامهم. ومع عدم وجود أي بديل واقعي لمطابقته للظلال، والتي تنتجها مجموعة من محركي العرائس من وراء نار منبثقة من خلفهم، فيرضخ السجناء للتصديق بأن ما يروه واقع ثابت. بالنسبة لجمهورية أفلاطون، فإننا نمثل هؤلاء السجناء، والصور المتحركة تمثل حواسنا، والعالم هو الكهف وهو بالفعل مريبك على نحو مماثل إلى حد أنه يبدو لنا أن هذه التصورات حقيقية. ويحدث أحيانا أن يقوم سجين ما بالهرب من الكهف ليدرك أن هناك حقيقة أصدق بكثير خارج الكهف وأن هذه الحقيقة ذات طابع دائم يمكن أن تكون مضمونة مع اللجوء إلى الأبدية (في مقابل هذا العالم المتغير). وبالنسبة لأفلاطون فالطريق إلى هذه الحقيقة يتبع المنطق مما ينقي الحواس ويزيل جهودنا للرضوخ للعرف السائد.

ومن خلال قراءة أسطورة الكهف وتطبيقها على وسائل الإعلام ما بعد الحداثة فإنه ممكن الاعتراف بأن عصر المعلومات يفيض حواسنا بالصور التي لا نهاية لها ولا نستطيع تجنبها. ومع ذلك فقد تحول هذا السرد، فخدع الممثلين التي تعطينا الجهات المعلومات المربكة، على سبيل المثال، لم تعد تعتمد فقط على إدراكنا الحسي وعلى الأعراف إنما أصبحت بفعل نظام رأسمالي تديره شركات العولمة. ومع وضع هذا في الاعتبار، فإن الباحث جون أونيل أخذ منظور كهف أفلاطون بالتوازي مباشرة مع العصر الشامل لوسائل الاتصال وكما تميل طبيعتنا الحسية نحو قبول نظرة تقليدية للعالم، فإنه بالتالي وبالمثل سوف يفضل "الممثلون فوق خشبة المسرح"، من وراء دافع الربح، أن نستمر أمام جدار الصور المتحركة، التي هي

الآن تتمثل في الأوجه المتغيرة كلوحات الإعلانات الالكترونية، وشاشة الكمبيوتر والتلفزيون والهاتف المحمول، ومحطة الحافلات وهلم جرا. وبالإضافة إلى ذلك، فإن الهاربين من الكهف - بالنسبة لأفلاطون - يتلقون تدريباً خاصاً صمم لتعريفهم على الحقائق الأدبية وراء الافتراضات المشتركة للسجناء. هؤلاء 'الفلاسفة الملوك' سوف يعودون (ضد إرادتهم حيث إنهم الآن قد تنورت عقولهم وأدركوا أن القيود القاتمة في الكهف هي إنسانية بحتة) لقيادة جموع الأتباع، ولكن ليس بالضرورة تعريفهم إلى الحقيقة التي سوف لن يراها السجناء بلا شك. (٨)

أما بالنسبة للتعبير المجازي بأن البقاء على قيد الحياة خلال استبدال سياق أفلاطون إلى هذا السياق، فإن السجناء هم الذين يمثلون أفراد المجتمع لكن مصدر ظلال الصور هو دافع الربح الذي يقود وسائل الإعلام في القرن الحادي والعشرين. ويجتهد 'مشغلو ماكينة العرض' بكثافة للحفاظ على قوة وسائل الإعلام على تملك اهتمام المستهلكين. وبذلك يصبح هناك تسلسل هرمي جديد سائد، وبالتالي تعترف أقلية من 'السجناء' في هذا العالم بأن السيطرة على الشكل المهيمن للصور يجعل منهم جزءاً من الحرية السياسية والاقتصادية على بقية الحشد، في حين يكون القبول الراضخ للصور في وسائل الإعلام حالياً هو من نصيب السجناء الأكثر تقييداً وتواضعاً. وبالتالي فإن التحليل النقدي لوسائل الإعلام والمستوى العام للتعليم ممكن أن يعتبر كخطوة نحو تخفيف لقوة دفع الربح للصور الاجتماعية والثقافية السائدة في عصرنا.

وسائل الاتصال نقلة في الوعي الإنساني

منذ زمن ليس ببعيد، أدى اختراع وسائل الاتصال الجماهيري (الصحافة بنوعها الورقي والإلكتروني والإذاعة والتلفزيون والانترنت وبيئته الاتصالية اللامحدودة) إلى تغيير الطريقة التي يمكن للناس من خلاله الحصول على المعلومات ورغم أهمية هذه الإنجازات البشرية إلا أن ذلك أضاف عبئاً على المتلقي بسبب زيادة نسبة وحجم ونوع الفرص التي يمكن أن تختلط فيها الرسالة يتغير مضمونها على طول الطريق الذي تستغرقه حتى تصل إلى المتلقين.

تعامل أطروحة مارشال ماكلوهان في "وسيلة الإعلام هي الرسالة" ظهور وسائل الإعلام، لا سيما أنها تنتشر إلكترونياً، ليكون بمثابة نقلة في الوعي الإنساني بأكمله؛ وبالتالي في التاريخ الأسطوري - وتتأثر به الإنسانية. على الرغم من أن ماكلوهان قد عدل في وقت لاحق من موقفه، فقد ظهرت قراءات سابقة كما لو أننا دخلنا مدينة فاضلة جديدة حيث توجد البشرية جمعاء، بعد أن يكونوا قد طردوا من أغلال وسائل الإعلام المطبوعة ومسار الوعي المرتبط بها، وأصبحوا يتمتعون بنفس 'سفينة الدولة'. يتجاهل مثل هذا الموقف وجهات النظر الحقيرة لقادة الصناعة والذين حازوا على احترام ماكلوهان نفسه (٩). ولكن أبعد من سذاجته المتعلقة بالنظام الرأسمالي لدافع الربح وإقليمية المجموعات اليوم في القرية العالمية، فإن أفكار ماكلوهان

تحتفظ ببعض من قوتها، لأنه كان مستعدا للنظر في ظهور وسائل الإعلام في القرن العشرين في صورة أكبر من التاريخ الغربي والقوس المحيط بتقنيات التواصل. كما يوضح تلميذ ماكلوهان، لانس ستريت، بأن من أجل دراسة وسائل الاعلام كوسائل الاعلام (أو لممارسة 'علم بيئة وسائل الاعلام)، 'نحن بحاجة إلى استخدام صلاحيات المراقبة التي نملكها للكشف عن بيئات وسائل الاعلام الغير مرئية وإيجاد معنى للبيئة الإعلامية لدينا وآثارها (١٠). وبعبارة أخرى، يتم تشكل الثقافات من خلال وسائل الإعلام، بدلا من قول إن وسائل الإعلام تنتج من قبل الثقافات.

