مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية
المجلد: 16، العدد: 02، ديسمبر 2025 ص ص 732 - 743
ر ت م د (ISSN): 2170-1822-/ر ت م د إ (E-ISSN): 2600- 6189

وسائط الإعلام وإعادة تشكيل مفهوم الزمن

media and the Reshaping of time's Concept

حفصة كوبيبي[1]♦

[1]جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، hafssa.kobibi@univ-mosta.dz.

تاريخ الإرسال: 19/ 09/ 2025 ؛ تاريخ القبول: 14/ 10/ 2025 ؛ تاريخ النشر: 15/ 12/ 2025

الملخص باللغة العربية:

على الرغم من صعوبة تحديد مفهوم دقيق للزمن، إلا أنه كان لا بد من تنظيمه من خلال التقويم بالسنوات والأشهر والأسابيع والأيام والساعات والدقائق، وتعاظمت قيمة الزمن مع تطور المجتمعات الرأسمالية، وظهر تقسيم جديد للزمن يعتمد بالضرورة على نوعين: وقت العمل وهو وقت الإنتاج ووقت الفراغ. ووفق المنطق الاقتصادي، وجب أيضا الاستثمار في وقت الفراغ، وجعله ذا قيمة، هنا تظهر أهمية وسائط الإعلام بإعادة تشكيل مفهوم الزمن، وبروز مفهوم الزمن الإعلامي الذي بدأ مع آلات الطباعة ووكالات الأنباء وتعاظم مع تطور تقنيات البث المباشر وصولا إلى الجيل الثاني للويب و ما بعده.

الزمن الإعلامي هو زمن رمزي يعيشه الإنسان رمزيا من خلال استخدامه لوسائط الإعلام، حيث تتيح لنا وسائل الإعلام معايشة حاضرا آخرا، وبهذا تزاوجت الأزمنة، وانتفى البعد المكاني. وبالنظر في محتويات وسائط الإعلام نجدها تقدم بعدا آخرا للحاضر لا يتوافق مع حاضر الجمهور، مسببة بذلك تنافرا للأزمنة واغترابا عن المكان المعاش.

وعليه يهدف هذا المقال إلى تبيان تطور مفهوم الزمن، ومكانة وسائط الإعلام في إعادة تشكله، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي.

الكلمات المفتاحية: الزمن؛ الوقت؛ وسائط الإعلام؛ الزمن الإعلامي؛ وقت الفراغ.

Abstract:

Although it is difficult to define the concept of time precisely, it had to be organized through a calendar (years, months, weeks, days, hours, and minutes). The value of time increased with the development of capitalist societies, and a new division of time

♦ المؤلف المرسل: حفصة كوبيبي

emerged, based on two types: work time, which is production time, and leisure time. According to economic logic, it was also necessary to invest in leisure time; this is where the media plays an important role in reshaping the concept of time. And the emergence of the concept media time, which began with Print journalism and news agencies and grew with the development of live broadcasting technologies, leading to the second generation of the web and beyond.

Media time is a symbolic time that public experience symbolically through their use of media, which allows experiencing another present, thereby merging times and eliminating spatial distance. Looking at media content, we find that it presents a different dimension of the present that does not correspond to the present of the audience, thus causing a discrepancy between times and alienation from the space.

Keywords: Time; media; media time; leisure time.

مقدمة:

مع عصر السرعة و"عصر ملء الزمان" (صديق، 2001، صفحة 142) أضيف زمنا آخرا بالنسبة للفرد، بالإضافة إلى الزمن الاجتماعي، وتطور هذا الزمن بتطور وسائط الاتصال، حيث يؤثر استخدام تكنولوجيات الاتصال التقليدية (الهاتف، التلفزيون، الصحف الاستماع إلى الراديو ..) على توزيع الزمن للأفراد، وتعقد مفهوم الزمن أكثر خاصة مع مجيء الجيل الثاني للويب، حيث برزت مايعرف بالوسائط الجديدة كظاهرة إعلامية اتصالية واجتماعية جديدة، من خلال الاستخدام المكثف من قبل الأفراد في جميع أنحاء العالم، نتيجة لسهولة استخدامها، ولتنوع وسائطها ومضمونها من جهة، ومن جهة أخرى نتيجة تزامنيتها وتجاوزها للزمن (اللاتزامنية) في نفس الوقت، حيث أحدثت تطورا جذريا في البعد المكاني والزماني وبذلك تفوقت الوسائط الجديدة على مفهوم وسائط الإعلام التقليدية واحتضنتها في آن، مشكلة بذلك مفاهيم جديدة حول الزمن.

