تكنولوجيا الاتصال وقضايا الإعلام في ظل العولمة

■ د. عرفات مفتاح معيوف* ■ د. عـادل بشـير شعيـب*

ملخص :

نعيش اليوم في عالم مضطرب تتسارع فيه الأحداث وتتشابك العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر فيما بينها وفي ظل ثورة المعلومات تنفجر المشاكل والأزمات والصراعات العالمية التي تحد مسار حياتنا اليومية رأسا على عقب مقارنة ما كان عليه قبل قرن من الزمان بل وتغيرت صورة عالمنا المعاصر بالكامل.

أثر التطورات العلمية والتكنولوجية المعلوماتية والمتغيرات السريعة التي نواجهها في حياتنا اليومية على وسائل الأعلام المقروئة والمسموعة والمرئية على التلائم والتأقلم مع أحداث الساعة ومع الأخذ بنظر الاعتبار القيم الحظارية والثراث الوطني والعادات والتقاليد وروح العصر وتصلباته المتزايدة وإستنباط اساليب وأنماط جديدة للتعامل بين أفراد المجتمع.

إن طبيعة التعامل بين الأفراد والجماعات او الدول في العصور السابقة تتغير ببطء شديد أما اليوم فإنها تواجه تغيرات سريعة بسبب التطورات المتزامنة في العالم الحديث والأوضاع الموضوعية المتجددة في المجتمعات الدولية المختلفة ورغم هذا التطور والسخب الاعلامي فإن القيم الإنسانية والاخلاقية ستبقى حجر الزاوية للتعامل والنشاط الإنساني على مدى التاريخ برغم كل التغيـرات والتطورات التكنولوجية والاعلامية التي سيشهدها العالم مستقبلاً.

* عضو هيئة التدريس بكلية الفنون والاعلام – جامعـــة طرابـــلس

**عضو هيئة التدريس بكلية الفنون والاعلام – جامعـــة طرابـــلس

المقدمة :

إن الثورة الصناعية في تكنولوجيا الإعلام والمعرفة يمكنها أن تحقق التقدم الاجتماعي والثقافي إذا تم توجيهها في تنمية قدرات الإنسان الخلاقة ومن ثم تحقيق مزيد من الانتاج والرخاء الاقتصادي ... إلا أن الإشكالية تبرز حينما تصبح هذه التكنولوجيا والصناعات والعلوم أدوات توظف لخدمة الفرد وتخضع لمتطلبات التنمية لتحقيق مزيدا من الفكر، خاصة في دول العالم الثالث فترك هذه التكنولوجيا دون توجيه إنما يتحول إلى أدوات للاستغلال والسيطرة لتغييب الذات والجمهور الفكري والمعنوي .

وبالتالي .. تبرز أهمية ثقافة العلم والتكنولوجيا في خطورة تكنولوجيا الإعلام الحديثة على مجتمعنا الذي يعد جزءا من العالم الثالث في تلك التحديات الفكرية والمعرفية، وقد تجلى ذلك في الثورة الإعلامية التي صوبت في اتجاه مجتمعاتنا بعد الحادي عشر من سبتمبر 2001 وما شهدته تلك المرحلة من حروب ضد دولنا العربية والإسلامية في فلسطين والعراق و في سوريا واليمن وليبيا .... فهي وسائل قد تدخل المجتمع من خلال المضمون الفكري الغزلي الذي أتقن من الناحية الإبداعية والفنية والثقافية والعلمية باستخدام الكلمات المؤثرة والمرفقة والمختارة في سياق فكري محكم للتأثير والإقناع بوجهات نظر مدروسة وفق مخططات واستراتيجيات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية قصيرة وطويلة المدى . [1]

المشكلة وأهميتها :

إن المتتبع لتيارات الفكر الثقافي والإعلامي في الآونة الأخيرة يستطيع لمس ورصد مظاهر المحنة أو الأزمة التي تعيشها دول العالم الثالث «النامي» نتيجة تطور التكنولوجيا ووضعها في خدمة الإعلام والثقافة والدعاية السياسية لدول المصدر أو للدول المتقدمة، في الغرب، والحق أن إشكالية الدراسة تبرز في التساؤل الرئيس التالي :-

ما مدى خطورة الثورة الإعلامية الحديثة على المتلقي في ظل غياب المقومات المهارية والمعرفية الكافية لتحليل وانتقاء الفكر والثقافة والمواد الإخبارية ... وانعاكس ذلك على مستقبل دور الإعلام في مواجهة تلك التحديات ؟

يتفرع من هذا التساؤل جملة من الأسئلة الفرعية أبرزها ما يلي :-

- ما واقع الإعلام والمجتمع في ظل تطور تكنولوجيا الإعلام ؟
- ما مضمون المعرفة التي تبثها وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، خاصة التلفزيون الدولي بقنواته الفضائية المتعددة ؟

● ما مضمون التأثير الذي تتركه وسائل الإعلام على القيم الاجتماعية ؟

تحاول الدراسة الإجابة على هذه التساؤولات الجوهرية السابقة وما قد يتصل بها من أسئلة أخرى مشتقة عليها أو مرتبطة بها قد تثيرها الدراسة في هذا الموضوع .

