



التفكير الفلسفي وتكنولوجيا الإعلام والاتصال

عبد الصمد زهور/ المغرب

إنَّ هذه الصُّعوبات النَّابعة من مُحاثة الفكر الفلسفي لعالم التقنيات، تجعله بين مطرقتي الأفق والصعوبة، وهو ما سنحاول تبينه متخذين من تكنولوجيا المعلومات والاتصال أنموذجاً نرصد من خلاله آفاق التدخُّل الفلسفي الممكن وصعوباته.

تكنولوجيا المعلومات والاتصال تُستعمل هذه الاصطلاحات في اجتماعها عادة لكي تدلّ -بحسب الأستاذ عبدالرزاق الدواي- على أهم التكنولوجيا المستخدمة حالياً في ميادين نقل المعلومات وتبادلها وتخزينها وتطويرها، يتعلّق الأمر أساساً بميادين الاتصال والمعلومات والإنترنت. وقد عُدَّت هذه التقنيات سمة من السمات الكبرى لما بعد الحروب العسكريّة العالميّة المباشرة، إذ يكاد يكون الاهتمام بها

تمهيد

إنَّ وعي الفكر الفلسفي بمدى المخاطر التي تشكّلها أو قد تشكّلها التقنية على الوجود الإنساني في مختلف مستوياته، دَفَعَ جُلَّ الفلاسفة الذين تطرّقوا إلى هذه المسألة إلى تقديم سُبُل للعودة إلى الرّشاد، إلّا أنّ هذه السُّبل اتّسمت في غالب الأحيان بعموميّتها، لأنّ الصراع الفلسفي المُحايث لواقع التقنية يصطدم بجزئيّات كثيرة تمنع من تحقيق المراد الفلسفي.

فكيف السُّبيل إلى الخروج من بوتقة نسيان الوجود الذي فرضته علينا التّقنية بلغة "مارتن هيدغر" Martin Heidegger؟ وكيف السُّبيل إلى إعادة تملكها بلغة "إدغار موران" Edgar Morin؟ وما هي طبيعة التّواصل المطلوب في عالم تحكمه التقنية بجميع تجلّياتها بلغة "يورغن هابرماس" Jürgen Habermas؟

ضمن شبكة البانتغون الأميركية خلال الحرب الباردة، في ما يشبه السعي إلى الانتقال من الصراع الأيديولوجي إلى صراع ميديولوجي، هو الذي نعيش في ظلّه اليوم.

هكذا أصبح العالم المعاصر -على حد تعبير محمد سيلا- عالمًا تسيطر فيه الصورة بمختلف أنواعها وأحجامها وأشكالها على العلاقات مع الناس، وعلى العلاقات مع الأشياء ومع المعرفة، حيث تخلق فضاءات سينماتوغرافية وتركيبات إخبارية وفضاءات لهو.

أحدتت هذه التقنيات تحولات عميقة في حياة المجتمعات الإنسانية عبر العالم كله، من خلال آليّة من آلياتها القويّة، ألا وهي الصورة، فقد باتت هذه الأخيرة، في عالم اليوم مطلقة الحضور، إن لم نقل هي الحضور ذاته، وهكذا باتت تُقسّم العصور التي مرّت منها البشرية إلى ثلاثة عصور، أوّلها عصر الكتابة والثاني عصر الطباعة، والعصر الحالي الذي هو عصر الصورة، ويمكن تلخيص هذا الانتقال في كونه انتقال من النسخ إلى الاستنساخ.

هكذا تعيّر مفهوم الواقع ليصير منعكسًا على الشاشة، وهو ما عبّر عنه "رجيس دوبري" Régis Debray بقوله:

خلال بدايتها اهتمامًا بوسائل جديدة لحرب بديلة.

فبعد هذه المرحلة برزت وسائل الإعلام والاتصال كقوة فاعلة وتطوّرت بشكل كبير، حيث عرّفت المرحلة الممتدة ما بين النصف الثاني من القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين، عدة اختراعات ابتداءً من الهاتف مرورًا بآلات التصوير وصولًا إلى الإذاعة والتلفزيون، قبل أن تظهر ثورة جديدة أطلق عليها اسم الثورة الإعلامية الثالثة، التي تميّزت بانفجار تكنولوجيا الاتصال الحديثة، التي تربّع على عرشها الإنترنت الذي تم تطويره بادئ الأمر



مقال: عبدالعالي معزوز، الفلسفة العربية وتحديات عالم الصورة والميديا).

