

الميديا الجديدة ومسألة ازدواجية القيم في السياقات العربية بين المتطلبات الجديدة للتفاعل والتداعيات

The new media and the quetion of values in arabe societies

أقراد حسينة¹،

¹ كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3

agred.hassina@univ-alger3.dz - agreedmail@gmail.com (الجزائر)،

تاريخ النشر: مارس/2021

تاريخ القبول: 2021/02/18

تاريخ الإرسال: 2020/01/22

الملخص:

أدى التحول الذي يشهده العالم اليوم إلى بروز دعائم إعلامية وفضاءات اتصالية مستحدثة تحت مسمى الميديا الجديدة، التي تتيح مجالات واسعة للتواصل مع الآخر بدون اعتبار للحواجز الجغرافية وحدود المكان، فأصبحت المجتمعات والأمم مندمجة في بوتقة واحدة.

يساهم الانفتاح الإعلامي والتدفق الهائل للمعلومات والمضامين الاتصالية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تعميق أزمة القيم في المجتمعات، التي باتت تتخبط بين الحفاظ على قيمها وخصوصيتها ومواكبة التطور والانفتاح المحتوم في عصر الانفجار المعلوماتي للثورة التكنولوجية. سنحاول من خلال تناول موضوع ازدواجية القيم وتأثيرها بالميديا الجديدة تبيان دور هذه الأخيرة في تكريس الاغتراب القيمي في السياقات العربية، وذلك في ظل الانفتاح والتقارب التواصلي التي أضحت إحدى المتطلبات الاجتماعية الأساسية لدى الفئات العريضة من المجتمعات العربية.

الكلمات المفتاحية: الميديا الجديدة - القيم - ازدواجية القيم - السياقات العربية - التفاعل.

Abstract:

Today, the world is witnessing the emergence of new communications media under the name of the new media ,which allow for broad areas of communication with each other without regard to geographical barriers, so that communities and nations become integrated into one global village.

The new media has deepened the crisis of values in societies that try to preserve their values and privacy, And keep pace with development at the same time. We will try to address the subject of double values by the new media.

Key words: The new media- double values- communication-arab contexts- interaction.

المقدمة:

تمثل إشكالية القيم إحدى الإشكاليات الحاضرة بشكل كبير في مجتمعاتنا المعاصرة مثلما طرحت في حضارات ومجتمعات عبر التاريخ، حيث ارتبطت مسألة القيم في المجتمع الإغريقي بالأسطورة التي ساهمت في تكوين وعي لدى الإغريق من خلال ما تقدمه من بطولات جسدتها الآلهة. كما لعبت مسألة القيم في الحضارة اليونانية دورا أساسيا في تكوين ملامح المجتمع اليوناني عبر ما كان يقدمه الفلاسفة من أفكار حول القيم، أما في الحضارة الإسلامية فقد ارتبطت مسألة القيم وبشكل كبير بما يقدمه الوحي من قواعد أخلاقية ودينية تؤطر حياة الفرد وعلاقته بالله وببني جلدته، فطالما كان وجود منظومة من القيم التي توجه المجتمع وتحدد ملامح أخلاقيات وسلوكيات أفرادها قاسما مشتركا بين هذه الحضارات.

لكن سؤال القيم سيعرف صيغة أخرى ابتداء من العصر الحديث لتتصل إشكالية القيم في تأسيسها بالقيم الدنيوية التي يشكل العقل مرجعها الوحيد والإنسان معيارها الأساس، وهذا بعدما تم فصل إشكالية القيم عن السلطة الدينية مع دخول عصر الحداثة الذي أوجد معايير جديدة للقيم في المجتمعات الحديثة، فأصبحنا نتحدث عن الفن كحامل للقيم وكمساهم في تكوين وعي المجتمع، كما تعزز دور الفرد في إنتاج قيم منسجمة ورؤيته للعالم والوجود والأشياء. وفي عصر الميديا الجديدة اتخذت مسألة القيم منحى آخر يتعلق بالتكنولوجيا الرقمية وثورة المعلومات كمحددات أو كأطر جديدة تلعب دورا محوريا في تأسيس القيم المجتمعية وبلورة قيم جديدة تتجه أكثر فأكثر نحو العصرية والحداثة.

أدى التحول الذي يشهده العالم اليوم من توالد تقنيات جديدة ناجمة عن التطور التكنولوجي إلى بروز دعائم إعلامية وفضاءات اتصالية مستحدثة تحت مسمى الميديا الجديدة، والتي تتيح مجالات واسعة للتواصل مع الآخر بدون اعتبار للحواجز الجغرافية وحدود المكان، محدثا بذلك نوع من التقارب اللامادي في إطار بيئة تواصلية تندمج فيها المجتمعات والأمم في بوتقة واحدة تجسد القرية "الماكلوهانية" الصغيرة. وقد أصبحت التقنيات الاتصالية كالهاتف الجوال والتلفزيون الفضائي والموسيقى وغيرها من المضامين متاحة للجميع، ويعود هذا الحضور الاجتماعي المتعاظم لهذه الوسائط واتساع استخداماتها إلى عدة أسباب، تتعلق التقنية منها بسمات هذه الوسائط كتميزها بالطابع المحمول، وانخفاض أسعار الاستغلال وتعدد الخدمات التي توفرها من معلومات وأخبار وخدمات متنوعة. هذا وتشهد البيئة الاتصالية الجديدة وفرة معلوماتية هائلة، وحضورا متعاظما للتقنيات التواصلية في الحياة الاجتماعية، ما ساهم وبشكل كبير في إحداث تأثيرات عميقة في البنى الاجتماعية للمجتمعات وأنماط المعيشة والسلوكيات، وتغيير في العادات والتقاليد السائدة، واستحداث للممارسات الثقافية الطابغة للمجتمعات التي باتت تتخبط بين الحفاظ على قيمها وخصوصيتها ومواكبة التغيير والتطور والانفتاح، الذي قد يصاحبه ذوبان للفرد والتمايز الهوياتي بطابعه الشخصي والمجتمعي وبعده الثقافي والتاريخي والقيمي.

يقودنا هذا الطرح وبشكل قوي إلى موضوع ازدواجية القيم وتأثرها بالميديا الجديدة ودور هذه الأخيرة في تكريس الاغتراب القيمي في السياقات العربية، وذلك في ظل مفارقة فكرية ونظرية تتأتى من مسألة الانفتاح وحتمية التقارب التواصلي التي أضحت إحدى المتطلبات الاجتماعية الأساسية لدى الفئات العريضة من المجتمعات العربية، وبين تداعيات الاستخدامات والتقارب على المنظومة القيمي والخصوصية الثقافية والاجتماعية والدينية.