برز تركيزا كبيرا حول تأثير التقنيات الحديثة في إدراك الوقت ومفهوم الزمن، وقد لاحظ الكثير من الباحثين التأخر المستمر والمتزايد في التنظيم الاجتماعي مقارنةً بالنظام التكنولوجي، هذا التأخر، أو الفجوة، يضع العلاقة بالوقت في صميم العلاقة بين البشر والتكنولوجيا في ظل التزايد المستمر في استخدام الوسائط الإعلامية في الحياة اليومية للأفراد.

وهكذا نتساءل: فيما يتمثل دور وسائط الإعلام في إعادة تشكيل مفهوم الزمن ؟

1- في مفهوم الزمن :

يثير إدراك الزمن وتمثيله سؤالاً فلسفياً رئيسياً (ما هو الزمن؟)، وقد اتجهت إجابته منذ القدم نحو اللغة: إذ لا يمكن تمثيل تجربة الزمن إلا من خلال نشاط لغوي يرتكز على السرد. تُشكل تجربة الزمن وتمثيله واقعين متمايزين للغاية، إذ يختبرهما كل شخص بعمق في حياته الشخصية، ولا يمكن تفسيرهما إلا من خلال لحظات محورية تُعبّر عن وجوده(Tétu, 2002, p. 02)

1.1- مفهوم الزمن من خلال الدين والأساطير :

يقصد بالزمن عامة وتيرة الفعل أو الحركة في اتجاه قضية مقصودة أيا كان نوعها اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، سياسية، إعلامية، فالزمن هو النبض الذي تتأسس عليه أي حضارة، فالحضارة أنباض إن صح التعبير (عزي، 2009، صفحة 17)

نجد الإغريق القدماء يتصورون الزمن في أربعة أبعاد، يرتبط كل منها بنوع من الإدراك أو المعرفة (هذيان، غيبوبة، رؤيا نبوية، إلهام، أو استحواذ) وبسلطة دينية، إذ لم تكن الآلهة خاضعة للزمن كما البشر. فالماضي، على سبيل المثال، يُقدم نفسه كمثال في متناول الشعراء مستوحى من آلهة الإلهام، بنات منيموسين، إلهة الذاكرة؛ والمستقبل يكشفه أبولو، من خلال كاهناته. وبالطبع، هناك أيضًا بُعد الحاضر، وهو البُعد الوحيد الذي ينكشف للبشر مباشرةً دون وسطاء(Martino, 2012) .

أي تساؤل عن الزمن يُشير إلى محدودية الإنسان في تحديده، حيث تكمن جوهر المسألة في إدراك الزمن المادي الكوني، الذي يُميزه التغيير الحتمي (من النهار إلى الليل، على سبيل المثال)، وهو تغيير يحيط بنا ويتجاوز سيطرتنا جذريًا، وقد دفع هذا السؤال الجوهري الإنسان إلى تطوير طرق مُختلفة لتفسيره. لقد أنتج الإنسان محاولات عديدة لفهم ما هو الزمن، لعل أولها تأتي من الدين والأساطير، اللذان يوفران نظامًا شاملًا لالتقاط الزمن، و من ثم اختراع التقويم، الذي يُحدد نقطة الصفر في تتابع الزمن، ويُتيح، بفضل هذه السنة الصفرية، السفر من الحاضر إلى الماضي، ومن الماضي إلى الحاضر. يُتيح هذا التقويم قياسًا للزمن، وبالتالي عقلانيته. (Tétu, 2002)، ومن ثم تتابع الأجيال، و الذي يمكننا من الترتيب الزمني.

2.1- التقويم الزمني :

كيف نُدرك وجود الزمن ؟ بأية حاسةٍ نُدركه ؟ هل بالتذوق؟ أم باللمس والبصر والسمع؟ و الجواب هو أن جميع هذه الحواس الإدراكية تندرج ضمن نطاق التجربة، التي تُشير إلى فكرة الزمن.

في الحقيقة، يرتبط الزمن ارتباطًا جوهريًا بجميع تجاربنا. فهو يُعبّر عن إدراكنا للعلاقات بين "الأشياء" (المدة) أو العلاقات بين الحالات المختلفة كالتعاقب مثلا، لذا، فإن افتقارنا إلى حاسةٍ مُحدّدةٍ لإدراكه يُظهر أن الزمن ينبع من التجربة.

