

جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر

الاسم واللقب: يعقوب سالم

أحمد فرحات

الجامعة: جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي

جامعة الوادي

الرتبة العلمية: أستاذ محاضر- ب

أستاذ محاضر- أ

التخصص العلمي: علم الاجتماع الإدارة والعمل

علوم التربية

salem-yakoub@univ-eloued.dz

المحور الثالث: الإعلام الجزائري في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة

دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم السوسيوثقافية لدى الشباب

الملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون في تعزيز القيم السوسيوثقافية لدى الشباب، على اعتبار أن وسائل الإعلام تعد بمثابة المرآة العاكسة لصورة المجتمع، إذ تلعب دورا بارزا في التنشئة القيمية، فهي تعتبر من المصادر الأساسية التي يبني عليها الأفراد مواقفهم، كما يعد التلفزيون من أهم الوسائل لتنمية المجتمع في مجالات الحياة وما تحمله من وسائط تربوية فاعلة في نقل الأفكار والمفاهيم والقيم وتنميتها، لهذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على التأثير الذي يتركه التلفزيون خاصة على الشريحة الشبابية الأكثر انجذابا وتأثر، وقد جاءت صيغة التساؤل على النحو التالي : ما مدى مساهمة وسائل الإعلام (التلفزيون) في تعزيز القيم الاجتماعية والثقافية لدى الشباب ؟

الكلمات المفتاحية:

الإعلام ، القيم ، الشباب ، التلفزيون .

م-قدم-ة :

ليس من السهل الحديث عن القيم، ذلك لأنه موضوع متشعب المصادر و متداخل الأبعاد، حتى أن لفظة القيمة في حد ذاتها، استعملت بشكل واسع في تراث العلوم الاجتماعية و الإنسانية، لدرجة أن الدارس لتعريفها، يجد نفسه أمام كم هائل و متنوع من التعاريف، يصعب عليه من خلالها معرفة عن أي شيء يتحدث ؟.

يعد موضوع القيم من المواضيع التي أثارت اهتمام الباحثين من مختلف التخصصات، المعرفية و هذا لدورها في عملية البناء و التغيير الاجتماعي، و عليه تعتبر القيم مرآة عاكسة لشخصية المجتمعات نظراً لمرونتها و نسبيتها و اختلافها من مجتمع إلى آخر، و كثيراً ما يرتبط مفهوم القيم بوسائل الإعلام الجماهيرية، حيث أثارت العلاقة بين هذين المتغيرين الكثير من الإشكاليات، فأصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية أحد العوامل الأساسية في عملية تثبيت و تغير و خلق القيم داخل المجتمعات، فقد توصلت العديد من الدراسات والبحوث الميدانية إلى أن هناك آثاراً كبيرة للبث التلفزيوني المباشر الذي أصبح يشارك في التنشئة الاجتماعية للشباب والأطفال جنباً إلى جنب مع الأسرة والمدرسة والمسجد وتكاد تجزم بعض الدراسات بأن البث الفضائي المباشر قد أخذ طريقه ليشغل أدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

تذهب هذه المحاولة إلى ربط القيم بوسائل الإعلام من منظور إعلامي في حدود الإشكالية التالية :
كيف تساهم مضامين وسائل الإعلام في توجيه أو إعادة توجيه أو إنشاء أو حتى زوال القيم؟.

أولاً: المفاهيم الأساسية :

1- القيم

- لغة :قيم-يقيم قيم الشيء اعتنى به و حافظ عليه.
- مفهوم القيم اصطلاحاً : هي الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد أو صحيح أو مرغوب.
- القيم الاجتماعية :يرى أحمد بدوي أن القيم الاجتماعية تعني الصفات التي يفصلها أو يركب فيها الناس في ثقافة معينة و تأخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد لما يصنع من موجهات

السلوك أو تغييره أهدافا لها.

كما أن القيم الاجتماعية هي مجموعة من الاتجاهات العقلية التي يكون فيما بينها جهاز شبه مقنن يستخدمه في قياس و تقدير المواقف الاجتماعية¹.

من خلال ما تقدم يمكننا وضع تعريف للقيم بأنها مجموعة المعتقدات الذاتية التي يحملها الفرد والمتكونة نتيجة لتفاعله مع الإعلام البيئة المحيطة به سواء كانت اجتماعية أو ثقافية أو دينية أو حضرية .

2- الشباب:

مفهوم الشباب :لغة: اسم فاعل و البالغ من الغلمان الى أن يستوفي الثلاثين جميع شبان و شباب و شببية مؤنثة
شابة شواب الشباب و الشببية الفناء و الحداثه.