التفكير الفلسفي

أمام آفاق ومازق جديدة

هذا الوضع الجديد الذي تفرضه تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جعل الفكر الفلسفي مطالبًا بتدخل تفكيكي ونقدي، من أجل حلّ المفارقات التي تحبل بها هذه الوسائل، حيث بدأ الفكر الفلسفي يطرح مجموعة من الأسئلة اعتدنا على سماعها عبر تاريخ الفلسفة الخالد مثل: ماذا يمكنني أن أعرف؟ ماذا يمكنني أن أعمل؟ ما الذي يمكن أن أمله؟ لكنه يطرحها بروح جديدة في ضوء ما تُفضي إليه العولمة المرتكزة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومن ثمّ، فهو يتناول إشكالات تتجاوز المسائل الفلسفية الكبرى التي سادت منذ العصر اليوناني، منفتحًا على إشكاليات هذا الزمان، من قبيل إشكالية العولمة ومكونات مجتمع المعرفة وإشكالية التعدد الثقافي، وإشكالية العقل التواصلي، وإشكالية العدالة الاجتماعية والسياسية في عالم معلوم.

هكذا يكون لمقولة خلود الفلسفة معنى آخر بحسب الأستاذ عبدالرزاق الدواي، فإذا كانت الفلسفة خالدة، فذلك لأنّ الفلاسفة قبل كل شيء هم أبناء زمانهم، أي أنّ خلودها مرتبط بتجدد إشكالاتها كي تبقى حيّة، وما يهبها هاته الحياة هو إعلانات موتها المتكررة.

لقد غادرت أعيننا جسد العالم. بفضل الإغواء والإغراء وأسلوب النجاعة والأداء الذي حقّقه الصورة. إذ يقوم منطق هذه الوسائل على أنّ الوهم إذا كان ناجعًا هو أفضل من الحقيقة، وقد صارت الصورة أقوى نفاذًا من الفكرة، وبرز مفهوم جديد للسلطة هو سلطة الاتصال.

لقد صارت وسائل الاتصال الجماهيري قادرة على توجيه الرأي العام وعلى نشر ثقافة الاستهلاك وقيم الترفيه، فقد صار هذا الوسيط على حدّ تعبير "مارشال ماك لوهان" Marshall McLuhan هو الرسالة، وساهمت المشاهدة عن بُعد بفضل جهاز التلفاز في تقليص المسافات واختزلت الأمكنة، والأكثر من ذلك هو أنّ هذه الوسائل أصبحت تمارس قوّة قهرية على الجمهور من خلال الصورة، فهذه الأخيرة تستطيع النفاذ إلى أعماق اللاشعور البصري بفضل قوة التكرار والإطناب. فالصورة هي بخلاف التفكير لا تفكر وتستبعد سمات الاستدلال والحجاج وطريق البحث عن الحقيقة، الذي هو مرتبط بعالم النص والفكرة.

لقد كان لهذه التحوّلات انعكاس على جميع المستويات حتى على المستوى الاقتصادي؛ حيث تم الانتقال من الاقتصاد المادي القائم على حيازة السلعة، إلى الاقتصاد اللامادي القائم على المعلومة، فمنطق الأول هو منطق الاستهلاك، فيما يرتبط منطق الثاني بالترفيه والفرجة والإشهار، إنه انتقال من رأسمالية السلعة إلى رأسمالية الصورة والمعلومة(راجع

الفكر الفلسفي ومازق جديدة هذا الطرح الذي انتهينا إليه في السطور السابقة، يُجسّد أملاً سرعان ما يُراجِع ذاته، عندما يُكتشف ما يجري في كواليس وسائل الإعلام والاتّصال وتكنولوجيا المعلومات الجديدة، من تجسُّس على الأفراد والمؤسسات، وتجارة بالمعلومات الشخصية، وسعي إلى بث ثقافة هجينة قوامها الفرجة والإلهاء، بحيث لا يتم تزويد المواطنين بالحقائق، بل يصيرون أشبه بالقطيع على حد تعبير "فردريك نيتشه" Friedrich Nietzsche، يحدّد لهم من قِبَل المتحكمين بهذه الوسائل المكان الذي سيرعى فيه فكرهم.

من هنا احتياط الفلسفة وطرحها للسؤال الأفلاطوني القديم الجديد المتعلق بالتصوير الشعري وأثره على نفسيّة أبناء المدينة الفاضلة، وهو السؤال الذي أُجيب عنه بقول سقراطي أفلاطوني مفاده ضرورة ترحيل كل من تسوّل له نفسه التّلاعب بمشاعرهم لكي تصير موضوعاً ربحيّاً، وهو المنوال الذي ينبغي أن يتم به التعامل مع هذه الوسائل المستحدثة.

إنّ منطق التكرار الذي تعمل به هذه الوسائل يجعلها تسيِّج السلوك الإنساني، بل تولّده بالطريقة التي يتلاءم بها مع مجتمع استهلاكي يحكمه منطق الربح والخسارة لا غير. كل هذا يقود إلى صعوبة خوض هذه الآفاق التي تراءت معالمها في الأفق لأوّل وهلة، ويدفع إلى وعي هذه الصعوبة، ونهوض الخطاب الفلسفي بطرح جديد.

