

المحاضرة الحادية عشر

أولاً: ثقافة النخبة والثقافة الشعبية (المفهوم والخصائص المميزة)

1. التعريف والتأسيس النظري لثقافة النخبة:

تُعرف ثقافة النخبة (High Culture) بأنها مجموعة من المعرف، والذوقيات، والممارسات الفنية والاجتماعية التي تُفضّلها، وتُنتجها، وتستملّكها الطبقة الاجتماعية المهيمنة في المجتمع، وهي ليست مجرد مسألة تفضيل شخصي، بل هي بناء اجتماعي تاريخي يهدف إلى وضع حدود واضحة بين هذه النخبة والطبقات الأخرى، وتشمل هذه الثقافة تقليدياً الفنون الجميلة (الأوبرا، والباليه الكلاسيكي، والموسيقى السيمفونية)، والأدب المعقد، والمعرفة الأكاديمية العميق، والذوق الرفيع في المأكل والملابس والسلوك، ويرى المنظرون، وخاصة بيير بورديو، أن هذه الثقافة تُشكّل "رأسمالاً ثقافياً" (Cultural Capital) يتم توارثه وتعلمه داخل الأسر النخبوية، ويُستخدم هذا الرأس المال كـ"عملة رمزية" تُشرعن مكانة النخبة وتسهل وصولها إلى الموارد الاقتصادية والاجتماعية.

2. الخصائص المميزة لثقافة النخبة: التفرد والشرعنة:

تميّز ثقافة النخبة بخصائص جوهرية تُرسّخ تفوّقها الاجتماعي، أولها هو التفرد (Exclusivity)، حيث يتم إنتاجها وعرضها في أماكن مُخصصة ومُكلفة (المتحاف الكبير، والمسارح التاريخية، والجامعات المرموقة) التي لا يستطيع عامة الناس الوصول إليها بسهولة، وثانّها هو الشرعنة (Legitimation)، إذ تُمنح هذه الأشكال الثقافية قيمة "موضوعية" و"جمالية عليا" من قبل المؤسسات التعليمية والفنية والشرعنة للذوق، ما يجعلها تُصنف كـ"الفن الجدير بالاحترام والخلود"، وثالثها هو الطابع المعياري (Normative Character)، حيث تُحدّد ثقافة النخبة المعايير المثالية للسلوك، واللغة، والمظهر، وأي انحراف عنها يُفسّر كـ"نقص" في الذوق أو التعليم، ما يُبرهن على أن وظيفة هذه الثقافة ليست ترفية بالضرورة، بل وظيفة تميّزية وهرمية.

3. التعريف والتطور التاريخي للثقافة الشعبية:

تُعرف الثقافة الشعبية (Popular Culture) بأنها مجموعة الممارسات، والمعتقدات، والمنتجات الفنية والإعلامية التي تحظى بقبول واسع واستهلاك جماهيري بين غالبية السكان، وخاصة الطبقات الوسطى والدنيا، وبرغم أنها كانت تُنظر إليها تاريخياً بعين الازدراء باعتبارها "ثقافة غير أصيلة" أو مجرد "ترفية جماهيري"، إلا أنها أصبحت في العصر الحديث قوة ثقافية واقتصادية هائلة، ويمكن تحديدها بناءً على عوامل الإنتاج والتوزيع، حيث تُنتج غالباً من قبل الصناعات الثقافية الضخمة (شركات هوليوود، ومصانع الموسيقى، ومنصات البث الرقمي) وتُوزع عبر وسائل الإعلام الجماهيرية لجمهور يتسم بالتنوع السكاني، ما يجعلها مرآة للتحولات الاجتماعية ومحركاً لها في آن واحد.

4. الخصائص المميزة للثقافة الشعبية: الشمولية والдинاميكية

تميّز الثقافة الشعبية بخصائص تناقض ثقافة النخبة وتجعلها واسعة الانتشار، أولها هو الشمولية (Accessibility)، فهي متاحة بأسعار معقولة أو مجانية، ويمكن الوصول إليها بسهولة عبر

منصات رقمية متعددة، ما يُزيّل الحاجز الطبقي في الاستهلاك، وثانيها هو الديناميكية والسيولة (Fluidity and Dynamism)، حيث تغير بسرعة استجابة للموضوعات والأحداث الجارية ومتطلبات السوق، وهي أقل تقييداً بالتقاليد والقواعد الرسمية من ثقافة النخبة، وثالثها هو الطابع التجاري (Commercial Nature)، إذ يتم إنتاجها بهدف أساسى هو تحقيق الربح، ما يجعل المحتوى غالباً مصمماً لإرضاء أوسع قاعدة جماهيرية ممكنة، بدلاً من الارتفاع بالذوق الجمالي، وهذا يجعلها مجالاً لتبادل الأفكار وكذلك أداة للاستغلال التجاري والثقافي.