سنحاول إذن، من خلال ما يأتي في هذه الورقة العلمية التعمق أكثر في تمفصلات هذا الإشكال وفق أطر منهجية وتفكر علمي دقيق، وعليه تنطلق اشكالياتنا البحثية من تساولين أساسين:

كيف تتجسد ازدواجية القيم في ظل انتشار الميديا الجديدة؟

وما هي المعطيات والتحديات التي تفرضها الميديا الجديدة على المنظومة القيمي في المجتمع؟

1- مدخل مفاهيمي:

1.1 - الميديا الجديدة (المفهوم الاستخدامات والتأثيرات)

1.1-1 - مفهوم الميديا الجديدة:

الميديا الجديدة مصطلح مركب ومتعدد المعاني، إذ يحيل على التكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصال كالإنترنت، والهاتف الجوال والتقنيات الرقمية بشكل عام وعلى ممارسات إعلامية جديدة كالصحافة الإلكترونية، وعلى ممارسات تواصلية كالتى تحتضنها مواقع الشبكات الاجتماعية وعلى أشكال جديدة من الكتابة كالتدوين... ومن هذا المنظور فإن «الميديا الجديدة» تختزل مستويات متعددة تكنولوجية وإعلامية، تواصلية واجتماعية، ثقافية ورمزية¹.

تحيل الميديا الجديدة إلى منظومة (dispositif) تواصلية جديدة، قائمة على نظام محدد من العلاقات بين الفاعلين داخلها ويتم استخدامها بأنماط مختلفة باعتبار أن الاستخدام بعد اجتماعي محض (مثل تعدد استخدام الهاتف الجوال بين المؤسسات الاقتصادية والإعلامية والأفراد).

ويشكل مفهوم المنظومة (dispositif) إطارا نظريا يمكن من فهم الممارسات الاتصالية المختلفة المرتبطة بتقنية ما، ويحيل هذا المفهوم إلى نظام مركب تتفاعل بداخله بشكل مخصوص عناصر عدة: تقنية، خطابات، علاقات تبادل واقتصاد. ويمكن القول في هذا الاتجاه أن الميديا الجديدة تظم ثلاث منظومات تواصلية:

- المنظومة الفردية-الجمعية: والتي تشمل المدونات، ومنتديات الحوار، والبريد الإلكتروني، الدردشة، مواقع الويكي Wiki مثل موسوعة ويكيبيديا.
- المنظومة المؤسسية: مواقع وبوابات المؤسسات الاقتصادية، الاجتماعية والحكومية.
- المنظومة الإعلامية والإخبارية: المواقع الإخبارية والإعلامية.

ولكل منظومة من المنظومات المذكورة مضامين مخصوصة، ويمثل المضمون مقياسا رئيسا يمكن اعتماده لتشخيص طبيعة منظومة ما².

تشهد البيئة الإعلامية والتواصلية الجديدة جملة من الممارسات التي أفرزتها الاستخدامات المتعددة للوسائط الجديد، المتميزة بتشعب المضامين والمصادر والتزامنية والتفاعلية.

1. 1-2- منظومات التفاعل في الميديا الجديدة:

تشكل الميديا الجديدة منظومة تواصلية تشاركية وتفاعلية، يتشارك في إطارها الأفراد والمجموعات في التشاور والحوار والنقاش، تتجه هذه المنظومة التفاعلية في جوهرها ومضمونها نحو صياغة نمط جديد من الجمهور له خصوصيات وسمات وألويات مغايرة للأنماط المعروفة من جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية.

تتسم الميديا الجديدة وتطبيقاتها بالانفتاح على التصفح واستخدام المحتوى، والتشارك في إبداء الآراء والتعليقات وردود الأفعال تجاه المضامين والمنشورات، وتمثل التفاعلية (التي تعد مظهرا للعملية الاتصالية الحوارية المتكاملة) سمة من أهم سمات الوسائط الجديدة بما توفره من إمكانات الحوار والنقاش بين المستخدمين. تتألف منظومة التفاعل في الميديا الجديدة من الفضاءات التواصلية التالية:³

أ - فضاءات للحوار الجماعي:

تقوم هذه الفضاءات على منطق الديمقراطية في المشاركة -إلى حد ما- بالتواصل ما بين الجمهور، وتأخذ فضاءات الحوار الجماعي شكل الدردشة والحوار، ويتمثل المبدأ العام الذي يميزها في أن أفرادا تجمعهم شواغل وهواجس مشتركة، يقررون الائتلاف ضمن مجموعة افتراضية، ليتحدثوا ويتناقشوا ويتبادلوا الآراء، فيشكلون بهذا المعنى جماعة يتواصل الأعضاء فيها أفقيا، إذ أن كل عضو في الوقت ذاته مرسل ومستقبل.

ب - الصحافة الإلكترونية:

تتسم الصحف الإلكترونية بالعديد من الخصائص الإلكترونية، التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، وأكدت معظم الأبحاث والدراسات على أنها أصبحت وسيطا إعلاميا فعالا، حيث مكنت الأفراد والمؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر أية مسافة وفي أي زمان ومكان. لاسيما بعد أن شهدت نموا مضطربا وتزايدا سريعا في إقبال العديد من المؤسسات الصحفية على استخدامها.

ج - المدونات:

وهي أحد أشكال المنظومة التفاعلية الإلكترونية الأكثر أهمية، وهي موقع شخصي على شبكة الانترنت تتضمن آراء ومواقف حول مسائل متنوعة، وهي تطبيق يعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى والمضامين، وعبارة عن صفحة على الشبكة تظهر عليها تدوينات "مدخلات ومعلومات" أو موضوعات مؤرخة ومرتبطة ترتيبيا زمنيا تصاعديا، يتحكم فيها ناشر المدونة، ويتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات

القدىة. وبشىر مصطلح المدونىن إلى الأشخاص الذىن ىكتبون المدونات وىنفذون برامج التدوىن، وىشار إلى عالم المدونات بالمجتمع الذى ىربط كل من المدونىن والمدونات المتاحة على الانترنت فى أجزاء العالم كله.

2.1- مفهوم القىم: (المفهوم والسماآ)

1.2.1- مفهوم القىم لغة:

ىحمل هذا المصطلح فى اللغة العربىة عدة معان منها: "الاستقامة، والأهمىة، والقوة، وقد ورد فى معجم الوسىط أن القىم مصدر ىعنى الاستقامة، حىث ىقال: أُمَّةٌ قَیِّمَةٌ بمعنى مستقىمة ومعآدلة. ودینُ القَیِّمَةِ: أَى دِینُ الأُمَّةِ القَیِّمَةِ: ﴿وَوَلَّاكَ دِینَ القَیِّمَةِ﴾ [البىنة: الآىة5].⁴ وكتبُ قَیِّمَةٌ: مستقىمة تبىن الحق من الباطل، وىقال ما لفلان قىمة بمعنى ما له ثابتٌ ودوامٌ على الأمر، عدىم القىمة: ىقال لما لا خرفىه أو لا أهمىة له. وتعنى كلمة القىم: الفضائل الدىنىة والخلقىة والاجتماعىة التى تقوم علیها حىاة المجتمع الإنسانى. وعلم القىم: (الفلسفة والتصوف) علم ىشمل القىم أو الفضائل وىوجه خاص القىم الأخلاقىة.⁵ من معانى القىمة كذلك، الدوام والثبات والاستقامة والكمال، فمن العبارات الشائعة "ما له قىمة" بمعنى أنه لا ىدوم ولا ىثبت على شىء.⁶

2.1.2- المعنى الاصطلاحى للقىم:

نشىر بدایة، إلى أن تحدىد مفهوم القىمة قد عرف العدىد من المساهمات الجادة من قبل الكثیر من الباحثىن والمفكرىن من مختلف التخصصات العلمىة. كونه ىشكل نقطة التقاء مختلف العلوم الاجتماعىة والإنسانىة، فمفهوم القىمة على حد تعبىر (فوزىة دىاب) : "ىعمل كقنطرة أو حلقة اتصال تربط كثیرا من مختلف الدراسات المتخصصة بعضها بىعض".⁷

ىمكن أن تعرف القىمة على أنها "المرغوب فىه من الفرد أو الجماعة الاجتماعىة، وقد ىكون موضوع الرغبة مادىا أو معنویا"⁸. نقرأ من هذه الدلالات لكلمة القىمة أهمىة حكم الآخر أو استحسانه لسلوك الفرد، باعتبار أن القىمة تعبر عن المرغوب فىه والمرغوب عنه فى نظر المجتمع.

