

THE MEDIA AND ITS IMPACT ON THE CULTURE AND VALUES OF SOCIETY

Naima BERARDI¹

Prof. Dr., University of Msila, Algeria

Abstract

The new transformations in the field of media have led to the emergence of a new and global media system that transcends the local, and affects the sociocultural frameworks of societies, as it carries with it multiple cultural and social crises, including the identity crisis that we could not overcome, on the other hand, societies that rely heavily on cultures coming from societies with which we have radical differences at the level of language, religion and belonging, whose cultures were imposed thanks to their control over the contents of the media and their production without much resistance on our part, and thus formed an alternative to our cultural identity, which we have not resolved our dispute about, and therefore can we wonder about the impact that the media can have on the culture and values of society.

Key words: Media, Influence, Culture, Values, Society.

 <http://dx.doi.org/10.47832/2717-8293.22.6>

¹  naima.berardi@univ-msila.dz, <https://orcid.org/0000-0002-1876-3554>

وسائل الإعلام وتأثيرها على ثقافة وقيم المجتمع

نعيمة براردي

أ.د، جامعة المسيلة، الجزائر

الملخص

إن التحولات الجديدة في مجال الإعلام أدت إلى بروز نظام إعلامي جديد وعالمي يتجاوز المحلية، ويؤثر على الأطر السوسيوثقافية للمجتمعات حيث يحمل في طياته أزمات ثقافية واجتماعية متعددة منها أزمة الهوية التي لم نستطع تجاوزها، بالمقابل مجتمعات تعتمد بشكل كبير على ثقافات وافدة من مجتمعات نختلف معها اختلافات جذرية على مستوى اللغة والدين والانتماء والتي فرضت ثقافتها بفضل سيطرتها على مضامين وسائل الإعلام وإنتاجها دون مقاومة تذكر من جانبنا وبالتالي شكلت بديلا لهويتنا الثقافية التي لم نحسم جدالنا حولها وعليه يمكن أن نتساءل عن التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام على ثقافة وقيم المجتمع.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، التأثير، الثقافة، القيم، المجتمع.

مقدمة:

تعد عملية التنشئة الاجتماعية للفرد ضرورة لبقاء المجتمع كنظام مستقر ومستمر، وهو أمر ممكن لأن أساس التنظيم الاجتماعي والثقافة بشكل عام ينتقل إلى الأجيال القادمة من خلال عملية التنمية الاجتماعية للفرد في الذي يشارك في أنشطته، يتبنى الأفراد المواقف والسلوكيات حول بعض القضايا والحياة بشكل عام، سواء كانت هذه المعلومات صحيحة أم لا، هو موجود بالنظر إلى أنه بعد الانتشار الواسع للقنوات الفضائية واتساع قاعدة المتابعين لهذه الوسائل، أصبحت المؤسسات الإعلامية المختلفة أكثر قدرة على الوصول والتأثير على الأفراد في هذا اليوم وهذا العصر، رغم أننا نرى أدوارًا سلبية وصريحة في العديد من وسائل الإعلام العربية والأجنبية تعمل المؤسسات الإعلامية على تنمية الجيل العربي وتسهم في عزله عن مشاكله ومجتمعه وقيمه وهذا يتطلب الوعي بهذا الدور وتداعياته الخطيرة التي قد تكون الخطوة الأولى في مقاومته

تتمثل وظيفة وسائل الإعلام في تثقيف الأفراد للحفاظ على هوياتهم وتقاليدهم وأصالتهم، والمشاركة بنشاط في الحياة المعاصرة. لا يتجلى تأثير وسائل الإعلام اليوم فقط في التغيير المباشر والفوري للأفكار والتصورات حول موضوع أو قضية معينة، ولكن أيضًا في الأنماط السلوكية والمواقف والاتجاهات الخارجة عن المجتمع (تعارض مع القيم السائدة، سواء كان ذلك (ثقافية أو سياسية أو اجتماعية أو دينية.. يجب أن يكون لها أساس أساسي هو مجموع العناصر الأساسية للثقافة والدين والهوية والتاريخ والتي يجب الحفاظ عليها وفقًا للتغيرات التي تشهدها. العالم من حولنا يكتسح قيم المجتمع به، أو يجعل الأفراد يعيشون في حالة من الفصل بين ما يريدون وما هو موجود في مجتمعهم المتناقض،

إنه الأساس الذي يجب الحفاظ عليه في ضوء التغيرات التي تحدث في العالم من حولنا، والتغيرات التي تكتسح قيم المجتمع، أو تجعل الأفراد يعيشون في حالة من الفصل بين ما يريدون وما لدى مجتمعهم على الجانب المتناقض. من

خلال تغيير نمط حياتنا واستهلاكنا وعاداتنا وسلوكنا... إلخ. من هنا نتطرق لسؤالنا: ما هو تأثير وسائل الإعلام على قيم وثقافة المجتمع؟

مع تضاؤل فرص الحضارة والتقدم كما تعرفها المجتمعات العربية، والفشل في تحقيق التنمية الفكرية والاجتماعية والاقتصادية، وتأثير هذه الوسائل على الأفراد والجماعات من خلال المحتوى الذي ينشرونه أو يبثونه، هو ما أدى إلى الاهتمام بها. تأثير وسائل الإعلام، والتركيز على شرح نوع التأثير وعلاقته بديناميكيات التفاعل الاجتماعي، بهدف تطوير محتوى إعلامي واضح ومحدد يستهدف أفراد المجتمع العربي. والأنماط الاجتماعية، وهذا ما سنحاول تسليط الضوء عليه.