ويرافق هذا التحول في القرن العشرين من مجتمع مبني حول ومعتد على التقنيات الميكانيكية إلى مجتمع مغمورة في وسائل الإعلام الإلكترونية المعلوماتية، ثم من خلال تحول في الطريقة التي يتشكل به الوعي والمجتمع نفسه. ومما يربك عملية التقسيم حسب الحروف الأبجدية و تقنيات الطباعة، سيل من المعلومات الجديدة تسلم على مستويات متعددة، حيث 'تعيش الأجيال الحديثة حياة أسطورية بعمق' (١١). هذه الوسائط الجديدة، بعيدا عن كونها مجرد وسيلة حقيقية لمجريات الحياة المعاصرة، تحوي وتوظف قوة هذه الثورة الكاملة، والتي تعيدنا بطرق عديدة إلى ثقافة الكلمة. يتحدى هذا الفضاء العاطل النظام المبرر بصريا للثقافة الأوروبية لوسائل الإعلام المطبوعة، والتي جعلت حتى الآن هذا الفضاء 'موحدا ومستمرًا، ومتصلا كخط من' القطع المجزأة للمعلومات.

وبالنسبة لماكلوهان فإن الجبهة الرئيسية في هذه الحرب الأهلية بين التكنولوجيات القديمة والجديدة للتلفزيون، والتي تشترط على مستهلكيها أن تستقبل رسائل صوتية وبصرية، مما يشركهم في تفاعل معقد يتأثر مباشرة بسحق وجذب تقنيات الإعلان المثيرة للاهتمام، ومع قلة الوقت المستخدمة للسرد. بينما من حيث التكنولوجيات المعنية، فالثورات الرقمية والإنترنت ينظر إليها اليوم على أنها خط المواجهة، ففكرة ماكلوهان بأن فضاء صوتي جديد يغلفنا بـ 'شبكة سلسلة' من 'العلاقات القائمة في وقت واحد'، يعيدنا إلى كلية الوعي الأسطوري، أبعد من 'أنماط منفصلة' ونحو لغز مشاركة جديدة، ويحتفظ ببعض الذاكرة الفكرية. (١٢) تنشأ اقتراحات ماكلوهان لكيفية جعل هذا التحول قابلا للتفاوض من الطريقة التي يحدد بها الهالة الأسطورية ضد الكون (الصوتي) المنظم بصريا: 'يعتبر الكلام هو المخطط الاجتماعي لعجز التقدم' من المحيط الصوتي، وانعدام الاتجاهية اللامحدود والذي تم إلغاؤه عند اختراع الكتابة في المدينة، ويتم إنشاء الفضاء متعدد الأبعاد، والذي كانت تتمتع به المجتمعات ما قبل الأبجدية، باستخدام الدوائر الكهربائية. إن الطريقة التي يصل بها المستهلك اليوم بمجموعة متنوعة من وسائل الإعلام الإلكترونية في دفع مستمر للمعلومات، وغالبا من عدة اتجاهات في آن واحد، يحمل معرفة سابقة لهذا الجانب من تحليل ماكلوهان (على الرغم من أن قراءات ما بعد الاستعمار تتمقت بالتأكيد قبوله السلبي للسلطة المستعمرة للحضارات على

المجتمعات الأخرى). فقد أكد أن هذا المجال الأسطوري الجديد يعرض التحدي المتمثل في الإبقاء على المنطق المجرد لسقراط أثناء التخلي عن الأوهام البصرية للنظام. توحى اثنتان من الاستعارات الأدبية له إجراءات استراتيجية ماثلة. فقد تختار أن نتبع 'جويس' من خلال 'يقظة فينيجان' والتعايش في وقت واحد في جميع الأساليب الثقافية مع الإبقاء على الوعي الكافي أو بدلا من ذلك، ولكن مع موافقة متوازنة نحو تفكك النظام المعروف، يمكننا أن نتبع 'بو' وتأملاته الهذيان على طبيعة الدوامة التي انحدر بها: 'ومتعته النابعة من الانفصال العقلي، والتي تم شرحها في "الانحدار نحو الدوامة" يبعد الكوارث من خلال فهم عمل الدوامة. كما تعطي بصيرته حيل تمكننا من فهم مآزقنا، وهو الدوامة الإلكترونية'. فانجرافنا في القرية العالمية، يجب أن يسعى إلى التغلب على الجهل بثقافة وسائل الإعلام التي تساعد في صياغة هذا الواقع. ومن المثير للاهتمام، فإن في هذه الأوقات من التكهنت المروعة المتجددة تعتبر الدوامة رمزا قديما لنهاية العالم. (١٣)

وجدت الكثير من اللغة في كتابه الشهير المذكورة في منشورات سابقة. في 'الأسطورة ووسائل الإعلام'، ماكلوهان هو أقرب لمؤلف كتاب 'الأساطير' رولان بارت والمتعلقة بعملية صنع الأسطورة المرتبطة بهوليوود وجادة ماديسون كنوع من التقريب الاجتماعي، وتركز على أن 'في صورة واحدة للعمل أو العملية الاجتماعية المرغوبة. ولكن فكرة أن تعطي الصحيفة أخبارا خامًا غير معالجة، وغير مترجمة' للقراء الذين يجب أن يجمعوا العناصر معا لإيجاد المعنى في الحياة أدى لتقليل قوة الإعلان والبت الحديث وجنون الطباعة لتعزيز ظاهرة الرعاية العالمية المهمة في إنتاج أوائل القرن الواحد والعشرين للمصنوعات الثقافية لتكون في كل مكان'. وقد تسعى كلمة الافتتاحية لأي صحيفة إلى توفير الموضوعية "ولكن يتم برمجة محتوى وسائل الإعلام إلى درجة جيدة من السرد العام المتوقع أن يحصل عليه المستهلك، فهي ليست مجرد رسالة تركز اهتمامها على الاستهلاك المستمر، ولكن على توجيه الاهتمام لاتجاهات معينة اعتمادا على رعاة الإعلام المسؤولين. (١٤)

من أجل قبول أسطورة ماكلوهان الإلكترونية، كما أشرت، ينبغي افتراض شعورا لتجمع الناس والمجتمعات والتي ممكن أن تسمى بأسطورة 'سفينة الإنسانية'. كما يلاحظ فوسيت بريان، فإنه على الرغم من أننا لا يمكننا توجيه اللوم لماكلوهان لعدم رؤية المستقبل، يمكننا ان نقول ان 'تطور النظم الشاملة، ولا سيما تلك المتعلقة بالاتصالات... يبدو أنه يتشكل ويقاد بشكل متزايد من قبل تحقيق أرباح مادية، والتي تديرها الشركات العازمة في مسعاها لتحقيق هذا الهدف والذي يجعل من تقدم الوعي في قاعدة عملائها - وهم نحن -- لا يكاد يكون الهدف الضمني.