اصطلاحا: يعرف عدنان أبو مصلح " كفة اجتماعية على مدى اكتمال الأدوار التي يؤديها الشباب و نقصد أيضا بالشباب فئة عمرية محددة تحت سن معينة تنحصر داخل المجتمع الذي يعيشون فيه².
إجرائيا: الشباب : فئة عمرية من المجتمع تؤثر فيهم وسائل الاتصال و خصوصا المواقف الاجتماعية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

3- التلفزيون:

التعريف الاصطلاحي: هو وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد أصلا على الصورة ، و الصورة في التلفزيون ليست كالصورة الفوتوغرافية أو الصورة السينمائية فهي كما هو معروف تتكون من مجموعة مرسومة من النقط الضوئية تظهر على الشاشة بواسطة شعاع إلكتروني وكلما زاد عدد النقط زادت الصورة الفنية الثابتة في تكوين و تغير مستمر تفصل بقدر تزايد عدد النقط الراسمة بفضل مشط إلكتروني ناعم جدا³.

التعريف الإجرائي: وسيلة اتصال سمعية بصرية تعمل على نقل الصورة و الصوت و الحركة في آن واحد عبر موجات كهرومغناطيسية باستعمال أقمار صناعية ، منتظمة الرسائل تحمل معلومات اجتماعية ، ثقافية ، سياسية ، خيالية ، واقعية ، اقتصادية و تجارية بهدف الإخبار و التأثير وحتى الإقناع و التغيير⁴.

4- مفهوم الإعلام:

يشير مفهوم الإعلام إلى: عملية الحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة من خلال التواجد السريع في مكان الحدث، والحصول على المعلومات بصورة متعمقة، ثم نقل هذه المعلومات إلى الآخرين من خلال الوسائل المتعددة وبالطريقة المناسبة. كما يشير مفهوم الإعلام إلى: منهج وعملية تهدف إلى التثقيف، والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تناسب إلى عقول الأفراد ووجدانهم فترفع من مستواهم الفكري، وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، وتخلق مناخاً صحياً يُمكن الأفراد من الانسجام والتكيف.

ثانياً: أي علاقة بين وسائل الإعلام و القيم

رغم كثرة الدراسات و الأبحاث التي تناولت علاقة وسائل الإعلام بالقيم، إلا أنه لا يزال موضوع الساعة، لأن الحقائق التي تنطوي عليها القيم لا تزال حاضرة من خلال الاعتبارات التالية:

- أن الأفراد يجدون أنفسهم إزاء جدول القيم على نحو مقرر تماماً وفق وضع خارجي بالنسبة لهم، فهو ليس من إنشاءهم فرادى، و لا هو ترجمة لمشاعرهم الشخصية، كما أنهم لا يملكون إلا أن يكييفوا أحكامهم وفق هذا الجدول⁵، و هنا ينظر قضية الاغتراب التي طالما تحدثت عنها المدرسة النقدية التي تعتبر أن الفرد أمام وسائل الإعلام يعيش أعلى درجة الاغتراب لما يراه أو يقرأه أو يسمعه، فهو خاضع لمحيط لم يشارك في بناءه، و لهذا فإن القيم التي تحملها ليست من إنتاجه و يعتبرها قيم يجب اعتناقها لأنها هي الأصلح.

- الدور الذي أصبحت تلعبه وسائل الإعلام و على رأسها التلفزيون -في التأثير على الجمهور، إذ احتلت هذه الوسيلة مكانة كبيرة في التنشئة الاجتماعية لأطفالنا، و أصبح مركز هام من مراكزها، جعل هؤلاء أقل حضوراً في مختلف التفاعلات الاجتماعية الأخرى، ذلك أن التلفزيون له من الخصائص (الصوت و الصورة) ما يجعله يفوق الوسائل الأخرى في تمثيل جزء الواقع و بناء صورة له وفق خلفيات مفروضة.

هذه الاعتبارات تطرح أبعاد جد متشعبة، تنطلق من تحديد نوع التأثير المتبادل بين القيم كنتاج مؤسسات اجتماعية و مراكز سياسية راسخة في حياة المجتمعات، و كونها تراكمية من حيث تكوينها

التاريخي، و بين وسائل الإعلام التي تجاوزت تلك المؤسسات في أقدم وظائفها كمنتجة للقوانين الاجتماعية.

❖ وسائل الإعلام الجماهيرية و دورها في تثبيت القيم.

تعتبر وسائل الإعلام الجماهيرية إحدى أهم الوسائل الفعالة في تثبيت قيم المجتمع و هذا لقدرتها على إحداث تأثير خاص لدى أفرادها، و يتوقف ذلك على نجاح الرسالة الإعلامية التي تقدمها⁶ و يظهر ذلك من خلال ما يلي :

- تعمل وسائل الإعلام على تثبيت قيم المجتمع من خلال نقلها من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية، و حسب هارولد لاسويل Harold Lasswell، فإن المجتمعات البدائية كانت تعيش في نطاق العائلات أو القرى المعزولة و كان الأباء و الأمهات هم الذين ينقلون القيم و التراث الثقافي عبر الأجيال، و لكن مع تطور المجتمعات و التمدن، حدث نوع من الانعزال مما استوجب قيام وسائل الإعلام بدور ناقل للقيم⁷.