مفهوم القيم والتنشئة الاجتماعية:

فالقيمة هنا هي مجموعة من المعتقدات والمعاني التي يحملها الفرد وتحدد وتوجه رغباته واتجاهاته، وهي في النهاية تحدد ما هو مقبول، وما هو غير مقبول، فهي التي تحدد له السلوك القديم أو الصحيح أو السلوك الخاطئ، وللقيم من هذا المنطلق وظائف متعددة. فبالإضافة إلى أنها تحدد المقبول وغير المقبول داخل المجتمع، فإن القيم أيضاً كما يشير غسان سنو إلى: أنها تستعمل لتقييم الذات، وتقييم الآخرين المحيطين حولنا وإصدار الأحكام عليهم. وهي أيضاً تهيب الفرد لتقبل إيديولوجية أو سياسية أو دينية محددة على أخرى، ويتم توظيفها لتوجيه عرض ذواتنا على الآخرين بطريقة مقبولة بالإضافة إلى أننا نستطيع أن نقارن فيها بيننا وبين الآخرين بقضايا مختلفة، وتعلمنا على اتخاذ مواقف محددة. (سنو، 1997، ص 30-31)

ومن الوظائف الأساسية أيضاً للقيم، إنها تساعد بشكل مباشر ورئيس كما يشير حسين تكريتي: على تماسك ووحدة المجتمع من خلال التشابه في المنظومة القيمية بين كافة أفرادها. فيشير إلى أنه كلما اتسع مدى التشابه بين هؤلاء الأفراد، كلما ازدادت وحدة المجتمع وتماسك أعضاؤه، والاختلاف القيمي هنا يؤدي إلى اختلاف بين الأفراد ونشوء الصراع بين أفراد المجتمع، وهو الأمر الذي يؤدي إلى تفككه. (تكريتي، 1999)

ولعل هناك العديد من القيم الاجتماعية التي يكتسبها الفرد في محيط مجتمعه. وهناك بعض الدراسات الاجتماعية التي حاولت أن تقدم قياساً عاماً لهذه القيم، وحاولت أيضاً أن تحدد ماهيتها وطبيعتها. وقد حدد مقياس روكيتش للقيم مجموعتين من هذه القيم والتي قسمها إلى قسمين سميت بالقيم الغائية، وقيم الوسيلة. فمن القيم الغائية هي تلك المتعلقة بالاحترام الاجتماعي، واحترام الذات، والأمن الأسري، والأمن القومي، والتناغم الداخلي (الانسجام مع الذات)، والجنة (في حياة الأخرى . والخلص)، والحب الزوجي (المودة والألفة والجنس)، والحرية (الاستقلال، القرار الحر)، والحكمة، والحياة المريحة، والحياة النشطة، والسعادة، والسلام العالمي (عالم بدون حروب)، والصداقة الحميمة، والجمال، والمتعة، والمساواة، والمشاركة. أما القيم الوظيفية فهي الابتهاج، والإخلاص، والأدب، والاستقلالية، والانضباط، والانفتاحية، والتفكير، والخيالية، والشجاعة، والطاعة، والطموح، والمحبة، والمساعدة، والمسامحة، والمسؤولية، والمقدرة، والمنطقية، والنظافة. (سنو، 1997)

هذه المجموعة من القيم الاجتماعية التي يكتسبها ويتعلمها الإنسان من التنشئة الاجتماعية، وعن طريق عملية التفاعل الاجتماعي، إلا أن الإنسان يتعلم القيم من خلال عدة طرق أهمها الملاحظة والمحاكاة والتقليد. فالفرد يلاحظ

ويقلد ومن ثم يكتسب عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي. فالقيم هنا ستكون إحدى أبرز مكونات شخصية الفرد.