لذا ... سنقسم الدراسة إلى ثلاثة مباحث، وفق التالي :-

■ المبحث الأول : مفهوم الإعلام العولمي .

■ المبحث الثاني : واقع الإعلام والمجتمع في عصر تكنولوجيا المعلومات .

■ المبحث الثالث : قوة تأثير الإعلام على القيم الإجتماعية في مواجهة العولمة .

● المبحث الأول : مفهوم الإعلام العولمي

من نافلة القول، إن للإعلام دوراً فعال في حركة المجتمع في الميادين كافة، فإذا كان الإعلام يتمتع بهذه الدرجة من الأهمية منذ القدم، حين كان يتطلب وصول الخبر من مكان ضعيف الوقت الذي يتطلبه الآن، فيمكن تصور الدور الذي يضطلع به الإعلام إيجابياً وسلبياً في عصر العولمة .

وإذا كان مفهوم العولمة يعني في جوهره رفع الحواجز والحدود أمام الشركات والمؤسسات والشبكات الدولية والاقتصادية والإعلامية والثقافية، كي تمارس أنشطتها بوسائلها الخاصة لتحل محل الدولة في ميادين المال والاقتصاد والإعلام .. وإذا كان التفوق التكنولوجي قد أتاح للغرب إمكانية التحكم في صناعة المعلومات والاتصال والترفيه من خلال الشركات العملاقة والشبكات الدولية، إلا أن هذا المجال لا يزال يمثل السياق الرئيسي لشكل وآفاق الصراع في المستقبل، ويعكس في ذات الوقت ميدان الصراع القادم وهو ميدان الثقافة والإعلام «الثقافة الإعلامية»، وهي مجالات لن تصمد فيها إلا الأمم والشعوب التي لها ثقافات قوية، وإعلام يجعلها متجددة وقادرة على المنافسة، وجذب الاهتمام والاقناع للمتلقي والحصول على ثقته، وهكذا أصبحت هذه الثورة الإعلامية إحدى علامات العولمة وتجلياتها الأشد وضوحاً وآثراً .[2]

وغير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وضغط المكان والزمان مع تقديم مضامين وصور متشابهة تتجاوز الحدود السياسية والثقافية بين الشعوب، وتعريف آخر يعرفها بأنها : تركيز وتوسيع ملكيات وأنشطة الشركات متعددة الجنسية العاملة في مجال الإعلام والاتصال .[3]

وهناك اتجاه آخر من العلماء يعرف العولمة من منظور إعلاني على أنها الزيادة الضخمة والهائلة في الإعلان والتركيز في ملكية وسائل الإعلام الدولية مع انخفاض التنوع والتعدد

والتعدي على القوميات الثقافية في العالم . [4]

في حين رأى البعض الآخر أن العولمة في جذورها الأساسية عمليات مستمرة تدفع إلى دمج العالم اقتصادياً، وتوسع في دائرة التبادل والإنتاج وحركة الأموال، وما للثورة الاقتصادية وتقنياتها الهائلة وتركزها الحالي في شبكة المعلومات الدولية «الإنترنت» إلا الشكل الفوقي لهذه العمليات، أي الشكل الثقافي الإعلامي الوسائطي الذي يعزز ويروّج لهذه العمليات غير المكتملة حتى الآن، مما يمهد لإنتاج الثقافات بعضها نحو البعض وبطبيعة الحال، فإن ثقافة الدول القوية هي التي ستسود على الثقافات الأضعف، كما تعمل على تحقيق التكامل في قرية كونية الكل يغتني في إطارها . [5]

يرى «فرنسيس فوكوياما» أن «العولمة» واعدة بالتحديات وبقدر كبير من الشفافية والانفتاح، وتعليم أفضل، وبدافع هو التقدم في التقنية المعلوماتية، ويتضح من خلال هذا الرأي الموافقة الواضحة على العولمة، حتى إن الأمم التي ترفضها – في نظر فوكوياما – هي أمم مختلفة . [6]

يمكن أن نستشف من التعريفات السابقة أبعاد عولمة الإعلام، وهي واضحة من المفهوم أنها عملية تكامل وإندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات وتطور الحاسبات وشبكات الهاتف والجوال وشبكات المعلومات وتقنيات البث الفضائي والإتصال المتعدد والوسائط والإتصال التفاعلي وشبكة المعلومات الدولية «الإنترنت»، فإن التركيز على الوسائط التي تستخدمها «العولمة» من شبكة اتصالات عالمية وقنوات متلفزة فضائية وهاتف دولي محمول دون قيد أو رقابة، يأتي من باب اعتبار هذه الوسائط هي الوسائل التي تستخدمها «العولمة» الثقافية في نشر مضامينها المختلفة . إن هذا التكامل والاندماج بين الوسائط أحدث تحولات هيكلية في بنية العمليات الإتصالية وأتاح للمتلقين إمكانات غير محدودة للإختيار والتفاعل الحر مع القائمين بالاتصال وتبادل الأدوار الاتصالية وكسر مركزية الاتصال وكذلك ساهمت تلك الوسائط في التسويق والترويج والتجارة على الصعيد المحلي والدولي .[7]