في حين أن جزءا من أطروحة ماكلوهان هو مضلل بشكل واضح في نقاؤها الساذج، فإنه يحافظ بوضوح للفرد للمستهلك لهذه الظاهرة الحديثة - ومرة أخرى، فنحن جميعا تندرج ضمن عالم جديد من التكنولوجيا

الغربية و / أو إعلان السوق العالمي. كما علق ماكلوهان في ' الإعلام هو الرسالة، ليست هناك اي حتمية طالما هناك استعداد للتفكير فيما يحدث' السجين في كهف ماكلوهان لم يعد مكبلا بحيث يجب أن يواجه الجدار نفسه في جميع الأوقات. يمكنهم أن ينهضوا ويتنقلوا لاختيار النظر إلى والتفاعل مع جدران مختلفة بالإضافة إلى تقديم طلب أو رغبة خاصة، أو حتى القيام بتشغيل ماكينة العرض نفسها. وبالنسبة لماكلوهان، فليس هناك قدر أكبر من الحقيقة المتاحة خارج الكهف، كما لو كنا حبيسي عالم أفلاطون من الوهم غامضة في حين أن جلاء شمس الحقيقية يظهر في مكان آخر؛ 'أننا لا نستطيع الهروب إلى أعلى الميتافيزيقيا أو إلى ثقافة النخبة'، وكما يوضح ستريت، فإن الكهف يمثل مجمل الواقع وأن وسائل الإعلام التي يستخدمها مشغلو ماكينة العرض هي أهم بكثير، من الظلال المنعكسة على الحائط، وكان هدف ماكلوهان هو تحرير العقل البشري والروح من القهر الذي ينتج من أنظمة الرموز، ووسائل الإعلام، والتكنولوجيات. ويمكن أن يبدأ هذا مع الدعوة إلى الالتفات إلى وسيلة الإعلام، لأن لها أكبر الأثر في الشؤون الإنسانية، وليس رسائل معينة نرسلها أو نستقبلها. وما يهم هو الصورة الرمزية وليس المحتوى. وبالتالي فالكهف يمثل العالم بمستوياته المختلفة من الحقيقة، ولا غيبية أبدية، مثل شمس أفلاطون، تكون ضمانا خارج النظام. يتفق هذا المنظور إيجابيا مع النزعة التاريخية في سياقها الصحيح وسياقات ما بعد الحداثة. (١٥)

جدلية صناعة الثقافة

يعتبر عمل جيمسون، في نواح كثيرة، ما هو إلا نسخة محدثة من نقد أدورنو وهوركهايمر في صناعة الثقافة، المذكورة في كتابهما (جدلية التنوير) والتي لها تأثير هائل على المجتمع الاستهلاكي. ويوضحان في موضوعهما - 'التنوير كخدعة إلى أي مدى يستهدف قادة الصناعة قاعدة وسائط الإعلام والثقافة مع قليل من الاهتمام لأي أغراض أخرى غير الأرباح التي تدفعهم؟ جوابهما هو إدانة شاملة. صناعة الثقافة هي الوحش الميكانيكي، ذو البعد الواحد في استعباد الفرد على هيئة علاقة السيد بالعبد كما تقترض الحضارة على الطبيعة ويعتبر الفن عمل في مجتمع منقسم من قبل الهيمنة النخبوية ومكرسة لهيمنة ذوي الوضع الاقتصادي الأقوى.

إن تركيبة مدرسة فرانكفورت المعروفة للتحليلين الماركسي والفرويدي واضح: فالإلى جانب هذا التحليل لرأس المال يوجد الوضع النفسي لتثقيف الفرد، الذي يستوعب رمز القمعية كالأنا العليا الخاصة بهم، أو السيطرة الشخصية. تتم صناعة الصيغ الفنية مثل الأفلام لتناسب بالضبط مع نفس الإيقاع الميكانيكي والروتين كما في مكان العمل، بحيث يتم قبول السلطة للفكر الرأسمالي حتى ونحن نسعى للهروب منه ومع الكثير من عناصر الثقافة التي لا يمكن التوفيق بينها والتي تعرض على قدم المساواة في إطار 'قاسم الغلطة الواحدة'،

فإن صناعة الثقافة الرأسمالية تمثل نظام أسطوري من الشمولية. وكما يعمل أن المنطق العالمي للرأسمالية، فإن 'صناعة الثقافة تغش المستهلكين بالوعود إلى ما لا نهاية. (١٦)

ومع ذلك، فإن صناعة الثقافة ليس لديها جدول أعمال محدد لتستغيي الأفراد، بل لتستثمر في استعباد الفرد نحو السلع' وبغض النظر عن أي اتجاه تسير هذه التدفقات، فالنتيجة هي الخروج لتسطيح الجودة والتنوع في المتاجرة الأقل شيوعا. وتعتبر التعريفات النفسية للحالة الجماعية، كما هو واضح نيابة عن دافع الربح الرأسمالي، حسب كلام كوزيمو كابوتو الذي كان يعتبر السلعة مبدلة في صناعة الثقافة والإعلام. انه يعرف هذا المعبود بمثابة صنم يخلب الأنظار... ويبهرها. ويمكن ملاحظة ذلك في العمل في هوليوود الممجدة أو في المنتجات الاستهلاكية في السوبر ماركت المحلية، حيث لدينا هاجس لنحصل على أي منتج جديد.

إن انتصارات الاستعمار مع 'نوع من المذهب الهلامي الذي يحيط بالمنطق المتمرد غير مكترثا حتى يشله حتى ويخنقه.. ولذلك فإنه ليس من المبالغة الحديث عن المواقف المتطرفة الحديثة... في تحديث آخر للسلطة العقائدية للسلعة، فإنه يتم الإشارة إلى أن على الرغم من أن صناعة الثقافة العالمية تسوق الآن اختلافات وتركز على التصميم بدلا من هوية العمالة، مع ذلك فتبقى الضرورة الاقتصادية هي نفسها الطريقة التي يتجمع بها رأس المال بنجاح في حين أن السلع الأساسية لا يزال يمسح تاريخها من أجل إيجاد هالة من الغموض، ومع ذلك، فإن العلامة التجارية تقيم صفاتها الفريدة من نوعها كوسيلة ليجدها المستهلك مهمة بالنسبة له.