وبما أن القيم تحدد وتكون شخصية الفرد، فإنها بذلك تحدد شخصيته الوطنية، وتحدد انتماءه وعلاقته مع الآخرين. فمقدار ما يكتسب من قيم ذات علاقة وارتباط، بمقدار ما تتكون شخصيته وتحدد اتجاهاتها نحو الآخرين ونحو الأشياء من حوله. فالقيم التي تحدد الشخصية الوطنية تنطلق من عدة أبعاد تتمثل في مدى احترامه للرأي والرأي الآخر، وتقبل الآخرين مهما اختلف معهم. فعملية التفاعل بين الفرد والآخر تحدد ويرسمها الإطار القيمي، وكذلك مدى التسامح أو المساحة التي يملكها الشخص في تعزيز هذه القيمة مع الآخرين باختلافه عنهم، بالإضافة إلى حدود الخطأ والصواب والمقبول وغير المقبول من الآخرين. وكذلك شيوع قيم المحبة والمودة داخل المجتمع وفي شخصيات الأفراد. وهناك بعداً آخر هام في الشخصية الوطنية يتمثل في كيف نقوم بالحكم على الآخر، وفي أي تصنيف نضعهم، وما هي المساحة التي تجعلنا لا نصدر أحكاماً ضد الآخرين. وبالإضافة إلى ذلك فهناك بعداً هاماً آخر وهو يتمثل في مدى غرس مفاهيم وقيم الانتماء للوطن في نفوس الأفراد داخل المجتمع. فقيم المواطنة والوحدة الوطنية تتمثل في مجموعة سلوكيات تكون مترسخة داخل أفراد المجتمع، فمدى ترسخ هذه القيم، يمكن من خلالها تحقيق الشخصية الوطنية، فعلى سبيل المثال، المحبة، والمودة، والتسامح، والولاء، والانتماء، واحترام الرأي والرأي الآخر، والسلامة، والعدل والمساواة، والانفتاحية في التفكير، والمسئولية، والأدب والإخلاص، وغيرها من هذه القيم هي التي ترسم الشخصية الوطنية، وهي قيم مختارة من منظومة قيمية كبيرة متى ما استطاعت المؤسسات الاجتماعية بكافة أشكالها غرسها في الفرد داخل المجتمع، استطعنا تحقيق معاني الوحدة الوطنية وترسيخها بين أفراد المجتمع. فهي قيم اجتماعية يتم تعلمها من خلال التنشئة الاجتماعية، والمحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه الفرد، والذي تلعب الأسرة فيه الدور الأول والرئيس في غرس مثل هذه المفاهيم، فالتنشئة الاجتماعية - كما سبقت الإشارة - ليست مسؤولية الأسرة في المجتمع الحديث فقط، أما دور هام تقوم به مؤسسات أخرى داخل المجتمع.

دور المؤسسات الإعلامية في غرس القيم:

يعرف الإعلام لغة على أنه " الاطلاع على الشيء، فيقال، اعلمه بالخبر، أي أطلعه عليه. والإعلام اصطلاحاً: هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاربهم في الآراء فيما بينهم وهو في هذه الحالة ظاهرة الحضارة الحديثة وجعلتها خطيرة ودعمتها بإمكانات عظيمة حولها قوة لا يستغني عنها لدي الشعوب والحكومات على حد سواء. أما عناصر الإعلام فهي تتمثل في " المرسل، والمستقبل، والأداة، والرسالة. (الشناوي، 2001)

ومن خلال هذا التعريف فإن الإعلام هو أساساً مفهوم يعتبر بشكل مباشر على عملية التفاعل بين المرسل والمستقبل من خلال أداة محددة لنقل الرسالة. فالمرسل يقوم بإرسال رسالة إلى المستقبل عن طريق أداة محددة. وتختلف الأدوات الإعلامية باختلاف طبيعتها، وتختلف أيضاً باختلاف تأثيرها، القديم والجديد مجموعة متنوعة من الوسائط الحديثة والقديمة وفقاً لاعتبارات مختلفة، بما في ذلك درجة أو قوة جاذبية الأداة وتأثيرها، والبيئة المحيطة التي يتم فيها تقديم التأثير، حيث يتم إيصال الرسالة واستلامها والتأثر بها. يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالبيئة المحيطة والطبيعة الشخصية والسلوكية المستقبلية. أدوات الإعلام وأشكاله المختلفة لها تأثيرات عديدة ومختلفة بحسب طبيعتها كأدوات ومستقبلها. تلعب هذه الوسائل والأدوات الإعلامية دوراً مهماً وحيوياً في غرس القيم والتأثير في السلوك البشري من خلال

تلقي ما تقدمه هذه الوسائط، بحسب عالم النفس هوفمان عند الإشارة إلى الأطفال وتأثير الإعلام عليهم، عند الحديث عن الأطفال وتأثير وسائل الإعلام عليهم، قال إنه عندما يكون الأطفال أمام وسائل الإعلام فإنهم مثل الإسفنج الذي يمتص ما يلامسونه، وأضاف أنه أيضاً ليست كل المحتويات المعروضة على هذه الوسائط مقبولة اجتماعياً. هذا ينطبق بشكل خاص على المحتوى المعروض على القنوات الفضائية حيث يمكن إنشاء بعض القيم والمعتقدات التي تتعارض مع قيم المجتمع. تساهم الوسائط المتعددة بشكل كبير ومباشر في اختراق القيم الاجتماعية المتعددة. على سبيل المثال، ضع في اعتبارك برنامج وسائط تعليمية للأطفال في الولايات المتحدة. كما تعلمون، فإن مجتمع الولايات المتحدة من أكثر المجتمعات تعددًا للثقافات في العالم، ووجود هذا المزيج الرائع من الثقافات المختلفة هو نتيجة لحدائث هذا المجتمع الذي يعتمد على بنيته الاجتماعية. من المعروف أن المجتمع الأمريكي، الذي شكل هجرات متعددة، هو مزيج من ثقافات مختلفة، بما في ذلك الأمريكيون الأفارقة، والأمريكيون الأصليون، والأمريكيون الآسيويون، والأوروبيون. ولعل البرامج الإعلامية التي تستهدف الأطفال تلمس هذا المزيج تحديداً لتحقيق هدف خلق الانسجام في المجتمع ككل. برامج الأطفال هي برامج تعليمية وقيمة يسعى المشرفون من خلالها إلى تعليم الأطفال المهارات الحياتية بالإضافة إلى بناء قيم مثل الاحترام والتعاطف واللفظ والحب ونشر التسامح.