- تعمل وسائل الإعلام خاصة التلفزيون لما يتمتع به من خصائص (الصوت و الصورة و الحركة) على تثبيت القيم و ترسيخها لدى الجمهور الواسع و هذا من خلال عملية التكرار، فعرض وسائل الإعلام لقيمة معينة موجودة في المجتمع و تكرارها مرات عديدة يجعلها تترسخ في ذهن المتلقي خاصة الطفل الذي لا يزال في مرحلة الاستقبال دون تميز، و هذه المرحلة تُعد الأساسية في ترسيخ القيم و تثبيتها.

- حسب ويلبر شرام W.sheramm ووسائل الإعلام تقوم بالتنشئة من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد القيم و المعتقدات و المهارات التي يقررها المجتمع.

- تقوم وسائل الإعلام بدعم القيم الشائعة و تحقيق التواصل الاجتماعي و ذلك من خلال التعبير عن الثقافات السائدة و الكشف عن الثقافات الفرعية.

- يرى صمويل بيكر أن دور وسائل الإعلام يتجاوز التأييد البسيط أو مواجهة التحديات التي تواجه بناء سلطة المجتمع و قيامه و معتقداته، بالإضافة إلى أنها تقوم بكل ذلك فهي تمثل الطريقة الحيوية لاكتشاف قيم و معتقدات مجتمع ما عن طريق دراسة أنواع الترفيه الشعبية السائدة فيه، و النظرية الكامنة

وراء هذا الرأي هي أن كوميديا المواقف الشعبية و المسلسلات و القصص و الأغاني و أفلام السينما .. أصبحت تعبر عن الوعي الشعبي لأنها تعكس قيم المجتمع و معتقداته⁸ .

- تقوم وسائل الإعلام بتدعيم القيم الموجودة و هو الاتجاه الطبيعي للبشر بحيث يميلون إلى حماية أنفسهم من خلال التعرض الانتقائي و الإدراك الانتقائي و التذكر الانتقائي، بحيث يميلون إلى التعرض للرسائل التي تتفق و أفكارهم و معتقداتهم و اتجاهاتهم و قيمهم، و يتجنبون الرسائل التي تتعارض مع أفكارهم.

- أشار كل من لازرفيلد و مورتون في دراستهما لأثر وسائل الإعلام على القيم، إلى أن وسائل الإعلام لا تدعم المعتقدات و القيم السابقة فقط، بل و الاتجاهات و أنماط سلوك المجتمع أيضاً، فالنشر الإعلامي يسد الفجوة بين الاتجاهات و القيم الفردية الخاصة و الآداب العامة السائدة في المجتمع.

- و حسب موريس حانو ميسترز، فإن لوسائل الإعلام دور في نقل تراث المجتمع من جيل إلى جيل، كما تجمع المعلومات التي تساعد على مراقبة البيئة و الإشراف عليها، و ذلك عن طريق رابط القيم السائدة في المجتمع بمختلف الأفراد في وجه التغيرات الهائلة التي تطرأ على تلك البيئة⁹ .

ثالثاً: دور الإعلام في ترسيخ القيم الاجتماعية

تعد وسائل الإعلام في الظروف الراهنة من أهم المؤثرات بعدما أصبح النشاط الإعلامي هو النشاط الثالث الذي يمارسه المواطن بعد الأكل والنوم، ولأنها باتت تساهم بقوة في تشكيل المواقف وآراء المجتمع تجاه القضايا المختلفة التي تواجه الأمة ، وفي ترسيخ قيم النظام الاجتماعي بالإضافة للدور الحيوي الذي تلعبه في حياة الناس نظراً للتطور الواسع في الحقل الإعلامي، فالمسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام كبيرة، إذ تساعد على تناسق السلوك الاجتماعي وتحدد العادات للأفراد والجماعات ، على هذا الأساس فإن عناصر السياسة الإعلامية العربية وأحد جوانبها الرئيسية والأساسية ما يعرف بالتنمية الفكرية للمجتمع.