ومع ذلك، فإن كونية العلامة التجارية للاختلاف والاختراع هو في نفس الوقت مصدرا لنظام تجميع الهيمنة. ينتج النظام الناشئ من صناعة الثقافة العالمية للسلطة في عدم المساواة والتفاوت والخداع نادرا ما تمت مواجهته في عهد النمط الكلاسيكي. وحيث أن تم تحويل الأشياء إلى سلع فأنها أصبحت وسائل للإعلام، في حين أن وسائل الإعلام أصبحت المنتجات أنفسهم. في هذا السياق يظهر نموذج جديد من ثقافة الحدث مع غيبية الخاصة غير المعينة، حيث يتم مزج الجوهر والصورة في بعد واحد جنبا إلى جنب مع العقل والمادة هذا النمط من اللزوم هو بالتأكيد ليس التحرر من ثنائية بين الدنيوية القديمة المظلمة والتجاوز الضوئي، ولكن الغرق في دوامة الانهيار لهذا النظام الأسطوري؛ وبالتالي فإن السجناء في عالم صناعة الثقافة العالمية المعاصرة، قد يبدو أنهم تم تقييدهم من قبل عملية التحول من السلع، كشيء إلى وسيلة الإعلام كما في حدث السلع الأساسية، أما في كهف المحدثين، فنحن ما زلنا تواجه الجدار نفسه. يقوم جيل من النخبة بعرض الصور والتكنولوجيا الجسدية والنفسية على حد سواء لتستخدم نيابة عن تغيير السباق المسبب للنشوة. وهؤلاء السجناء، وهم المتورطين منا في الأسواق الحديثة للثقافة والاستهلاك؛ وبالتالي نكون

متواطئين في إخضاع الطبيعة في الحضارات، هؤلاء لا يحكمهم الملوك الفلاسفة الذين غادروا الكهف ورأوا النور ثم عادوا، ولكن من قبل الشركات الرأسمالية التي يحركها الربح.

إن صناعة الثقافة توظف وسائل الإعلام لغرس نظامهم الفاشي من القهر الرأسمالي دون ندم أو تأنيب للضمير. ومن ثم يتم ختم الكهف ولا يجد السجناء مفر. هذا النقص في الانتقالية في وحش وسائل الإعلام هو الظل بالنسبة إلى عصر ماكلوهان الأسطورية الحديث؛ والنظرية النقدية من هذا القبيل قد تكون أقوى من الناحية النظرية، كما يعترف ستريت، بأن علم أيكولوجية وسائل الإعلام، ولكن هذا الأخير هو أكثر قابلية للتكيف وللانفتاح، وأشد رسوخا، وأقل عرضة لتصلب الفئات، كما لم يكن ماكلوهان سيقول (١٦). في حين أن المضادات اللازمة لضعف نظري من حيث مقاومة النموذج المهيمن، فإن نقد أدورنو وهوركهايمر يفنقر إلى عنصر حيوي من الوكالة في المستهلك، الذين بالنسبة لهم من المفترض أن يتشكل من قبل 'الرسالة' المطروحة في وسائل الإعلام التي لا يمكنها أن تعرض مقاومة ضد دافع الربح الذي يقود منتجاتها.

صنم السلعة لماركس

في كتابه (رأس المال) أشار كارل ماركس أن هناك عامل سحري في السلعة، بحيث يكون من ضمن بنائها حين يتم إنتاجها وتقديمها إلى المستهلك. تعتمد وجهة نظره إما على كون المرء ينظر للمنتجات التي يستهلكها على أساس أنها مواد تم شراؤها في مركز التسوق أو على أنها عنصر للتواصل نستمتع إليه، أو نشاهده، أو نقرأه، أو نهضمه دون أي تفكير به. وبالنسبة لماركس، فإن هذه العملية تتطور وفقا للفكرة التي يملكها المستهلك نحو السلعة التي تأخذ بعدا دينيا، أو غامضا أو فائقا نظرا للقيمة الإضافية التي تعزوها خلال عملية إنتاجها وصرفها (١٧). يحدث لهذه العملية المتوسطة اجتماعيا تشويش وإرباك بنسبة مباشرة إلى مدى تعقيد تجزئ العمل خلال إنتاجها. تتمتع المجتمعات البدائية في علاقات فيما بينها وبين منتجاتها والطبيعة التي يقدسونها، تتسم هذه العلاقات بالشفافية والبساطة. وتطوير هذا المفهوم مرغوب فيه (على الرغم من كونه مضلل) إلى أن يتم تنظيم واع لعملية إنتاج المواد في هذا المجتمع من قبل عاملين مجتمعين بحرية... وفقا لخطة ثابتة وخلال 'عملية تنمية طويلة ومؤلمة. وسيكون هذا تحقيقا للحلم الشيوعي مع الدخول والمرور ضمن النمط الرأسمالي، والذي بدوره حول وسائل الإنتاج والسلطة التي تم إصدارها في الأصل من قبل الثورة الصناعية. إن قيمة الاستخدام لأي شيء مادي، والمعروفة وفقا لحالتها البدائية، تترجم إلى قيمة الاستبدال وفقا لاتفاق اجتماعي. وقيمة الاستبدال هذه تبقى مستقلة عن قيمة السلع الأساسية في استخدام المتأصلة ويحصل ثبات 'وفقا لنظام الصرف الذي يختلف' باستمرار، بصرف النظر عن التبصر، والإرادة وعمل المنتجين. والتشويش الذي يحضر هذه العملية يجمع بين العبادة والعجز - ونحن نعبد السلعة لدرجة أننا نصرف النظر عن من عمليات واعية لإنتاجها. وبالتالي تكمل الرأسمالية العملية المحيرة والتي نقلها لنا

الدين تاريخيا. وكأن النمط الرأسمالي للإنتاج يعمل كساحر، الذي يغطي شروط إنتاج السلعة لتأتي الى حيز الوجود قبل أن يكشف الغطاء عن المعبود السحري، والذي ممكن أن نعكس عليه رغباتنا، ونقاط ضعفنا وهويتنا التي نرغبها مع الاستهلاك، وهكذا. (١٧)

ماركس يكشف خدعة الأمل للإنسانية

يشير ماركس أيضا إلى عمق ظل الرأسمالية، فاليوم، تعمل المادية المفرطة وعبادة السلعة كمادة مخدرة للجماهير، ويكون لذلك ثمن مدمر ومستمر للثقافة الاجتماعية، فالسلعة تقود هذا العرض كرمزه المعبود. وقد تم تطوير مفهوم ماركس للصلع بالإشارة إلى القوة الدافعة وراء العلاقة الاستيعابية للمستهلك الحديث نحو السلع بصفة عامة، وكلاهما على حد سواء يتعامل مع التحديات المتنوعة التي تواجه أي تعاطي نقدي مع وسائل الإعلام في نهاية القرن العشرين وما بعده. (١٧)