تستخدم هذه البرامج الأساليب المباشرة في العملية التعليمية. لكن من ناحية أخرى، في مكان مختلف، تعلم بشكل غير مباشر..

فالوسائل الإعلامية تؤدي وظيفة هامة للمجتمع ولغرس القيم في سلوك الأفراد. وقد حدد عالما الاتصال لازر سيفلد، وميرتون بعض الوظائف الخاصة بوسائل الإعلام. فقد أشار إلى أن من أهم وظائف وسائل الإعلام هو تبادل الأفكار والآراء بين أفراد المجتمع، وتدعيم المعايير الاجتماعية من خلال معاقبة الخارجين عن هذه المعايير، وأخيراً التحذير الذي يقصد به تجنب الآثار غير المرغوب فيها للمجتمع. (الهنداوي، 2006)

ولتطبيق ما أشار إليه العالمان من هذه الوظائف على غرس قيم المواطنة والوحدة الوطنية، فإن تبادل الآراء والأفكار على سبيل المثال بين أفراد المجتمع الواحد وبين الشرائح الاجتماعية المختلفة هو من أبرز الوظائف الإعلامية، في التي تقرب وجهات النظر المرتبطة بالوحدة الوطنية إذا تمت أدارتها بطريقة علمية.

فالعلمية تحتاج بشكل عام على تحديد هدف واضح، وسوف يخلق هذا التواصل والتبادل الفكري والإيديولوجي إلى تحقيق الهدف المنشود. فهناك حاجة ماسة لوجود قنوات وبرامج إعلامية متسعة تناقش هذا الموضوع ويتبادل حوله الرأي. وكذلك وظيفة الإعلام هو " تدعيم المعايير الاجتماعية من خلال معاقبة الخارجين عن هذه المعايير ".

فالإعلام يجب أن يكون مسئولاً عن دعم المعايير الاجتماعية.

ان وسائل الإعلام تلعب دوراً حيوياً لصياغة الثقافة والقيم الموجودة في المجتمعات. فهي تمنح المجتمعات عظمة الآراء عن كيف ينبغي القيام بالأعمال ووضع القيم، فالإعلام واستخدامه السليم يمكن أن يكون استثماراً لثقافة ذات قيم متحضرة وعامة.

كما تستخدم وسائل الإعلام كوسيلة لنشر الأفكار الجديدة، وقد وفرت التكنولوجيا الحديثة الوسائل التقنية التي تسمح للأشخاص والمجتمعات باستخدام الوسائل الإعلامية للاطلاع والتواصل والتعبير عن ذاتهم. وبالتالي فمنذ تأسيس الحياة الاجتماعية، الإعلام دائماً كان جزءاً مهماً من المجتمع العربي. وبفضل التطورات التكنولوجية التي لها تأثير على

مسارات التواصل العالمية والدولية، كما أن وسائل الإعلام يمكن أن تساعد في تشجيع الإسهام البشري والبناء المجتمعي من خلال توضيح وتعزيز القيم التي يهتم المجتمع بها. كما يلعب دوراً فعالاً في صياغة المجتمعات والثقافات وذلك سيساعد المجتمعات في التقدم الذي يضمن الحقوق الكاملة لكل أفرادها.

الانساق الاجتماعية والتغير:

يتأثر سلوك الفرد بالإضافة إلى كل المتغيرات الداخلية التي ذكرناها، بمتغيرات خارجية نابعة من تأثير الجماعة وعلاقة الفرد بالآخرين، حيث تتفاعل العلاقات بين الفرد والأسرة، وأثر الطبقة الاجتماعية، وتأثير الجماعات المرجعية والسياق الحضاري، وتعد الأسرة الخلية الأساسية والنظام الاجتماعي الذي يعكس ويؤدي في الوقت نفسه إلى وجود نقاط القوة والضعف في البنية الاجتماعية الكبيرة، ذلك أن الأسرة هي البناء الرئيسي في المجتمع، وهي مسؤولة بصورة أساسية عن عملية التنشئة والتثقيف، فالأبناء يتعلمون من التجارب التي يكتسبونها في أثناء نشأتهم في العائلة ومنها ينطلقون لاستخدام ما تعلموه في تجاربهم المجتمعية.

وحيث أن الأسرة جماعة أولية تكسب وتستهلك فإنها تختلف عن الأنظمة الاجتماعية الأكبر من حيث أنها تؤدي وظيفة الوسيط في توصيل قيم النظام الاجتماعي (الحضارة، الطبقة الاجتماعية، الجماعة المرجعية) إلى أفراد الأسرة. وعلى اعتبار أن الثقافة هي مجموعة من القيم والأخلاق التي يتبادلونها بين أناس في مجتمع معين. ومن هذه القيم، يساعدون على تشكيل والعادات الأخرى الموجودة في مجتمعهم، فقد يمثل النظام الإعلامي الحالي السبيل للوصول إلى الناس وتأثيرهم بالقيم والثقافة. كما أنه يساعد في تحديد العلاقات التي يتصلون بها في كل من مجتمعاتهم والوسائل..

