

# **تكنولوجيا الاتصال الحديثة والقيم الاجتماعية والثقافية**

**فاطمة الزهراء ينون**

**أستاذة مساعدة - أ -**

**كلية علوم الإعلام والاتصال**

**جامعة الجزائر3**



## تكنولوجيا الاتصال الحديثة والقيم الاجتماعية والثقافية

فاطمة الزهراء ينون

### الملخص

تعرف تكنولوجيا الاتصال الحديثة تطورا كبيرا وانتشارا واسعا، واكتسابها من طرف الغالبية العظمى من أفراد المجتمع واستخدامها بصورة كبيرة، غير أن هذه التكنولوجيا ومضامينها هي منتجات غربية، وبالتالي فهي تحمل فكر وثقافة وقيم الغرب الرأسمالي، مما عظم من تأثيراتها على المجتمعات المتلقية، وعلى كل المستويات السياسية منها أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية.

يأتي التأثير على المستوى الثقافي في مقدمة هذه التأثيرات، حيث صارت الثقافة في عصر العولمة المعمة سلعة تسوق مثلها مثل أي سلعة أخرى، تخضع لقوانين العرض والطلب، وتستهدف الربح دون أدنى مراعاة لخصوصيتها. بل كل سلعة في حد ذاتها أصبحت إما أنها تحمل بداخلها جانبا ثقافيا، وإما أنها مغلفة بغلاف ثقافي للبلد المنتج أو الوافدة منه.

تقوم صناعة ضخمة تتحكم فيها الدول الغربية وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية على إنتاج هذه الثقافة مما أدى إلى اختراقها للثقافات المحلية، فالثقافة المستوردة وحتى الوافدة عبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي ثقافة غربية في أساسها فصارت

تنتهك المحظورات الثقافية وتنتهك الخصوصية الثقافية للمجتمعات المستهلكة لها وخاصة المجتمعات النامية وعلى رأسها الدول المسلمة، فافرضة نموذجاً معيناً لكيفية العيش هو " الطريق الأمريكي للعيش". تعتبر هذه الثقافة ثقافة الصورة التفاعلية بالدرجة الأولى، بتقنيات متطورة وتجربة طويلة، وباستمرار تدفقها وانتشارها وشموليتها، تمارس نوع من الهيمنة على وعي وفكر وثقافة المتلقي. الثقافة هذه استهلاكية متحيزة وغير حيادية، تعتمد على الإثارة ومخاطبة الغرائز، وتشرقيم العنف والجريمة والإباحية، والغش والنفاق والمادية في العلاقات الاجتماعية، وهي كلها قيم غربية غريبة على مجتمعاتنا التي من المفترض أنها تملك قيم العقلانية والتسامح والتعاضد والإنسانية، وعلاقات المودة والتراحم والتآزر الاجتماعي المستمدة من انتمائنا الحضاري العربي الإسلامي والأمازيغي كذلك. وعليه تحاول هذه المقالة البحث في علاقة تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالثقافة والقيم الاجتماعية والثقافية في مجتمعاتنا.

حدثت مع نهاية القرن العشرين ثورة تكنولوجية حديثة بلغت قوتها وانتشارها عمقا واتساعا، تلك الثورة التي بدأت عمليا في بداية السبعينات خاصة في الدول الصناعية المتقدمة، فحولت المطبوعة بشكلها التقليدي التي نشأت عندما اخترع "غوتنبرغ" الطباعة عام 1456 إلى فيلم إلكتروني يعرض على الشاشة، واستفادت منها جميع وسائل الاتصال والإعلام المكتوبة منها والمقروءة والمسموعة، فضاغت من قدرتها في نقل الرسائل الإعلامية والمضامين الثقافية .

تعتبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة خلاصة امتزاج ثلاث ثورات: ثورة تكنولوجيا وسائل الاتصال، التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية، مروراً بالتلفزيون والأقمار الصناعية والألياف

البصرية ، وثورة المعلومات والانفجار المعرفي والثقافي في تخصصات ولغات عديدة ، وثورة المعلوماتية والحاسبات الالكترونية التي توغلت في كل مناحي الحياة وامتزجت بكل وسائل الاتصال واندمجت فيه. تجسد ثورة تكنولوجيا وسائل الاتصال النظم الحديثة للاتصالات ، وبخاصة الأقمار الصناعية ، التي سهلت المعالجة المعلوماتية عن بعد وتدفعها عبر الدول والقارات بطريقة آنية وبالنص والصوت والصورة.

غير أن المظهر البارز لانفجار المعلومات هو المعالجة الآلية للمعلومات باستخدام الحاسوب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن.

لا نتجاوز الحقيقة عندما نقول أن انفجار المعلومات وثورة الاتصال قد أضفيا طابعا عالميا أو كونيا على كافة تكنولوجيات الاتصال وعلى مضامينها. ويؤكد "دانييل كولار" في هذا الصدد على أنه لم تعد أي حدود قادرة على إيقاف الانتقال والتدفق الحرين للمعلومات عبر الإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء وشبكات المعلومات بالصورة والصوت والنص وعن طريق الشركات العالمية للاتصال ، مما يترتب عنه خطر مزدوج على الدول الضعيفة : فالدول التي تمتلك تكنولوجيا الاتصال الحديثة تكون قادرة في المدى القريب على ممارسة سيطرة ثقافية ولغوية على الدول المحرومة من هذه التكنولوجيا ، والتأثير بقوة على ثقافتها الوطنية بفرض ثقافتها ذات المضمون الترفيهي التجاري. وعلى المدى الطويل فإن خطر التجانس الثقافي بواسطة وسائل الاتصال الحديثة ليس مستبعدا ، وفي الحالتين تصبح شخصية وكرامة الثقافات الوطنية مهددة .<sup>1</sup>

إذن فالثقافة الوطنية أو المحلية في المحك والرهان هو ثقافي بالدرجة الأولى والإشكال هنا يطرح حول تأثير تكنولوجيات الاتصال الحديثة على الثقافة والقيم الاجتماعية والثقافية.