عملية تصور الزمن لا يمكن أن تتم إلا من خلال بناء نظام يُهيكل التجربة في تمثيل"(Charaudeau, 1992, p. 446) لكل شخص "ما قبل" و"ما بعد"، الكثير من الأحداث الشخصية أو الحميمة كأن نقول قبل أو بعد حادثة كذا، مرض معين، ولادة معينة، وفاة معينة، لقاء معين، زواج فلان، طلاق ما .... و بصفة مرتبة و متعاقبة مشكلة بذلك التسلسل الزمني لحياة الفرد، وهو الأمر الذي يحث على مستوى "الماكرو" ونقصد بذلك مستوى المجتمع ككل، كان نقول "قبل" أو "بعد" الحرب، بعد تولي فلان الحكم ... و هكذا تتحدد هوية الزمن.

وهذا ما يؤكده أيميل دوركايم، حيث يرى أن مفهوم الزمن إطار تجريدي وغير شخصي، لا يشمل وجودنا الفردي فحسب، بل وجود البشرية أيضًا إنه الزمن كما يتصوره جميع البشر من الحضارة نفسها بموضوعية. حيث يعبر التقويم عن إيقاع النشاط الجماعي في نفس الوقت الذي تتمثل وظيفته في ضمان انتظامه .(Durkheim, 1991, p. 53)

فالزمن في حد ذاته قيمة دقيقة (من الدقائق) على حد تعبير عزي عبد الرحمن، وبالنظر إلى الزمن الماضي، عاشت المجتمعات البدائية في زمن أسطوري. اعتمدت المجتمعات التقليدية، منذ العصور القديمة، على التقويمات، ثم طورت أجهزة مختلفة لقياس الوقت: الساعات الشمسية، والساعات المائية، والساعات الرملية، وجميعها أجهزة مرتبطة بزمنية طبيعية، حيث يُقاس الوقت بحركة النجوم أو جريان الماء أو الرمل، وحتى الساعة الميكانيكية نفسها لا تختلف كثيرًا من حيث المبدأ، فالأمر يتعلق دائمًا بدمج الزمن في عملية فيزيائية.

اليوم، لا نستطيع إدراك مفهوم الزمن بتجريده من العمليات التي نقسمه بها، ونقيسه، ونعبّر عنه من خلال السنوات والأشهر والأسابيع والأيام والساعات والدقائق والثواني و حتى أجزاء الثانية، فلا يُمكننا تصوّر الزمن إلا بشرط أن نُميّز لحظات مُختلفة فيه.

تم وضع تقويم موحد وخاصة التقويم الميلادي، وتحديد ساعات متساوية المدة مع ضمان اختلاف الليل والنهار AM- PM وأخيرًا مع تحديد التوقيت الرسمي لكل مدينة أو دولة توقيتها الخاص بالنسبة للتوقيت العالمي" غرينيتش"

وبتطور المجتمعات، اختصر السفر بالقطار المسافات، وأصبح من الضروري للمجتمع أن يعيش وفق إيقاع واحد. كما وفرت شيئا فشيئا آلات الطباعة إعادة إنتاج

الكتابة آليًا، ماحيةً بذلك تلك الفروقات التي كانت بالغة الأهمية بين فصول السنة، وبين النهار والليل، وبين المدينة والريف. وأصبح توحيد الزمن واقعًا لا بد منه، فبينما تخيّل اليونانيون قويً إلهية لإدراك الزمن، نستخدم اليوم الوسائل التقنية، حيث استُبدل السحر وما وراء الطبيعة والدين بتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

3.1- الزمن الإعلامي :

إن الظاهرة الإعلامية متجذرة في الزمن، وهي موروثة في تفاعل الإنسان مع الإنسان ومع الطبيعة ومع الله سبحانه، وكل ظاهرة إنسانية، سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية أو نفسية أو أدبية أو فنية أو فلسفية، إلا وتحمل في طياتها بعدا إعلاميا إن لم تكن هي الإعلام في حد ذاته (عزي، 2010، صفحة 07) .