إن فتح المواجهة بين أيديولوجيات مختلفة من السلطة، يدفع بعالمنا إلى التعددية اللامنتهية باستمرار، ويزودها بمفك باتجاه أي أعمال تبني رؤية مركبة للواقع سواء كان سياسيا أو نفسيا، كذلك فإن الحياة ما بعد الحداثة (***) تسحق دون توقف الوحش الذي يطاردها. فقد اعتبر ماركس جهاز التلفاز عامل المواجهة في هذه العملية والذي يخلط بين الحقيقي والنموذجي والمتوسط. كما يتعامل كل من بودريار وزيك مع مفهوم صنم السلعة كوحش فرانكستين خلقناه نحن عن غير قصد ومنحناه القوة المفرطة. ونحن هنا نقع بين سفينة الإنسانية وبين النماذج الهرمية للمجتمع. حيث يتغذى مجتمع المستهلك على الوحش الذي خلقه بنفسه من أجل مصلحته الخاصة، وذلك يجعل من أي أحد منا ذو سلطة على جهاز العرض في الكهف، لأننا جميعا نتضامن للحفاظ على الوهم الذي نعيشه. ومن جهة أخرى فالعبد، كما في أي قصة رعب جيدة، يصبح في نهاية المطاف هو السيد. ويمكن وصف فكر الاقتصاد السياسي بوحش لا شخصي ينتج بالوقت نفسه المحتوى والإدراك لاستقبال هذا المحتوى، في حين يبقى ما يكفي من الدهاء ليحجب نفسه باستمرار في أدلة المحتوى ووضوح القيمة، فنحن نختار الاقتصاد السياسي لأنه يعد بتحسين مستوى معيشتنا (١٨)، وهذا بدوره يشكل طريقة تفكيرنا حتى يتسنى لنا طلب المزيد من الشيء نفسه، بل يصبح سيذا، تماما كما يطارد الوحش فرانكشتاين ويتحكم بمصيره في نهاية المطاف. هذا يحدث، كما يدعي المنظر الفرنسي لبودريار، بسبب وجود نقطة أساسية مفقودة في نظرية ماركس لصنم السلعة، والتي تتعلق بالقيمة التي يعطيها المستهلك للسلع. إن خطأ ماركس وفقا لبودريار يكمن في افتراض نوع من البنية التحتية (بدائية وطبيعية) قيمة 'استخدام' التي تقوم عليها قيمة 'الاستبدال' (المتقدمة والحضارية)، اعتمد تحليل بودريار على تعريف منح لفكر (الأيولوجية)، والذي على أساسه يتم تعيين قيمة 'الاستخدام' وقيمة 'الاستبدال' جنبا إلى جنب مع نوع الشخص الذي سوف يستهلك السلعة. يشترك الفرد، إذن، بالشكل (أو الذوق؟) مع 'سحر غريب' من هذه

الظاهرة المتعطشة: 'يستولي الفكر على الإنتاج، سواء كان ماديا أو رمزيا، في نفس العملية من التجريد، والحد والتكافؤ العام والاستغلال 'ويضبط 'الرمز' المعنى، حيث إنه ينظم التبادل ويجعل الأمور تتواصل. نحن لا نتبع شيئا لجعل المجتمع مترابطا مع أمور غامضة تشير إلى واقع خيالي أو أسطوري، ولكن نتتبع قوة متراكبة (مثل أسطورة ليفي ستروس) تقوم بتبليغ وإنتاج الفرد في المجتمع الاستهلاكي المعاصر وفقا لنظام عام مجرد للتبادل، كما يلاحظ المعلق ليفين تشارلز، فقد عكس بودريار نظرية ماركس، بحيث جعل قيمة التبادل ليست 'مجرد منتج ثانوي من التعقيد، وإنما هو مصدر إلهام يحث على منطق المنفعة ويحرك علم النفس للاحتياجات من أجل أن تديم نفسها، فالاستهلاك (بدلا من الإنتاج) يدفع النظام إلى اختراع حاجات جديدة، والمستهلك يقوم بمحاولات يائسة لتنظيم 'وجود خاص واستثماره نسبيا، في (الكائن السامي للفكر)، في ضوء فرويد (١١)، بحيث إنه، بدلا من السعي إلى التغلب على الدوام التدريجي من العداء الذي لا نهاية له، ونحن ندرك أن المعرفة 'يقبل أخير بالتناقض"، باعتبار ذلك شرطا داخليا لكل هوية. ويعتقد أن الوحش المستعمر للمعرفة المطلقة 'ما هو سوى اسم للاعتراف بفقدان جذري ونقص محركات الوعي الأناني، حيث تشكل بالفعل فكرا مقدما، ومن هذا المنطلق ادعى ألفريد سون - رائل أن واقعنا هو 'بالفعل' تدريجي " خارج حقل الوعي التقليدي (أي من الأنساب اليومية أو الفلسفي). ' فهذا يعني ضمنا 'وعي زائف' هكذا بحكم طبيعة إطار أيديولوجي وفقا للمشاركين لا نعرف بالضبط ما يفعلونه أو ما جوهر موضوعها من سحر حقا، فالتحول الغامض للسلع يعمل وفقا لإجراءات تشغيلية مماثلة لأعمال فرويد الحالمة، على حد سواء لتحقيق ذلك بفضل نموذج مغري لعملية يتم بموجبها احباط رغبة ما. قد تكون قوة العمل كما تم الاكتشاف هي السر الذي يحول الشيء من قيمة استخدام لقيمة تبادل على حسب ادعاء ماركس ولكن العملية التي من خلالها يتم اخفاء المعنى المستتر بنفسه في مثل هذا النموذج لا يزال غامضا فمثلا نحن لا يمكننا ارضاء رغباتنا ربما لأنها تنتج من خارج نطاق الوعي رغم ان واقع الأمر تبني هذه الرغبات بنشاط شكل ذلك الوعي، الوحش في ظلها يطارد السلع الأساسية -- والتي عرضت بشكل عابر، ولكن في نهاية المطاف لا يمكن الإطباق على ذلك الوعي. (١٩)

إن بودريار وربما غيره يدعون لفكرة 'هيكل السلطة على مدى واقعنا الاجتماعي، وليس على وهم إخفاء الوضع الحقيقي للواقع، ولكن من الوهم يمكن منح الأشياء قيمة عالية، على الرغم من أنها والأموال التي تمثل قيمتها هي في الواقع مجرد تجسيد لشبكة من العلاقات الاجتماعية التي يعترف الأفراد بها ولكن يتصرفون عكسها. ولذلك يعيش المستهلك الحديث حياة من التفوق المادي، أو تبادل السلع الساحر، والذي يعكس فيه ماركس الأشكال الأفلاطونية مما يكشف عن طبقة أخرى من الخطاب الأسطوري تحت أو بعد الوعي التقليدي. إن لهذه التحليلات صلات قريبة من الانثروبولوجيا الهيكلية (***)، والتي تدعي بأن