ويعرف النظام الاجتماعي: لم يتخذ علماء الاجتماع المتخصصين تعريفاً واحداً لهذا النظام يتفقون عليه ويسلمون به إلى حد أن عالم الاجتماع هوباهاوس ذهب إلى القول: إنه من المشكوك فيه أن يتفق

هؤلاء العلماء على تعريف محدد للنظام الاجتماعي فكل عالم من هؤلاء العلماء يضع تعريفا من وجهة نظره الخاصة ويركز على عنصر من الوظائف التي يؤديها هذا النظام بل إن البعض يأتون في مؤلفاتهم العلمية بأكثر من تعريف الأمر الذي يجد الباحث نفسه أمام عدد كبير من التعريفات الخاصة بالنظام الاجتماعي . لكن قاموس علم الاجتماع الذي يمثل خلاصة فكر العديد من العلماء الأكاديميين من ذوي الخبرة والتخصص في هذا العلم قدم لنا تعريفا للنظام الاجتماعي على أنه : أنماط بنائية منتظمة أو عملية أو تغير يظهر خلال التفاعل الاجتماعي أو ينتج عنه وينطوي هذا المفهوم على الأمراض التي تحدث بشكل منتظم أو ما يسمى بالتفكك الاجتماعي ذلك أن انهيار التفاعل المستقر قد يحدث بشكل منتظم وقد يأخذ صورا متميزة في بعض الظروف .

انطلاقا من هذا التعريف للنظام الاجتماعي في معناه العام يقول الدكتور أحمد سويلم العمري في كتابه المجتمع العربي وتطورات الاجتماعية والسياسية: يمكن لنا أن نعرف النظام الاجتماعي العربي بأنه أنماط بنائية منتظمة وقواعد محددة للتفاعل الاجتماعي النابعة من الثقافة العربية ومكوناتها التي تمثل إرثا ثقافيا حظي بالقبول والموافقة من جانب الأفراد و الجماعات في هذا المجتمع . فالنظام الاجتماعي العربي معرض لأن تتنابه حالات من القوة وحالات أخرى من الضعف ويتوقف ذلك على مدى تمكن عناصر هذا النظام و مكوناته من نفوس الشعب والمقصود بالنظام الاجتماعي هو النظام العام في الوطن العربي وليس النظم الاجتماعية الفرعية وإن كان يوجد بين هذه النظم درجة من الاختلاف إلا أنها تتفق في مكوناتها وعناصرها الأساسية في إطار نظام اجتماعي عربي واحد والذي أفرزته في حقيقة الأمر الثقافة العربية الواحدة التي تتميز بالوحدة والتنوع في وقت واحد .

بمعنى أن التنوع في هذه الثقافة لا يتناقض مطلقا مع وحدتها والانتقال ليس انتقالا من ثقافة إلى ثقافة أخرى وإنما هو انتقال في إطار ثقافة واحدة في وحدة اللغة والهوية القومية من مشاعر وعادات وتقاليد وتاريخ ومصير من هنا تتضح العلاقة الحميمة بين الثقافة العربية والنظام الاجتماعي العربي وكيف أن وحدة الثقافة العربية وتنوعها و ثراءها أنتج وحدة وتنوعا في النظام الاجتماعي العربي.

تعد القيم من العناصر الفعالة في مجالات الالتقاء بين الثقافة العربية والنظام الاجتماعي العربي فهي أحد القوا سم المشتركة بينهما وتقوم بدور حيوي مؤثر فيه وتعطي لهذا المجتمع ذاتيته الثقافية المتميزة التي تجعله قادرا على التفاعل والازدهار والنمو الاجتماعي مع النظم الاجتماعية والثقافات الأخرى على النحو السليم.

وتعد وسائل الإعلام في الظروف المتسارعة للتطور التكنولوجي من أهم هذه المؤثرات لأنها تساهم في

تشكيل مواقف واتجاهات وآراء وقيم الجماهير تجاه القضايا والموضوعات المختلفة وعندما نقول: إن هذه الوسائل تساهم فهذا يعني أنها ليست هي المؤثر الوحيد وإنما هناك مؤثرات متعددة وما وسائل الإعلام والاتصال بالجماهير إلا مؤثر واحد ضمن هذه المؤثرات ونظرا لما للإعلام من دور ثقافي رائد يجعلنا نبحث في مسؤولية الإعلام تجاه القيم في النظام الاجتماعي العربي والتي تتحدد جوانبه في موضوعين أساسيين :

الموضوع الأول : الإعلام كأداة تساعد القيم في أداء وظائفها في النظام الاجتماعي .

الموضوع الثاني : الإعلام في مواجهة تهديدات الغزو الثقافي الأجنبي للقيم في النظام الاجتماعي .