يقصد بالزمن الإعلامي الزمن الذي تفرضه وسائل الإعلام إن في المضمون أو الشكل على المتلقي، ويشمل ذلك الوتيرة الذي تحدث عنها ابن خلدون، أي المدى الزمني الذي تتخذه تعاقب الأحداث بالبطء أو السرعة النسبية أو الفائقة، ويتضمن ذلك أيضا الجو النفسي الاجتماعي التاريخي الذي ينشأ في الانخراط مع تلك الوسائل (عزي، 2011، صفحة 46)

يعتبر الزمن الإعلامي زمنا رمزيا وليس حقيقيا، بمعنى أن الإنسان يعيشه بصفة رمزية كمشاهدة التلفزيون مثلا. يعتبر الزمن الإعلامي المجال الوقتي المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الإعلام والاتصال، فحركية وسائل الإعلام في ديمومتها حركية زمنية، أي أن استعمال وسائل الإعلام في نهاية المطاف هو استعمال للوقت ويتحدّد هذا الوقت عبر الفترات فيكون استخدام الأفراد لوسائل الإعلام صباحًا أو ظهرا أو مساء أو ليلا أو حسب الظروف إلخ.... إن الزمن الإعلامي المعاصر تنصهر فيه الأزمنة التالية زمن القراءة والاستماع، زمن المشاهدة وزمن التصفّح أو الإبحار (Navigation) وهذه كلها عبارة عن أزمنة إعلامية تتنافس فيما بينها حتى تحتل مكانة لائقة لدى الفرد المستخدم ويتضح كافتراض أولي أن زمن المشاهدة التلفزيونية وزمن الإبحار في شبكة الانترنت يعملان تدريجيا في القضاء على الأزمنة الأخرى: القراءة والاستماع. إن وسائل الإعلام هي التي أوجدت هذه الأزمنة الإعلامية. (بومعيزة، 2009 ، صفحة 141.)

2- وسائط الاتصال وتجديد مفهوم الزمن :

يرفض دوركهايم اعتبار الزمن شكلًا تجريديًا. فهو يرى أن الزمن لا ينفصل عن التمثيلات التي يُكوّنها البشر عنه، وجميع هذه التمثيلات مُستقاة من الحياة الاجتماعية. وهو بذلك يُهمل على نحوٍ غريب، الأدوات التقنية. بصفته عالم اجتماع معرفي، يُوجّه تحليلاته نحو المؤسسات، لا نحو البحث في الأدوات التي تُمكِّن من تمثيل الزمن

وتقسيمه. أما بالنسبة لنا، نحن المهتمين بعمليات التواصل عبر الوسائط، فإن الإشارة إلى التكنولوجيا أساسية، لأسباب بسيطة(Martino, 2012) :

– بصفتها تقنيات، تُعَدُّ وسائل الاتصال عواملَ عقلية تُؤثِّر في بناء تمثيلاتنا، وخاصةً في تمثيل الزمن؛

– وفي هذه العملية، تلعب وسائل الاتصال دورًا هامًا، يتناسب طرديًا مع حجم المجتمع وتعقيد التنظيم الاجتماعي؛

– وأخيرًا، سبب معرفي ثالث: إن إدراك الدور المركزي لوسائل الاتصال في الحياة الاجتماعية يُميّز خصوصية المعرفة الاتصالية.

1.2- البدايات الأولى :

لم تُدمج المجتمعات البدائية، ولا حتى التقليدية مثل تلك الموجودة في العصور القديمة أو العصور الوسطى الأوروبية تقنيات الاتصال في تنظيماتها الاجتماعية. ولا يُغيّر استخدام هذه المجتمعات التقليدية للكتابة هذه الصورة بأي شكل من الأشكال، إذ ظلت الكتابة مرتبطة بوظائف الدولة كالمحاسبة والإدارة أو الدين (الممارسات الروحانية، تدوين النصوص المقدسة). لذلك، استُخدمت كأداة إدارية أو دينية، وليس لربط الناس ببعضهم البعض. لم تؤثر الكتابة على التنظيم الاجتماعي إلا بشكل غير مباشر على اعتبار أن الوسائل التقنية لم تكن متطورة كما هي الآن.

كانت الروابط بين الأفراد مضمونة بالتقاليد الشفهية والبنية الاجتماعية القائمة على التقاليد، ولم تكن تعتمد بأي شكل من الأشكال على وسائل الاتصال. باختصار، بالنسبة لهذا النوع من المجتمعات، لم تنجح الكتابة ولا أي تقنية اتصال أخرى في تشكيل مصفوفة اجتماعية بالمعنى الدقيق للكلمة، وبقيت مجرد مجتمعات تقليدية .