و من ضمن أبعاد عولمة الإعلام – أيضاً – إعادة تعريف الإعلام أو الاتصال الجماهيري والذي يقتصر في معظمه على مجرد توصيل وسائل نمطية إلى جماهير غير متجانسة يصعب التعرف على ردود أفعالها تجاه هذه الرسائل أو إجراء حوار معها : فقدرة تكنولوجيا الاتصال فتحت آفاقا جديدة لإستخدامات وظائف جديدة للاتصال وربما حطمت الوسائل التقليدية بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي وقادته إلى نمط

اتصالي جديد يتسع لكل أنماط الاتصال هو الاتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين علاوة على اتساع حرية المتلقي في الاختيار ولعل من أبعاد العولمة هي تزايد أهمية اقتصاديات الإعلام والاتصالات وتبادل المعلومات وظهور ما يعرف بقطاع الاتصالات المعلوماتي الترفيهي .[8]

و في هذا المقام، لا ننسى الشركات متعددة الجنسية كبعد آخر من أبعاد عولمة الإعلام، فقد تعاظم دورها بفضل الأرباح المغرية التي يؤمنها قطاع الاتصالات والمعلومات وسعي هذه لشركات نحو الاحتكار والتركيز والاندماج، حيث سيطر على ظاهرة الاندماج في الشركات متعددة الجنسية ما يسمى «بملوك الإعلام والإتصال والترفيه»[9]

إن عولمة المشهد المرئي جعلته مروجاً للأيديولوجية الكونية والمؤسسات الاقتصادية العملاقة واستطاعت البرامج التي تحمل السمات المعولمة أن تحقق أرباحاً تفوق الخيال . وتعددت هذه البرامج وأختلفت في الشكل لكنها اتفقت في الهدف الذي هو الربح المالي ونشر الفوضى الفكرية في الكرة الأرضية . واتسعت رقعة البث الفضائي لمثل هذه البرامج وبشكل خاص بين الشباب والنشئ الذين يمثلون الهدف المحوري والرئيسي وسبب جوهري لصناعة مثل هذه البرامج .[10]

إن عملية خلق التأثير على المتلقي بوسائل مختلفة لأجل صناعة عنصر التسويق الذي يعد عنصراً مهماً وفاعلاً في جذب المشاهدين ومن ثم الاستمرارية في المشاهدة ومن هذه الوسائل اختيار الشخصيات من كلا الجنسين وفق معايير مناسبة للبرنامج مثل جاذبية الشكل أو بعض المواهب كالرقص والتمثيل وغيرها من المواهب .

وبهذا تصبح وسائل الاتصال المرئي في الوقت الراهن زاداً ثقافياً وهنا تبرز مشكلة الثقافة الوافدة بواسطة برامج الواقع التي تروج ثقافة العولمة وتهميشها لخصوصية الإنسان .[11]

ولما كانت الدول الغربية الصناعية والولايات المتحدة الأمريكية هي التي تملك تقنية الاتصالات الحديثة وكبريات الصحف ووكالات الأنباء وشبكات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، فإنها بذلك أصبحت تسيطر على عملية تدفق الأخبار والمعلومات من طرف واحد .

و ظلت دول العالم الثالث «النامي» تمارس دور المتلقي وحسب لأنها لا تملك وسائل الإعلام الكبرى ولا تقنيتها، ولا حتى جمهورها .[12]

لأجل ذلك، بدأت الأصوات تتعالى في الدول النامية مطالبة بضرورة تحقيق توازن في تدفق الأخبار والمعلومات، إلا أن هذا التوازن غير ممكن في الوقت الحاضر على الأقل،

وذلك راجع إلى اختلاف الأنظمة الإعلامية Press System في هذه البلدان وافتقادها إلى وسائل إعلام حديثة ومجتمعات متطورة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وسياسياً، بحيث التوازن في مستويات التطور بين المجتمع ووسائل إعلامه .

في ضوء ما سبق، تتضح لنا حقيقة الأدوار التي يقوم بها الإعلام المعاصر فالحقيقة إن النظام الإعلامي العولمي الراهن بكل ما يحويه من تفاوت وتجهيزات وعدم تكافؤ في توزيع موارد الاتصال والمعلومات يهدف إلى إبقاء الجمهور والرأي العام في حالة من الجهل الكامل بحقيقة ما يدور، وكل ذلك يحدث بفعل التطور الهائل في ظل الثورة الصناعية في تكنولوجيا الإعلام والمعرفة، والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا المقام : ما هو واقع الإعلام والمجتمع في عصر تكنولوجيا الإتصال ؟ وما هو انعكاس هذه التكنولوجيا على البلدان النامية تحديداً .

●المبحث الثاني : – واقع الإعلام والمجتمع في عصر تكنولوجيا الاتصال .

إن ثورة التكولوجيا الهائلة في مجالات الاتصال والإعلام وتدفق المعلومات وما صاحب هذه الثورة من تطوير في الآلات الالكترونية أدى إلى منافسة الإعلام المرئي المسموع « في دول العالم الثالث وبصفة خاصة الدول العربية « عن طريق التلفزيون الوطني والدولي والنظم الإعلامية الأخرى والتكنولوجيا المتقدمة في مجالات المعلومات . ويزداد هذا الوضع خطورة مع بروز ظواهر اجتماعية أخرى معاكسة تمنع اقامة بيئة إعلامية فاعلة في هذه الدول أهمها تفشي البطالة بأنواعها ، والتضخم السكاني في المدن، والاختلال الطبقي والثقافي، وبعد الحدود، وازدياد التبعية للدول المصدرة للتكنولوجيا وما يترتب عليها من تعميق الازمات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والسياسية بين الدول المتقدمة في الصناعية من جانب آخر . [13]

و غني عن البيان ... أن التقدم العلمي الذي واكب وسائل الإعلام في المناطق التي كانت بعيدة عن نطاق التغطية الإعلامية والتلفزيونية .