### الصناعة الثقافية اختراق للثقافة المحلية:

لابد بداية من تحديد مفهوم الثقافة وللقيام بوضع تعريف لها بجدر بنا وضع تعريف حديث يتفق مع تعريفات علماء الاجتماع والفلاسفة ويتمشى أيضا مع واقع المجتمعات المعاصرة. يرى الفيلسوف الاجتماعي "ميتشل تومبسون" في كتابه "نظرية الثقافة" أن هناك رؤيتين للثقافة: "الرؤية الأولى هي أن ينظر إلى الثقافة على أنها تتكون من القيم والمعتقدات والمعايير والرموز والإيديولوجيات وغيرها من المنتجات العقلية. أما الاتجاه الآخر فيربط الثقافة بنمط الحياة الكلي لمجتمع ما، والعلاقات التي تربط بين أفرادها، وتوجهات هؤلاء الأفراد في حياتهم".<sup>2</sup>

يمكننا من هذا التعريف تحديد ثلاث محاور أساسية للثقافة: المحور الأول هو أن الثقافة هي التي تميز بين فرد وآخر، بين جماعة وأخرى، وبين شعب وآخر. والمحور الثاني هو أن الثقافة هي التي توضح خصوصيات المجتمع من عادات وتقاليد، وتراث ومعتقدات، وقيم اجتماعية وثقافية. والمحور الثالث هو أن الثقافة هي التي تميز الصفة الإنسانية التي يتحلى بها الفرد والجماعة من حيث السلوك الاجتماعي، والميول والرغبات النفسية، ونمط الحياة في المجتمع.

من هذا العرض يمكننا التأكيد على أن لكل مجتمع ثقافته التي تميزه عن غيره من المجتمعات، بغض النظر عن موقعه الجغرافي، أو تقدمه أو تأخره في العلوم والتكنولوجيا، أو حتى قوته الاقتصادية أو العسكرية.

أما تعريف القيم حسب علماء الاجتماع فهي مستوى أو معيار للانتقاء من بين بدائل أو ممكنات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي، كما عرفت على أنها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك، ومنه يكون هذا السلوك سويًا أو منحرفًا على أساس مطابقته لمعايير الثقافة في مكان معين وزمان معين، حيث يؤكد "صانيل" على أن الثقافة هي عملية تحقيق القيم. كما يؤكد كل من "ميد" و"رث بنديكت" على أن مقومات القيم إنما تستند أصلاً إلى مقومات ثقافية، وتعتمد على أنماط أو طرق تربوية متميزة، وعليه فالقيم الاجتماعية والثقافية هي مكونات البناء الاجتماعي وثقافته، فهي منتجات ثقافية تنتج من الواقع الاجتماعي.

ومنه لكل ثقافة خصوصيتها التاريخية التي تتفرد بها، وقيمها الاجتماعية والثقافية التي تتحلّى بها مجتمعاتها، وعليه يمكن القول أن لكل ثقافة خصوصيتها وكرامتها وعزتها وقيمها، التي توجب احترامها والمحافظة عليها وتمييزها.

غير أنه وفي عصرنا هذا عصر العولمة والشمولية اللذان يعتبران مصطلحات اقتصادية والتي تعني أن فضاء الإنتاج والتسويق توسع تدريجياً ليشمل مجموع أطراف "السوق /العالم أو النظام/العالم".<sup>3</sup> إذن في هذا العصر تم ربط مجتمعات مختلفة بسلع وشبكات تعمل وفق منطق شمولي، والثقافة هي الأخرى اندمجت، أو تم دمجها داخل هذا النظام، وصارت الثقافة أيضاً تعتبر سلعة تسوق مثل السلع الأخرى وتخضع لقوانين السوق العالمية، ولم يعد الحديث

عن ثقافة وطنية أو محلية بل صار الحديث عن ثقافة عالمية، وعن صناعات ثقافية.

لم يعد يكفي في رعاية الثقافة العناية بمؤسساتها الرسمية، أو التشجيع الحكومي للآداب والفنون والفكر، بل تعدى الأمر إلى ضرورة العناية بالصناعات الثقافية التي لا تقل شأنًا إن لم تكن أكثر إثراء من الوسائل التقليدية في صنع الثقافة ونشرها.

يقول البعض أن الصناعات الثقافية من الورق إلى الحاسوب المعقد أضحت جزءًا من الصناعات الأساسية والإستراتيجية، وامتلاكها أضحى من مستلزمات التحرر والاستقلال السياسي والاقتصادي والثقافي التي لا يمكن الاستغناء عنها.<sup>4</sup>

تشمل الصناعات الثقافية قطاعات واسعة جدا من المواد المتنوعة والوسائل المادية التي تستخدم في إنتاج الثقافة ونشرها من الصناعات العادية إلى الإلكترونية. فهي إذن تشمل الورق، والحبر، ومواد الطباعة، والأفلام الخام، ومواد معالجتها، والأجهزة السمعية البصرية، وأجهزة التصوير، والأجهزة الإلكترونية، والأدوات الهندسية التعليمية ووسائل الإيضاح المدرسي بمختلف درجات ومراحل التدريس، والمخابر التعليمية، والآلات الموسيقية، ومواد الفنون التشكيلية والمسرحية والتجهيزات المدرسية المختلفة، هذا إلى جانب الأجهزة الفنية الكبرى من إذاعة وتلفزيون، وأجهزة السينما وأجهزة الفيديو... الخ والقائمة طويلة ومتنوعة.