5. تداخل الحدود: تسهيل الرأس المال الثقافي وتأميم الذوق:

شهد العصر الحديث، وخاصة مع ظهور التكنولوجيا الرقمية، تداخلاً كبيراً في الحدود بين ثقافة النخبة والثقافة الشعبية، فثقافة النخبة لم تعد ممحونة بالكامل، حيث أصبح من السهل الوصول إلى أجزاء من فنونها (كالأوبرا أو المتاحف) عبر البث المباشر أو المحتوى الرقمي، ما أدى إلى ما يُسمى بـ"تأميم الذوق" أو "ديمقراطية الاستهلاك"، وفي المقابل، يتم "تسهيل" (Co-option) "بعض عناصر الثقافة الشعبية، لا سيما تلك التي تُنتجها الأقليات العرقية، حيث يتم استعارتها، وتنقيحها، ثم إدماجها في السردية الثقافية المهيمنة بعد أن تُصبح مربحة تجاريًّا، ما يُبين أن الحدود أصبحت أكثر مسامية وتفاوضاً، رغم استمرار التمايز الأساسي في تقييم القيمة.

6. دور العرق والتمايز في استهلاك ثقافة النخبة:

على الرغم من الانفتاح الظاهري، يظل العرق والتمايز يلعبان دوراً حاسماً في الوصول إلى ثقافة النخبة واستهلاكها، فثقافة النخبة لا تزال، في جوهرها، تُمجد معايير وجماليات متقدمة في التراث الأوروبي الأبيض، وهذا يُشكّل "حاجزاً عرقياً" يمنع الانتماء الكامل للأقليات، فعلى سبيل المثال، قد يتمتع فرد من أقلية عرقية بالثراء اللازم لحضور الأوبرا، لكنه قد يفتقر إلى "المعرفة الخلفية" أو "الرمز الاجتماعي" الذي يجعله "جزءاً أصيلاً" من الجمهور، ما يؤكد أن الاستهلاك المادي لا يكفي للانتماء الرمزي، وتُصبح ثقافة النخبة في هذه الحالة أداة لسيطرة العرقية والرموزية.

7. الثقافة الشعبية كساحة للصراع العربي والتمثيل الذاتي:

تمثل الثقافة الشعبية، على الجانب الآخر، ساحة مزدوجة لأطراف للتعبير العربي والاجتماعي، فهي توفر منصة للأقليات العرقية للإنتاج محتواها الخاص وتأكيد هويتها الثقافية ومقاومة الصور النمطية السلبية، وخاصة عبر الموسيقى، والأفلام المستقلة، والفضاء الرقمي، وفي نفس الوقت، تتعرض هذه الثقافة الشعبية لآلية "الاستغلال الثقافي" (Cultural Appropriation)، حيث يتم الاستيلاء على رموزها، وإفراغها من محتواها السياسي، ثم بيعها للمجموعة المهيمنة على شكل "منتجات عصرية"، وهذا يُشير إلى أن التنوع الظاهري في الثقافة الشعبية لا يعني بالضرورة زوال الهيمنة العرقية.

8. التأثير التربوي والسلوكي: ثقافة النخبة مقابل الشعبية:

يختلف التأثير التربوي والسلوكي لكلا الثقافتين بشكل كبير، فثقافة النخبة تُعزز غالباً الامتثال، والتحفظ، والتفكير التحليلي الهادئ كسمات مرغوبة اجتماعياً، وتُستخدم في المؤسسات التعليمية

كمقياس للذكاء والجدية الأكاديمية، بينما تُشجع الثقافة الشعبية (و خاصة عبر محتوى الترفيه) على السيولة السلوكية، والتعبير العاطفي المباشر، والـ"كسر المرح" للقواعد التقليدية، وقد يُنظر إلى هذا التعبير من قبل النخبة على أنه "فوضى" أو "انحدار"، وتكمّن المفارقة في أن ثقافة النخبة تُعد الأفراد للسيطرة المؤسسية، بينما تُعد الثقافة الشعبية الأفراد للتعايش اليومي في عالم متغير.

9. القيمة الجمالية مقابل القيمة الاستهلاكية:

يمكن تلخيص الفارق الجوهرى بين ثقافة النخبة والثقافة الشعبية في معيار "القيمة" الممنوعة لكل منها، فثقافة النخبة تستمد قيمتها من ادعاءات الجودة الجمالية والخلود الفي، وهي قيمة رمزية تُستخدم كأداة للتمايز الطبقي والعرقي، وتشرعن التسلسل الهرمي للمجتمع، في حين تستمد الثقافة الشعبية قيمتها من الانتشار الجماهيري والقيمة الاستهلاكية والتجارية، وهي تُعبر عن الصراعات، والتجارب، والتنوع للغالبية العظمى من الناس، وهذا التباين في مصادر القيمة يؤكد أن العلاقة بينهما هي علاقة قوة وتوتر مستمر، وليس مجرد اختلاف في الأذواق.