مثل ليبيا والعديد من الدول العربية ودول جنوب شرق آسيا ،،، الخ، له أيضاً العديد من السلبيات والمساوئ في مقدمتها كيفية التعرض لمضمون تلك الوسائل، أي بمعنى – خطورة هذه المادة على المستقبل «المتلقي» في ظل غياب المقومات المهارية والمعرفية لتحليل وانتقاء الفكر والثقافة والمواد التي تبثها وسائل الإعلام المرئية . [14]

والحقيقة أن التزاوج بين ثورة المعلومات والتطور النوعي الذي تحقق في مجال تكنولوجيا الاتصال قد تمخض عن العديد من الآثار الإيجابية التي تمثلث في زيادة الترابط الإعلامي

بين مختلف أنحاء العالم بصورة لم تشهدها البشرية من قبل فقد يبشر ذلك بظهور أشكال جديدة من التواصل الإعلامي في مجال المشاركة السياسية والعمل الدبلوماسي ناهيك عن دخول قطاعات وشرائح جديدة من البشر في دائرة المشاركة المعرفية من خلال المتابعة الإعلامية لمختلف الأحداث العالمية والقرارات المصيرية وظهور ما يسمى ديمقراطية الإعلام المرئي والمسموع، ولكن في ظل التفاوت الهائل بين المتحكمين في «العولمة» أي في موارد العالم وبثرواته وقراراته المصيرية من قبل دول الشمال المتقدم وبين دول الجنوب يبرز الوجه المعتم من ظاهرة التقدم التكنولوجي في مجال الاتصال والذي جعل الجوانب المبهرة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأثرها الإيجابي حكراً لشعوب ودول الشمال الصناعية المتقدم حيث ساعد هذا التقدم من سطوة التدفق الإخباري وتدافق المعلومات من نصف الكرة الشمالي إلى دول الجنوب الفقيرة .[15]

وامام هذا التطور النوعي في تكنولوجيا الاتصال لم يعد الإعلام يمثل السلطة الرابعة أو الخامسة بل أصبح يشغل المجال الشفاف بين الفعل السياسي والثقافي ودور الفعل الجماهيري . ومن هنا أصبح ينظر إلى الإعلام باعتباره المعيار الذي يقاس به كفاءة الأداء السياسي والاقتصادي للنظم المعاصرة . [16]

وإذا كان من الضروري أن نميز بين موقع الإعلام والإتصال على خريطة السوق العالمية وبين دوره في توحيد العالم لمصلحة القوى المتحكمة في العولمة فإن علينا أن نرصد ادوار ووظائف الإعلام على النحو التالي :-

أولاً : في ظل تنامي وصعود الإعلام السمع البصري أصبح هو المؤسسة التربوية والتعليمية الجديدة التي حلت مكان الأسرة والمدرسة والتي تقوم بدور أساسي في تلقين النشىء والأجيال الجديدة المنظومة المعرفية المنزوعة من سياقها التاريخي والقيم السلوكية ذات النزعة الاستهلاكية والتي تروج بأشكال متنوعة لمصالح السوق العالمية وأيديولوجيتها .[17]

ثانياً : الدور الذي يمارسه الإعلام في الترويج للسلع والخدمات التي تقدمها السوق العالمية من خلال الإعلانات التي تتضمن محتوياتها قيماً وأنماطاً للسلوك الاستهلاكي تستهدف الدعاية للسلع الأجنبية الأمر الذي يلحق أضراراً فادحة بالاقتصاديات المحلية ناهيك عن التأثير السلبي للإعلانات على حرية الإعلام والصحافة في دول الجنوب .[18]

ثالثاً : تقوم وسائل الإعلام السمعبصرية من خلال البث المباشر بدور مركزي في اختراق منظومة القيم الثقافية لدول الجنوب خصوصاً في ظل عدم الالتزام بالمواثيق الدولية التي نصت على ضرورة التزام البرامج المبثوثة عبر الأقمار الصناعية باحترام الطابع المميز للثقافات المختلفة وأبرز هذه المواثيق إعلان اليونيسكو عام 1978 وقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة لعام 1982 والذي يتضمن مبادئ وقواعد تنظيم استخدامات الأقمار الصناعية في البث التلفزيوني المباشر .[19]

رابعاً : دور وسائل الإعلام العالمية في استقطاب النخب المثقفة للترويج لفكر العولمة وأيديولوجيتها عبر البرامج التلفزيونية والمجلات العلمية والمؤتمرات والندوات .