ما من دولة في العالم تنتج كل ما تحتاج إليه من هذه الصناعات، وإنما تنتج بعضها وتعتمد على غيرها من الدول في الباقي مما يترك لها مجالًا للتبادل والمساومة مفتوحًا. إلا أن مشكلة دول



العالم الثالث تكمن في أنه يعتمد الاعتماد الكلي في هذه الصناعات كلها على الاستيراد من الدول المتقدمة بنسبة كبيرة جدا، وهذا لا يخضعها لتبعية ثقافية فحسب، بل يخضعها لتبعية سياسية واقتصادية أيضا.<sup>5</sup>

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أضخم مركز لاحتكار الصناعات الثقافية، بهيمنتها على الإنتاج الثقافي والمعلومات، ومساهمة مؤسساتها الخاصة العملاقة في غالبية، وطاقته التصديرية في هذا المجال تسمح بالقول أنها ترغب في طبع العالم بطابعها، وفي خلق تبعية ثقافية تضاف إلى قوتها في تبعية العالم اقتصاديا وسياسيا لها، واستلاب الثقافات الوطنية بابتلاعها .

### تسويق الثقافة الغربية :

تعتبر المنتجات الثقافية من برامج تلفزيونية وإذاعية، وأفلام سينمائية، وصحف وكتب ومجلات، سلعة تسعى الشركات الكبيرة المتعددة الجنسيات عابرة القارات، على توخي الربح في ترويجها للدول النامية. فالمنتجات الثقافية، الغربية منها والأمريكية تخضع في وقتنا الحاضر لرأسمالية السوق، وحرية التجارة الدولية، وأصبحت سلعة تجارية تتأثر بقوى السوق العالمية.

يتصف هذا المنتج الثقافي الغربي بثلاث سمات مميزة هي:

السمة الأولى : هي أن المنتج الثقافي يعده الغرب سلعة استهلاكية كبقية السلع التجارية الأخرى، تعمل الشركات كبيرها وصغيرها على تسويقها لغرض الربح.

السمة الثانية: هي أن المنتج الثقافي الغربي يخضع اقتصاديا لقوى السوق العالمية، ويتمتع بحرية التجارة الدولية محتميا وراء لوائح وقوانين منظمة التجارة الدولية الجات.

السمة الثالثة: هي أن المنتج الثقافي الغربي يمكنه اختراق الحدود القومية للدول النامية، متخطياً تقاليدها وعاداتها وقيمها الأخلاقية، عاملاً على التأثير عليها والتقليل من شأن تراثها وخصوصيات هويتها. وهكذا تبدو الخصوصية الثقافية لدول العالم الثالث عرضة للتأثير المباشر من جانب الثقافات الأمريكية والأوروبية ذات القدرة المسيطرة بواسطة شركاتها العالمية والوسائل التكنولوجية المهيمنة، والبرامج والمواد الثقافية العابرة للحدود في إطار مبدأ الانتقال والتدفق الحرين للمعلومات، خاصة حرية الانتقال والتدفق عبر الأقمار الصناعية التي أخضعها منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم لعدة ضوابط جاء بها إعلان 1982 أهمها :

- عدم التدخل في الشؤون الداخلية لدول أخرى.
  - إتاحة الاتصال بالأقمار الصناعية لجميع الشعوب دون تمييز وضمان دقة المعلومات التي تذاق عبر الأقمار الصناعية .
  - احترام البرامج للطابع المميز للثقافات الوطنية.
- إلا أن هذه الضوابط لم تجد طريقها إلى التطبيق العملي في معظم الأحوال.<sup>6</sup>

فإذا كانت المصالح الاقتصادية بين الدول تقوم على المواجهة، فإن النظم الثقافية ترمي إلى الهيمنة وتتصارع من أجل التفوق، ومن خلال السيطرة الثقافية يمكن للدولة المسيطرة من أن تتحكم عن بعد في مصير الجماهير الخاضعة للسيطرة ومراقبة سلوكهم دون أن تكون في حاجة إلى الاحتلال العسكري للأقاليم المستهدفة.<sup>7</sup>

تتسابق الشركات المتعددة الجنسيات لاستغلال تكنولوجيات الاتصال من أجل تكثيف توسعها أو أرباحها عبر العالم واستغلال مضامين تكنولوجيا الاتصال أفضل استغلال. ويترتب عن تركيز

تكنولوجيا الاتصال واحتكارها من طرف هذه الشركات مجموعة من النتائج منها :

أ- تمييط منتجات الإعلام والاتصال والمحتويات على نحو يخدم مصالح الدول المالكة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

ب- توحيد نمط المنتجات الثقافية بصفة عامة حيث تتعدم فيها الخصوصية الثقافية.

ت- ظهور الشركات المتعددة الجنسيات العاملة في مجال الاتصال والمعلومات والإذاعة والتلفزيون والسينما والكتب، كوكالات ضخمة لها فروع يصعب تحديدها، تحصل على مصالح تخولها الاحتكار وتؤثر في السوق العالمية والتجارة، وفي استقرار بعض الدول واستقرارها.

ث- التأثير على الأنماط الحياتية والنظم الثقافية لدول العالم الثالث من خلال اللغة والمضمون الثقافى والتربوي، بما تصدره الشركات العالمية من أفلام، وبرامج تلفزيونية بخاصة الأمريكية منها، وبثه عبر الأقمار الصناعية المتجاوزة للحدود الوطنية.<sup>8</sup>

إن دول العالم الثالث التي استطاعت وأرادت أن تعطي لنفسها الوسائل لسياسة حقيقية في مجال نقل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإنتاج الثقافى مثل البرازيل والهند، عملت والتزمت بالاستغناء عن الاستيراد وعوضتها بصناعة معلوماتية وفضائية وثقافية وطنية، وحددت شروط دخول الشركات العالمية إلى سوقها الوطني، وقامت بالتحالف مع الشركات التي تمكنها تدريجيا من الوصول إلى الاستقلال الوطني في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإنتاج الثقافى.<sup>9</sup>

كذلك بعض الدول المتقدمة وعلى رأسها فرنسا يقول "أرمون ماتلار" طرحت مسألة السيادة الثقافية في علاقتها بعولمة الاتصال والتكنولوجيا الجديدة للاتصال واعتبرت أن استقلالها مهدد باحتكار وسائل الاتصال والمعلومات من طرف بنوك المعلومات والشركات العالمية الكبرى للاتصال، خاصة الأمريكية منها، التي أصبحت تقوم بتنظيم الذاكرة الجماعية للشعوب المفضي إلى الاستيلاء الثقافي .