ومع ذلك، لا يمكن الاستهانة بأهميتها، فقد أحدث ظهور الكتابة تحولاً جوهرياً، إذ بفضلها دخلت البشرية حقبتها التاريخية، أي أنها أوجدت علاقة خاصة جداً بالزمن.

فالتاريخ هو زمن البشرية؛ فالماضي والحاضر والمستقبل أصبحا مطلقين في إشارة إلى جماعة مطلقة. وقد هيأت الكتابة الظروف لهذا التغيير، إذ وفرت وسيلة للنشر شكلت الشرارة الأولى للقرية الكونية التي تحدث عندها الكندي مارشال ماكلوهان.

2.2- تغيير النظرة حول الزمن:

تعتبر وسائل الإعلام المكتوبة (الصحافة المطبوعة) جزءًا من تواصل مؤجل، لأن المرسل والمستقبل ليسا حاضرين معًا في الزمان. ويُعتبر تاريخ النشر حينها نقطة مرجعية. نتيجةً لذلك، تضع هذه المعلومات مرور الزمن بين قوسين لوضع محتوى

التواصل في زمنٍ تقليدي، لا يمثل زمن المضارع لدى المرسل (حيث يتوقع لحظة القراءة الحالية) ولا زمن القارئ (حيث لا يعلم الصحفي متى سيقرئه القارئ). علاوةً على ذلك، لا يعلم المتحدث الصحفي بالضرورة ما سيحدث في هذه الأثناء. وهكذا تنتج الصحافة حاضرا للماضي بالنسبة للقارئ.

يمكن القول إن كل شيء بدأ عام 1834 عندما أنشأ تشارلز هافاس أول وكالة أنباء، وخاصة عندما بدأت الرسائل الإخبارية بالتداول عبر التلغراف الكهربائي.

فنلاحظ أن انتشار وكالات الأنباء أعاد النقاش من جديد حول مفهوم الزمن، على اعتبار أن قيمة الأخبار تنبع حصرًا من آنيتها ومدتها وقدرتها على استبدال ما سبقها (قيمة التبادل). لذا، ترتبط قيمة المعلومات والأخبار ارتباطًا وثيقًا بالزمن.

وتزايد النقاش أكثر بظهور البث المباشر، حيث تُغير وسائل الاتصال الحديثة هذا الوضع، على سبيل المثال أخبار التلفزيون المباشرة التي تُعبر عن زمن بشري بحت، زمن الحياة الاجتماعية، ديناميكيات المجتمع في تحوله الدائم. إن الأخبار هي مدة محضة، وتعبر عن العمليات الاجتماعية بزمنيتها الخاصة، والتي تمتزج بزمن انتشارها التكنولوجي، و هكذا يخلق التلفزيون بأخباره المباشرة حاضرا آخرا بالنسبة للملتقي، الحاضر الذي يعيشه في الواقع و الحاضر الذي يعيشه من خلال الشاشة، و هذا ما يمكن أن نسميه بازدواجية الأزمنة.

حيث تعمل وكالات الأنباء اليوم بفضل تطور تكنولوجيات الإرسال والاستقبال، أو غيرها من أشكال المؤسسات الإعلامية، مثل قنوات التلفزيون المباشرة والمتواصلة مثل CNN، بسرعة الضوء "لأن الأخبار والمعلومات سلعٌ، قيمتها مرتبطة بالزمن" (Stiegler, 1996, p. 134).

فالتواصل السمعي والبصري (الراديو أو التلفزيون) هو في الواقع تواصل "مباشر"، على الرغم من أن التواصل الذي تُنتجه قد يكون ضمن أزمنة مختلفة باختلاف المكان، ويقوم على "نقل" موجات أو إشارات في المكان أو الزمان،إلى مكان وزمان آخرين، ويوحي شكل هذه الوسائط ذاتها بأنها "متزامنة".

تعمل وسائل الإعلام كمؤسسات. فهي تُزودنا بأجزاء من لغز الأحداث، التي بمجرد تجميعها، لا بد أن تُعيد إلينا العالم المحيط بنا، لنكوّن فكرةً أوضح عن مكان عيشنا وما يدور في هذا العالم، و بهذا تُثري وسائل الاتصال بُعد الحاضر وتُعقّده، مُوفّرةً نظامًا لمزامنة مختلف الأحداث.