خامساً : تزايد أهمية الأدوار التي تقوم بها الشركات متعددة الجنسية في الأنشطة الإعلامية والثقافية ويتجلى ذلك في توظيف وسائل الإعلام الدولية والمحلية كأحزمة ناقلة يتم من خلالها توزيع القيم الإجتماعية والثقافية الغربية ونشرها في دول الجنوب مما يتسبب في إحداث اضطرابات شديدة في منظومة القيم المميزة لثقافات الشعوب التي تتعرض لهذه التأثيرات .[20]

سادساً : تشير الدراسات أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي تكنولوجيا متقدمة متطورة دائماً، هذا التطور يحدث في اتجاه واحد في اتجاه الدول التي تملك العلم والثروة والمعلومات، وبذلك تزداد الهوة بين الأغنياء في المعلومات وفقرائها . [21]

سابعاً : في ضوء التفاوت الهائل بين الشمال والجنوب سواء في موارد الاتصال أو مصادر المعلومات والتعرض لوسائل الإعلام وصنع الصورة الإعلامية وأنماط التدفق الإعلامي القادمة من الشمال والمفروضة على شعوب الجنوب نلاحظ أن الثورة الاتصالية لم تمس إلا عددا قليلا من شعوب العالم ولم تتلق شعوب الجنوب الدعوة للمشاركة في عوائدها .[22] الأمر الذي يزيد من دعم علاقات التبعية القائمة، وبالتالي إلى تفاقم مظاهر الاختلال واللاتوازن الإعلامي بين دول تملك القدرة على إنتاج المعلومات وتوزيعها وبثها بالوسائل الإعلامية للاتصال التكنولوجي إلى دول ومجتمعات قد لا تعي خطورة هذا الوضع اللاتوازني في المستقبل القريب على مجتمعاتها .[23]

حاصل القول وصفوته .. إن مفهوم القرية العالمية الذي يعني انكماش العالم في رقعة واحدة يناقض الواقع ويعكس صورة مخالفة إذا تم مقارنته بنتائج ثورة الاتصالات على

هذا المصطلح «القرية العالمية»، ومغزى ذلك أن العالم اتسع وتعددت ثقافاته وتناقضت مصالحه وتنوعت صراعاته، وبالتالي فقد المواطن في ظل هذا التقدم التكنولوجي الهائل القدرة على التواصل وأصبح يمارس حياته في ظل القرى المحلية التي يعيش فيها ويرى العالم الخارجي من خلال النوافذ الإعلامية التي لا تتيح للبشر إلا رؤية أشباه محدودة وفي أطر متحيزة وانتقائية وجزئية وخصوصاً إذا كان أغلب سكان العالم الذين يقطنون الجنوب يعيشون في قرى فقيرة تفتقر إلى أبسط الضروريات كالكهرباء و الماء العذب ويعانون الفقر والأمية وانتشار الأمراض المزمنة . [24]

و يشير الواقع الراهن في إطار ما يسمى «بالقرية العالمية» إلى تصاعد روح الإقليمية وبروز النزعة العرقية والاتجاهات الاصولية . وكان المتوقع أن يقوم الإعلام بأدواره المفترضة في تشكيل الوعي الصحيح بحقيقة التمايزات والاختلافات الحضارية والثقافية بين الدول والشعوب وأن يتم التعاون من أجل خلق التواصل بين دول التواصل المنبثق من هذا الوعي والإدراك وكانت نظم التعليم والإعلام في الشمال والجنوب تعمل في سياق آخر معاد لوحدة الجماعة البشرية ومصالحها الجماعية وثراتها الثقافي والإنساني ومن الأهمية بمكان – هذا الصدد – أن تشير إلى نتائج وتقارير العديد من الدراسات التي تؤكد غلبة الطابع العنصري العرقي على معالجات الإعلام للقضايا المصيرية في العالم الراهن فالواقع يكشف عن وجود عدة عوالم وليس عالم واحد، وكل ذلك يتم في إطار إبقاء الجمهور والرأي العام في حالة من الجهل الكامل بحقيقة ما يدور من أحداث خاصة في دول العالم الثالث «النامي» وفي دولنا الإسلامية .

● المبحث الثالث :قوة التأثير الإعلامي على القيم الاجتماعية في مواجهة العولمة

تعتبر العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية علاقة فاعلة ومتداخلة ومغزى ذلك أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم والإفهام وبالتالي تساهم في خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية وطريقة حياة أي شعب أو مجموعة سكانية معينة .[25]

و يأتي التلفزيون في مقدمة وسائل الاتصال الجماهيري في دول العالم الثالث (النامي) والأكثر تأثيراً على الفرد والجماعة وتهديداً لثقافة وقيم المجتمع . وهذا الوضع يجعل التلفزيون المصدر الأكثر أهمية للمعلومات الإخبارية والثقافية والترفيهية والدرامية ... إلخ، لقدرته على مخاطبة جميع الفئات القادرة وغير القادرة، الأمية وفي جميع الأوقات .