هذا ما يترتب ضرورة تطوير صناعات قوية للاتصال والمعلومات تقف أمام تدفق البرامج التي تصنعها الدول العملاقة في هذا المجال، وحتى لا يضاف ذلك إلى العجز الذي تعانيه الصناعات الثقافية الوطنية أمام الإنتاج الإعلامي والثقافي الأجنبيين.<sup>10</sup>

غير أن فرنسا التي تطرح مسألة الخصوصية الثقافية في مواجهة التدفق الثقافي الأمريكي، نجدتها هي بدورها تقدم البرامج الثقافية التلفزيونية إلى العديد من دول العالم الثالث بدون مقابل، خاصة الدول التي تنطق بالفرنسية في إفريقيا والتي لها روابط وعلاقات متينة معها.

تستورد إفريقيا السوداء 30% من البرامج الفرنسية، تبلغ نسبة استيراد دول المغرب العربي وحدها 20% من هذه البرامج، مما يبين التأثير الواضح للثقافة الفرنسية على الثقافات الإفريقية بصفة عامة وثقافات دول المغرب العربي بصفة خاصة.

### **تكنولوجيا الاتصال الحديثة والخصوصية الثقافية :**

إن اهتمام المدافعين عن استقلال وسيادة الثقافة الوطنية والخصوصية الثقافية يرتكز على أن الثقافة المستوردة وحتى

الوافدة عبر تكنولوجيات الاتصال الحديثة تنتهك المحظورات الثقافية السائدة ليس فقط فيما تقدمه من تصرفات اجتماعية غير مقبولة من عنف وجنس، ولكن من خلال تقديم أساليب جديدة للتعامل وقيم وعادات وتمرد على سيطرة الأسرة والسلطة القائمة، مما يعطي مبررا لتخوف شعوب العالم الثالث من تأثيرها على القيم والعادات المحلية وبالتالي على الثقافة المحلية .

إننا لا ننكر اليوم أن هناك نمطا أمريكيا للعيش أصبح حقيقة، وأصبحت المجتمعات تتعايش معه يوميا، وكذلك يغزو العالم من خلال الأفلام الأمريكية التي تسوق العادات وأنماط الحياة المختلفة، وبالإضافة إلى هيمنة النموذج الأمريكي هناك الهيمنة التي تمارسها الدول الاستعمارية التقليدية، كما يقول محمد عابد الجابري: "إننا معرضون لغزو ثقافي مضاعف: الغزو الكاسح الذي يحدث على مستوى عالمي، والغزو الذي تمارسه علينا الدول الاستعمارية التقليدية. أما الوسائل فهي نفسها: الإعلام بالمعنى الواسع والمتشعب، الإعلام الذي يغزو العقل والعاطفة والسلوك، ناشرا قيما وأذواقا وعادات جديدة تهدد الثقافات الوطنية في أهم مقوماتها ومكان خصوصياتها."<sup>11</sup>

ويضيف قائلا: "إن تعميم الاستهلاك، أو بالأحرى فرض نمط معين من الاستهلاك على الشعوب النمط الذي تسود فيه السلع الكمالية والوسائل الترفيهية..ذلك هو الهدف من الاختراق الثقافي والاستتباع الحضاري."<sup>12</sup>

من هنا فالهدف من الهيمنة الثقافية أو الاختراق الثقافي كما يسميه الجابري: "غزو العقل، تكييف المنطق، توجيه الخيال، صنع الأذواق، ترسيخ نوع معين من القيم، تكريس إيديولوجيا خاصة،

إيديولوجيا الاختراق.<sup>13</sup>، كمرحلة لا مفر منها لتوسيع الفضاء الإنتاجي وتكريس نموذج "النظام الاستهلاكي" المهيمن، أي النظام الاستهلاكي الغربي .

فالهيمنة الثقافية مبنية على إيديولوجية العولمة والشمولية، تستهدف منها الدول الأقطاب وشركاتها المتعددة الجنسيات القضاء على الثقافات المتدنية وترسيخ ثقافة عالمية موحدة، على اعتبار أن القيم والأنماط السلوكية المتعلقة بهذه الثقافات مناهضة ومنافسة للثقافات المركزية الغربية، ومنه فتري ضرورة القضاء عليها والحد من خطورتها وتقويضها كمرحلة أساسية لتطويعها وتدجينها.

تمتلك تكنولوجيا الاتصال اليوم مفاتيح الثقافة ولذلك نجحت الولايات المتحدة الأمريكية في نشر ثقافتها عبر المحطات والقارات والترويج لأفكارها وقيمها الثقافية والاجتماعية على حساب اكتساح الثقافات الوطنية وإتباعها للثقافة الأمريكية.