تعد وسائل الإعلام قوة مؤثرة في مجتمع اليوم، فهي تؤثر على طريقة تفكيرنا، وتصرفنا، وإدراكنا للعالم من حولنا. من التلفزيون إلى الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وللإعلام تأثير هائل على ثقافة المجتمع وقيمه. نتعرض لكمية هائلة من المعلومات بشكل يومي، من القصص الإخبارية إلى الإعلانات، ومن الصعب تجنب تأثير وسائل الإعلام. إنها تشكل آرائنا ومعتقداتنا، وكذلك سلوكنا وموقفنا تجاه أشياء معينة. غالباً ما يتم استخدامه لإقناعنا بشراء منتجات معينة أو اتخاذ قرارات معينة. وسائل الإعلام لها تأثير عميق على الطريقة التي ننظر بها إلى الثقافة والقيم. غالباً ما تصور البرامج التلفزيونية والأفلام بعض أنماط الحياة والقيم والسلوك في ضوء إيجابي أو سلبي. يمكن أن يؤدي ذلك إلى تبني المشاهدين لتلك السلوكيات أو المبادئ، إما بوعي أو بغير وعي. يمكن أن يكون هذا صحيحاً بشكل خاص بالنسبة للشباب الذين ربما لم تتح لهم الفرصة بعد لتكوين آرائهم وقيمتهم.

تأثير مضامين القنوات الفضائية على التغيير الاجتماعي:

يحدد مفهوم التأثير على انه: " بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة الإعلامية فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة، أو يعدل من اتجاهاته القديمة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق ". (رشتي، 1971)

ويعتبر الباحثون والعاملون في مجال الإعلام والعلوم الاجتماعية أن هناك تباين فيما يخص تأثيرات وسائل الإعلام: (السيد، 2009)

. يرى الإعلاميون أن لوسائل الإعلام تأثيرات سياسية واجتماعية كبيرة وهذا لكونها أدوات فعالة في نقل معلوماتها فالاتصال المواجهي أكثر فعالية في تغييرات الأفكار والأفعال ولكن لان وسائل الإعلام تعتبر ناقلة للأخبار السيئة وعاكسة للتغيرات الاجتماعية الراهنة فان كثيرا من اللوم يوجه إليها وللتغيرات الاجتماعية التي لا يستطيع أن نتحكم بها.

ويرى الأكاديميون أن لوسائل الإعلام تأثيرا قويا ومباشرا على حياة كل شخص، فالناس العاديون يعتمدون على وسائل الإعلام بشكل مكثف جدا ومستعدون لنقل موضوعاتها كحقائق كما أنهم يقضون معظم وقتهم أمام موضوعات ترفيهية لا قيمة لها.

كما يرى الباحثون الاجتماعيون أن لوسائل الإعلام بعض التأثيرات على بعض أنواع الناس تحت بعض الظروف ويخلق الأفراد والمجتمع الظروف التي تزيد من احتمالات تأثيرات وسائل الإعلام ومن ثم فان وسائل الإعلام في ذاتها ليست السبب وراء ما تحققه من تأثيرات.

وعليه فان مهمة تقييم تأثير وسائل الإعلام هي مهمة ذات أبعاد فهي تتضمن بكل وضوح ما هو أكثر من مجرد محاولة لاكتشاف الطرق التي يؤثر بها مضمون الرسالة على معتقدات ومواقف وسلوكيات من يتلقونها وتشمل هذه المهمة أيضا التساؤلات المنتظمة والمستمرة حول طبيعة الأحداث التاريخية وقيمة الأنظمة التي شكلت وسائل الإعلام في مجتمع ما وأدت بها إلى إنتاج نموذجها الخاص من المحتوى وتشمل التحقيق في وجود جوهر وطبيعة الاتصال الإنساني على مستوى الأفراد لمعرفة ما إذا كان دخول وسائل الإعلام قد أحدث تغييرات في هذه العملية بدرجة كبيرة، كما تشمل هذه المهمة دراسة السبل التي يستطيع الإعلام من خلالها عادة تشكيل الأوضاع الاجتماعية والثقافية وقواعد وقوانين المجتمع ولغته. (روكيتش، 1996)

كما يشكل الاتصال احد مظاهر التغيير الاجتماعي حيث ينقسم هذا الأخير إلى قسمين: (طلعت، 2003)

1. تغيرات كثيرة تحدث على المستوى الفردي وهي التي يشار إليها بعبارات مختلفة مثل الانتشار، التبني، التثقيف، التعليم، المشاركة أو الاتصال.

2. تغيرات تحدث على مستوى النظام الاجتماعي، تسمى هذه التغيرات التنمية أو التمييز أو التكامل أو التأقلم.

وتجدر الإشارة إلى وجود ترابط بين هذين النوعين من التغييرات.

فوسائل الإعلام اليوم تلعب دورا مهما في تغيير آراء واتجاهات الأفراد حول الحياة والأفراد من حولنا من خلال ما تبثه، أي تغيير المواقف تجاه الأشخاص والقضايا (مثال ما تبثه وسائل الإعلام حول قضايا الوطن العربي مما ينمي الشعور القومي بين الشعوب العربية.. الخ).