الأسطورة تشكل إطار طريقة تفكير الناس. ليس ذلك فقط هو الذي لا مفر منه، فهو متأصل. في الواقع، إن الكهف مصمم وفقا لحقيقة واقعة وراء تلك التي نفهمها في الصور المعروضة أمامنا على جدرانها، ولكن هذا الواقع ليس بالضرورة في مجال الحقيقة العليا، ولكن أعرق. وهو لا يتمثل برمز ميتافيزيقي من وراء شمس الحقيقة الحسية أو التقليدية ولكن يمكن العثور على مزيد من الحقائق في الظلال الموجودة على جدار الكهف. وبالتالي لا يزال هناك مجال للفرار لتترك عالم من الافتراضات اليومية، أن يأتي إلى غرفة العرض ويسبب رؤية أكثر وضوحا لما يشكل عصر وسائل الإعلام والصور الخاصة به من الحقيقة والواقع.

أما بالنسبة لكل من بوليارد فإن هذه الحقائق تعمل من وراء مثل هذه الصور تستبعد من معادلة الوعي التقليدي لأنها لا تزال تطارده من الأسفل ولا يمكن التعبير عنها إلا من خلال استعارات مجازية وفي الوقت نفسه لا يمكن أن يكون اسمه إلا إشارة، من خلال مخالفة من خلال عدم قدرتنا على رؤية الحقيقة الرمزية للفكر الانساني ثم يخفي الرمز وكذلك يكشف؛ محاولاته للتضليل: فهو يسمح لنفسه ليظهر كإجمالية، من أجل محو آثار تفوقه المجرد، ويسعى نحو مبدأ حقيقة المعنى. وهذا يرقى إلى نوع مختلف من الخداعات من تلك التي يسمح بها التحليل الماركسي التقليدي لبودريار، حيث لا يمكن نقد الاقتصاد السياسي إلا بالمضي قدما والاعتقاد بأن الحقيقة تكمن ببساطة في استعادتها لجوهر الرأسمالية، ووفقا لتوجيهات هذا النموذج من الاستهلاك، فإن السلع الأساسية الآن تقدم فوراً باعتبارها علامة، وقيمة وفي ضوء ذلك يتم إنتاج علامات (الثقافة) والسلع وغيرها، مع ملاحظة كيف يمكن للمجهول من العلامات التجارية أن يغذي نوع من التعالي للشركات التي تعني بالروحانية، مثل الرومانسية الموجودة في القهوة، وبدلاً من أن يكون المنتج نفسه كما يوضح بودريار فإننا نشترى دلالات الأشياء جنباً إلى جنب مع معالمها المادية، وهذا هو تفسير الشعور الذي نسعى إليه من المنتج أو وسائل الإعلام، أكثر من قيمتها المادية، أي أن الاستخدام يخلق صنم السلع الأساسية، ولكن هذا الشعور كما هو سريع الزوال على الدوام فهو أساسي، حيث يتم إنتاج الثقافة نفسها وخفض لمجموعة لا نهائية من السلع والعلامات، وكذلك في انهيار بعضها البعض تحت وطأة نظام يستند على الاستهلاك المتزامن للمادية المجردة، ولذا فمن الأهمية إدراك أن الفصل بين العلامة والعالم هو ضرب من الخيال، وذلك لأن هذا العالم هو بعيد يدل ببساطة على شيء واحد وصغير، وهو هوية المحتوى الذي يقوم بدور الظل كعلامة ومرجع لها تعمل وفقاً لهذه الحلقة المفرغة إلا أنهما يشتركان مع أي فكرة ميتافيزيقية، وهي 'أسطورة متفوقة' توضح تبادل كل السلع الأساسية. ويمكننا أن نرى كيف قادت تأملات بودريار على مفهوم ماركس للسلعة الصنم مباشرة إلى نظرياته. (٢٠)

من ناحية أخرى هناك محاولات للعودة إلى الصراعات اليومية التي تميز واقع الاقتصاد السياسي، بينما المهم بالنسبة للرأسماليين هو التوسط بين واحد آخر وتقودهم فقط مصالحهم الأنانية... فكافة معتقداتهم

والغيبيات والميتافيزيقيا تتجسد في العلاقات الاجتماعية بين الأمور، سيما وأنهم لم يعودوا يؤمنون إلا بما يؤمن مصالحهم. إن الأيديولوجية مثل الأسطورة تقوم بتشكيل هياكل الواقع، الذي يتوسطه الأضداد لجعل هذا الواقع مقبولا ثقافيا، حيث تعتمد الرأسمالية على الثورة الدائمة لشروط وجودها فهذه النواة الخاصة الأساسية، وعدم التوازن التأسيسي المتناقض، يديم الواقع باعتباره أمرا مطلقا، هذا الشكل من أشكال التنظيم الاقتصادي يزيد باطراد استهلاك الدواء والذي من شأنه القضاء على النواة الخالدة للعداء الاجتماعي والبيئي، يعتبر الإنفاق الضخم على الأشغال الرأسمالية العملاقة في الدول الرأسمالية الكبرى على النحو المنصوص عليه، فالسلع المتزايد الطلب عليها كالدواء عالميا وغيره من السلع انما هو نتاج الأزمة المالية في عام ٢٠٠٨، وهو يوضح كيف أن هذا المنطق لا يزال يتمتع بالسيادة على نطاق واسع، حيث يرث المستهلكون منذ عقود طويلة نظاما مصمما لينخر في طريقه الأرض وما عليها، مع ملاحظة أن الشركات الرأسمالية تضع علامة «طبيعية» على المنتج في حينان المستهلك يتعامل مع سلع على شكل وحش لا يمكن إيقافه.