آفاق جديدة أمام الفكر الفلسفي إنّ استفحال حضور هذه التقنيات يدفعنا إلى التساؤل كما تساءل آخرون عن الثمار التي يمكن أن يجنيها الفكر الفلسفي بعد انفتاحه عليها، إنّها بحسب بعضهم ستساعده على التمكن من تداول الأفكار وانتشارها السريع، وستجعله يني قيم إنسانيّة مشتركة، من خلال تسهيل عمليّة حضور الفكر الفلسفي في الفضاء العمومي، وكذلك تجاوز الحدود الوطنيّة من أجل قيادة الحضور الثقافي على الصعيد العالمي. وبالتالي دُفع المجتمعات للانخراط في مسلسل الحداثة، بما هي عمل متواصل على الذات من أجل صقلها وتطويرها، فاليوم تعقد على الإنترنت آمال كبيرة لتجديد معالم الحياة السياسيّة في المجتمعات المعاصرة، ففي مجالاته المتنوعة إمكانات لخلق تواصل سياسي ديمقراطي نوعي، وهي وسيلة للمشاركات في نقاشات وحوارات حقيقيّة مباشرة، إنّها في نهاية المطاف خطوة كبيرة نحو ما أضحى معروفاً تحت اسم الديمقراطية الإلكترونيّة (راجع مقال: عبدالرزاق الدواي، الفلسفة وتكنولوجيا المعلومات والاتّصال).

كل هذه الممكنات المطروحة أمام الفلسفة اليوم تولّد لنا أطروحة متفائلة تدافع عن كون هذه الوسائل تفتح آفاق جديدة للفكر الفلسفي، تؤمّن له نشر الحقيقة وخوض نقاش عمومي جاد، قصد ترسيخ مبعثياته وقيمه الصادقة التي طالما استلطفها عبر التاريخ.

هناك مساومات وتنازلات وتخمين عشوائي في البحث عن الحقيقة، فلا تنتج المفاهيم بالحوار بل بقوة الإرادة والفكر، والتوافقات والتنازلات لها دور في عالم الإشهار والتسويق، لا في عالم الفكر والحقيقة. فالفيلسوف الحامل لهموم الحقيقة وهو اجسها يبتعد عن الدنو من وسائل الاتصال لأنها تتداول أسئلة تافهة تبعدنا عن طلب الحقيقة.

إنَّ الادِّعاء القائل بحاجة الفلسفة إلى الجمهور، يردُّ عليه "دولوز" بقوله إنَّ الفلسفة لم تكن في يوم من الأيام بحاجة إلى جمهور، إنها أشبه بالفكر وهو يحيى كتنظيم سري، وتاريخ الفلسفة شاهد على ذلك مع الفيثاغوريين وفلاسفة الإسكندرية، وإخوان الصفا وخلان الوفا، ومع "ليبنز" Leibniz و"باروخ اسينوزا" Baruch Spinoza و"شلينغ" Schelling وآخرين من الذين كانوا يُصدرون كتاباتهم بأسماء مستعارة. فالمفكر بحسب "دولوز" أشبه بمن يرمي قنينة في البحر فلا يدري إلى أين مستقرُّها.

إنَّ إبداع المفاهيم الذي هو خاصية الفلسفة هو معيار تمييز الحقيقي من الوهمي، والمفهوم هو مُركَّب ومتعدِّد، إنه بحسب "دولوز" سلسلة تويغات، ودرجات شدة، لا تتغيا أي تعميم أو إطلاق، إنه تعدُّد في ذاته، أي تجاوز وتلاق، وليس توحيداً، ومن ثمَّ فهو أيضاً مقاومة للتكرار الذي تحبل به وسائل الاتصال من حيث هو قناع يخفي أقنعة أخرى، ويعمل على إنتاج نسخة عن الهوية، وبهذا فهو غياب للاختلاف وتساو بين

الطرح الفلسفي الجديد

إنَّ اللاوضوح واللامنطق واللاتميُّز والتسرُّع، الذي يتغلغل في أعماق وسائل الإعلام والاتصال والتكنولوجيا الجديدة، يجعل الفلاسفة واعين تمام الوعي، في العصر الحاضر، بوجود خصوم أشبه بسفستائي العهد اليوناني، وهؤلاء الخصوم هم الاتصال والإعلاميات وعالم الإشهار والتسويق.