ثانياً: التفاعل والتمايز بين ثقافة النخبة والثقافة الشعبية:

1. العلاقة بين ثقافة النخبة والثقافة الشعبية: علاقة توتر وتمايز:

تُوصف العلاقة بين ثقافة النخبة (High Culture) والثقافة الشعبية (Popular Culture) تقليدياً بأ أنها علاقة توتر، وتمايز، وهيمنة، فثقافة النخبة تُنظر إلى نفسها على أنها متفوقة جوهرياً، حيث تُجسد "الذوق الرفيع" و"الجمال الخالد"، بينما تُصمم الثقافة الشعبية لـ"الاستهلاك الجماهيري" و"الإرضاء الفوري"، وقد أكد المنظرون الأوائل لمدرسة فرانكفورت أن الثقافة الشعبية ليست سوى "صناعة ثقافية" (Culture Industry) تُنتج سلعاً مُنمطة تهدف إلى تخدير الجماهير وتسهيل السيطرة الاجتماعية، ما يُنشئ تفاضلاً صارماً حيث تُستخدم ثقافة النخبة كمعيار للحكم على نقص الجودة الفنية والجمالية في الثقافة الشعبية.

2. آليات المهيمنة الرمزية والشرعنة المضادة:

تتجسد المهيمنة في هذه العلاقة عبر آليات محددة، حيث تعمل ثقافة النخبة على "الشرعنة الرمزية" لنفسها من خلال المؤسسات المهيمنة (كالأكاديميات، والجوائز الأدبية، والمتحاف) التي تُعلن تفوّقها، وفي المقابل، تُستخدم الثقافة الشعبية أحياناً كـ"أداة شرعنة مضادة" من قبل الجماهير التي "ترفض" معايير النخبة، وتجد في ثقافتها الخاصة تعبيراً أصيلاً عن واقعها، ولكن هذه المقاومة غالباً ما يتم استبعادها وتحييدتها من قبل السوق التجاري الذي يُحول رموز الرفض (كالموسيقى الثورية أو أزياء الشارع) إلى "سلع رائجة"، ما يُبين أن الاستقلالية الكاملة للثقافة الشعبية تظل أمراً صعب المنال في ظل المهيمنة الرأسمالية.

3. التداخل الحديث: "المتاحف" الرقمية وـ"النخبة" الشعبية:

شهدت العقود الأخيرة تداخلاً متزايداً في الحدود بين الثقافتين، وخاصة مع ظهور المنصات الرقمية التي أدت إلى "إضفاء الديمقراطية" على الوصول، حيث أصبح بالإمكان مشاهدة أوبرا عالمية أو جولة افتراضية في متحف اللوفر من أي مكان، ما يكسر حاجز التفرد المادي لثقافة النخبة، وفي الوقت

نفسه، ظهر ما يمكن تسميته بـ"النخبة الشعبية" (Popular Elites)، وهم أفراد يحظون برأس مال اجتماعي واقتصادي كبير (كالمشاهير ونجوم الرياضة) لكنهم يفضلون بوضوح الثقافة الشعبية، ما يُشير إلى أن الذوق لم يعد مرتبطةً بشكل حتمي بالطبقة الراقية، بل أصبح أكثر سهولة وتفاوضاً مع معايير الشهرة العالمية.

4. كيف يُساهم العرق والتمايز في تشكيل ثقافة النخبة؟

يُعدّ العرق والتمايز من العوامل البنائية الأساسية التي تُشكل ثقافة النخبة، حيث تقوم هذه الثقافة تاريخياً على "المركزية العرقية" (Racial Centrality) التي تُفضل وتعلي من شأن المنتجات، والمعايير، والجماليات ذات الأصل الأوروبي الأبيض، وهذا التفضيل ليس مجرد ذوق، بل هو آلية تمايز فعالة، فالوصول إلى هذه الثقافة (من خلال التعليم العالي أو المناصب الاجتماعية الرفيعة) يتطلب امتلاك "رأس مال ثقافي مُشرع"، وهو رأس مال لا يتوفّر بالقدر الكافي للأقلية العرقية التي تُجبر ثقافتها المحلية على التخفيض القيمي أو التهميش في السردية العامة، ما يُرسخ أن الذكاء والذوق ليسا عابرين للأعراق، بل مرتبطان بأيديولوجية الهيمنة العرقية والطبقية.