الموضوع الأول : إن مدخل الموضوع الأول يقتضي التحديد الدقيق لجوانب وظائف القيم في النظم الاجتماعية حتى يبرز ويتضح دور الإعلام العربي في ترسيخ كل جانب من هذه الجوانب فيكون أداة فعالة في مساعدة القيم على أن تؤدي وظائفها على النحو التالي :

- تساعد القيم على تناسق السلوك الاجتماعي للأفراد والجماعات وبالتالي فالقيم تحدد السلوك المقبول اجتماعيا والمرفوض فالتفكك الأخلاقي وفقدان المعايير من خلال مجموعة من السلوكيات والعادات السيئة تنذر بخطر داهم يهدد النظام الاجتماعي ومن هنا تأتي ضرورة أن تقوم الوسائل الإعلامية العربية بالوقوف للانحراف بالمرصاد وتقديم المضمون الإعلامي الهادف وتأصيل السلوك القويم في نفوس الجماهير مع الحاجة الملحة لأن تقوم وسائل الإعلام بمقاومة ذوي السلوك المنحرف وعدم التستر على الفساد والمفسدين ، مع العلم بأن الإعلام العربي خاضع لتقويم دائم لمستوياته التقنية والإنتاجية والمهنية والكفاءات الإعلامية المؤهلة ، ثم حجم الحرية المتاحة لهذا الإعلام ومدى تعامله مع قضايا الأمة .

- تساعد القيم في وصف وتحديد نوع الثواب والعقاب للأفراد والجماعات في إطار علاقاتهم الاجتماعية وسلوكهم ولكي تقوم وسائل الإعلام بدور مساعد للقيم فإن عليها توضيح الحقوق والواجبات والالتزامات والمسؤوليات التي يتعين على الأفراد والجماعات في المجتمع أن يعوها ويدركوها جيدا .

- تساعد القيم في وصف وتحديد أفضل الطرق النموذجية في التفكير العلمي للأفراد والجماعات في مجالات الحياة المتعددة وعلى وسائل الإعلام أن تعمل على إثراء الفكر وتشجيع المفكرين ومحاربة الخرافات والخزعבלات التي طالما أضرت بالمجتمع وأن تكون نافذة يطل منها المجتمع العربي على تلك النهضة العلمية والحضارية والتكنولوجية التي يعيشها العالم المتقدم اليوم .

- تساعد القيم في تأسيس توجهات الأفراد والجماعات في المجتمع نحو الأنماط العامة من الثقافة وهذه قضية بالغة الأهمية بالنسبة للنظام الاجتماعي العربي لأن عناصر هذا النظام تسهل مهام وعمليات

الانسياب الإعلامي والثقافي داخله مهما تعددت اللهجات التي تنطق بها اللغة العربية الواحدة ومهما تنوعت بعض ملامح الثقافة العربية الواحدة التي تسود مجمل الوطن العربي .

رابعاً: مسؤولية الإعلام في التنمية الثقافية

أصبح الدور التثقيفي لوسائل الإعلام أكثر بروزاً خلال النصف الثاني من القرن العشرين بعد انتشار البث التلفزيوني في العالم، مما ارتقى كثيراً بالثقافة في العالم، وسهل أمام الشعوب فرص "التواصلية" و"التثاقف" على الرغم من أنه لا يوجد إعلام محايد، وإنما إعلام موضوعي، إلا أن الدور التثقيفي لوسائل الإعلام التقليدية أصابه التراجع أمام وسائل الإعلام الجديدة .

الأمر الذي اضطر وسائل الإعلام التقليدية إلى الانخراط في التقنية الجديدة محاولة منها لمواكبة العصر، ولكن ربما دون أن تزيد إسهاماتها بفاعلية في التنمية الثقافية الوطنية، فما زال محتوى الإعلام الثقافي تقليدياً، وربما يعود ذلك إلى طبيعة المادة الثقافية التي لا تصاغ بطريقة مبسطة تلامس اهتمام عامة الناس، وإنما بطريقة أكثر رقياً من السائد لتهم النخب الثقافية، لأن طبيعتها لا تقبل أن تتحول إلى مادة ترفيهية أو شبيهة بها .

على ضوء ذلك يفترض أن تسهم وسائل الإعلام في ابتكار رسائلها الإعلامية/الثقافية المناسبة، وفي ظل ذلك يجب ألا تعجز عن إبراز المنتج الثقافي، ومن ذلك دور المثقف باعتباره معبراً عن الثقافة الوطنية، وناقلاً لها من مرحلة السكون والجمود إلى مرحلة التفاعل والتواصلية، وعلى الرغم من مسؤولية وسائل الإعلام الثقافية الهائلة في هذا الجانب، باعتبارها صاحبة الدور الرئيس في اختيار المنتج الثقافي وتقديمه للجمهور، إلا أن وسائل الإعلام الجديدة ومنها وسائل التواصل الاجتماعي قد أبرزت هذا الدور بشكل انعكس على المستخدمين أنفسهم، فأصبح لدى الكثير منهم لازمة الاهتمام الثقافي حتى وإن كان محصوراً في مجال هذه التقنية، وذلك نظراً للمتعة والاختلاف في طريقة تقديم المحتوى الثقافي وسهولته، فقد لا يتجاوز الأمر أحياناً عبارة قصيرة، أو صورة، أو مقطعاً مصوراً، يفتح آفاقاً للتفاعل والحوار والتعليق .