يكشف كهف اليوم صراعا على وسائل إنتاج الصور الذي يبقى أصدق في جذوره الماركسية مما طرحه بودريار. ومع ذلك، تسبب التوتر في عالمنا وبهذا المعنى، فإنه يجب أن ينظر للحضارة وسخطها على أنها النص الرئيسي لكل المخططات النظرية، والتي لا يمكنها أن تقدم أية توجيهات حقيقية للسجين إلا بتسليط الضوء على العجز الأساسي فيهم. (٢١)

الاستنتاجات

نستنتج مما تقدم عبر وسائل الاتصال قد تشكلت في مجموعة متنوعة من التحليلات النقدية، حيث يتعامل كل منها مع عصر جديد من الاتصالات الإلكترونية والرقمية كما لو أنها كشفت عنصرا أسطوريا. ولقد تم وضع كل هذه التحليلات التي حظيت بقدر كبير من التأثير في شتى مجالات النقد الثقافي خلال العقود الأخيرة، تم وضعها في منظور رؤية أفلاطون القديمة للمعرفية الوهمية والتحرر إلى الحقيقة الصعبة، كما هو موضح في أسطوره للكهف. (٢٢)

إن وراء تفاعلنا المباشر مع محتوى وسائل الإعلام الحديثة والذي من شأنه أن يكشف لنا شيئا ضمينا أو أسطوريا حتى، فيما يخص شكلها تفترض رؤية ماكلوهان للقرية العالمية نفيا وتتكرا مباشرة، وذلك بغية التبرج الرأسمالي/ أو رغبة بالتبرج الرأسمالي. الذي ليس لديه مصلحة في الحد من الطبيعة، غير الحقيقية، للنزعة الاستهلاكية التي تروج كالرسالة من وراء معظم وسائل الإعلام. وبالرغم من ذلك، وجدت أفكار ماكلوهان مكانها في قلب كل مستهلك لديه القدرة على الاختيار من ذلك الكم المهول من مصادر المعلومات. (٢٣)

واضح أن ماكلوهان يحتفظ بأهميته كونه هو الذي أشار إلى "الاهتمام للإعلام كوسيلة اتصال" وأنه وضح حاجتنا إلى أنواع مختلفة من الإعلام والمعرفة، إن كنا نود أن نفهم كيف يمكن للتغيرات بتكنولوجيا

الاتصالات أن تؤثر في اللغة الثقافة والمجتمع إلا أن هذه الفرضية تشكل تناقضا كبيرا لما قدمه الآخرون من نقد لصناعة الثقافة. والتي تتسلل إلى عقل كل مستهلك الى حد ما، حتى تصل إلى الاستعمار الذي بدأ مع الحضارة وما صاحبها من بناء للإمبراطورية. وفي الوقت نفسه نجد زيزيك وبوديار يتبنون نظرية ماركس لصنم السلع الأساسية لتناسب لغة مشتركة جديدة. حيث يزعم كلاهما بأن وسائل الإعلام الحديثة تعمل بمثابة وحش لا يمكن السيطرة عليه وبإمكانه الهرب من كل محاولات احتوائه التي نبذلها، ليس بسبب قوة وسائل الإعلام للاستحواد. (٢٤)

بغض النظر عن المحتوى الثقافي، وتحديدًا بسبب كون هذه الطروحات تشكل النفس التي تستهويها. وأن وسائل الإعلام تحقق غايتها عن طريق ملاً ذلك الفراغ الذي يلهم كبرياء الإنسان فيحثه على الاستجابة. وحينها يجد المستهلك ملزم في عملية تواصلية وفي دوامة لا نهاية لها ما بين نطاق الرغبة غير الشخصية والرضا الوقتي، تلك الدوامة التي تستمد قوة أكبر من خلال حجم مساهمة كل المستهلكين الذين يقعون فرائس سهلة في مصيدتها، مع ان الكل يرى وحشا - بدرجات متفاوتة - في مكان نظام اتصال محكوم بطريقة علمية ذكية بالعقلانية.

وما إذا كان يمكن تحويلها لوكالة المستهلك الجماعي التي تعتمد جزئيا على من يسيطر على مقاليد الأمور فيها ، وأيا كانت الأوضاع والظروف فهي باقية في أيدي نخبة من الشركات التي تتغير هويتها لكن يظل جد أعمالها كما هو؛ إذ إن وحش وسائل الاتصال هذا يستمر في النمو، وهو يمتلك كل المقومات العلمية التي تمكنه باستمرار لان يخمد كل المقاومة، كذلك فإن تحويل أشكال نشاطات وسائل الاتصال وتنويع رسائلها وطرح البديل المناسب يمكن الشركات الرأسمالية من مقاومة الضغط الساحق كما يوفر لها فرصة لزيادة عمليات التسليح، كما يمكنها وبمفارقة عجيبة أن توحد الرؤى البديلة لما هو صحيح وحققي.

إن الاستخدام المجازي لكهف افلاطون ربما ليس له أية صلة بهذا الوضع الذي تعيشه البشرية، ذلك لأن الغالبية العظمى من مستهلكي وسائل الاتصال في القرن الحالي مقتنعون بأن مجموعة الصور التي تومض لهم باستمرار على جدران هذا العالم، تقنعهم برسالة واحدة يروها مختلفة عن أية رسالة أخرى قبلها أو بعدها. وهي قادرة أن تفعل ما تريد طالما أننا سنستمر باستهلاك السلع.

وهذا يعني أننا سجناء فكرة جوهرها أن يكون لنا مجرد وعي محدود أو أحيانا وهمي لأي شيء في رؤيتنا الحقيقية، فكيف لنا أن نتقل في عالمنا هذا بعيدا عن هذا النموذج المهيمن على تفكيرنا في حين ليس الغرض من هذه الرسالة البحث عن إجابات لهذا التساؤل مع أملنا أننا نعرفنا على بعض التخيلات التي توظفها وسائل الاتصال من خلال أدوار مرسومة لبعض الإعلاميين البارزين على في قضايا سبقت اختراع وسائل الاتصال الحديثة وعصر المعلومات، لا سيما من حيث مضمونه الأسطوري.

إن اكتساب عوامل محدودة في سياق هذه الأفكار تبدو كخطوة عقلانية في تفاعلنا مع ظاهرة سائدة لتكون أسطورية في حد ذاتها. وإن كان هذا هو الحال، فإننا نتعامل مع النفس ذاتها للمستهلك في القرن الحادي والعشرين، وإجراء البحوث المستمرة لتحويل مثل هذا الموقف إلى شكل مفيد لكل البشرية ويجب كذلك أن يتم اعتباره مسألة تعليم حتمي لغرض اقرار العدالة الاجتماعية وإرضاء النفس.

المراجع:

- 1-Plato. Rouse, W.H.D. (ed.). The Republic Book VII. Penguin Group Inc.
- 2-The Matrix and Philosophy: Welcome to the Desert of the Real by William Irwin. Open Court Publishing, 2002. ISBN 0-8126-9501-1. "Written for those fans of the film who are already philosophers
- 3- erguson, A. S. (1922). "Plato's Simile of Light. Part II. The Allegory of the Cave (Continued)". The Classical Quarterly. 16 (1): 15–28. doi:10.1017/S0009838800001956. JSTOR 636164. S2CID 170982104
- 4-Plato. Rouse, W.H.D. (ed.). The Republic Book VII. Penguin Group Inc.
- 5-Jowett, B. (ed.) (1941). Plato's The Republic. New York: The Modern Library. OCLC 964319
- 6- Elliott, R. K. (1967). "Socrates and Plato's Cave". Kant-Studien. 58 (2): 138. doi:10.1515/kant.1967.58.1-4.137. S2CID 170201374
- 7- The Matrix and Philosophy: Welcome to the Desert of the Real by William Irwin. Open Court Publishing, 2002. ISBN 0-8126-9501-1. "Written for those fans of the film who are already philosophers.