إذا كان تأثير السرعة هو فقدان التمييز بين الحاضر والآخر وفي كل مكان. من هنا يأتي فقدان الإحساس بالطابع المحلي- الإقليمي، ومع التسارع والتطورات التكنولوجية المتلاحقة لم يعد هناك هنا وهناك، بل فقط ارتباكٌ ذهنيٌّ بين القريب والبعيد، بين

الحاضر والمستقبل، بين الواقعي والخيالي، مزيجٌ من التاريخ والقصص واليوتوبيا الوهمية لتقنيات الاتصال، اغتصابٌ معلوماتيٌّ سيستمرّ طويلًا مُقنّعًا بزخارف أيديولوجيات التقدم هذه .(Tétu, 2002)

وتأزم الأمر مع الجيل الثاني للويب، حيث تظهر مصفوفات اجتماعية جديدة، ووسائل اتصال جديدة، ومؤسسات بلا محتوى ثابت، سوى محتوى الصيرورة الدائمة أو التقديم الاجتماعي.

وهكذا فإن سرعة النقل، التي تُغيّر إدراك المكان و الزمان، وإذا أُبيد المنظور المكاني-الزماني بفعل آثار تسارع تقنيات الاتصال، فسيكون لدى جميع البشر على الأرض فرصةٌ ما ليصبحوا أكثر معاصرةً والانزلاق في الفضاء الرقمي متجاوزين بذلك حاجز الزمان والمكان من جهة والرؤية الطوباوية للقرية العالمية الماكلوهانية من جهة أخرى، مشكلين بذلك " مستخدمين" users يكفي أنهم متصلين بالإنترنت.

وبهذا تصبح وسائط الاتصال الحديثة وسيلة للهروب من الفردية، بعيدًا كل البعد عن مفهوم "الجمهور" الذي تنتجه الصحف، إلى مفهوم الجمهور المستهلك، ثم الجمهور المستخدم.

3.2. المنطق الاقتصادي للوقت

لطالما كان وقت الفراغ حاضرًا في المجتمعات القديمة بدءًا من المهرجانات الشعبية وصولًا إلى الألعاب والصيد والعروض، غير أن الثورة الصناعية أحدثت تحولًات جذرية في بنية وقت الحياة، حيث انتقلت من وقت الله إلى وقت العمل.

إن فهم كيفية تنظيم المجتمعات المعاصرة لاستخدامها للوقت، وخاصةً كيفية تكريسها لوسائل الإعلام، يرجعنا إلى التغيرات التي أحدثتها الثورة الصناعية.

لا شك أنه قبل المجتمع الصناعي، كانت أشكال مختلفة من السلطة السياسية أو الدينية تُنظم العلاقة بين المجتمع والوقت: فالتأريخ، على سبيل المثال، هو ما يُحدد معايير الأديان المكتوبة؛ كما كان من عادة الملوك القدماء تجسيد زمن حكمهم. لكن المجتمع الصناعي يُقدم شيئًا آخر في إعادة تنظيم وقت الأفراد.

بمجيء الثورة الصناعية، تطورت آلات تعمل بشكل مستقل عن الوقت المُعاش والإيقاعات البيولوجية. هذا ما أوضحه كارل ماركس في كتابه "مبادئ نقد الاقتصاد السياسي"، مبرزا هذه الصلة الجوهرية بين الاقتصاد الصناعي والوقت.

في الواقع، كان ذلك مع الثورة الصناعية حيث اخترق الوقت المقاس والمحسوب قلب المجتمع، لأن الوقت أصبح "وقت عمل" أو" وقت عمل فائض"، وأدت "قيمة" الوقت إلى إعادة ترتيب الزمان والمكان التي أدخلت علاقات جديدة بين المجالين العام والخاص.

غير المجتمع الصناعي، طبيعة الزمن باختراع وقت العمل ونظيره، "وقت الفراغ"، ففي مقابل وقت العمل، هناك "الوقت الحر"، الذي يلعب فيه استخدام وسائل الإعلام دورًا هامًا.

وبالرجوع إلى مفهوم القيمة، يجب أن يخضع وقت الفراغ أو الوقت الحر لنفس المنطق الاقتصادي لوقت العمل أو وقت الإنتاج، فتصبح أوقات الفراغ و الراحة "ربحية" أو "ذات كفاءة"، لها قيمتها الاقتصادية الإنتاجية، ففي المجتمع الرأسمالية الناضجة، يجب استهلاك كل الوقت وتسويقه والاستفادة منه. و على هذا الأساس فالبرمجة في وسائل الإعلام، هي مبدأ استهلاك تجاري للوقت.