بهذا فإن القىم هى : "مجموعة من القوانىن والمقابىس التى تتشأ فى جماعة ما، وىتخذون منها معابىر للحكم على الأعمال والأفعال المادىة والمعنویة، وتكون لها القوة والتأثیر على الجماعة بحىث تصبىح لها صفة الإلزام والضرورة والعمومىة، وأى خروج علیها أو انحراف على اتجاهاتها ىصبىح خروجا عن مبادئ الجماعة وأهدافها ومثلها العلىا".⁹

تعآبر القىم حقائق مثل الوقائع، فحتى لو لم تكن ترى بالحواس لكنها تشاهد بالبصىرة، فالتقدىرات الأخلاقىة لا تغىب عن حىاة البشر، وهكذا ىستحىل على الإنسان فردا كان أم جماعة أن ىعیش بغير قىم الحق، والخىر، والجمال والقداسة.¹⁰

من هذا المنطلق، تمآل القىم "عنصرآ فى نسق رمزى مقبول فى المجتمع وىؤدى وظىفة باعتباره معیارا أو قاعدة للاختىار"¹¹. وىمكن تعریف نسق القىمة أنه "مجموعة المبادئ والقىم والمعابىر التى تعمل

على أنها المبادئ الدينامية في التاريخ وتقدم معنى للإنجازات المجتمعية. نسق القيم هو تلك المبادئ التي يتمسك بها المجتمع أو أغلبه سواء صراحة أو ضمناً، هذا ويتضمن كل نظام قيماً أقرها المجتمع¹².
استناداً إلى هذا الفهم، نستخلص أن القيمة تتضمن اختيارات شخصية تتأثر بالسياق الاجتماعي والثقافي الذي ينشأ فيه الفرد، وكل ما تتضمنه الحياة الاجتماعية من عادات وتقاليد ونماذج ثقافية وأنماط سلوكية توجه الفرد في اختياراته وأحكامه التقويمية التي يطلقها على الأشياء والمواقف، وفي ضوء ذلك يذهب العديد من علماء الاجتماع إلى أن القيم عملية تقويم اجتماعية.

1.3 - طبيعة القيم وخصائصها:

- ذاتية القيم (خاصية الذاتية): يتعلق الأمر بالطابع الشخصي للقيمة، حيث تؤكد معظم تعاريف القيمة على طابعها الشخصي، فلا يكاد يخلو هذا المفهوم من معاني تتعلق بالطبيعة النفسية والسيكولوجية للإنسان، التي تشمل الاهتمام والاعتقاد والرغبة، والسرور، واللذة، والإشباع، والاستحسان، والرفض، والمفاضلة (...). كل هذه المعان تعبر عن عناصر شخصية وذاتية. وهي عناصر وجدانية وعقلية غامضة تعتمد على الشعور الداخلي للشخص وعلى تأملاته الباطنية، ومزاجه، وذوقه.

- نسبية القيم (النسبية): تختلف القيم عند الشخص بالنسبة لحاجاته ورغباته وتربيته وظروفه، كما أنها تختلف من شخص إلى شخص، ومن زمن إلى زمن، ومن مكان إلى مكان، ومن ثقافة إلى ثقافة، فإن ما يعتبر ذا قيمة إيجابية في ثقافة ما قد يعد ذا قيمة سلبية في ثقافة أخرى¹³.

- سلمية القيم (السلمية): من خصائص القيم أنها تترتب فيما بينها ترتيباً هرمياً، فتهيمن بعض القيم على غيرها أو تخضع لها¹⁴. يبدو أن للقيم درجات مختلفة من التأثير على الفعل، وهي ليست متساوية في الأهمية، ولذلك فهي تترتب فيما اصطلح العلماء على تسميته "سلم القيم" (Value scales)¹⁵.

- موضوعية القيم ومطلقيتها: تتميز القيم عند أولئك الذين يناصرون موضوعيتها باستقلالها عن الأفراد وتعاليمها عليهم، واكتفائها بذاتها، إنها خاصة في الأشياء. إن القيم الموضوعية تتضمن قيمتها في باطنها، وتدفعنا إلى البحث عنها لأنها جديرة بذلك، وهي مستقلة عن مصالح الإنسان واشتهاءاته، وهي عامة مطلقة تتخطى الزمان والمكان لا تتبدل بتبدل الظروف والأحوال¹⁶.

- ثبات القيم: يرى الفلاسفة أن القيم يجب أن تتصف بالثبات لأنه ينجم عن عدم ثبات القيم الأخلاقية، أن يصبح السلوك الإنساني معوجاً مثلاً، ولكن ثبات القيم واستقرارها سوف يظل أمراً نسبياً، فالثبات في القيم ليس مطلقاً، والنسبية ليست فردية وجزئية.

- شمولية القيم: يقصد بها أن القيم لا تقتصر على جوانب من جوانب الشخصية. تتسم القيم بخاصية الوجوب أو الإلزام: التي تكتسب في ضوء معايير المجتمع والإطار الحضاري الذي آلت إليه هذه القيم.

- معيارية القيم: يمكن الحكم من خلال القيم على العلاقة بين الغايات والوسائل خلال التفاعل الاجتماعي، وكل هذه الخصائص تجعل القيم هدفاً وغاية في نفس الوقت¹⁷.