5. العرق كأداة إقصاء رمزي في فضاء النخبة:

يظهر دور العرق في تشكيل ثقافة النخبة بشكل واضح في الآليات الخفية لـ"الإقصاء الرمزي"، حتى عندما يتمكن أفراد الأقليات العرقية من الوصول المادي إلى فضاءات النخبة (كأن يصبحوا أعضاء في مجلس إدارة متحف أو أستاذًا في جامعة مرموقة)، فإنهم غالباً ما يُطالبون بـ"التخلّي عن" أو "تقنين" ممارساتهم الثقافية الأصيلة لكي يتم اعتبارهم "مُندمجين بالكامل"، ويُصبح "الذوق العرقي" المختلف (في الفن، أو الملابس، أو التعبير اللغوي) بمثابة "علامة غير مرغوب فيها" تُعيق اعتراف النخبة البيضاء بهم، ما يؤكد أن التحكم في الثقافة يهدف إلى الحفاظ على التجانس العرقي لهوية النخبة.

6. العرق والتمايز في صياغة الثقافة الشعبية: الاستغلال والتمرد:

في المقابل، تُعد الثقافة الشعبية هي الحاضنة الرئيسية للتعبيرات العرقية المُهمشة، حيث تتشكل وتتغذى بشكل كبير من الممارسات الثقافية للأقليات العرقية والإثنية، وخاصة في مجالات الموسيقى (الجاز، والهيب هوب، والريغي)، والأزياء، واللغة العامية، ولكن هذا التشكيل يأتي بشمن مزدوج، فمن ناحية، تُقدم الثقافة الشعبية "مساحة للتمرد" والتأكيد الهوياتي، وتُصبح "الوكالة العرقية" مُعلنة وواضحة، ومن ناحية أخرى، تُصبح هذه التعبيرات الثقافية عرضة للاستغلال المنهجي عبر "آلية الاستيلاء الثقافي" (Cultural Appropriation)، حيث يتم تجريدها من سياقها النضالي أو الأصلي وإعادة تعبيتها للاستهلاك التجاري من قبل الجمهور الأكبر والأكثر ثراءً.

7. العرق كتعبير عن الخبرة المعاشرة في الثقافة الشعبية:

تُعتبر الثقافة الشعبية أداة حيوية للتعبير عن "الخبرة العرقية المعاشرة" (Lived Racial Experience)، حيث يُستخدم هذا التعبير كوسيلة لنقل الألم، والصراع، والفرح، ما يُشكل تضامناً جماعياً داخل المجموعة العرقية، فالسرديات في الأفلام، والكلمات في الأغاني، والرموز في الفن الجرافيقي، تُصبح كلها بمثابة "تاريخ بديل" يُسجل تجارب الأقليات التي تم تجاهلها أو تشويهها في

السرديات الرسمية لثقافة النخبة، وهذا "التوثيق الثقافي الذاتي" ليس مجرد ترفيه، بل هو ممارسة هوياتية وسياسية تؤكد على وجود وتحدى النظام العرقي السائد.

على الرغم من إمكانيات التمكين في الثقافة الشعبية، إلا أنها لا تزال خاضعة لهياكل التمايز، حيث تُستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية لتغذية التنميط العرقي (Racial Stereotyping)، فغالباً ما يتم "تضييق" أدوار أفراد الأقليات في المحتوى الشعبي (مثل تصويرهم بشكل مُفرط في أدوار إجرامية أو خدمية أو ك مجرد "عناصر فكاهية")، وهذا التمثيل المُقيّد يُؤثر على صورة الذات لدى الأقليات ويرسخ التحيزات الضمنية لدى الأغلبية، ما يُثبت أن العرق يعمل كـ"محرر" للثقافة الشعبية يحدد مساحة الحركة المسموحة لكل مجموعة.

تُساهم التفاعلات بين ثقافة النخبة والشعبية، وخاصة تحت تأثير العرق، في تشكيل "الهويات الثقافية المزدوجة (Bicultural Identities) لدى أفراد الأقليات، حيث يتعلم هؤلاء الأفراد مهارات التفاوض الثقافي"، فهم قادرون على التحرك بفعالية بين "اللغة الرسمية" و"السلوك المحفوظ" المطلوبين في فضاء النخبة (المدرسة أو العمل) و"التعابيرات العامية" و"الطقوس الثقافية" المُرتبطة التي يمارسونها في مجتمعاتهم الخاصة، وهذا التنقل الهوياتي ليس دليلاً على الانفصام، بل هو دليل على المرونة والذكاء الاجتماعي اللازمين للبقاء والنجاح في مجتمع مُقسم عرقياً وثقافياً.