فالعلاقة بين الثقافة والإعلام علاقة تكاملية، والفصل بينهما يُعد خطأ منهجياً يعيق عملية نمو المجتمع، خاصة أن تقنيات الإعلام والاتصال الجديدة المجانية قد صنعت تهديدات اقتصادية لوسائل الإعلام التقليدية، وهذا ما يهدد أيضاً الثقافة التقليدية، حيث أصبحت خيارات التعرض والاطلاع على المعلومات والدخول إليها أحد ملامح المرحلة المعاصرة، وبالتالي فإن من كان يتصور أن ثقافته مستهدفة من "الآخر" معتبراً إياه يريد تفويض أهم مكونات الثقافة فإن عولمة الإعلام قد أثرت في الاتجاه نحو عولمة الثقافة، مما يجعلنا أمام تحدٍّ كبير يتمثل في كيفية استثمار الإعلام من أجل التنمية الثقافية، ولا سيما في التركيز على القيم الإنسانية المشتركة التي تتجاوز الانقسامات الانتمائية (العشائرية والمناطقية والمذهبية)،

وخروج المنتج الثقافي من التقليدية إلى أفق إنساني أرحب يسهم في رقي ثقافة المجتمع، إلا أن ذلك رهن في كون المحتوى الإعلامي الثقافي ذا قدرة ومسؤولية في الإسهام إيجابيا بالتنمية الثقافية.

خامسا: تأثير التلفاز على الشباب

لقد أصبح للإعلام الجديد تأثير كبير في مخاطبة عقول ونفوس الشباب، ووسيلة هامة في منظومة القيم، بل أمسى له تأثير في مجرى تطور البشر.. ويختلف التأثير والتأثر بحسب الوسيلة الإعلامية ووظيفتها، وطريقة استخدامها، والظروف الاجتماعية والثقافية للأفراد والمجتمعات، وقد يكون التأثير سلبياً وقد يكون إيجابياً.

والتأثير من المصطلحات المشهورة في الإعلام والاتصال حيث يعرف بأنه "ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي (المتأثر)، وكلما استجاب المتلقي للرسالة، تعد الرسالة الإعلامية قد أحدثت تأثيرها، ويكون القائم بالاتصال قد حقق الهدف من الاتصال."

يرى "باركر وويزمان" أن الفرد يتلقى هذه المنبهات أو يستقبلها في شكل نبضات عصبية تأخذ طريقها إلى المخ، ثم يميز المخ بين هذه المنبهات ويختار بعضاً منها يخضعها للتفكير بعد أن يكون قد قام بفك كودها، ثم تحدث بعد ذلك عملية الاستجابة.

- التأثير الثقافي والمعرفي: الشباب هم الفئة الأكثر تأثراً بالرسائل الثقافية والمعرفية التي تتضمن المفاتيح والرموز، التي لا يستطيع جلهم حل رموزها ومعرفة أبعادها نتيجة شح رصيدهم الثقافي والمعرفي بتراث الأمة وانبهارهم بالتكنولوجيا الحديثة، ولم يعد مهتمًا بما يجري من أخبار في الجريدة أو التلفاز أو الإذاعة بما يسمى الإعلام القديم. وأصبح الإعلام الجديد -بكل وسائله- يسيطر على اهتمامات الشباب تأثرًا وتأثيرًا، فإذا أراد أحدهم أن يخبر صديقه عن مكتبة زاخرة بالكتب، يختصر له الكلمات في رابط قد لا يتجاوز السطر، أو إذا أراد أن يخبره عن مشهد مثير يقول له: "دخل على اليوتيوب وطالع الحدث." والرسالة التي يحملها الإعلام الجديد إلى العالم العربي والإسلامي، هي ترسيخ الثقافة الغربية في عقول ونفوس الشباب؛ فمعظم الأفلام والرسوم المتحركة والأفكار التي تبث في جميع وسائل الإعلام الجديد، تُمجد الرجل الأمريكي أو الغربي الذي يتصدى للجميع ويحاول أن يساعد الجميع، بالإضافة إلى الرسائل التبشيرية للديانة المسيحية واليهودية من جهة الغرب، ومن جهة الشرق: رسائل الإلحاد الوافدة من الديانات الشرقية المعروفة، بالإضافة إلى تشويه صورة الدين الإسلامي وتصويره على أنه دين الإرهاب