2- أزمة القيم في عصر الإعلام الجديد في السياقات العربية:

إن أزمة القيم لا يمكن اختزلها فقط في بعدها الاجتماعي والتربوي ولكنها تمتد لتشمل كل مناحي الحياة، منها الثقافة واللغة والسياسة، فالسياسة لم تعد أحد مجالات المعارضة والمناظرة الفكرية وتغيير الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية بل أصبحت السياسة حكرا على أفراد وجماعات معينة، وهنا نسوق نصا "لهربيرت ماركوز" (Herbert Marcuse) في كتابه الإنسان ذو البعد الواحد "أن الأنظمة الأكثر ديكتاتورية في التاريخ فشلت في النهاية في إلغاء البعد النافي لها، في حين نجحت الأنظمة الديمقراطية المتقدمة صناعيا في إلغاء ذلك البعد"، ويلاحظ هذا من خلال توجه تلك الأنظمة إلى نظام الحزبين، اللذان يمثلان قطبي تعارض المجتمع، وهو تعارض وهمي لامتصاص المعارضة الحقيقية، حيث تتعدم القدرة على التمييز بين برامج الحزبين السياسية الداخلية والخارجية، وعلى سبيل المثال يمكن ملاحظة ذلك في نظام الحزبين في (بريطانيا أو الولايات المتحدة الأمريكية)، ويأتي ذلك لقطع الطريق على القوى الاجتماعية التي يمكن أن تكون عامل التغيير في المجتمع، ومن هنا عجزت الأحزاب الثورية بل وانزلقت نحو الانتهازية والإصلاحية والاندماج المتعاطم بالنظام القائم بدل أن تعمل على التغيير. هذا وتحوز الدولة (السلطة السياسية) على مكونين أساسيين لأبطال أي مفعول للمعارضة، بكونها دولة رفاة، تعمل دوما على خلق حاجات مصطنعة للناس ومن ثم تلبيتها، أما المكون الثاني فهو أنها دولة حرب دائمة تستنفر كل القوى لمواجهة الخطر الدائم والمهدد لها (كالحرب النووية أو الغزو الخارجي وخطر الشيوعية)، حيث تعمل دوما على التذكير بذلك الخطر لكبح ودمج القوى التي لم يستطع الجهاز قمعها ودمجها، وبذا يكون منطق السياسة منطق الهيمنة والسيطرة.

وكما السياسة تلعب الثقافة دورا كبيرا في تصفية العناصر المعارضة وتزويد الفرد بضمير مرتاح وسعيد، حيث يقوم المجتمع المعاصر بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري والميديا الجديدة وطاقتها الهائلة على دمج قيم الواقع الثقافي بالواقع الاجتماعي وإعادة توزيعهما على نطاق واسع تجاريا، بحيث تصير الثقافة مجرد بضاعة، تصبح فيها الموسيقى تجارية أو قابلة للتسويق والتسويق وينسحب هذا على الأدب والفن، هذا وينسحب ما سبق على اللغة نفسها بجعلها لغة ذات بعد واحد تخلو من المفردات والأفكار والمفاهيم النقدية، حيث يجعل محترفي السياسة وصناع الرأي العام (صحافة وإذاعة وتلفاز ووسائط جديدة) اللغة عارية من التوتر والتناقض والتطور والضرورة، لتكون لغة سلوكية بلا تاريخ أو أبعاد لغة مقفلة ومنغلقة¹⁸.

تمارس وسائل الإعلام والاتصال الحديثة دورها الوظيفي في تشكيل آراء المتلقين واتجاهاتهم وقيمتهم بأساليب إقناعية جديدة ومتطورة، وفي مستويات ومداخل متعددة. لوسائل الإعلام والاتصال وظائف كامنة تتعلق بالتغيير الاجتماعي وتغيير المواقف والاتجاهات والقيم وبعض أنماط السلوك. فكثيراً ما تساهم وسائل الإعلام والاتصال في جعل الأفراد يتقبلون أفكارا وسلوكيات كانوا يرفضونها من قبل، وكثيراً ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة، واستبدلوها بقيم دخيلة.

الملاحظ حالياً، في المجتمعات العربية (وحسب الكثير من الباحثين والمختصين أمثال عبد الرحمن عزي، وأديب خضور)، أنّ وسائل الاتصال الجديدة أحدثت خللاً في منظومة القيم؛ التي تحكم علاقات الأفراد تجاه الآخرين (في إطار الأسرة أو العلاقات الاجتماعية)، مع تراجع دور المؤسسات الاجتماعية الأخرى (أو بالأحرى مكانتها بالنسبة للفرد) في تدعيم قيم الفضيلة المتأصلة في المجتمعات العربية والمستمدة أساساً من الدين الإسلامي، الشيء الذي أحدث خللاً في النظام الأخلاقي والسلوكي للمجتمع، وأدى إلى ضبابية حول مفهوم بعض القيم وتراجع مكانتها على مستوى إدراك الفرد العربي وفهمه لها. كذلك رؤيته للأمور (الاحترام، العصرية، الرفاهية...)، نتيجة تعرض المنظومة القيمية والأخلاقية والاجتماعية للمجتمعات العربية والإسلامية لتدفق هائل من المفاهيم والتصورات والقيم المتناقضة، والثقافات المختلفة عبر وسائل اتصالية متعددة، في مقدمتها الانترنت والقنوات التي تبث عبر الأقمار الصناعية، لاسيما المتخصصة منها في برامج الترفيه والمسلسلات والأفلام، فقد أصبحت هذه الأخيرة تمتلك قدرة هائلة في الاستحواذ على المشاهدين، وهذه صفة تملحها الطبيعة المادية للتلفزيون وكذلك تميزه الفني والتقني بالصورة والحركة واللون.

2. 1 - الاغتراب القيمي والثقافي للمجتمعات العربية في ظل شيوع العولمة:

أدت العولمة الكونية إلى تحول قيمي في العالم بصفة عامة، وعلى المجتمعات العربية بصفة خاصة. فالتحولات المهولة في عالم القيم، والتي تعكس بشكل واضح الفجوة السلوكية والذهنية التي تفصل بين الأجيال، ليست نزوات فردية أو جموحات شخصية بقدر ما هي انعكاس للتحولات التي داهمت المجتمع؛ أي للشروط الجديدة التي يجد الأفراد أنفسهم ضمنها. ومن ثمة فإن أي تناول دقيق لتحولات القيم في المجتمع هو في طور الانتقال العنيف والمتسارع نحو «الحدثة»؛ يتعين أن ينطلق من فهم التحولات البنيوية الكبرى، ودورها في تشريط وتكييف السلوكات والتصورات والقيم¹⁹.

أصبحت المجتمعات العربية تعيش نوعاً من التشتت والتشردم والاغتراب القيمي وعدم الاستقرار الخلقى وتحولات عميقة وهادئة وغالبا غير ظاهرة، بعد أن كانت معروفة بالكرم والجود والأمانة والأخلاق الإسلامية الرفيعة والقيم الأصيلة والهوية العريقة، ها هي تقف اليوم حائرة أمام السير في اتجاه التيار الجارف من قيم الحدثة والعصرية.

نلاحظ بقلق تعلق الشباب والأطفال في مجتمعاتنا باستخدام الوسائط الاتصالية الجديدة بشكل مرتفع أشبه بالإدمان، وفقدان سيطرة الوالدين لسلطتهم أمام سطوة الأبناء ورجبتهم العارمة في مشاهدة برامج التسلية وأفلام الكرتون والعباب الفيديو والفيديوهات المنتشرة عبر اليوتيوب. هذه الظاهرة أصبحت جزءاً من ثقافة العالم المعاصرة، فهناك حالات متشابهة لدى الأسر التي لديها أطفال صغار أو أطفال ما قبل سن التمدرس، تعاني نفس الظاهرة من اتساع انجذابهم نحو الوسائط الجديدة خصوصاً الهاتف المحمول والانترنت. وقد دلت كثير من الدراسات أن الطفل عادة ما يحاول التشبه بالشخصيات التمثيلية،

نظرا لاعتقاد كثير من الأطفال أن العالم الذي يشاهدونه على الشاشة هو مرآة صغيرة للعالم الحقيقي، لذا فهم يحاولون تقليد الأدوار في حياتهم الواقعية، وعندما تقدم الشاشة عنصر العنف، فإن هذا العنف يتسلل إلى نفوس الأطفال، فيحاولون تقليده ومحاكاته حتى يشعروا بانتمائهم إلى عالم القيم الاجتماعية والأخلاقية عن طريق المشاهدة التي تؤدي إلى الاستجابة التي تتلاءم مع مفاهيم المجتمع المعاصر.