ثالثاً: العرق والتمايز في تحديد الانتماء ومح توى الثقافة:

١. دور العرق والتمايز في تحديد الانتماء لثقافة النخبة (High Culture)

يُعدّ العرق والتمايز الاجتماعي الآليات الرئيسية التي تنظم من يحق له الانتماء إلى فضاءات ثقافة النخبة والاعتراف به داخلها، حيث لا يقتصر الانتماء على مجرد القدرة المادية على الاستهلاك (شراء تذكرة أوبرا أو حضور مزاد فني)، بل يعتمد بشكل أساسي على الاعتراف الرمزي والاجتماعي، فالوصول إلى مناصب القوة في مؤسسات النخبة (المتحف الكبير، أو دور النشر المرموقة، أو كليات الفنون الليبرالية) يتطلب غالباً امتلاك "رأس مال ثقافي" مُشرع (Legitimate Cultural Capital)، وهو رأس مال مُصمم تاريخياً ليتوافق مع معايير الطبقة المتوسطة والعليا البيضاء، ما يجعل ثقافة النخبة تعمل كـ"نظام تصفية" يُقصي الأفراد على أساس عرقية وثقافية، حتى لو كانوا يمتلكون رأس المال الاقتصادي اللازم.

2. آلية الحواجز الرمزية والذوق المكتسب:

تُنشئ ثقافة النخبة "حواجز رمزية" تعمل على إقصاء الأقليات العرقية من خلال التأكيد على الذوق المكتسب (Acquired Taste)، حيث يُنظر إلى الجماليات، وأنماط السلوك، واللغة الرسمية المرتبطة بالعرق الأبيض المهيمن على أنها "محايدة عالمياً" و"متفوقة فنياً"، وفي المقابل، تُصنف التعبيرات الثقافية للأقليات العرقية (حتى لو كانت مُعقدة فنياً) على أنها "شعبية" أو "غريبة" أو " أقل قيمة"، ما يُجبر أفراد هذه الأقليات على خوض "مفاوضات هوبانية" مُستمرة تتمثل في التخلّي عن

ثقافتهم الأصلية لكي يتمكنوا من "تجسيد" الذوق النبوي، ما يُبرهن على أن الانتماء الكامل إلى النخبة هو امتياز عرقى وليس مجرد إنجاز فردى.

3. العرق كمنظم لمجموعات الانتماء في الثقافة الشعبية:

في سياق الثقافة الشعبية (Popular Culture)، يعمل العرق والتمايز على تنظيم "مجموعات الانتماء (In-Groups)" و"مجموعات الغرباء (Out-Groups)" بطرق مختلفة عن النخبة، حيث تُستخدم الثقافة الشعبية لإنشاء تضامن هوياتي داخل المجتمعات العرقية المهمشة، وتُصبح الموسيقى (كالراب أو موسيقى الروك اللاتينية)، أو الأزياء، أو التعبير اللغوي العامي بمثابة "شفرة ثقافية" لا يفهمها بعمق سوى أعضاء المجموعة، ما يُعزز من الشعور بالانتماء المشترك والمقاومة المشتركة، ومع ذلك، يمكن أن تُصبح الثقافة الشعبية أيضاً آلية للانقسام العرقي، خاصة في الفضاء الرقمي، حيث تؤدي خوارزميات التفضيل إلى تشكيل "فقاعات عرقية" تُعزز التفاعلات داخل المجموعات المتشابهة وتقلل من التعرض للتنوع.

4. تأثير العرق والتمايز على محتوى ثقافة النخبة: التجانس المُعلن:

يظهر التأثير المباشر للعرق والتمايز على محتوى ثقافة النخبة في طابعه الـ"تجانس المُعلن"، حيث تمثل هذه الثقافة إلى "تجميد" نفسها في قوالب تاريخية تُركز على الأعمال الكلاسيكية التي تعكس بالدرجة الأولى تجارب ووجهات نظر المجموعة المهيمنة، وهذا لا يعني أن محتوى النخبة يخلو تماماً من التنوع، بل يعني أن المشاركة الفنية للأقليات غالباً ما تكون مُقيدة بـ"شروط النخبة"، كأن يتم "تكريم" فنان من أقلية فقط بعد أن يتكيف عمله مع المعايير الجمالية والفلسفية التي وضعتها النخبة البيضاء تاريخياً، ما يُبقي على جوهر المحتوى النبوي مُتجذراً في المركزية العرقية الأوروبية، حتى عند محاولته إظهار الشمولية.

5. العرق كـ"قيد" على الإبداع والموضوعات في النخبة:

يفرض العرق والتمايز قيداً غير مرئي على موضوعات وأنماط الإبداع التي يُسمح لها بالازدهار والاعتراف داخل ثقافة النخبة، فالمؤسسات الفنية والأكاديمية تمثل إلى تفضيل الأبحاث والمنتجات الفنية التي تتناول قضايا الأقليات ضمن إطار تحليلي مُعتمد ومُتفق عليه مسبقاً (غالباً ما يكون إطاراً غربياً)، وتُقابل "وجهات النظر الأصيلة أو الراديكالية" التي تنتقد البنية العرقية للمجتمع بـ"مقاومة شرسة" أو "تجاهل مؤسسي"، ما يُشير إلى أن ثقافة النخبة تُريد "دراسة" العرق والتمايز كظواهر خارجية، لكنها ترفض أن يتحدى محتوى الأقليات سلطتها أو شرعيتها الأساسية.