إن دراسة تأثيرات التلفزيون على المجتمع، أصبحت بلا شك من أساسيات علم الاجتماع، فلم يعد الاتصال الجماهيري موضوعاً هامشياً في الحياة الاجتماعية، خاصة في علاقته بالتأثير الاجتماعي، وإنما أصبح من أهم الظواهر البشرية والاجتماعية نتاج بحكم كونه لذلك التفاعل الذي يحصل بين الفرد والمجتمع، فعلماء الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي يدرسون العلاقة بين الإتصال ومكونات البقاء الاجتماعي أي « العلاقات، التفاعل، أنماط السلوك»، فالاتصال هو صيغة من صيغ التفاعل الاجتماعي بين عنصريين أساسيين في إطار البناء الإجتماعي، المرسل « التلفزيون» والمستقبل لها «الفرد»، وكلاها يؤثر وبتأثر في نطاق قبول موضوع التفاعل، فالاتصال الجماهيري يندرج كأحد الظواهر الاجتماعية في حياة الناس القائمة أساساً على التأثير في المواقف، والاتجاهات، والقيم، والمعايير، وأنماط التفكير .

فلم يعد الاتصال الجماهيري موضوعاً هامشياً في حياة المجتمعات، وخاصة في علاقته بالتأثير الإجتماعي، وإنما أصبح من أهم الظواهر البشرية والاجتماعية كونه نتاجا للتفاعل الحاصل بين الفرد والمجتمع، وتكمن أهمية دراسة التأثير الاجتماعي بوسائل الاتصال الجماهيري « في محاولة فهم وتفسيير متواضع للعلاقة التي تربط بين المفهومين الثابت الإجتماعي و»وسائل الاتصال الجماهيري» وإدراك اهمية هذا الأخير في تنظيم العمليات الإجتماعية التي تنتج بين الأفراد والجماعات ... خاصة وسائل الإعلام التي تمثل أحد أشكال الاتصال الجماهيري، وتعتبر ذات تأثير مزدوج على تلقي الأفراد والجماعات إما إيجابياً أو سلبياً، الشيء الذي يفيد في العناية والاهتمام بوسائل الإعلام حتى تؤثر إيجاباً بتثقيف الأفراد عن طريق الأقطار العلمية التي تفيدهم في حياتهم اليومية .[26]

علاقة التأثير الاجتماعي بالإعلام

غني عن البيان .. أن أشكال وسائل الإعلام كثيرة ومتعددة، منها المقروءة ومنها المرئية والمسموعة وغيرها، وكل منها تتفاوت في التأثير على الأسرة والجماعة، بحسب قدرتها على إشراك المتلقي مع المضمون الاجتماعي .

وفي ظل تطور الإعلام العولمي أصبحت المؤسسات الإعلامية من الأهمية بحيث شكلت ثقلاً اقتصادياً وإعلامياً مهماً جداً لدى الدول المتقدمة فقد امتلكت الأستديوهات لأجل صناعة المشهد المرئي بما يخدم مصالحها وايديولوجياتها حيث تم نقل ملايين الوسائل المرئية إلى شعوب الأرض .. وقد ترتب على هذا المظهر – الجديد – أن أصبح المكون

الثقافي للمشهد المرئي أسيراً لدى ثقافة العولمة وهيمنة نظام هوليود والمجموعات الإعلامية المتصدرة والمسيطرة على شبكات البث التلفزيوني الفضائي الأرضي، ومن ثم أصبحت القيم الاجتماعية والثقافية للدول الصغرى أمام تحدي حقيقي قد يسلبها كيانها وثقافتها خاصة وأن علومة الإعلام تستهدف في معظم جوانبها هدم الإنسان تربوياً واجتماعياً وثقافياً .[27]

لذا كان لزاماً التركيز على دراسة علاقة التأثير الاجتماعي بالإعلام في إطار الإعلام الهادف المرتكز على أسس تراعي العوامل الاجتماعية والثقافية في بناء النشئ هي أحد التحديات التي يمكن من خلالها مواجهة ظاهرة العولمة الإعلامية، وعرض هذا الدور من خلال التركيز على أهمية دور الإعلام في التأثير الاجتماعي من خلال :

أولاً : أشكال الإعلام في التأثير على الأسرة والجماعة :

تمارس وسائل الإعلام دورا كبيرا وتؤثر تأثيراً مباشراً في بناء أو هدم الأسرة، ويرتبط هذا الدور بالتكوين الشخصي للفرد وظروف تنشئتهم الاجتماعية والحالة النفسية التي يجدون فيها أثناء تلقيهم للرسالة الإعلامية، ومن الأهمية بمكان – بهذا الصدد – أن اشير إلى اتفاق المهتمين بقضايا التنشئة الاجتماعية إلى أن وسائل الإعلام، ولا سيما التلفزيون، تلعب الآن دوراً معارضاً للدور الإيجابي في كل من الأسرة والمدرسة فيما يخص التأثير على الأطفال والشياب ويشيد خبير الإعلام «هالوران» إلى أن إحدى الدراسات الميدانية في هذا المجال توصلت إلى نتيجة مرعبة على حد تعبيره، وتتمثل هذه النتيجة في أن 87 ٪ من الأطفال في سن الحادية عشر، الذين شملتهم الدراسة، أكدوا أنهم يثقون بالتلفزيون أكثر من ثقتهم بأي مصدر آخر .[28]

و من هنا تبرز أهمية تدخل الدولة لتوجيه الإنتاج الفكري والثقافي بدرجات متفاوتة حتى في الديمقراطيات الحديثة في فرنسا وانجلترا مما تبذل الدولة قصارى جهدها لحراسة الأفراد من الاختراق الفكري المتعدد الأنماط، فوسائل الإعلام والثقافة خاصة الإعلام الإذاعي السمعي المرئي « السينما والتلفزيون « ينتظر منه العديد من الأدوار التنموية إذا أحسن التعامل معه ووجه الوجهة الصحيحة .[29]

ثانياً : التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام على الأفراد والجماعة :

من أهم أنواع التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام على الأفراد والجماعة نجد :

1 . تغيير المواقف والاتجاهات .