وفي عملية التقمص الوهمي للشخصيات، يمكن أن يحدث شرخ على مستوى التنشئة الاجتماعية إذا كانت الشخصية القدوة كمثل البطل في القصة تحمل قيما ثقافية أخرى لا نجد ما يجسدها فيما بعد في رسميات الثقافة التي ينتمي إليها الفرد المتلقي، وهي الشروخ التي عادة ما تحملها الوسائل الاتصالية الجديدة عامة²⁰. الأمر الذي يزيّن للأطفال تقليدها ما يثير الفخر والقدرة والعبقرية في الأداء، ومع ترسيخ شعور كهذا لدى الكثيرين تضيع هوية القيم والمعايير والأعراف. فيصبح الخروج على القوانين أمرا مقبولا لدى الكثيرين وبالذات المراهقين²¹.

هذا بالإضافة إلى كون بعض البرامج تُحرض الأطفال والمراهقين والشباب على العنف والجريمة والانحراف، حيث يتأثر الأطفال بالمسلسلات التلفزيونية. يرى "أديب خضور" في هذا الشأن أنه: "لا ينظر إلى العنف المكثف في التلفزيون على أنه مصدر للتقليد، أو محرض ودافع للعنف والعدوان، بل كوسيلة لخلق وإيجاد الخوف، وتوقع الشر، وعدم الشعور بالأمان"²².

تعد العولمة أهم عوامل التحول القيمي حيث يبدو جليا تأثير القيم العولمية على الفئات والجماعات والأفراد، وقد كان لهذه المسارات المعولمة آثار قيمية، من حيث كونها، مزقت الحدود بين البلدان، بل إن مفهوم الزمان والمكان تلاشى في ضوء الثورة التكنولوجية، وقد كان ذلك بارزا في ظهور ثقافات جديدة، واكتشاف رموز حديثة للهوية، فتقافة السوق خلقت فجوات بين جيل الآباء والجيل الحالي، وهنا يمكننا أن نتحدث عن كيف كان يتمثل الجيل السابق (جيل الخمسينيات والستينيات) منظومة القيم، والتي كانت تتسم بنوع من الصبر والنضال والاجتهاد والتحمل والانتظار والقناعة والطاعة، حتى حد الخنوع والاستسلام أحيانا. بالمقابل فإن الجيل الحالي وبفعل العولمة الاقتصادية والثقافية، وفي ظل ازدياد وتسارع طرائق التغيير، وخلق النماذج الجديدة فإن غدا موسوما بثقافة الاستعجال وملحاحية المطالب، وارتفاع الحاجات المادية، وبدأنا نعاين ميلاد ثقافة جديدة، عنوانها العريض التحرر الشخصي والتحرر الاجتماعي. حيث هيمنت ثقافة حقوق الإنسان وتقدير الذات لدى الفئات الشابة والنساء، خصوصا مع تعاظم الدعوات للخروج عن السلطوية وتحقيق الديمقراطية في الحياة العامة والخاصة.²³

2. 2- هيمنة القيم المادية الاستهلاكية:

تحمل المضامين المقدمة عبر الوسائط الجديدة المتعددة اتجاهات وقيم أخلاقية واجتماعية وثقافية وسياسية، وهذه الاتجاهات والقيم تصمم تبعا لمنظور كتابها ومنتجها. ويلاحظ أن الكثير من هذه البرامج لاسيما الموجهة للشباب والأطفال تؤكد على مفاهيم مادية وتتطوي على قيم استهلاكية.

نجد الكثير من هذه البرامج تدفع إلى الانبهار بالآخر، ويمثل الانبهار بالآخر مستوى مبالغا فيه من الإعجاب مع الشعور بانكفاء الذات وعجزها إزاء الآخر، لذا فهو يؤول إلى اليأس، ويلاحظ أن الكثير من برامج الأطفال تعطي صورة عن الآخر مغالى في قدرتها دون أن يوازيه إعطاء صورة موضوعية عن عوامل القصور في أداة الذات²⁴.

يمثل الإشهار واحدا من المضامين كثيرة الانتشار عبر الوسائط الجديدة، ولا يعد الإشهار على حد تعبير "إدغار موران" (EDGAR Morin) نشاطا اقتصاديا فحسب، بل هو "ظاهرة اجتماعية"، ذلك كون الإشهار يعكس المنظومة القيمية السائدة في مجتمع ما ويعبر عن جملة المواقف الذهنية والجمالية فيها. حيث تخضع الرسالة الإشهارية أثناء تصميمها إلى جملة من الاعتبارات القيمية، من خلال حرص القائمين على تصميم الإشهار على تعبئة الرسالة الإشهارية بالقيم الثقافية والاجتماعية السائدة في بيئة الفرد المستهدف من الإشهار، هذا لضمان تقبل نجاح الرسالة وتقبل الجمهور لها كونها تتناسب مع معتقداته وقيمه، مما يجعلها أكثر تأثيرا وفعالية في الأوساط المستهدفة. يعبر الإشهار عن أفكار وسلوكيات وقيم بعينها، فالإعلانات تدعم بعض أنماط الحياة الخاصة وبعض القيم التي تخدم أساسا مصالح المعلنين، ومن ثم فالإعلان دعم انتقائي لبعض مظاهر السلوك والقيم، وبمرور الوقت يمكن أن يحدث تغيرا ثقافيا في الاتجاه الذي دعمه الإعلان ودعا إليه.

تكنم خطورة الإعلانات الدولية التي تقدمها في أنها قد تكون عن سلع وخدمات غير مناسبة لقيم المجتمع المتلقي لهذه القنوات أو غير موجودة فيه أصلا، مما يخلق نوعا من التخلخل القيمي، كما أن الإعلان الدولي يسعى إلى بث قيم ترتبط بسلع معينة، ونظرا لكون هذه السلع غريبة بالأساس، فإن التحدي الذي يواجه المجتمعات العربية هو أن الإعلان الذي يأتي إليها من الخارج، وينقل إليها قيما غريبة عليها تمزق الثقافة الوطنية وتقضي على القيم المقابلة، فلكي يروج الإعلان للسلعة فإنه يؤسس إطارا اجتماعيا وثقافيا لها. إضافة إلى أن الإعلان الوطني (الذي يصمم من داخل المجتمعات العربية) عادة ما يتشكل وفقا لعناصر الإعلان الغربي، الأمر الذي يؤكد أن الإعلام المرئي والمسموع في تجانس ثقافي عبر العالم من خلال نشر قيم واحدة حول سلعة واحدة وهو ما يؤكد دور الإعلان في عولمة الثقافة²⁵.