6. تأثير العرق والتمايز على محتوى الثقافة الشعبية: الاستغلال الثقافي:

يشكل العرق والتمايز محتوى الثقافة الشعبية بشكل واضح، لكن عبر عملية استغلال ديناميكية، فأقوى أشكال الإبداع الثقافي الشعبي غالباً ما تنبع من تجارب الأقليات العرقية (كابتدار أساليب موسيقية أو رقصات جديدة)، وهذه التعبيرات تُستخدم لـ"بث الروح" في الثقافة الجماهيرية، لكنها تتعرض مباشرة لـ"الاستغلال الثقافي والتنميط"، حيث تقوم الصناعة الإعلامية (التي تسيطر عليها غالباً المجموعة المهيمنة) بـ"تبنيض" هذه الأنماط، أي تكييفها بحيث تُصبح مقبولة وأكثر ربحية

لجمهور الأغلبية، ما يؤدي إلى إفراج المحتوى من سياقه الاجتماعي السياسي الأصلي وحرمان المبدعين الأصليين من المكاسب.

7. العرق في المحتوى الشعبي: نضال التمثيل والوعي المزدوج:

على الرغم من الاستغلال، يصبح محتوى الثقافة الشعبية (الذي تنتجه الأقليات العرقية لنفسها) فضاء حيوياً لـ"التمثيل الذاتي" وـ"الوعي المزدوج" (Double Consciousness)، حيث يتم تقديم صورة واقعية ومُعدّة لتجاربهم، ما يُناقض الصور النمطية المُبسّطة التي تفرضها وسائل الإعلام الرئيسية، فالأفلام المستقلة، والبودكاست، ومقاطع الفيديو المنتجة ذاتياً تُستخدم لبناء سردية مضادة تُؤكّد على إنسانية وتاريخ وثقافة المجموعة، وفي هذه الحالة، يكون المحتوى بمثابة أداة تعليمية وثقافية تُستخدم لتنمية الوعي العربي داخل المجموعة وتعليم الأجيال القادمة عن تاريخهم وصمودهم.

8. تحدي المركزية الثقافية عبر الفضاء الرقمي:

أتاح الفضاء الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي للأقليات العرقية أقوى تحديًّا لـ"المركزية الثقافية" في كل من ثقافة النخبة والشعبية، حيث أصبح إنتاج المحتوى وتوزيعه أمراً ديمقراطياً لا يتطلب المرور عبر "بوابات القبول" التي تسيطر عليها النخبة، وهذا سمح بالاعتراف المباشر بالفنانين والمفكرين من الأقليات على نطاق عالي، ما يُجبر المؤسسات التقليدية (المتاحف، الجامعات) على "إعادة تقييم" المحتوى المُشرع وإدماج أعمال كانت مُهمشة سابقاً، ما يُشير إلى أن العلاقة بين العرق والثقافة أصبحت تتسم بالتدفق والتفاوض المستمر، رغم استمرار التمييز الهيكلي.

9. الهوية والتفاوض: تأثير التمايز على أنماط الاستهلاك:

يؤثر التمايز العربي والاجتماعي بشكل حاسم على أنماط استهلاك الثقافة، فأفراد النخبة قد يمارسون ما يُسمى بـ"الاستهلاك متعدد الميل" (Omnivorous Consumption)، حيث يستهلكون القليل من ثقافة النخبة والكثير من الثقافة الشعبية، لكنهم يفعلون ذلك من "موقع قوة" يسمح لهم بـ"الحكم" على المحتوى الشعبي، بينما يستهلك أفراد الأقليات الثقافة الشعبية غالباً من "موقع تفاوض"، حيث تكون أداة للبقاء والتعبير، وهذا يوضح أن العرق لا يحدد ما تستهلكه فقط، بل "كيف" تستهلكه، وـ"لماذا" تمنحه القيمة.

رابعاً: النشاط والإعلام في مقاومة التمييز العربي وتشكل الهوية:

1. دور النشطاء والناشطات في مقاومة التمييز العربي:

يشكل النشطاء والناشطات من المجموعات العرقية المُهمشة القوة الدافعة والمنظمة لمقاومة التمييز العربي الهيكلي، ويلعبون دوراً محورياً في إعادة تشكيل الهوية الثقافية لأفرادهم من خلال تحدي السردية المهيمنة، فالنشاط العربي لا يقتصر على المظاهرات والاحتجاجات، بل يشمل العمل الرمزي والثقافي الذي يهدف إلى "استرداد" (Reclaiming) السردية والتاريخ الذي تم تهميشه أو تشويهه من قبل الثقافة البيضاء المركزية، ويُعتبر هؤلاء النشطاء "وكلاء تغيير" (Agents of Change) يُحولون تجربة الضحية من مجرد الألم الفردي إلى قوة جماعية مُنظمة، ما يعزز من الوعي العربي الإيجابي والشعور بالكرامة داخل المجموعة.