إن التصنيع في الغرب أنتج زمنا خاصا مرتبطا بتطور الثقافة التي بدورها ولدت »تقدير» الزمن الخاص بهذا النمط من الحضارة. فتنظيم العملية الصناعية تطلب عقلنة النظام الاجتماعي، بما في ذلك تثمين الزمن وكلما تم تثمين الزمن ماديا تم التعبير عنه كذلك، فيصبح الزمن مالا time is money في النظام الصناعي الرأسمالي. (عزي، 2009، صفحة 25)

تدور المشكلة الاقتصادية للمجتمعات المتقدمة حول هذه المفارقة، التي حللها على وجه الخصوص بيير نافيل (Naville، 1980)، حيث يرى أنه من جهة، تتطلب القيمة الزائدة، وقت عمل طويل بما يكفي، ومن جهة أخرى، لتحقيق هذه القيمة الزائدة، وجب أن تكون هناك أزمنة راحة، وهكذا يصبح من الضروري خلق قيمة للوقت الحر وجعله وقتا للاستهلاك قادر على استيعاب ليس فقط جميع المنتجات الضرورية، بل أيضًا منتجات الترفيه والثقافة، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام.

من المؤكد أن فلاسفة مدرسة فرانكفورت قد قاموا فعلا بنقد دور وسائل الإعلام في المجتمع، حيث ركزوا على نقد المحتوى الإعلامي كنوع من أفيون الشعوب، وأهملوا دراسة الإعلام في علاقته بتوسع نفوذ الاقتصاد على المجال الاجتماعي وحتى السياسي، من هذا المنظور، يمكننا القول أن وقت الفرد يعامل كمادة خام، فالجمهور في حد ذاته سلعةٌ تبيعها وسائل الإعلام للمعلنين، أو بتعبيرٍ أكثر وضوحًا، ليس هدف وسائل الإعلام الإخبارية أو الترفيهية هو المعلومات أو الترفيه، بل بيع وقت جمهورها من أجل خلق قيمة اقتصادية، وبهذا يؤسس المنطق الإعلامي: خلق مساحات زمنية، والاستيلاء عليها، واحتكارها، بهدف تحقيق إنتاج من نوع آخر في الوقت الحر.

وقد شهدنا مؤخرًا آثار المنافسة الشرسة بين المبرمجين على الحصول على حقوق بث المسابقات الرياضية، المسلسلات والأفلام على سبيل المثال.

وقد لاحظ (Tremblay, 1989) أن وسائل الإعلام أصبحت بالفعل أدوات لإدارة الوقت، من ناحيتين رئيسيتين: لا سيما من خلال المعلومات، والمدة، لا سيما من خلال الترفيه.

عند استخدام وقت الفراغ، ينبغي التمييز بين استخدام الوقت القصير المليء بالمعلومات، واستخدام الوقت الفارغ (المدة) الذي يملأه أو يشغله برنامج الإعلام بأكمله. وهذا يؤدي إلى علاقات جديدة بين الحياة الخاصة والعامة لأننا نشهد خصخصة الترفيه واستهلاكاً خاصاً للنقاش العام، حيث يتم استهلاك الأفلام بشكل متزايد ليس في دور السينما، ولكن في المنزل، عن طريق أجهزة الفيديو، مثل أنشطة الترفيه الأخرى عبر الأقراص المدمجة والشبكات مثل NET FLIX.

فوسائل الإعلام تسطو على الوقت الشخصي والخاص و العائلي و الحميمي، في نطاق الفضاء المنزلي بشكل خاص، ولا شك أن هناك اختلافات كبيرة في الاستراتيجيات الزمنية لاستيلاء مؤسسات الإعلام على وقت الأفراد.

وربما تتأثر زمنية استخدام وسائل الإعلام بالانتماء الاجتماعي، حيث أن التفاوت الاجتماعي يؤثر على استقلالية أو انعدام استقلالية تنظيم الوقت الشخصي. وهكذا، يبدو أن استخدام وسائل الإعلام لدى الطبقات العاملة هو استخدام لمرة واحدة طويلة (المدة الزمنية الطويلة)، بينما في الطبقات الأكثر تعليمًا، يكون الوقت مُبرمجًا (فترات زمنية متقطعة)، وفي كل الأحوال يبقى وقت استخدام وسائل الإعلام أحد العناصر الأساسية التي تُشكّل الزمن اليومي للفرد المعاصر...