تجدر الإشارة هنا، إلى أن عولمة الثقافة تعني في مستواها المباشر إزالة الحواجز النفسية والعقدية والتخلص من العقد الفكرية (...)، مما يساعد على انسياب النتاجات الحضارية التي أثمرتها الإنسانية قاطبة (...). على اختلاف أعراقها ودياناتها واختياراتها الاجتماعية والاقتصادية. وذلك في إطار نظام علائقي يرفع شعار "الأخوة" وما تقتضي من انفتاح على الآخر واطمئنان إليه. والواقع أن عولمة الثقافة "مؤسسة" و "ظاهرة" ومقولة منشؤها ارتقاء الثقافة الغربية، التي تبلورت في القرون الأربعة الأخيرة، أي منذ عصر النهضة والإصلاح إلى ثقافة "كونية" بدعم ومساندة من القوى السياسية والاقتصادية، ومبررا ذلك الدعم والمساندة بنشر القيم الإنسانية العليا التي تحملها هذه الثقافة²⁶.

إن ثقافة الاستهلاك وبريق الإشهار يؤديان إلى تسليع القيم والأفكار والمعاني والمشاعر من خلال الاحتراف المبالغ فيه بأهمية الرموز والعلامات المادية، وخلق نوع من الارتهان الزائف بين الحصول على سلعة أو استهلاك سلعة أو خدمة وبين تحقيق السعادة أو الحرية أو حتى الحصول على الحب²⁷.

مما لا شك فيه، أن الرفاه المادي هو القيمة السائدة والمسيطرة في المجتمع الغربي وهو القيمة التي تروجها يوميا وسائل الإعلام الجديدة. إذ يتصف المجتمع (المعاصر، أو الغربي) بتزايد الثروة والمواد الاستهلاكية وسيادة الوفرة والارتكاز على التعليم والترفيه والخدمات، مع زيادة استهلاك المضامين من صور وفيديوهات وموسيقى والعاب تأتي عن طريق وسائل الاتصال الجديدة.

3- حول سؤال ازدواجية القيم لدى الفرد الجزائري في عصر الميديا الجديدة

تكمن خطورة الكثير من مضامين الوسائط الجديدة المستخدمة من طرف الشباب والأطفال في العالم العربي عامة والجزائر خاصة في كونها لا تنتمي إلى البيئة العربية، وهي في غالب الأحيان لا تتفق وقيمها الحضارية والاجتماعية. ولقد بات مؤكدا أن أفلام الكارتون وبرامج الأطفال عامة، أصبحت قادرة أن تعكس القيم الثقافية للبلدان التي تنتجها. ونجد أن معظم الأفلام الخاصة بالأطفال تحاول تصوير جوانب إيجابية للدولة المنتجة للفيلم، وهذا فيه فصل عن الواقع، وكذلك يميل الشباب إلى تقليد جوانب تلك الحياة في الملابس ونمط المعيشة وخاصة في تقليد الأبطال في لباسهم وسلوكهم وقيمهم، حيث أن بعض البرامج تعمل على تحديد القيم التي ينبغي علينا الإيمان بها، حتى لو كانت هذه القيم تتعارض مع قيمنا فتقدمها الوسائط الجديدة على أنها المثل المؤدية إلى النجاح والسعادة والثراء.

يروج التلفزيون على غرار الوسائط الأخرى كالجوال وشبكات الانترنت لعملية التربية الموازية، أي للتربية التي تقوم بها المدارس والأسر ودور العبادة. فالتلفزيون مثلا يرتقي بالطفل نحو الانفعال واتخاذ القرارات غير العقلانية، على نحو ما يرد في البرامج من انحراف خلقي وهبوط في الذوق، وإسراف في المظاهر الاستهلاكية على حساب الجوهر والقيم الخلقية.

وتزداد قوة تأثير الوسائط الجديدة عندما تعرض محتويات وبرامج في شكل دراما، وعندما تكون لهذه القيم علاقة بأفكار واهتمامات وميولات المتلقي، لاسيما في حالة غياب المعلومات والتأطير والتوجيه من طرف الأبوين، في ظل تزايد تناقص دور الأسرة في التنشئة التي تعد الوظيفة الأساسية لها. فقد بدأ دور الأسرة في الانحسار في ظروف العمل العصرية، حيث أصبح الأطفال والمراهقون يستوعبون القيم من خلال وسائل الإعلام الحديثة، وقد أخذت قيم الأسرة التي تبثها في الأطفال في الضمور لتحل محلها قيم "ميدياتية" مشتقة من مسلسلات العنف، وتمثيلات الجنس والجريمة.

وفي هذا الشأن يرى البعض أن الفضائيات العربية (المفضلة لدى الجزائريين) أصبحت أشد خطرا من القنوات الأجنبية من حيث هجومها الصارخ على القيم والعادات العربية والإسلامية، لأنها تعرض

وتتقل صراعات الانحراف الخلقي الغربي بلسان عربي، وتساهم أيضا بعض هذه القنوات في هدم اللغة العربية باستخدام اللهجات المحلية ونشهد في الواقع أن الكثير من المتابعين لهذه القنوات يتقنون اللهجات العربية كالمصرية واللبنانية أكثر من إتقانهم للعربية الفصيحة. كما يزداد العبء على المواطن الجزائري في كم البرامج التي يتعرض لها، والتي تحمل بين طياتها عادات وقيم وأنماط استهلاكية أجنبية تختلف عن القيم والعادات العربية، وبذلك تساهم بعض الفضائيات الناطقة بالعربية في تعزيز الغزو الثقافي.

يمكننا تأكيد هذا الطرح من خلال الإشارة إلى ما ذهب إليه بعض الدراسات التي أعدها اتحاد إذاعات الدول العربية، حيث أثبتت أن نسبة تفوق 90% من البرامج الأجنبية التي تعرض عبر القنوات الفضائية العربية برامج مليئة بصور من العنف والإدمان على المخدرات، وهي برامج تتضمن ضمنا وصراحة قيما وسلوكيات متناقضة تماما مع ما هو سائد من قيم عربية²⁸. تجدر الإشارة، إلى أن ازدواجية وتناقض القيم ينجم عنه صراع نفسي في شخصية الطفل، حتى أنه قد يصاب بمرض انفصام الشخصية، وهو صراع بين ما تلقنه الأسرة والمدرسة والدين من تعاليم وآداب وما يقدمه التلفزيون من أفكار مستوردة وقيم وافدة²⁹.

شهد قدوم العولمة انهيارا وتغيرا عاما للقيم في المجتمعات العربية، والتغير القيمي قد يحدث نتيجة الاحتكاك الثقافي، والنمو التكنولوجي، وثورة الاتصالات التي أصبحت سمة العصر. وقد عادت مع العولمة الإمبريالية الاقتصادية وبالتالي سادت أخلاقيات السوق. هذا ولا تقتصر العولمة على تعميم القيم الاقتصادية وأنظمتها، بل أنها تعمم القيم الثقافية التي تكون لب حياة المجتمع باعتبارها طريقة لرؤية العالم والتعبير عنه.