2. النشاط كآلية لتطوير الوعي المزدوج والمقاومة:

يعمل النشاط العرقي كمنصة لتطوير "الوعي المزدوج" (Double Consciousness) "الذي وصفه دبليو. إيه. بي. دو بويز، حيث يُساعد الأفراد على فهم طبيعة الازدواجية في رؤية الذات من منظور داخلي إيجابي ومن منظور خارجي عنصري، ويُقدم النشطاء أطراً فكرية وثقافية تُمكن الأفراد من تحويل الشعور بالاغتراب إلى شعور بالتمرد المنظم، وتُصبح الهوية الثقافية الناتجة عن هذا النشاط "هوية مقاومة"(Resistant Identity)"، يتم فيها الاحتفاء بالممارسات الثقافية الخاصة (كاللغة، والفن، والطقوس) كرموز للقوة والصمود بدلاً من كونها علامات للتمايز والدونية، ما يُؤدي إلى إعادة كتابة معاني الانتماء والذاتية بشكل جذري.

3. النشاط الرقمي وتفكيك المركبة العرقية الثقافية:

في العصر الحديث، اكتسب النشاط الرقمي (Digital Activism) أهمية قصوى في مقاومة التمييز العرقي، حيث استخدم النشطاء وسائل التواصل الاجتماعي لكسر احتكار الإعلام التقليدي على سرد القصص والتمثيل العرقي، وقد أتاحت المنصات الرقمية "مساحات ذاتية التعبير" مكّنت الأقليات من "التمثيل الذاتي" (Self-Representation) "وتداول الخطابات النقدية التي تُسلط الضوء على التمييز الهيكلي (كما في حملات مثل #BlackLivesMatter أو حركات النشطاء الآسيويين والأمريكيين اللاتينيين)، وهذا التكتيک الرقمي يُساعد على تفكيك المركبة العرقية الثقافية لثقافة النخبة والإعلام، ويؤكد على سيولة وقوة الهوية الجماعية العابرة للحدود الجغرافية.

4. دور الإعلام في تعزيز المساواة العرقية في تشكيل الهوية الثقافية:

يُعد الإعلام التقليدي والجديد (سيفًا ذا حدين في تشكيل الهوية الثقافية، حيث يمتلك قوة هائلة لتعزيز المساواة العرقية أو لتكريس التحيز والتمييز، ولتحقيق المساواة، يجب أن يتجاوز دور الإعلام مجرد "التمثيل الرمزي" (Token Representation) "للأقليات إلى "التمثيل الجذري Radical Representation" (Representation)، وهذا يعني منح الوكالة لأفراد الأقليات لإنتاج محتوى يمثلهم بصدق وعمق، ويجب أن يعمل الإعلام كـ"منصة للحوار العرقي" تُقدم روايات مُعقدة وإنسانية تُناقض الصور النمطية السلبية وتحل محلها تجارب التقاطعات (الطبقة، الجندر، العرق).

5. تأثير التمثيل الإعلامي الإيجابي على الهوية العرقية:

يُؤثر التمثيل الإعلامي الإيجابي والواقعي بشكل مباشر على الصحة النفسية وتشكيل الهوية لدى أفراد الأقليات العرقية، فرؤى الذات مُنعكسه في شخصيات إعلامية ناجحة، ومعقدة، ومحترمة (بدلاً من مجرد أدوار خدمية أو إجرامية أو فكاهية) تُعزز من تقدير الذات العرقي والطموح الاجتماعي والمهني، وهذا التمثيل الإيجابي يعمل كجزء مكمل لعملية التنشئة العرقية الإيجابية التي تبدأ في الأسرة، حيث يقدم "أدلة مرئية" على أن الهوية العرقية ليست عائقاً بل مصدراً للقوة، ما يُساهم في تقليل الآثار السلبية للتمييز الإعلامي المُمنهج.

6. الإعلام كأداة لتفكيك الامتياز العرقي الأبيض غير المرئي:

يمكن أن يلعب الإعلام دوراً حاسماً في تفكيك "الامتياز العرقي الأبيض غير المرئي (Invisible White Privilege)"، فبدلاً من التركيز حصراً على معاناة الأقليات، يمكن للمحتوى الإعلامي أن يسلط الضوء على كيفية عمل أنظمة الامتياز، وكيف تؤثر المعايير البيضاء في تحديد "الوضع الطبيعي" في الثقافة الشعبية والنخبوية، وهذا يتطلب إنتاج محتوى نقدi يُجبر جمهور الأغلبية على مواجهة تحيزاتهم الضمنية والاعتراف بأن التمييز العرقي هو مشكلة هيكلية تضر بالمجتمع بأكمله، وليس مجرد مشكلة تخص الأقليات، ما يُحول المساواة العرقية إلى مسؤولية جماعية.