يرى الدكتور " أحمد ثابت " أن دول محدودة غربية تحتكر الإعلام ووسائل الاتصال والبث الفضائي فهي تمتلك الإمكانيات الهائلة لصناعة وتطوير إدارة عصر المعلومات والأهم من ذلك القدرة على صياغة وتشكيل الصور والرموز.<sup>14</sup>

كما يذكر المؤرخ الثقافي " جورج ستينر " "George Steiner" والأستاذ في جامعة كامبردج أن الثقافة الأمريكية ستعزز تماثلا كاسحا يهدد الثقافات المحلية، ويعود معظم هذا التماثل إلى صناعات الإعلان والترفيه والسينما، فالأفلام والبرامج التلفزيونية الأمريكية تباع على نطاق واسع في كل أنحاء العالم، وتبلغ قيمة هذه المبيعات أكثر من 5 بلايين دولار سنويا.

ويربط " أحمد مصطفى " الاقتصاد بالاتصال والإعلان عبر ثالوت نظام اقتصاد -ثقافة -إعلام كالاتي:

- نظام اقتصادي يستخدم آلية السوق العالمية كمجال للمنافسة.  
- نظام ثقافي يسعى إلى تغيير الواقع الثقافي لتقبل مخرجات السوق العالمية، ومنتجاتها بالاعتماد على وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة.

- نظام إعلامي يعتمد على توظيف تكنولوجيات الاتصال ووسائله في عملية الاختراق الثقافي بالدعوة والترويج لثقافة الاستهلاك لمنتجات السوق العالمي.

حذرت دراسات عديدة من انتشار نمط من المجتمع يرتكز على القيم المادية وقيم الاستهلاك، وهو ما يتعارض مع القيم الأخلاقية والروحية لعديد من المجتمعات. فالبرامج المصدرة تحمل في طياتها آثارا سيئة مثل التطلع المتزايد لامتلاك الحاجيات الاستهلاكية والنجاح الفردي، الذي يؤثر حتما في القيم الجماعية التي مازالت تركز عليها بعض المجتمعات التقليدية. ومن ناحية فإن وصول نسبة عالية من أفلام العنف من بين الأفلام الوافدة عبر هذه التكنولوجيات، يؤدي إلى انتشار المثل السلبية بين الشباب تحديدا.<sup>15</sup>

هذه المضامين تؤثر أيضا في تكوين ذوق الجمهور وجعله يميل شيئا فشيئا إلى أفلام الحرب والعنف الطاغية على الإنتاج الغربي، والتعود على مناطق الترف والغنى الخلاب، الأمر الذي يجعله يعرض عن الإنتاج المحلي لافتقاره للأبهة، ويقبل على الإنتاج الأجنبي المتميز بالجودة والتقنيات العالية في الإنتاج التي توظف لأجلها ميزانيات ضخمة تعجز عن توفيرها دول العالم الثالث.

## ثقافة الصورة التفاعلية وأد لحاسة النقد :

إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة وثورة المعلومات والضح الإعلامي المتواصل المرافق لمجتمع المعلومات، قد جعل من محاولات الانغلاق والانكفاء الثقافى مجرد ردود فعل سلبية لا تفي بغرض الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل التفاوت الهائل في موازين القوى في العالم بين الشمال والجنوب . فثقافة العولمة هي ثقافة ما بعد المكتوب، ظهرت وأخذت توطن حضورها بعد ضمور الثقافة المكتوبة أمام هجمة ثقافة الصورة، التي استطاعت أن تحطم الحواجز اللغوية بين المجتمعات الإنسانية نتيجة لتطور الثقافة التي ساعدت على انتشار منظومة الاتصال الحديثة خارج البلدان التي أنتجتها، وتشكلت في ضوءها إمبراطوريات اتصالية مهمتها تصدير ثقافة الصورة بالنظام السمعي البصري .

وما زاد في انتشار هذه الثقافة هو تراجع معدلات القراءة، حيث أصبح التلفزيون والإنترنت منافسين جديدين للمؤسسة التربوية التي راحت أيضا تروج لهذه الثقافة، ما جعلها منافسا حقيقيا، إن لم يكن بديلا للأسرة والمدرسة في بعض المجالات .وما يزيد من فعالية هذه الثقافة المعولمة أن التبادل الثقافى الحالى هو تبادل غير متكافئ بين ثقافات متقدمة تمتلك إمكانيات ضخمة، وثقافات تقليدية لا تزال أدواتها الموروثة التاريخية هي ذاتها.

لقد حولت العولمة الإيديولوجيا التي هي مجموعة من الأفكار أو علم الأفكار وعن طريق تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى "فيديولوجيا" على حد تعبير الدكتور "عبد الغني عماد" قائمة على أشرطة سمعية بصرية . فالفيديولوجيا أكثر ضبابية وأقل وثوقية من الإيديولوجيات السياسية التقليدية، لكنها مع هذا تنجح في زرع



القيم الجديدة التي يحتاج إليها ازدهار الأسواق العالمية . إنها إيديولوجيا تفرض على الشعوب اختيارا مستحيلا، إما التقليد الأعمى للغرب الذي يقطعها عن ثقافتها الخاصة، أو ثورة التشبث بالهوية التي تفصل هذه الشعوب عن الحداثة.<sup>16</sup>

لقد أصبحت الشركات المتنافسة على السوق لا تباع المنتجات بل الرموز، فلم تعد المنافسة قائمة على أساس نوعية البضاعة وجمالها وجدتها، بل أضحت المسألة مرتبطة بالصورة والانتماء الرمزي . حيث أصبح الشباب في العالم الثالث يفتنون الأحذية الأمريكية والأوروبية ويرتادون مطاعم ماكدونالد بغض النظر عن السعر، فهذا يمنحهم الشعور بالانتماء إلى الغرب، وبهذا فهم يعبرون عن اندماجهم وهميا ضمن جماعة أو فئة أرقى من فئات مجتمعاتهم، وهكذا يصبح اقتناء البضاعة انتماء وهميا لهويات رمزية تتفوق على القيمة بحد ذاتها، وهذا ما يفسر إنفاق المبالغ الخيالية على الإعلان الذي يهدف ليس فقط إلى التنافس على السوق، بل إلى "التلاعب بالرموز وتوظيف الأوهام والخيال والإغراء بالاستهلاك بما يمحو التمييز بين الصورة والواقع" أيضا.