من الواضح، أن الثقافة التي تمتلك وسائل الاتصال القوية و وسائل صناعة الثقافة والرقابة عليها هي التي أخذت تهيمن اليوم عن طريق القنوات الفضائية والانترنت والميديا الجديدة، مما يؤدي إلى غلبة نماذج معينة من القيم الأخلاقية وأنماط معينة من السلوك والذوق. وخاصة لدى النشء الذين لم تتكون لديهم ملكة النقد والحصانة الذاتية فيقعون فريسة سهلة لما يعرض عليهم من صور مؤثرة وأنماط الاستهلاك عن طريق الإعلانات والصور الجميلة المؤثرة تأثيرا واضحا على المعتقدات والقيم، ولحلل قيم أخرى غير مقبولة (في كثير من المجتمعات) ولا تتفق مع مرجعياتها وقيمتها³⁰.

تشتغل وسائل الإعلام من منظور الصناعي على إنتاج وتسليع ثقافة استهلاكية وفق نمط صناعة الثقافة وحسب ما ذهب إليه الباحث "نصر الدين لعياضي" فان التسليع لا يقتصر على المضامين التي تبثها وسائل الإعلام، بل يمتد إلى العلاقات الاجتماعية التي تنشئها، بيد أن هذه الحقيقة لا يمكن أن تخفي النظرة التبخسية للتسليعية التي تقوم بها الوسيلة الإعلامية، ليس هذا فحسب، بل أنها تنفي أي صلة للتسليعية بالفضاء العمومي. هذا ويشكل التداخل بين الإعلام والإعلان والترفيه إطارا لممارسة ما يسميه "دولتن"

« Dolton » بـ "العلاقات المعممة" والتي يقصد بها تلك العلاقات التي تركز على المواضيع التوافقية، وتستهدف كل مجالات الحياة، وصناعة الانخراط وتسعى إلى التوجه على وجه الخصوص إلى الأشخاص المستهلكين-الزبائن وإلى المجموعات والجمهور³¹.

يمكن إجمالاً، حصر الآثار السلبية المترتبة على إحلال الثقافة الأوروبية والأمريكية محل الثقافة العربية في المجتمعات العربية عامة والمجتمع الجزائري خاصة فيما يلي:

أ- الإنسان الذي تملكه حمى الرفاه وتسقط بشكل مقصود القيمة الأخلاقية المعمول بها في مجتمعه من أجل الرفاهية وهذا ما يخلق ما يسميه "هيجل" (Hegel) **الشعور الشقي** أي انقسام الإنسان على ذاته بين قيمه الأخلاقية القديمة وقيم الرفاهية التي فرضها عليه المجتمع الاستهلاكي.

ب- الاستعاضة عن الأصالة بالمحاكاة إذ أن الغزو الثقافي يفرض على الإنسان المتخلف نموذجاً لا علاقة له به فهو مضطر لتقليد الآخر.

ج- تقدم البرامج الغربية فيما لا تعكس ثقافات مجتمعاتنا مما يؤثر في تشكيل القيم العربية السائدة ويعمل على تغييرها، وتلك نتيجة للتأثير القوي والمحسوس للمضامين الإعلامية الغربية.

د- التسطيح الفكري: من خلال نشر ثقافة الغرب وعاداتهم وقيمهم، لأجل الاستحواذ على عقل وقلب ملايين المشاهدين في أصقاع الأرض. فإن برامجهم تعتمد على البريق والانبهار الإعلامي الخالي من أي مضمون حقيقي، وهي برامج مسطحة تولد لدى المشاهد بدوام المشاهدة نوعاً من الإدمان عليها وعلى كل سطح من الثقافة. ويساهم البث الفضائي من خلال أقمار البث التلفزيوني المباشر في تسطيح الفكر داخل المجتمعات العربية. لما تبثه بعض القنوات الفضائية من أفلام ومسلسلات وإعلانات تعتمد على الإثارة في عملية التسويق دون مراعاة للقيم والتقاليد والأعراف الاجتماعية السائدة داخل المجتمعات النامية والعربية³².

فإذا كان العالم الاقتصادي يسعى على حد تعبير "شيلر" (H.Schiller) إلى تعزيز سيطرته من خلال تحالف رأس المال العالمي وتحطيم الحواجز وتوحيد السوق العالمية، فإن القضية في المجال الثقافي تصبح كيفية توظيف وسائل الإعلام والاتصال والثقافة في مجتمعات العالم الثالث لخدمة هذه الأهداف، أي ترسيخ تبعيتها الاقتصادية بوضع إمكاناتها الثقافية والإعلامية في صالح رأس المال العالمي وأجهزته وتحويل العالم إلى قرية اتصالية شديدة الترابط³³.

في النهاية نتوصل إلى نتيجة أساسية تتفق مع ما أشار إليه (نصير بوعلي) بقوله أن: "القرية الكونية التي تحدث عنها "ماك لوهان" (Marshall McLuhan)، هي في نهاية الأمر، وكما يبدو واقعياً، مصممة على النمط المعماري القيمي الغربي، وفي المقابل هناك قرية المجتمع الإسلامي الذي ينبغي أن يكون وفق النمط المعماري القيمي العربي الإسلامي، فهذا النمط القيمي الغربي مبني على كل ما هو مادي استهلاكي يراحم كل ما هو قيمي معنوي في كتلة المجتمع الإسلامي، بل يعمل على اندثاره ومحوه من الوجود"³⁴.

هكذا، يبدو البحث في مسألة القيم في المجتمعات العربية والإسلامية أو بالأحرى في مضامين الميديا الجديدة وتأثيراتها في السياقات العربية، يحتاج إلى تركيز الجهود في إبراز مقومات النمط القيمي العربي، في محاولة جادة للدفع بالقائمين على وسائل الإعلام والاتصال الجديدة إلى إنتاج البرامج الوطنية، لاسيما الموجهة للأطفال والشباب، والانخراط في بنية المنظومة القيمية العربية والإسلامية بشكل فعلي من خلال إنتاج برامج تتناسب مع هذه القيم وتروج لها على المستوى المجتمعي.

4- خاتمة

إن أزمة القيم التي تعيشها المجتمعات المعاصرة عامة والعربية خاصة ما هي إلا انسحاب للأنساق والمعايير كالدين والفلسفة والتاريخ التي كانت تلعب دورا محوريا في تشكيل منظومة القيم وتحديد البنية القيمية للمجتمعات، مما يستدعي من هذه الأنساق إعادة التفكير في وضعها المعرفي الذي يحتم عليها مراجعة نفسها والانخراط في قضايا المجتمع التي نشأت في رحمها منذ القدم. بعدما تلاشى دورها وتأثيرها وانحصر في ظل التكنولوجيا الرقمية والميديا الجديدة، التي بات أثرها واضحا في تشكيل البنية القيمية للمجتمعات المعاصرة، من خلال ما تقدمه من برامج ومضامين وأوعية ثقافية تسوق وفق منظور تجاري وآخر إيديولوجي تحت غطاء زائف تمثل الحرية والعصرنة أهم شعاراته المنمقة.