إنَّ هذه المجالات بحسب الفيلسوف الفرنسي "جيل دولوز" Gilles Deleuze هي التي تحاول اليوم الاستحواذ على مفهومي المفهوم والإبداع، إنها حسبته تستحوذ على اختصاص الفلسفة الذي هو إبداع المفاهيم، فالفاعلون في هذه الوسائل يسمون أنفسهم "مُبدعين للمفاهيم"، والحال أنهم لا يعملون سوى على ترويج الرأسمالية ويبيحون ما يسميه "دولوز" (بكوجيطو) السلعة. هكذا ينبغي أن تتموضع الفلسفة على حد تعبير الأستاذ عبدالعالي معزوز على الطرف النقيض من وسائل الإعلام والاتصال، لأنها لا تُنتج مفاهيم، بل تنتج عموميَّات هدفها هو التسويق. فالفلسفة ليست اتِّصلاً ولا تواصلاً لأنها فكر لا وجهة نظر أو محادثة أو لغو، فغاية الاتصال هي التسويق والبيع، ومرمى التواصل هو التوافق المؤدي إلى التنازل، ولهذا فالفلسفة مقاومة لهما معاً. إذ يُراد تأسيس التَّفاهم والتوافق عبر هذه الوسائل، ولكن التوافق قاعدة مثالية للرأي لا علاقة لها بالفلسفة، والرأي هو عدة أشباه الفلاسفة والسفستائيين، فليست

الإلكترونية والمحوسبة التي تبسّر بها هذه الوسائل عبر فضاءاتها الافتراضية، تشكل خطرًا على الديمقراطية التشاربية التي ينبغي أن تتبع من الفضاء العمومي الواقعي التواصل، فوسائل الاتصال تقف حائلًا دون إرساء قواعد تواصل عقلاني، وهي تحمل خطرًا على الرأي العام لأنها تجعله يقاس بالأعداد لا بالحجج التي تدعمها الروح الفلسفية، القائمة على عقل تواصل حواري يشكّل من داخل الفضاء العمومي، فما يحكم وسائل الاتصال -بحسب "هابرماس"- هو منطق العرض والطلب وقوانين السوق لا معايير الحوار، فهي تختزل المواطن إلى مجرد زبون، وهي ذات نزوع سلطوي.

كلمة ختامية

أمام هذه الممكنات المتعددة والمتنوعة التي تطرح أمام التفكير الفلسفي في علاقته بمستجدات مجتمع المعرفة المتجسدة أساسًا في وسائل الاتصال والمعلومات والتكنولوجيا الجديدة بما هي جزء من التقنية التي تفرض نفسها علينا، لا يسعنا على حدّ تعبير د. ثريا بركان إلا أن نعمل على بسط فلسفة من نوع جديد يكون أساسها فكر نقدي واضح ومتميز، لعلّه يفضي من خلال التراكمات لإيجاد مخارج واضحة لعلاقة الفلسفة بهذه التقنيات، ولا تطوّر دون أزمات ■

العناصر، كل تكرار هو في التمثّل تشابه وتماه مع المفهوم. إنّ "دولوز" يرفع شعار الاختلاف ضدًا على المطابقة التي تسعى إليها هذه الوسائل، بما هو اختلاف جزئي؛ أي الاختلاف من حيث هو فعل شدة يعمل في عمق كل موجود، فلا معنى ولا أصل ولا منطق ولا هوية قبلية أصيلة (عادل حدجامي، فلسفة جيل دولوز، 2012).

لم يكن الصوت الدولوزي هو الصوت الوحيد الذي دافع عن هذه الأطروحة التي نحن بصدها والتي تقوم بحسب الأستاذ عبدالعالي معزوز على تأكيد أنّ الفلسفة باقتحامها لوسائل الإعلام وعالم الشاشة تخسر كل شيء، وتستحيل إلى مجرد أفكار عامة، أو إلى محض ثقافة عامة وتختزل في "روبرتاج" سمعي بصري، حيث تتحوّل بذلك إلى فكر تبسّطي وإلى آراء عامية، وتستحيل إلى مناقشات زائفة لمشاكل السلطة والحرب والسلم والعنف والحوار وغير ذلك من مواضيع الفلسفة الممكن أدلجتها، وستصبح الفلسفة بهذا الاقتحام عبارة عن فراغ ثقافي، فالفكر الفلسفي هو فكر مركّب، يحكمه منطق استدلاي وحجائي صارم، غريب عن الإكراهات البراغماتية التي يطرحها معدّوا البرامج التلفزيونية وغيرها.

قلت إنّ صوت "دولوز" لم يكن هو الصوت الوحيد الذي دافع عن هذا الطرح، بل هناك فلاسفة آخرون منهم رائد من رواد مدرسة فرنكفورت النقدية، هو الألماني "يورغن هابرماس" الذي قال إنّ الاتصال يشكّل عائقًا أمام التواصل، وأضاف إنّ الديمقراطية