نظرا للأهمية التي تتبوأها ثقافة الصورة التي أضعفت العمل بنظام المخاطبة الثقافية التقليدية عبر الكتب والصحف والمجلات، وصولا إلى المدارس والجامعات، فإن الثقافة الغربية بما تملكه من نفوذ وإمكانات وسلطة تمكنها من تقديم مادتها الإعلامية للمتلقي في قالب مشوق يجذب الانتباه عبر "تكنولوجيا الإثارة والتشويق"، ويسهم في وأد حاسة النقد للمتلقي، الذي يجد نفسه في نهاية المطاف قابلا لتمرير وتقبل جميع القيم والمواقف السلوكية دون اعتراض عقلي أو ممانعة نفسية.

يمكن القول أن العالم أصبح بفعل تكنولوجيا الاتصال الحديثة مجرد صورة نقلا عن صورة حسب تعبير "بودريار" وأصبحنا في عالم تهيمن عليه الصورة والواقع في خلفيتها . لم تعد هناك صورة وأصل ، بل صورة ذات أصول متعددة. إنه عالم أزرار إلكترونية تجعل المرء يشعر ويحس بإحساسات واقعية وهي ليست كذلك .

يعتقد المفكر الفرنسي ما بعد الحداثي "جان بودريار" أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تختلف اختلافا بينا في آثارها وعمق مفعولها عن أية منتجات تقنية أخرى ، فقد بات بالإمكان بواسطة الصورة استعمال كافة الحواس الشم ، السمع ، النظر ، واللمس.. فقد أسقطت الصورة الدور المحايد للمتلقي، وصار متلقيا متفاعلا ، إذ لم تعد الصورة تسجيلا للحظة مرئية في مكان ما ، إذ تجاوزت وظيفتها التقنية ودخلت في عملية الصناعة الذهنية ، ولعبة الحقيقة والزيغ ، وطالما أن أهم جزء في الصورة هو إيصالها ، فإنها كمنجز غربي بتقنيات متقدمة وتجربة طويلة ، تدخل في لعبة التتميط والقولبة والنمذجة ، في أبعادها الإعلامية والثقافية والترفيهية والسياسية.

فقد أصبحت الصور المتدفقة باستمرار، وتكرارها ، وانتشارها وشموليتها وتجانسها القيمي تمارس نوع من الهيمنة على فكر وثقافة المتلقي، حيث لا تتيح فرصة لهذا المتلقي بالتفكير بصورة مستقلة خارج مجال سريان هذه الصور، مما يؤدي إلى نفي الواقع والمكوث مكانه .

لاشك أن مصدر قوة الصورة يكمن في كونها بمثابة نص مرئي مفتوح على كل اللغات ، وأنها ثرية بقدر يسمح بقراءات متعددة ، فاحتلال الصورة للطاقة البصرية مهدت لاختراق المخيال العام ، وبالتالي الانشغال الذهني، وصولا إلى الهيمنة على الوعي، أي عبور

الرسالة في الصورة إلى اللاوعي. فالصورة تتجاوز البصر إلى البصيرة، فثمة رسالة غير مرئية تتسرب خارج الحدود الرسمية للصورة، تسهم في إنتاج مجموعة من المفاهيم، تعكسها على مجمل المناشط الثقافية والمعرفية المسؤولة عن صنع الوعي. ومن هنا فالمخزون الدلالي للصورة يجعلها أداة اتصالية عالية التأثير العاطفي والمعرفي.

ومنه فالصورة ليست مجرد شكل، بل هي شكل يتقدم للمستهلك في شكل قالب جمالي يستوفي الشروط التي تجعله على درجة كبيرة من الجاذبية والإغراء، ولهذا دور في اجتذاب المتلقي وفك مقاومته، ولكن في ثانيا ذلك الشكل الجذاب توجد رسائل ثقافية تقوم بوظيفة تطويع المتلقي المستهلك، وللصورة مجموعة من الخصائص هي:

الخاصية الأولى: تقدم نفسها في قالب مشوق: فبناؤها الجمالي الأخاذ يستهدف شد المتلقي، وهذا يتطلب أن تكون الصورة في أقصى درجات الجاذبية والإغراء، وبالتالي التشويق وتحقيق المتعة، حتى تتحقق عملية السيطرة عليه وإدماج توتره الوجداني في نظام الصورة، فيصير للصور مفعول السحر، بحيث يستسلم المتلقي لها. وينجم عن هذه العملية نتيجتان:

1- الانجذاب المستمر وغير المتقطع لوجدان المتلقي اتجاه المادة الإعلامية المعروضة.

2- نجاح المادة الإعلامية المعروضة في شل ملكة التساؤل، ووأد حاسة النقد لدى المتلقي، ودفعه إلى استقبال خطاب الصورة من دون نقد.

والهدف في الأخير تمرير جملة من القيم والمواقف عن طريق الوجدان دون أي اعتراض عقلي أو ممانعة نفسية.

الخاصية الثانية: تلغي اللغة وتصنع لنفسها لغتها الخاصة، وهذا جزء من خطورتها، صحيح أن هناك مصاحبة لغوية للنصوص في فيلم، أو نشرة أخبار، أو برامج أطفال... لكن قوتها ليست في المقول بل في المصور، ومنه فالصورة أبلغ من الكلام، وبإمكانها بناء الوجدان.