و المقصودة بهذا النوع هو قدرة وسائل الإعلام من خلال ما تنشره وبثته من مواضيع على تغيير نظرة ومواقف الناس إلى العالم، سواء على مستوى الأشخاص أو على مستوى السلوك والقيم .

2. التغيير المعرفي :

إن للمعرفة جذوراً ممتدة في أعماق الفكر الإنساني مما يحول دون تغييرها بسرعة، بل يتكلف الأمر عملية بطيئة قد تستغرق زمناً أطول، ويتم ذلك من خلال عملية التعرض الطويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات الموثوقة، فتقوم بتوجيه معارفنا حسب المنحنى الذي تريده فتغير في أسلوب ونمط وطريقة تفكير الفرد «قناعاته المكتسبة»، وهذه العملية لها دور في التشكيل المعرفي للأفراد بإعتبار أن المضمون المحمول له دوره كمصدر من مصادر المعرفة .

3. التنشئة الاجتماعية :

إن التطور الهائل الذي واكب ثورة الاتصال جعل من وسائل الإعلام شريكاً فاعلاً يسهم بقدر كبير في عملية التنشئة الاجتماعية والعملية التربوية، حيث يوجد المستقبل أو الجمهور المستهدف في بيته أو مكتب أو في أي مكان يتجه اليه . مما يجعل الإنسان يسلم عقله وعاطفته لجاذبية الوسائل الإعلامية وبرامجها، لتقوم بدور الأب والمعلم، بل واحيانا بدور الإفتاء والإرشاد، دون أن يدري المتلقي أن ما تحمله الرسائل الإعلامية اليوم مشحون يقيم صاحب الرسالة يسعى لإحلالها محل القيم القائمة إذا كانت هذه القيم تتعارض مع أهدافه ومراجعه .[30]

4. الإثارة الجماعية :

و هي قدرة وسائل الإعلام على مخاطبة جماهير عريضة في وقت واحد، إلا أن من سلبيات هذا النوع من التأثيرات سواء استخدامه في المناسبات، مثل إثارة قلق معين في أوساط الناس عن تفشي مرض معين، مثلما حدث عند إثارة مرض «انفلوزنزا الخنازير»

5 .الضبط الاجتماعي :

يتجلى دور وسائل الإعلام في عملية الضبط الجماعي من خلال قيامها بتوحيد الناس بدرجة معينة على نوع من الثقافة يصبح الخروج عنها أمراً صعباً في أغلب الأحيان، فتصبح مع مرور الوقت عرفاً أو جزءاً من ثقافة المجتمع، مما يجعلها قادرة على تجميع الناس وتحديد ما يصلح لهم وما لا يصلح، مما يجعلها جزءا من عملية الضبط الاجتماعي في المجتمع المستهدف، وتبرز هذه العملية بصورة أكثر في الجانب السياسي ونظم الحكم .[31]

6 .صياغة الواقع :

تؤثر وسائل الإعلام من هذا الباب عبر قيامها بعرض جزء صغير من حقيقة الواقع، ليتبقى في أذهان الجمهور على أنه هو الواقع الحقيقي الكامل، وتوحي للجمهور بتقليده عبر

نشر صوره الإيجابية الجميلة فقط ... فتختزل كل تفاصيل الحقيقة في هذا الجزء .[32]

وتجدر الإشارة ... إلى أن أهمية دراسة القيم الاجتماعية وعلاقتها بدور وسائل الإعلام تتجلى بصفة أكثر في المجتمعات النامية لمجتمعاتنا العربية التي لا يزال يطرح فيها بعض التساؤلات حول مكونات الهوية والشخصية الثقافية للعديد من الثقافات التي لا تحمل ذات الهوية للدولة الأم لعوامل تاريخية، والتي تكون فيها المؤسسات المختلفة غير قادرة على إنتاج ما يشبع حاجات افراد المجتمع الثقافية والتعليمية والترفيهية بصفة ملائمة، وتلجأ إلى الاستيراد أو تترك المجال الى مؤسسات أجنبية «وسائل الإعلام» لكي تلبي هذه الحاجات الظرفية .[33]

إن الأنظمة الاجتماعية ومؤسساتها الفرعية تتأثر بالتطورات السالفة الذكر آنفاً، وبالتالي برزت العديد من المشكلات، وانعكس ذلك على الإعلام الذي هو بمثابة مرآة صافية للواقع الإجتماعي الثقافي، الذي يدور في مضامينه ومعالجاته اضطراب قيمي، يكشف عنه ترسيخه للمفهومات الخاطئة للمواطنة والحق والواجب، في ظل تسابق المنابر الإعلامية بأنواعها في نقل المعلومات والأخبار التي تفتقد الصدق والثقة، والتعليقات والمقالات التي لا يتوافر فيها الحد الأدنى من النزاهة والموضوعية . فأضحى هذا الإعلام يضخم خطاب الحقوق، ويبخس جهود الدولة ويقلل من قيمة وجدوى عمل المجتمع المدني، ويخلق الإشاعة ويصطنع الإثارة، وهذا يتعارض مع وظائف الرسالة الإعلامية التي تحتضن النخب من الكتاب والمثقفين والأكاديميين، ويؤطر عملها القانون وآداب المهنة، ومن واجبها استيعاب مخططات التنمية وتهيئة شروطها في الجسم الاجتماعي، وإشراك المواطنين فيها وتصحيح تمثلاتهم الخاطئة.