(*) للتفاصيل حول جوهر وأهمية هذا الموضوع ينظر عبدالرزاق محمد الدليمي ٢٠١٨ قضايا معاصرة في الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن عمان الطبعة الثانية.

(**) <https://www.psychologytoday.com/us/blog/in-it-together/201907/the-narcissist-vs->

(***) للتفصيل حول نظرية ماكلوهان انظر عبدالرزاق محمد الدليمي ٢٠١٦ نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري الاردن عمان

- 8- Postman (2000), cited in Strategies (2008).
- 9- McLuhan (1959). DF The all (2001) sees similarities between Two thinkers.
- 10- Ahmed S (2008). Mass mentality, industry culture and fascism. Kritike, 2(1).
- 11- Fawcett, B (2004). What McLuhan Got Wrong About Global Village and Some Things He Didn't Expect. In Moss and J. Mora LM, (eds.) The Hour of the Speed of Light; Re-evaluation
- 11-Freud, S (1985) Civilization, society and religion, group psychology, civilization and its discontents, and other works. Translated by James Strachey. London: Penguin Books.
- 12-Genosko, G (1999). McLuhan and Baudrillard: The Masters of the Impulse. New York: Routledge.
- 13-Gibson, T (2008). Dual Vision: McLuhan's contributions to media and an interdisciplinary approach to communication, culture, and technology. Electronic Journal Media Tropes, 1,
- 14-Jameson, F (1991). Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism. London and New York: Verso.
- 15-Whip, S. and Lury, C (2007). global culture industry. Cambridge: Polity Press.
- 16-Levine, Jim (1981). The Translator's Introduction to Baudrillard, J (1981). To critique the political economy of signature. St. Louis, MO: Click Telos.
- 17-Marx, K (1970 [1867]). Capital: a critique of political economy. London: Lawrence Wish art. See vol. 1, a critical analysis of capitalist production, pt. 1, sec. 4, Fetishism and the secret of punishment,

(***) بعد الحداثة هي حركة فكرية واسعة نشأت في النصف الثاني من القرن العشرين كرد فعل على ادعاءات المعرفة القديمة المنتهية والمرتبطة بحداثة عصر النهضة ولإنهاء الافتراضات المزعوم وجودها في الأفكار الفلسفية الحداثية المتعلقة بالأفكار والثقافة والهوية والتاريخ وتحطيم السرديات الكبرى وأحادية الوجود واليقين المعرفي وتبحث في أهمية علاقات القوة،

والشخصنة أو إضفاء الطابع الشخصي، والخطاب داخل بنية الحقيقة والرؤى الشمولية وينطلق العديد من مفكري ما بعد الحداثة من إنكار وجود واقع موضوعي ومن إنكار وجود قيم أخلاقية موضوعية والتشكك في السرديات الكبرى والبحث عن خيارات جديدة وتشمل الأهداف المشتركة لنقد ما بعد الحداثة الأفكار العالمية للواقع الموضوعي والأخلاق والحقيقة والطبيعة البشرية والعقل والعلم واللغة والتقدم الاجتماعي. وفقاً لذلك، يتميز الفكر ما بعد الحداثي على نطاق واسع بالميل إلى الوعي الذاتي، والإحالة الذاتية، والنسبية المعرفية والأخلاقية، والتعددية، وعدم الاحترام. وانتقادات ما بعد الحداثة متنوعة فكرياً وتشمل الحجج القائلة بأن ما بعد الحداثة تروج للظلامية، ولا معنى لها، وأنها لا تضيف شيئاً إلى المعرفة التحليلية أو التجريبية.

Mura, Andrea (2012). "The Symbolic Function of Trans modernity" (PDF). Language and Psychoanalysis.

(***) الأنثروبولوجيا الهيكلية هي مدرسة من الأنثروبولوجيا تعتمد على فكرة كلود ليفي ستروس أن هناك هياكل عميقة أساسية في كل الثقافات وبالتالي فإن لكل الممارسات الثقافية نظائر مماثلة في ثقافات أخرى لأن كل الثقافات موضوعية، نشأ منهج ليفي ستروس في قطاع كبير من الجدليات التي شرحها ماركس وهيغل بالرغم من أن الجدليات (كمفهوم) يرجع تاريخها إلى الفلسفة اليونانية القديمة. يفسر هيجل أن كل موقف يعرض أمرين متعارضين وحلاً لكل منهما؛ أطلق فيشته على هذه الأمور المصطلحات «الأطروحة ونقيض الأطروحة والتوليف». جادل ليفي ستروس أن الثقافات أيضاً لديها هذا الهيكل. فأظهر على سبيل المثال كم يمكن أن تتعارض أفكار متناقضة وحدثت التسوية بينها لتأسيس قواعد الزواج والميثولوجيا والطقوس. وشعر أن هذا المنهج مخصص للأفكار الجديدة فقال: يفكر الناس بشأن العالم باعتباره أضداد ثنائية مثل عال ومنخفض، وداخل وخارج، والإنسان والحيوان، والحياة والموت- وأن كل ثقافة يمكن فهمها عبر هذه الأضداد. تستفيد أساساً عملية الإدراك البصري من التضاد الثنائي. (Lévi-Strauss 1972.)

18-McLuhan, Muhammad (2005). Marshall McLuhan - Unbound (18: The Mass Media Myth). Corte Madera, CA: Ginkgo Press. Originally published in Daedalus (1959): 339-348 Journal of the American Academy of Arts and Sciences, 88(2).

19-McLuhan, M, and Fiore, F (2001 [1967]) The medium is the message: an inventory of effects. Corte Madera, CA: Ginkgo Press.

20-O'Neill, J (1991). Plato's Cave, Desire, Power, and the Functions of Sparkling Media. New Jersey: Ablex Publishing.

21-Plato. (1998 [380 BC]) The Republic. Translated by Robin Waterfield. Oxford: Oxford University Press.

22-Postman, N (2000). Human ecology and media. Proceedings for AEA Media 1,

23-Strategies, L (2008). The Study of Media and Media: McLuhan and the Media Ecology Approach. Electronic Journal 1, Media Tropes.

24-Theall, D. F. (2001). A virtual Marshall McLuhan. Montreal and Quebec: McGill University Press, Queen's University.