وتبدأ خطورة الموضوع حين يصير في وسع الخدعة التصويرية أن توظف في وعي المتلقي فكرة غير مطابقة تماما لواقع الحال.<sup>17</sup>

مما لا شك فيه أننا نعيش عصر الصوت والصورة والنص، عصر الإعلام السمعي البصري، وعصر الانترنت وكل تكنولوجيات الاتصال الحديثة وما تحويه من مزايا التفاعلية، والاجماهيرية، وتجاوز حدود الزمان والمكان، والذيق والانتشار، والعالمية، وبالتالي القدرة الكبيرة على الاختراق الثقافي والاجتماعي، وإزاحة الثقافة الإنسانية بمفهومها التقليدي لتحل محلها ثقافة الصورة التفاعلية، تلك التي تعد آلية من آليات العولمة الساعية إلى إعادة صياغة العالم وتشكيله على أساس تجانسي.<sup>18</sup>

لقد أحدثت الصورة التفاعلية انهيارا متسارعا في حدود الزمان والمكان، في عملية تفتيت واسعة النطاق للمصادر الثقافية التقليدية، في سياق صنع استقطاب ثقافي عولمي، يقطع صلة المجتمعات بجذورها الثقافية، ومنظومات قيمها، ويستوعبها في دورة اتصالية بالغة الثراء، ولكن وفق شروط ثقافية تكون فيها الصورة أداة إعادة تشكيل الوعي، مفضية إلى قطيعة مع الثقافة المكتوبة وتكوينها العقلاني.

أثر تكنولوجيات الاتصال الحديثة على القيم الاجتماعية والثقافية :

الثقافة التي تنتجها الدول الغربية وفي مقدمته أمريكا ، في أغلبها استهلاكية متحيزة غير حيادية ، تعتمد على الإثارة الإعلامية ، ومخاطبة الغرائز لدى الشباب فيها ، وتمجيد العنف والجريمة ، والغش والنفاق ، والمادية في العلاقات الاجتماعية .

فالثقافة بالنسبة لفلسفة واستراتيجيات شركات الإعلام والاتصال الكبرى ما هي إلا أداة تتعامل معها بالقدر الذي يخدم أهدافها ، وتطلعاتها في خدمة مجتمع استهلاكي عالمي موحد ، ونمط تفكير يقدر السلعة ، وتسود فيه السلع الكمالية والوسائل الترفيهية .

ففي دراسة لباحثة هندية حول أثر الإشهار التلفزيوني على القيم والمواقف في الهند ، وصلت إلى نتيجة مفادها أن :الإشهار ينشر ثقافة استهلاكية مضادة للواقع الذي يعيشه ويعرفه أكثرية أطفال الهند ، فهي تستهدف لأن يصبح الطفل الهندي وفيا لماركة معينة منذ نعومة أظفاره ، وتهيئته لأن يصبح مستهلك وفي في مجتمع مليء بالأزمات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وبالتالي هناك محاولة لقولبة السلوكيات وتمييطها ، بحيث تتكيف وقيمة الاستهلاك اللامتاهي ، وفي حالة خروجه عن خط القولبة يعتبر غير اجتماعي .

إذن هناك محاولة لقولبة السلوكيات وتمييطها في اتجاه واحد هو النمط الأمريكي ، للوصول إلى اللاوعي أنه في حالة الخروج عن هذا النمط فلن تتركب الحضارة ، وتعد غير اجتماعي ، وأنه كل ما يتصل بالماضي إنما يعيق الفرد .

يقول " كلود كلوسات" في هذا المجال أن الإشهار يبيع لنا السعادة ، صور الماركات ، يبيع لنا حلم أمريكي ، هو نوع من الفخ

الذي أصبح اليوم صعب الابتعاد أو التخلي عنه، إنه ثقافة المؤسسة اليوم التي تحاول أن تكون جيلا انطلاقا من المادة، جيل البيبسي، وهذا ما يهدد الحقوق الفردية إنه نظام بأكمله، اقتصاد السوق ونموذج حياة أمريكي .

هذه دراسة من ضمن دراسات عديدة حول القيم الاجتماعية والثقافية التي يحويها ويروج لها الإشهار ومدى تأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية للدول المستهلكة لها ، كما لا يخفى علينا أن الإشهار اليوم أيضا صار منتجا غربيا وهو إشهار غربي واحد ومترجم إلى كل اللهجات المحلية ، وكذلك دراسات أخرى عديدة حول المضامين التلفزيونية بكل أشكالها ، من أفلام ومسلسلات ودراما أجنبية بلغتها الأجنبية، وكذا المترجمة منها بالعربية وحتى باللهجات العربية المحلية حتى تصير مفهومة ومستوعبة ومن جميع الفئات والمستويات حتى وإن كانت أمية ، فهي ستفهمها وتستوعبها ، إلى الأغاني والموسيقى والرقصات والأزياء ، ومدى التهديد الذي تشكله على ثقافة وقيم المجتمعات المستهلكة لها ، فهي كلها تعرض نفس العادات والتقاليد والأنماط السلوكية من عادات التغذية أو تناول الطعام وأنماط الاحترام أو اللياقة في التعامل بين الأفراد.

مما لا شك فيه أن هناك أنشطة اعتيادية تظهر في المضمون الإعلامي الترفيهي يتم بسهولة استيعابها ثقافيا ، وتؤثر بشكل خاص على الأطفال والشباب. فالأغاني الوطنية تتأثر بالأغنيات الأجنبية ، وتؤثر الرقصات الغربية على الفنون السائدة ، حيث يسهل على الأفراد استيعابها بسهولة ، نفس الشيء بالنسبة للأزياء أو الملابس التي من المفترض أن تعكس شخصية الفرد وثقافة المجتمع.