وتغيير المواقف لا يقتصر على مواقفنا من الأفراد والقضايا بل يشمل القيم وبعض أنماط السلوك، من خلال تعرضنا لسلسلة من المواضيع والقيم والتصورات المضادة والقيم المتناقضة والثقافات، ويبقى لوسائل الإعلام دورا هاما في عملية التحول والتغيير من خلال الرسائل الإعلامية (المعلومات) صحيحة كانت أو خاطئة والتي على أساسها نبني مواقفنا تجاه القضايا والموضوعات.

كما أن هذا التأثير على حياة الأفراد له وجهان:

- ايجابي: التثقيف، الإعلام والمعلومات والمعارف، التسلية والترفيه، التربية والتعليم.

- سلبي: الاستهلاك، النمطية، التأثير والتوجيه.

فالتغيير المعرفي الذي تحدثه وسائل الإعلام اشمل من تغيير المواقف أو الاتجاهات، فالمعرفة (مجموع المعلومات والاعتقادات والمواقف والآراء والسلوك) وهي أعمق أثر في حياة الإنسان، لان التغيير في المواقف عارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر أو ربما يكون له تأثير ايجابي أما التغيير المعرفي فهو بطيء ويحتاج إلى وقت أطول.

وفي هذا الصدد يقول "شرام" إن استعمالنا لكلمة ثورة عند الحديث عن التفاعل الاجتماعي مع الاتصال الجماهيري لم تكن من محض الصدفة. ومنذ وجود وسائل الإعلام وهي تشارك في كل تغيير اجتماعي ذي أهمية مثل الثورات الفكرية والسياسية والصناعية، والثورات التي تحدث في الذوق والتطلعات والقيم. لقد علمنا الإعلام القاعدة الأساسية التالية:

حيث أن الاتصال هو العملية الاجتماعية الجوهرية وحيث أن الإنسان وقبل كل شيء يقوم بخلق المعلومات فانه عادة يصاحب التغيير الاجتماعي الرئيسي تغيير في نوعية المعلومات مع استخدام أساسي ورئيسي لوسائل الاتصال. (طلعت، 2003)

إن الحديث عن التغيير الاجتماعي في المجتمع حديث لا يجب أن يغفل الأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام، ويرجع ذلك إلى إسهامها في خلق، تحوير وتعديل القيم والسلوكيات، حيث لم يعد المجتمع هو المصدر الوحيد الذي يضيف على القيم معانيها والتي يمكن أن يكون الأفراد على أساسها مواقفهم واتجاهاتهم، يحدد الأفراد سلوكياتهم واتجاهاتهم بناء على الصور الذهنية التي يكونها هؤلاء حول العالم من حولهم، وتشكل الصورة الرمزية التي تقدمها وسائل الإعلام لهذا العالم مصدرا أساسيا لذلك، دون إغفال درجة تماثل الصورة الرمزية مع الواقع كما هو موجود فعلا.

ويكتسب هذا الموضوع أهمية خاصة إذا تعلق بعالمنا العربي خاصة مع هذا الكم الكبير من القنوات الفضائية العربية على اختلاف مضامينها وتوجهاتها الفكرية والسياسية، ليس لأننا عرب فقط ولكن لان وسائل الإعلام تلعب أدوارا كبيرة في تغيير القيم العربية، ولا يتعلق الأمر هنا بوسائل الإعلام الغربية فحسب وإنما بمثيلاتها العربية، هذه الأخيرة التي تتعدى نسبة البرامج الغربية فيها نسبة 60% وجزء كبير من ال 40% المتبقية هي بمثابة نسخ طبق الأصل لبرامج غربية....

فمضامين القنوات الفضائية العربية لا تخرج عن هذه المواضيع: إخبارية. ترفيهية. التعتبة (القنوات الحكومية) والدينية... وأما تأثيراتها من حيث المضمون: (اصبع، 2006)

.التأثير على مستوى المعرفة وخصوصا في الشؤون العامة.

.إنتاج الواقع: تقوم وسائل الإعلام بتقديم الواقع للعالم المتصور.

.وضع الأجندة (ترتيب الأولويات) للمجتمع: تقوم بترتيب الأولويات للجمهور.

.التأثير على القيم.

.التأثير على السلوك.

وأظهرت الدراسة التي أعدها الدكتور ياس خضير البياتي، من كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة بجامعة عجمان تحت عنوان " الغزو الإعلامي والانحراف الاجتماعي في دراسة تحليلية لبرامج الفضائيات العربية " أن وسائل الإعلام العربية شاركت بدور أساسي في تعميق الغزو الإعلامي الأجنبي، من خلال مدة ساعات البث المخصصة لمواد أجنبية، كما لاحظت الدراسة أن القاسم المشترك لبرامج القنوات الفضائية العربية هو المادة الترفيهية، وأفلام الجريمة والعنف والرعب والجنس، أي أن ثقافة الصورة تطغى على هذه الأفلام والبرامج مسببة ظاهرة سلبية تتمثل في الاغتراب، القلق، وإثارة الغريزة والفردانية والعدوانية وحب الاستهلاك والتمرد..... وقد حذرت الدراسة من انه من المحتمل أن تخلق برامج الفضائيات العربية الاضطراب الاجتماعي وعدم الاستقرار في العلاقات العامة الاجتماعية، وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية والهروب من الواقع وإضعاف الروابط الأسرية وقيمتها والانبهار بالنموذج الأجنبي على حساب الهوية الثقافية العربية.