7. الإعلام وكسر حواجز ثقافة النخبة عبر التعليم الرقمي:

يساهم الإعلام الحديث، خاصة في صيغته الرقمية (منصات الدورات المفتوحة، التوثيق الرقمي للمتاحف)، في كسر حواجز العرق والطبقة التي فرضتها ثقافة النخبة تقليدياً، فقد أصبحت المعرفة والجماليات النخبوية متاحة لجمهور أوسع بكثير من أي وقت مضى، ما يُقلل من قوة "الرأسمال الثقافي" كأداة إقصاء، ولكن هذا يتطلب أيضاً من المؤسسات الإعلامية والثقافية أن تُعيد تأطير محتوى النخبة لجعله ذا صلة بتجارب الأقليات، والاعتراف بالمساهمات الثقافية غير الغربية، ما يُساهم في دمقرطة الذوق الفني والمعرفي ويعزز من هوية ثقافية أكثر شمولًا.

8. التقاطعية والمسؤولية الإعلامية في تمثيل الهوية:

لتعزيز المساواة العرقية بشكل فعال، يجب على الإعلام أن يتبنى منظور التقاطعية (Intersectionality) في تمثيل الهوية، فلا يكفي تصوير أفراد من أعراق مختلفة فحسب، بل يجب تصوير التفاعل المعقّد بين العرق، والجندري، والطبقة، والتوجه الجنسي، فالتجارب المتنوعة (كتجربة المرأة العرقية الفقيرة، أو الرجل المثلي من أقلية إثنية) تتطلب تمثيلاً دقيقاً يُظهر كيف تراكم وتتفاعل أشكال القمع والامتياز، وهذا التمثيل الدقيق للتقاطعات يُساعد على تفكيك الصور النمطية أحادية البعد، ويعزز من فهم الجمهور للتعقيد الهوياتي في المجتمع.

يعمل النشاط والإعلام كجهتين متكاملتين لتشكيل الهوية الثقافية المقاومة للتمييز، حيث يُوفر النشطاء الإطار الفكري والداعم الأخلاقي لتغيير المعايير الاجتماعية من الأسفل إلى الأعلى، بينما يمتلك الإعلام القدرة على "تعظيم" و"توسيع" هذا التغيير على نطاق واسع، ولكن هذا التحول لا يتم تلقائياً، بل يتطلب جهوداً مستمرة ووعائية من النشطاء لمحاسبة الإعلام، ومن الإعلاميين لبني العدالة العرقية كمعيار أساسي في عملية الإنتاج الثقافي، ما يثبت أن الهوية الثقافية الصحية والمشرفة هي نتاج صراع دائم وتفاوض مستمر بين القوى الهيكلية وقوى التعبير الذاتي.

قائمة المراجع (المحاضرة الحادية عشر):

- Corrêa, L. G. (2020). Intersectionality: A challenge for cultural studies in the 2020s. *International Journal of Cultural Studies*, 23(6), 841–857.
- Edwards, E. B., & Esposito, J. (2019). *Intersectional analysis as a method to analyze popular culture: Clarity in the matrix*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429056314>

3. Haghigat, E. S., & Mirsajadi, F. (2025). Culture appropriation in popular media: A critical analysis of globalization and identity. *Asian Journal of Media and Culture*, 1(1), 57–
4. Lee, S. S., & Park, J. (2025). Cultural capital signaling and class-related selection biases in employment and education. *Journal of Applied Social Psychology*, 55(5), 481-495.
5. López-González, H., & Sánchez-Ruiz, V. E. (2024). Media depictions of minority groups: A meta-analytic review examining the effects of positive and negative portrayals on outgroup evaluations. *Journal of Communication and Cultural Studies*, 54(3), 220–245.
6. Morales, M. L., & Chen, Y. (2025). Social and cultural capital, race and ethnicity, and college student retention. *Higher Education Review*, 35(1), 115–130.
7. Nielsen, A. T. (2024). The politics of popular culture: Race, class, and media consumption. Palgrave Macmillan.
8. Roberts, C. (2022). Diversity, media and racial capitalism: A case study on publishing. *Media, Culture & Society*, 44(2), 295–311.
9. Storey, J. (2021). Cultural theory and popular culture: An introduction (8th ed.). Routledge.
10. Vargas, J. M. (2023). Digital activism and the reframing of racial identity in the 21st century. *Journal of Ethnic and Racial Studies*, 46(12), 2580–2600.
11. Wei, L. (2025). Media representation and cultural appropriation in R. F. Kuang's Yellowface. *Critical Studies in Media Communication*, 42(3), 205–222.
12. Yıldırım, A., & Kaya, S. (2024). The intersectional experience: How race, class, and gender shape cultural capital negotiations. *Sociological Spectrum*, 44(4), 310–328.