الهوامش

1. د.ناصر بن سليمان، الإعلام والعولمة، بحث منشور على شبكة المعلومات الدولية، بتاريخ 2017/5/30، متاح على http://almoslim.net/node/82238
2. نسيم الخوري، الإعلام العربي وإنهيار السلطات اللغوية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط(1)، بيروت، يناير 2005، ص 396 .
3. د.حسن حنفي، مالعولمة ؟، دار الفكر المعاصر، دمشق، ط (1)، 1999، ص73 .
4. بدرية المبشر، واقع العولمة في مجتمعات الخليج العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط (1) بيروت، مايو 2008، ص 40 .
5. المرجع السابق ذكره، ص 62 .

6. المرجع السابق ذكره، ص 18 .
7. المرجع السابق ذكره، ص 19 .
8. هناك ست مجموعات رئيسية كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية على مستوى العالم ولها حضور دولي كبير متفاوت من مؤسسة إلى أخرى، أربع منها أمريكية، وواحدة أوروبية، وواحدة إسرائيلية أمريكية :

1 .تايم ورنر Time warner 2 .مجموعة برتلزمان Bertelsmann

3. مجموعة فياكم Viacom 4 . ديزني Disney

– د .ملك بن إبراهيم الأحمد، العولمة والإعلام، محاضرات بجامعة الملك عبدالعزيز، السعودية، 2016 .

9. أ .عبد حسن مانع، المشهد المرئي وفوضى العمولمة، مجلة الفنون وإعلام، العدد الثاني والثالث، السنة الأولى، ابريل 2010، ص 302 .

10 .المرجع السابق، ص303 .

11 .ياسين صباح، الإعلام «النسق القيمي وهيمنة القوة» مركز دراسات الوحدة العربية، ط (1)، بيروت، إبريل 2006، ص60 .

12 .د .نسمة أحمد البطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص213 .

13 .المرجع السابق، ص214 .

14 .د .عواطف عبدالرحمن، الإعلام العربي وقضايا العولمة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص25 .

15 .المرجع السابق، ص29 .

16 .المرجع السابق، ص41 .

17 .عمر إبراهيم الخطيب، الجوانب الأيديولوجية والسياسية في الفكر التكنولوجي العربي، مجلة العلوم الاجتماعية سوريا، العدد (4)، 1984، ص9-26 .

18 .مجموعة من الباحثين، إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، مركز دراسات الوحدة العربية، ط (1)، بيروت، مارس 1997، ص 244-246 .

19 .عواطف عبدالرحمن، مرجع سبق ذكره، ص41-42 .

20 .د .نسمة أحمد البطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة، مرجع سبق ذكره، ص219 .

21 .عواطف عبدالرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 42 .

22 .د .بسمة أحمد البطريق، مرجع سبق ذكره، ص229 .

23. د .لمزيد من التفاصيل بهذا الشأن، انظر أ .عبدالكريم حسن مانع، المشهد العربي وفوضى العولمة، مجلة فنون، العدد الثاني، الثالث، السنة الأولى، إبريل 2010، ص297-305 .

24 .د .فواز منصور الحكيم، سيويولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص198 .

25 .د .نسمة أحمد البطريق، مرجع سبق ذكره، ص 257 .

26 .د .فواز منصور الحكيم، مرجع سبق ذكره، ص 162 .

27 .المرجع السابق، ص162-163 .

28 .أ .عبدالكريم حسن مانع، المشهد العربي وفوضى العولمة، مرجع سبق ذكره، ص 301-302 .

29 .فواز هادي الهنداوي، أثر الخطاب الإعلامي على القيم الاجتماعية، بحث منشور على شبكة المعلومات الدولية، بتاريخ 2017/5/24، متاح على www.shironline.org/alabwep/sotta4(17)-128httm

30 .د .نسمة أحمد البطريق، مرجع سبق ذكره، ص 196 .

31 .فواز منصور الحكيم، سيويولوجيا الإعلام الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص172-174 .

32 .لمزيد من التفاصيل، أنظر د .النعمي السائح العالم، وسائل الإعلام والتنشئة السياسية، مجلة فنون الإعلام، العدد الثاني والثالث، السنة الأولى أبريل، 2010، ص139-163 .

33 .فواز منصور الحكيم، مرجع سبق ذكره، ص175-176 .

34 .السيد بو معيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراة ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام ، جامعه الجزائر ، 2006 ، ص 5 .

35 .الزبير مهداد ، أثر الإعلام في السلم الاجتماعي ، بحث منشور على شبكة المعلومات الدولية ، بتاريخ 2017/5/24 ، متاح على : www.alzahra.net