وعلى صعيد آخر، وبالنظر في محتويات الأزمنة الإعلامية، نجدها تركز على الترفيه والدراما وعناصر الجذب الأخرى كالألوان والموسيقى من خلال المسلسلات والأفلام، التي تقدم مكانا بعيدا عن الواقع المعاش، من خلال صورة البطل الوسيم الذي يمتلك أغلى أنواع السيارات وأفخم المنازل... مسببة بذلك اغترابا عن المكان الحقيقي،وتنافر الأزمنة، وخاصة في منطقتنا العربية الإسلامية، والتي أصبحت توصف بأنها كيانات "لازمانية".

وتعزز التنافر الزمني والاغتراب المكاني بظهور فاعلين جدد في الساحة الإعلامية يعرفون باسم المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي.

الخاتمة:

أعادت وسائط الاتصال تشكيل مفاهيم أساسية كالزمان والمكان، وهي جوهرية في دراسات الفيزياء، غير أنه يمكننا فهمها من وجهات نظر أخرى، وتدخل في نطاق البحث في تخصصات البينية بين علوم الإعلام والاتصال و علم الاجتماع.

من الضروري إدراك قدرة الوسائط الإعلامية على محاكاة الزمن على اعتبار أن جوهر الاتصال هو الزمن، حيث تتيح لنا وسائل الإعلام توسيع نطاق زماننا ومكاننا، وإنتاج مستوى جديد من التفاعل الاجتماعي يتخطى الإقليم أو المجتمع و يتخطى الزمن.

تكتسب عملية التواصل خصائص جديدة، تنبع من خصائص التكنولوجيا في حد ذاتها، و هي تقترب إلى ما أسماه هوسرل "الأشياء الزمنية".

عملية الاتصال ليست نقلًا للمعلومات بحركة فيزيائية تشبه حركة الأشياء في المكان، بل إنتاج أشياء مشتركة متزامنة وغير متزامنة، فخصوصية الوسائط الإعلامية تُنشئ علاقة خاصة لأنها تفرض ديناميكيات عملية الاستقبال حيث ينتمي وقت الاستقبال إلى الجهاز التقني و زمن المستقبل.

من المؤكد أن غلبة التكنولوجيا والحداثة بدءا من المجتمعات الصناعية إلى يومنا هذا فرضت مفهومًا جديدا للوقت، كميًا وكيفيًا، وأصبحت التنظيمات الاجتماعية للوقت القائمة على التقييم الاقتصادي أو ما يعرف بالوقت من ذهب أو بمعنى آخر الوقت سلعة، تتمحور حول وقت العمل ووقت الفراغ، منتجة بذلك ازدواجية الزمن من جهة وتنافر الأزمنة من جهة أخرى.

قائمة المراجع:

السعيد بومعيزة. (2009). المفاهيم في المنظومة المعرفية الإعلامية عند عزي عبد الرحمن. تأليف نصير بوعلي، *قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام*. قسنطينة- الجزائر: مكتبة إقرأ.

شافية صديق. (2001). الزمن الإعلامي يحتل زمن الإنسان. *مجلة الصراط ، 03* (04).

عبد الرحمن عزي. (2009). الزمن الإعلامي والزمن الإجتماعي: قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية . تأليف *الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية*. تونس: الدار المتوسطية للنشر.

عبد الرحمن عزي (2011) .*دعوة إلى فهم الحتمية القيمية في الإعلام* .تونس :الدار المتوسطية للنشر.

Charaudeau, P. (1992). *Grammaire du sens et de l'expression.* Paris: Hachette Education.

Durkheim, É. (1991). *Les Formes élémentaires de la vie religieuse.* paris: Librairie Générale Française.

Martino, L. C. (2012). . Temps, essence des médias : l'actualité médiatique. Dans A. B. (éds.), *Discordance du temps.* Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.

Naville, P. (1980). Temps, travail et loisir. *Sociologie du travail* , 431-448.

Stiegler, B. (1996). *La Technique et le Temps, tome 02, La Désorientation.* Paris: Galilée.
Tétu, J.-F. (2002). Les médias et le temps. Dans *Apogée, Rennes. Médias, temporalités et démocratie, Apogée, Rennes.* Médias et nouvelles technologies.
Tremblay, G. (1989). Les mass-médias, instruments de gestion du temps. *Questions de culture* (15), 117-144.