إن التشخيص العميق والدقيق لأزمة القيم من شأنه أن يسلط الضوء على الوضعية الحالية للمجتمع الجزائري في عصر الإعلام الجديد وما تبعته من قلق، وبخاصة صعوبة أن يعيش مجتمع ما بدون منظومة قيمية قوية قادرة على مواجهة التدفقات الرأسية السريعة والمغرية لمضامين ومحتويات إعلامية وثقافية وترفيهية تعج بالقيم الغربية أو الغربية عن المجتمع، فالشباب والأطفال اليوم محكومين بأن يتأثروا، بطريقة أو بأخرى، بالقيم التي تشكل الأساس لكثير من المواد التي تعرضها الميديا الجديدة، وخاصة عندما يتحد مع الإشهار في تأكيد "الإهمال المخطط" والسخط البناء أو "التباهي بالقيم الاستهلاكية". ومن المؤكد انه لا تقدم الرسائل الاتصالية على نحو أقوى وأوضح وإنما تندس فيها معاني ودلالات مضمرة، والرسالة هي أن الرفاه المادي والقيم المادية الاستهلاكية هي القضية الأساسية.

والحقيقة أن التأثير في المنظومة القيمية لا يحمل دائما الصبغة السلبية، فالميديا الجديدة بما تحمله من تأثيرات يمكن أن تكون وسيلة لتعزيز القيم الايجابية وترقيتها على مستوى السلوك وعلى مستوى البنى الاجتماعية وبالتالي الحفاظ على وحدة المجتمع من الصراعات والتفككات، وتظهر قوة القيمة في أساليب التفاعل مع الآخر، إذ لا يكون هذا التواصل فاعلا إلا من خلال تبني منظومة أخلاقية متجددة ومسيرة للتوجهات الجديدة نحو الانفتاح على الآخر وعلى الثقافة العالمية، ويمكن القول أن طبيعة الاستخدام هي الفيصل في هذا الأمر.

ونعتقد أن رفع مستوى الوعي الثقافي والهياتي لدى أفراد المجتمع من شأنه المساهمة في المحافظة على القيم الأصيلة، والاتجاه أكثر إلى استخدام آمن للوسائط الإتصالية الجديدة، وهو أمر يتطلب التحرك على عدة مستويات للحد من التأثيرات السلبية للإعلام والشبكات الاجتماعية، ويمثل الفرد منصة الانطلاق في تلك المواجهة وركيزتها، من خلال تعزيز الثقافة العامة ورفع مستويات التعاطي الثقافي للمؤسسات الدينية والثقافية والإعلامية حتى يكون لها الدور الحاضن للشباب، وتشجيع روح التسامح والحوار والابتكار والإبداع، وذلك لأن ثقافة المستخدم هي السبيل الوحيد للوقاية الذاتية من مخاطر الاستخدام السلبي للشبكات الاجتماعية.

في الأخير، نقول أنه يترتب على الأسرة دور كبير في ترشيد استخدام الوسائط الجديدة خاصة من طرف الأطفال والمراهقين، من خلال وضع برنامج ينظم أوقات وساعات المشاهدة والاستخدام كما ينبغي تحديد نوع البرامج التي يمكن لهم مشاهدتها وتلك التي لا يجوز لهم مشاهدتها. كما تقع على القنوات التلفزيونية ومنتجي المضامين عبر الوسائط الجديدة من فيديوهات وصور وأفلام المسؤولية ذاتها، بالإضافة إلى ما يترتب على المجتمع ككل بمؤسساته الحكومية ومنظماته المدنية وفئاته النخبوية من مثقفين ومهنيين وأكاديميين من مسؤولية في الإسهام في هذا المجال وتعزيز القيم الإيجابية التي تنمي المجتمع.

الهوامش

- 1- الصادق الحمادي: الميديا الجديدة، المنشورات الجامعية، منوبة، 2012، ص7.
- 2- الصادق الحمادي: الإعلام الجديد مقارنة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد4، 2006، ص ص2-3.
- 3- انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك: الإعلام الجديد ... تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بغداد، 2011، ص ص 27-30.
- 4- القرآن الكريم: سورة البينة: الآية (5).
- 5- معجم الوسيط: معجم المعاني الجامع، www.Almaany .com (تاريخ الاستشارة: 2019-05-27، الساعة 14:00).
- 6- صلاح الدين بيوني رسلان: القيم في الإسلام، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص8.
- 7- فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، 1980، ص19.
- 8- محمد احمد بيومي: القيم وموجهات السلوك الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص78.
- 9- سيد احمد طهطاوي: القيم التربوية في القصص القرآني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص40.
- 10- المرجع نفسه، ص11.
- 11- أحسن حسن الشحات: الصراع القيمي لدى الشباب، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001، ص23.
- 12- محمد احمد بيومي: م س ذ، ص78.
- 13- فوزية دياب: م س ذ، ص ص25-27.
- 14- المرجع نفسه، ص63.
- 15- محمد احمد بيومي: م س ذ، ص79.
- 16- صلاح الدين بيوني رسلان: م س ذ، ص ص 38-39.
- 17- فايزة أنور شكري: القيم الأخلاقية بين الفلسفة والعلم، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2002، ص52.
- 18- يوسف الكلاخي: أزمة القيم في المجتمعات المعاصرة 9-06-2012، تاريخ الاستشارة 28-05-2019- الساعة 10:00 - الرابط الالكتروني (<https://www.hespress.com/writers/55979.html>).
- 19- محمد سبيلا: في تحولات المجتمع المغربي، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 2010، ص101.
- 20- عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص28.
- 21- صالح خليل الصقور: الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص160.
- 22- أديب خضور: التلفزيون والأطفال، ط3، المكتبة الإعلامية، دمشق، دت، ص12.
- 23- رشيد جرموني: القيم الخلقية والدينية وإشكاليات الإطلاق والنسبية في المجال العالمي، ص ص222-223، الرابط <https://tafahom.mara.gov.om.pdf> تاريخ الاستشارة 4-12-2020- الساعة 10:00.
- 24- أديب خضور م س ذ، ص21.
- 25- حسن نيازي الصيفي: الفضائيات العربية في عصر العولمة، ايتراك للطباعة والنشر، القاهرة، 2010، ص96.

- 26- عبد المجيد البدوي: العولمة والثقافة و وسائل الاتصال الجماهيري، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد3، تونس، 2001، ص8.
- 27- حسن نيازي الصيفي: م س ذ، ص99.
- 28- محمد جاد احمد: الإعلام الفضائي، مطبعة الجلال، الإسكندرية، 2010، ص73.
- 29- صالح نيازي هندي: اثر وسائل الإعلام على الطفل، ط4، دار الفكر، عمان، 2008، ص43.
- 30- عصام الدين على حسن هلال، محمد حسن علي الجندي: م س ذ، ص266.
- 31- نصر الدين لعياضي: الفضاء العمومي والميديا - محاولة تفكيك علاقة ملتبسة، أشغال الملتقى الدولي حول الفضاء العمومي ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي التشطي وإعادة قراءة المفهوم، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، تنظيم جامعة الجزائر3 مع جامعة وهران1، 19، 1-20 افريل 2017، ص ص 31-32.
- 32- محمد جاد احمد: م س ذ، ص ص 85-86.
- 33- عبد المجيد البدوي: العولمة والثقافة و وسائل الاتصال الجماهيري، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد3، بيروت، 2001، ص9.
- 34- نصير بوعلي: الإعلام والقيم قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى، الجزائر، 2005، ص57.