ويظهر أثر التلفزيون وعملية التنشئة والتطبيع الاجتماعي في النواحي التالية: (بوجلال، 1996)

أ. نشر معلومات متنوعة في كافة المجالات تناسب جميع الأعمار.

ب. إشباع الحاجات النفسية مثل الحاجة إلى المعلومات والتسلية والترفيه والأخبار والمعارف والثقافة العامة ودعم الاتجاهات النفسية، وتعزيز القيم والمعتقدات أو تعديلها والتوافق مع المواقف الجديدة.

ج. تعليم أفراد المجتمع أساليب مختلفة في السلوك الفردي والاجتماعي في الظروف المختلفة، كما يوفر للإنسان معلومات لا تتوفر في حياته العادة، وفي علاقاته المباشرة مع غيره من الأفراد الذين يتعامل معهم.

وعليه تعتبر وسائل الإعلام مصدر ثقافة وتعليم للفرد كما أنها تعمل على تغير السلوك الاجتماعي والعادات الاجتماعية القابلة للتغير بسبب الانفتاح على العالم، وينعكس تأثيرها على سلوك الأفراد وتفكيرهم وتصرفاتهم سلبا وإيجابا.

ومنه فعلى القنوات الفضائية تحديد أهدافها وفق أهداف المجتمع وان لا تكون مجرد أدوات لخدمة مصالح وترويج أفكار الأنظمة القائمة، إنما يكون لها مشروعها الخاص للوصول إلى مجتمع المعلومات والذي بإمكانه مواجهة مختلف التحولات وفي شتى مجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية. ولا يخفى علينا اليوم أن وسائل الإعلام تشكل صناعة قائمة بذاتها فهي تعرض الخدمات ومنتجات المؤسسات صناعية أو تجارية ولها تأثير كبير في صنع القرار السياسي وتوجيه الرأي العام وصنع الثقافة والترفيه، وهي بذلك تلعب دورا هاما في حياة الأفراد إلى جانب المؤسسات الأخرى كالمؤسسة التعليمية بل تكاد تتفوق عليها في كثير من الأحيان.

كذلك الشأن بالنسبة للمؤسسات الإعلامية فلا نقيس تقدمنا بعدد القنوات الفضائية بل بما تقدمه من مضامين

وبما تنتجه ومدى مساهمته في تطوير المجتمعات العربية.

فإبراز الهوية الثقافية لا يتأتى من خلال امتلاك التكنولوجيا في مجال الإعلام والاتصال أو محاكاة البرامج والمضامين الأجنبية، بل من خلال تحرير الطاقات الإبداعية ورفع مختلف أشكال الرقابة على المضامين الإعلامية ووضع سياسات نابعة من هذا المجتمع. (شطاح، 2006)

والمطلوب اليوم هو عملية إنتاج المضامين الإعلامية التي تتماشى والواقع الاجتماعي العربي وتكريس القيم العربية الإسلامية من خلال الاهتمام أكثر بانتقاء البرامج التي تجسد ذلك وهذا لا يعني أبدا الانغلاق والتقوقع، بالعكس الانفتاح على الثقافات الأخرى والاحتكاك يسمح لنا باكتساب المعارف والمعلومات بما يفيدنا كمجتمعات تعرف تحولات وتغييرات في شتى مجالات الحياة ويسمح لنا بتوعية الأفراد بشكل صحيح بعيدا عن التنميط ووضع قوالب جاهزة وهذا يتطلب جهود الباحثين والأكاديميين لصياغة برامج وأفكار تحافظ على هويتنا من جهة وتسمح لنا بالتعامل مع الثقافات الأخرى بشكل لا يؤثر على قيمنا، ويتطلب أيضا مساهمة كافة المؤسسات الاجتماعية كل حسب وظيفته كالأ أسرة، المدرسة والتلفزيون طبعاً. وباقي المؤسسات والهيئات التي من شأنها المساهمة في التغيير الاجتماعي في ظل ثقافتنا العربية، أي أن المسألة لا ترتبط فقط بالمحافظة على قيمنا وهويتنا وإنما هي مرتبطة أيضا بقدرتنا على التكيف مع طبيعة وسائل الإعلام ومضامينها، فلا يمكن أن نوقف رياح التغيير وإنما نتكيف مع التغيير بما يخدم مصالحنا وأهدافنا.

ولا يمكن أن يتم فقط التركيز على الحل التكنولوجي أي التطور التقني والتكنولوجي لوسائل الإعلام في وطننا العربي أو الحديث عن الكم الكبير من القنوات الفضائية العربية، فهذه مؤشرات غير حقيقية، لان المؤشرات الحقيقية هو ماهي نتائج مضامين هذه الوسائل على إحداث تغييرات اجتماعية على الصحة، التعليم، الوعي لدى الفرد العربي اجتماعيا كان أو سياسيا، أي أن تتوجه السياسات الإعلامية نحو المضامين وليس الوسائل فقط.