أما عن الانترنت الذي يعتبر أكثر الوسائل التكنولوجية استخداما الآن لمزاياه العديدة فالدراسات حوله استخداماته وتأثيراته أيضا كثيرة حيث تؤكد في مجملها على أنه كوسيلة للاتصال يتوقف استخدامها وتأثيرها على استخدامه، غير أن الدراسات بينت أن لهذا الاستخدام تأثير على العلاقات الاجتماعية وحتى على التنشئة الاجتماعية في حد ذاتها خاصة بالنسبة للفئات الاجتماعية الأكثر قابلية للتأثر وهي فئة الأطفال وكذا الشباب، وحتى الكبار منهم فتأثير هذه الشبكة العنكبوتية لم يستثنهم . فقد خلص الدكتور "إبراهيم عثمان" إلى أن وجود الانترنت قد أفقد الوحدات التقليدية التي كانت مسؤولة عن تنشئة الإنسان كثيرا من وظائفها وأهميتها فأصبح عنصرا أساسيا في عملية التنشئة مما يتطلب دورا أساسيا من قبل الأسرة والمدرسة والدولة في ضبط مضامين ما تحمله هذه الشبكة للتأكد من ضبط جانبها السلبي التي تحمله هذه المضامين، وأكد ذات الدكتور على أن الانترنت أصبح بديلا للتفاعل الاجتماعي الصحي مع الرفاق ولأقارب، وأصبح هم الفرد قضاء الساعات الطويلة في استكشاف مواقع الانترنت المتعددة مما يعني تغيرا في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصرا هاما في ثقافتنا.<sup>19</sup>

تؤكد معظم الدراسات التي أجريت حول تأثير تكنولوجيا الاتصال بصورة عامة على القيم الاجتماعية والثقافية للدول المستهلكة لها، على أن هذا التأثير يتوقف بصورة خاصة على استخدامه وطبيعة هذا الاستخدام، أو كما عبر عنه "عزي عبد الرحمان" بحسن الاستخدام وسوء الاستخدام، من حيث قرب أو بعد المضامين التي يتم التعرض لها عن قيم مجتمعه.

ويبقى المستخدم هو الحلقة الأهم بالرغم من اختلاف النظريات والدراسات حول تأثيرات هذه التكنولوجيات وقوتها بين من تؤكد على قوة تأثيرها وعدم إمكانية المستخدم التصدي لها ومقاومتها، وبين النظريات التي تقول بمحدودية تأثيرها وتعيد الاعتبار للمستخدم.



## خاتمة :

في الأخير لا بد من التأكيد على أمر أساسي أننا مجرد مستهلكين للتكنولوجيات وكذلك لمضامينها ، وما دمننا كذلك فنحن مفعول بنا ولسنا فاعلين ، فتصنيع هذه التكنولوجيات هو غربي ، ومضامينها كذلك معظمها غربي ، وعملية إنتاج هذه المضامين تدخل في إطار عالمي وعولمي وتخدم أهدافه ، فالعملية هذه ليست بريئة ولا عشوائية ، وبالتالي فالهدف هو تغيير الثقافة والقيم الاجتماعية والثقافية ، للوصول إلى الإنسان المخطط له ، الإنسان المعولم ، المفصول عن ثقافته وقيمه ودينه وأخلاقه ، وكل ما يتصل بهم ، باعتبارها معوقات وتهديدات لأهداف هذه العولة.

## الهوامش

- 1- دانييل كولار : **العلاقات الدولية**، ترجمة خضر خضر، دار الطليعة، بيروت، 1980، ص39- 40.
- 2- محمد الشبيبي: **صراع الثقافة العربية مع العولمة**، الطبعة الأولى، لبنان، 2002، ص93.
- 3- يحي اليحياوي: **في العولمة والتكنولوجيا والثقافة - مدخل إلى تكنولوجيا المعرفة** - دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 2002، ص32.
- 4- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، **الخطة الشاملة للثقافة العربية**، الطبعة الثانية، تونس، 1990، ص191.
- 5- كمال راشدي: **عولمة الاتصال وأثرها على السيادة الثقافية لدول العالم الثالث**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الدولي والعلاقات الدولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص105- 106.
- 6- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: **الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية**، تونس، 1990، ص92.
- 7- Bertrand Badie , Marie Claude Smouts : **Le retournement du monde, sociologie de la scène internationale**, 3<sup>ème</sup> édition, amphithéâtre, Paris, 1999, p16.
- 8- نبيل علي: **الثقافة العربية في عصر المعلومات**، مجلة عالم المعرفة، عدد265، الصادرة عن المركز الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، جانفي2001، ص148.
- 9- Armand Mattelard : **Mondialisation de la communication**, collection « Que Sais- Je ? », Presse Universitaire De France, Paris, 2008, p77.
- 10- Ibid, p92.
- 11- محمد عابد الجابري: **المسألة الثقافية في الوطن العربي**، سلسلة الثقافة القومية، العدد25، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1994، ص4.
- 12- المرجع نفسه، ص198.
- 13- المرجع نفسه، ص 199.
- 14- السيد ياسين: **الزمن العربي والمستقبل العالمي**، دار المستقبل العربي، الطبعة الأولى، القاهرة، 1998، ص67.

- 15- مي عبدالله سنو: **الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة**، الدار الجامعية دون دار وسنة النشر ص94- 95.
- 16- محمود بوبكري: **الديمقراطية في زمن العولمة**، الدار البيضاء، بيروت، 2001، ص123.
- 17- مجموعة من الباحثين: **إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب**، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، 1997، ص228- 229.
- 18- عالية أحمد أبو دومة: **أغاني الفيديوكليب وانعكاساتها على الحياة اليومية للشباب المصري**، المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد الأول، جانفي 2008، ص125.
- 19- تأثير الانترنت على العلاقات الاجتماعية: اختصاصيون: استخدام الانترنت أصبح بديلا للتفاعل الاجتماعي الصحي مع الأهل والأصدقاء جريدة الدستور، الخميس 22 ربيع الثاني 1436 الموافق ل12 فيفري 2015، العدد 17087
- تاريخ الاستخراج: 2015/02/12.. <http://www.addustur.com>