العالمي والتخلف والهمجية، وأن العرب ما هم إلا رعاة إبل ينتشرون في الصحارى لا علاقة لهم بالحضارة، وهذه الصور تدرّس حتى في منظومتهم التربوية. ويمكن أن نلخص التأثير الثقافي والمعرفي في الشباب في هذه النقاط:

- وسائل الإعلام الجديد تعيد صياغة طريقة التفكير لدى الشباب والحكم على الأشياء، وهكذا يتحول تفكيرهم تدريجياً إلى تفكير صناع القرار في الإعلام الجديد، أي البرمجة العقلية والذهنية لدى الشباب بما يتماشى وأهدافهم القريبة والبعيدة.
- الإعلام يؤثر على طريقة التفكير والتصرفات لدى الشباب، فهم يقلدون في كل شيء، مما يفقدهم القدرة على التمييز بين الخطأ والصواب.
- نتيجة انبهار الشباب بتكنولوجيا الغرب، أصبح يصدّق كل الإشاعات والأخبار الصادرة من الغرب.

سادساً: الشباب والإعلام أي نتيجة منتظرة

تلعب أجهزة الإعلام المرئية والسمعية والمقروءة في عصرنا دوراً مؤثراً في صناعة الرأي العام ، ورسم الأنماط السلوكية للناس ، والتأثير في صناعة القرار السياسي ، بل التأثير في مختلف السياسات العامة للبلد ، وذلك بفعل التطور المذهل والسريع في أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال المختلفة ، والذي مكن الإعلام من امتلاك إمكانيات وقدرات عالية التأثير لم يكن يمتلكها قبل مدة غير طويلة من الزمن ، مما أعطى للإعلام سلطة وقدرة لا يمكن لأحد تجاهلها .

ولكل إعلام أهدافه وأدواته ووسائله في التأثير وال جذب والتغيير ومحاولة صنع رأي عام متناغم معه ، فالإعلام في النهاية يؤلف لصالح سياسات معينة ، وأهداف محددة ، إذ لا يمكن أن نتصور أية وسيلة إعلامية من دون أن يكون لها أهداف معينة ، وإستراتيجية مرسومة ، وإلا تحول إلى إعلام عدمي أو عبثي .

وأكبر شريحة تتأثر بالأعلام ووسائل الاتصال الحديثة وهي شريحة الأطفال والشباب والمراهقين ، وقد أكد على هذه الحقيقة الأمام علي كرم الله وجهه (بقول إنما قلب الحدث كالأرض الخالية ما ألقي فيها من شئ إلا قبلته) ولذلك ليس من المستغرب أن نجد أن غالبية البرامج الإعلامية موجهة إلى الأطفال والمراهقين والشباب ، لأن هذه الشرائح العمرية تتأثر بسرعة ، والإعلام الحديث من أقوى الوسائل المؤثرة في الشباب ، حيث الخراج الجذاب ، وثقافة الصورة المؤثرة ، ووسائل الإغراء القوية ... كل هذه

العوامل تدفع بالشباب والمراهقين فضلا عن الأطفال إلى الاهتمام شديد إلى أجهزة الإعلام المختلفة ومع التطور السريع في وسائل الاتصال والإعلام أصبح بإمكان أي واحد منا الإطلاع على كل ما يحدث في عالمنا الإنساني ، بل أن وسائل الإعلام أصبحت تنقل إلينا الأحداث في نفس وقت الحدث وعلى الهواء مباشرة بفضل تقنية الأقمار الصناعية المتطورة ، كما يمكن مشاهدة الأحداث السياسية والدينية وغيرها من خلال الشبكة العالمية الانترنت .

وتشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصالات ثورة حقيقية ومذهلة مما سيزيد من تأثير وسائل الإعلام المختلفة على الناس والحياة وكل شئ ، وهو ما يعني زيادة الفرص والإمكانات للحصول على المعرفة والعلم والترويج عن النفس ، في الوقت نفسه زيادة التحديات التي يفرضها الإعلام الفاسد على القيم الدينية والأخلاقية والمعنوية وتزداد خطورة التحدي الإعلامي إذا علمنا أننا كمسلمين لا زلنا مستهلكين ولسنا منتجين ، مستقبلين ولسنا مرسلين ، متأثرين ولسنا مؤثرين ... هذا هو حال إعلامنا في معظم الأحيان ، وربما تختلف الصورة في قليل من الأحيان.