ومنه فعلى المؤسسات الإعلامية تحديد أهدافها وفق أهداف المجتمع وان لا تكون مجرد أدوات لخدمة مصالح وترويج أفكار الأنظمة القائمة، إنما يكون لها مشروعها الخاص للوصول إلى مجتمع متطور والذي بإمكانه مواجهة مختلف التحولات وفي شتى مجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية. ولا يخفى علينا اليوم أن وسائل الإعلام تشكل صناعة قائمة بذاتها فهي تعرض الخدمات ومنتجات المؤسسات صناعية أو تجارية ولها تأثير كبير في صنع القرار السياسي وتوجيه الرأي العام وصنع الثقافة والترفيه، وهي بذلك تلعب دورا هاما في حياة الأفراد إلى جانب المؤسسات الأخرى كالمؤسسة التعليمية بل تكاد تتفوق عليها في كثير من الأحيان.

كما ان الحديث عن العلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام لابد أن نتحدث بشكل أساسي عن الدور الأساسي لوسائل الإعلام هو عملية نقل كل ما يتعلق بحياة المجتمعات والأفراد، طبعاً من خلال التعريف بكل ما يتعلق بهذه المجتمعات والأفراد خاصة موروثها الثقافي في كل أنماطه وأشكاله، فالعلاقة هنا بين الثقافة ووسائل الإعلام هي أن هذه الأخيرة هي الوسيط الذي بإمكانه أن يعبر بشكل صحيح وواقعي عن ثقافة الشعوب سواء تعلق الأمر بسلوكات أو أنماط معينة، ممارسات معينة، طقوس معينة، احتفالات معينة..... فلإعلام تأثير قوي على ثقافة المجتمع وقيمه.

الخاتمة:

نعيش اليوم في عالم حيث وسائل الإعلام في كل مكان، من التلفزيون إلى وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على الثقافة والقيم لا يمكن إنكاره. من الأخبار التي نشاهدها إلى الإعلانات التي نراها، تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًا في تشكيل ثقافتنا وقيمنا. يمكن استخدام وسائل الإعلام لزيادة الوعي حول الموضوعات المهمة وبدء المحادثات التي ربما تم التغاضي عنها. يمكن استخدامه أيضًا للتأثير على الرأي العام حول قضايا مختلفة، مثل عندما تغطي وسائل الإعلام حملة سياسية أو قضية مثيرة للجدل. بهذه الطريقة، يمكن أن يكون لوسائل الإعلام تأثير قوي على قيم وثقافة مجتمعنا، حيث يمكنها تشكيل طريقة تفكير الناس وتصرفهم. علاوة على ذلك، يمكن أن يكون للإعلام تأثير عميق على تصورنا لمجموعات مختلفة من الناس. على سبيل المثال، يمكن أن تؤثر الطريقة التي يتم بها تصوير مجموعة معينة في وسائل الإعلام على طريقة تفكيرنا بها وموقفنا تجاههم. هذا يمكن أن يؤدي إلى التحيز والتمييز، كما يمكن لوسائل الإعلام الإخبارية تشكيل آرائنا حول القضايا السياسية والسياسات العامة الحالية، والتي يمكن أن تؤدي إلى تغييرات في سلوكنا الانتخابي وكيف ننظر إلى مجتمعنا. يمكن أن يكون للإعلام تأثير عميق على قيمنا ومعتقداتنا. أصبح الإعلام جزءًا رئيسيًا من ثقافتنا وكيف نرى أنفسنا والآخرين.

المراجع:

- أبو اصبع صالح خليل. (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط 5، عمان الأردن: دار مجدلاوي، ص244.
- السيد محمد عبد البديع. (2009). اثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، ط1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ص69
- الشناوي محمد. (2001). التنشئة الاجتماعية للطفل. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ص 215.
- بوجلال عبد الله (1996)، الأطفال والتلفزيون، مجلة الاتصال، الجزائر، عدد 13، ص75.
- تكريتي حسين. (1999). دور التخطيط التربوي في تغير القيم الاجتماعية. دراسة مقدمة إلى مؤتمر القيم والتربية في عالم متغير. عمان: جامعة اليرموك.
- رشتي جيهان احمد (1971). الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، الطبعة 1، القاهرة: دار الفكر العربي، ص 206.
- سنو غسان منير. (1997). القيم والمجتمع: نظم القيم السائدة عند طلبة الدراسات الشرعية في بيروت.
- طلعت شاهيناز محمد. (2003)، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة: مكتبة الانجلوالمصرية، ص 128.
- ديفلير ميلفين وساندرا بول . روكتيش (1996). نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص 61.
- شطاح محمد (2006)، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، عين مليلة الجزائر: دار الهدى للطباعة ، ص99.

الهنداوي فوزي هادي. أثر الخطاب الإعلامي في القيم الاجتماعية، تم الاسترداد:

[https://www.siironline.org/alabwab/solta4\(17\)/128.htm](https://www.siironline.org/alabwab/solta4(17)/128.htm)