لقد بات الإعلام الغربي وبفضل ما يمتلكه من وسائل تقنية متقدمة ، وتكنولوجيا فائقة القدرة ، وقدرات مالية ضخمة يؤثر في العالم ، وبات بعض شبابنا يتأثر بصورة ملحوظة بما يصدره الإعلام إلينا من أفكار وفلسفات وسلوكيات وأخلاقيات لا تمت إلى مجتمعنا وثقافتنا بشئ ولا يمكن مواجهة ذلك التحدي الخطير ، إلا بنفس الوسائل والأدوات ، فلا يمكن مواجهة الإعلام الغربي إلا بإعلام إسلامي ملتزم وقوي ومؤثر ، ولا سبيل لمواجهة ثقافة الصورة الشديدة التأثير في الرأي العام العالمي إلا بنفس الطريقة مع اختلاف المضمون والمحتوى ... وهذا هو الطريق الصحيح لمواجهة تحديات الإعلام الغربي وبدلا من أن نتحدث دائما عن الغزو الإعلامي والثقافي الغربي ، يجب علينا الاستفادة من الوسائل المتاحة لنا في تقوية إعلامنا بحيث يكون مؤثرا في مختلف شرائح المجتمع ، وصوته مسموعا في أرجاء العالم .

ومن المحزن حقا أن الإعلام العربي والإسلامي بصفة عامة يفتقد القدرة على مواجهة تحديات ومخاطر الإعلام الغربي ، بل يفتقد الرسالة الإعلامية التي يجب أن يكون منطلقها الإسلام ، وخصوصيات المجتمع المسلم ، ولذلك نجد أن غالبية وسائل الإعلام العربية والإسلامية من قنوات فضائية وأرضية وإذاعات وصحف ومجلات يغلب على برامجها ورسالتها الإعلامية الانحدار والهبوط سواء في المضمون والمحتوى ، أو في الأدوات ووسائل العرض ، مما أدى إلى التأثير السلبي في ثقافة

الأجيال المعاصرة ، ونفور غالبية الناس - وخصوصا جيل الشباب - عن الإقبال على الإعلام العربي والإسلامي والتوجه إلى الإعلام الغربي والتأثر به .

والمطلوب هو أن يقوم الإعلام بدوره في تثقيف الشباب وتنمية قدراتهم العلمية والثقافية ، ونشر ثقافة الدين ، وبناء الوعي السياسي والاقتصادي وتعميق الانتماء للدين والقيم والأخلاق والوطن ومحاربة الفساد والانحراف والانحطاط ، وتنمية الثقة بالنفس ، والاعتزاز بالهوية والمحافظة على القيم الروحية والمعنوية ... فهذه هي رسالة الأعلام الأساسية .

خاتمة:

لا يزال التلفزيون في الوقت الراهن، وفي ظل التغيرات التكنولوجية التي مست مختلف مجالات الحياة لدى جميع أفراد المجتمع، وخاصة فئة الشباب، التي تحب الاطلاع والمتابعة كل ما هو جديد ومتابعة كل ما هو جديد عبر مختلف القنوات والبرامج التي تبث فيها، مما طرح الكثير من الجدل والنقاش لدى الكثير من الباحثين والعلماء حول إمكانية تأثير التلفزيون على قيم وسلوكيات هذه الفئة .

إلا أن بالبرغم من تتبع الشباب وجميع أفراد المجتمع للتلفزيون لم يتأثر به ، بسبب القيم الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع والذين تربو عليهم منذ صغرهم، التي هي مستمدة في أساسها من مبادئ الدين الإسلامي فلم تسمح هذه المبادئ بزعزعة قيمهم ومبادئهم التي تربو عليها، وكانت كوسيلة لتصدي لجميع الثقافات الأخرى التي تحاول التخلص من ثقافته.

الهوامش:

- 1- معجم مصطلحات، الإعلام-الرأي العام-الإعلان،العلاقات العامة الصحافة، الراديو،التلفزيون،السينما،دار الكتاب المصري،دار الكتاب الصناعية،القاهرة بيروت ص262.
- 2- سيد فهمي محمد، العولمة و الشباب من منظور اجتماعي، الطبعة 1، دار الوفاء، الجزائر، 2007، ص 33.
- 3- فضيل دليو ، الاتصال ، مفاهيم ، وسائله، نظرياته ، ط 1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2007، ص 46.
- 4- خليل صابات و جمال عبد العظيم ، وسائل الاتصال و نشأتها و تطورها ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، مصر ، 2001، ص 30.
- 5- محمد أحمد بيومي، علم الاجتماع القيم، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية، بدوت تاريخ النشر، ص 39.
- 6- محمد نوفق الغلاييني، وسائل الإعلام و آثارها في وحدة الأمة، السعودية : دار المنارة، الطبعة الأولى، 1985، ص39.
- 7- هارولد لاسويل ، نقلاً عن : حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، أكتوبر 1998، ص 72.
- 8- نقلاً عن نفس المرجع، 78.
- 9- دعنان إبراهيم أحمد، محمد المهدي الشافعي، علم الاجتماع التربوي الأنساق الاجتماعية التربوية، ليبيا : جامعة سبها، 2001، ص 264.