

وسائل الإعلام وأثرها في التغيير الاجتماعي

زهير بوسيلة

جامعة المدية

الملخص:

تبحث هذه الورقة في موضوع على درجة كبيرة من الأهمية، موضوع الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام في عملية التغيير الاجتماعي، خصوصا في ظل الثورة التكنولوجية والإعلامية وبروز التلفزيون العابر للأوطان، وطوفان المحتويات الذي يغمر المشاهد من كل مكان، ولقد تناولنا بالبحث موضوع التغيير الاجتماعي، من خلال التطرق إلى مفهوم التغيير انتقلنا إلى الحديث عن عوامل التغيير وأبرزها فيه و بشكل خاص عامل الإتصال، ذلك لتوضيح العلاقة بين الواقع الاجتماعي وبين عملية التغيير، الذي يعمل في اتجاهين الإتجاه الموجب إذا حقق نوعا من الارتقاء والتطور في المجتمع، الإتجاه السالب إذا كان بعيدا عن ذلك، كما تطرقنا إلى علاقة الزمن الإعلامي بالزمن الاجتماعي في عملية التغيير.

Abstract :

This paper examines the subject in a significant degree of importance , the subject of media impact in the process of social change, especially in light of the technological revolution , media and the emergence of television cross- homelands , and the flood of content , which bathes the viewer from all over the place , and wedeal with the research topic of social change , we try to talk about the factors change , most notably in it and in particular communication functioner, so as to clarify the relationship between social reality and the process of change , which works in opposite direction positive side if it achieved a kind of upgrading development of the society, and negative side if it falls away from it , it also deal with the relationship of media time with social time in the process of social change.

مقدمة:

يقول جورج جربنز صاحب نظرية الغرس الثقافي: "إنه في خلال عشرين سنة من حياة التلفزيون بين جماهير الأمة الغفيرة، قد استطاع أن يغيّر وجه الحياة السياسية في البلاد ويبدّل العادات اليومية لشعبنا، ويكيّف أسلوب حياة الجيل، واستطاع بين عشية وضحاها أن يجعل من الأحداث المحلية ظواهر كونية" (سعيد مبارك آل زعير، التلفزيون والتغير الاجتماعي: ص226). لقد أحدثت الثورة الإعلامية حسب نتائج العديد من الدراسات شروخا في نسيج القيم وتغيّرات محسوسة في المعايير والأذواق وأحدثت حالة من الاستلاب الثقافي للصورة نتيجة احتكارها للانتباه وتكريس عادات المشاهدة الممتدة لفترات زمنية يومية وأحدثت الكثير من التأثير السلبي على معدلات القراءة ودفعته باتجاه تنمية حاسة التلقي والاستهلاك وهي جميعها مضاعفات سلبية ناجمة عن سلطة الصورة وثقافة الصورة وخاصة عندما تنصرف تلك الصورة إلى مخاطبة ما هو مادي وغريزي في المتلقي، وهذا كلّه يعبر عن تحديات ثقافية تواجه المجتمعات العربية التي تعتبر قدرتها على المنافسة في ميدان إنتاج الصور وتوزيعها محدودة بحسابات ميزان القوى الثقافي. لقد أصبح الفرد في مجتمعاتنا العربية على غرار ما هو سائد في المجتمعات الغربية الأخرى يستغرق وقتا معتبرا في مشاهدة التلفزيون والتعرض إلى مختلف مضامينه الثقافية، ممّا أدّى بفعل ذلك إلى تغير ملحوظ في المجتمع بتراجع مكانة بعض المؤسسات الاجتماعية الوسيطة التي تقوم في المجتمع بعملية التنشئة الاجتماعية والثقافية كالأُسرة والمدرسة والمسجد، وإنه بازدياد استخدام نماذج رمزية -التلفزيون- فإنّ دور الوالدين والمدرسين والنماذج التقليدية الأخرى للأدوار سوف تحتل دورا أقل أهمية في التعلّم الاجتماعي" (ياس خضير البياتي، يورانيوم الإعلام: ص164)، ومع عوامة الصورة وانتشارها أصبح الفرد في المجتمع العربي بإمكانه أن يستهلك تقريبا ما يستهلكه الفرد في المجتمع الغربيمن خلال تعرّضه إلى التلفزيون الفضائي، الذي تمتلئ برامجه بأفلام العنف والجريمة والمغامرات والجنس، والأفكار والعقائد والقيم التي لا تتلاءم مع واقع مجتمعاتنا العربية. من هذه الفكرة سأتناول هذه الدراسة من خلال المحاور التالية: بداية بالمحور

المتعلق بالتغير الاجتماعي ونقدم فيه مفهوم التغير، نظريات التغير، عوامل التغير والواقع الاجتماعي وعملية التغير، ثم نتطرق إلى المحاور المتعلقة بوسائل الإعلام والتغير الاجتماعي، ونتطرق فيه إلى الموجب والسالب في عملية التغير الاجتماعي، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي وعملية التغير، وأخيرا العنصر المتعلق بعولة المكان الرمزي.

1. التغير الاجتماعي:

يعتبر التغير الاجتماعي سنة إجتماعية ماضية، تمر بها كل المجتمعات على اختلاف إيديولوجيتها وثقافتها، وهو حقيقة واقعة لا بد أن يحظى باهتمام كبير ومجال كامل من أجل تحول صحيح وسليم، إن الإهتمام في دراسة التغير الاجتماعي يتمحور حول (طيب برغوث، مدخل إلى سنن الاستخلافة: ص35): محور الضعف والتخلف والإنحطاط، ومحور النهضة والتجديد، ومحور الوقاية والاستمرارية.

1.1. مفهوم التغير:

جاء في لسان العرب: "تغير الشيء عن حاله: تحول. وغيره: حوّل وبدّله. كأنّه جعله غير ما كان (ابن منظور، لسان العرب: ص1035) ، وفي القرآن الكريم: "ذلك بأنّ الله لم يك مغيّرا نعمة أنعمها على قوم حتى يغيّروا ما بأنفسهم." (سورة الأنفال، آية53) أي: حتى يبدّلوا ما أمرهم الله... وقد استخدمت كلمة التغير في البحوث الاجتماعية للدلالة على: "التعديلات التي تحدث في أنماط الحياة في مجتمع معيّن أو في شعب من الشعوب، وتنتج هذه التعديلات من عوامل كثيرة متعدّدة داخلية أو خارجية.. والأسباب التي تؤدّي أو قد تؤدّي إلى حدوث التغير في الحياة الاجتماعية أسباب كثيرة مختلفة، كما أنّ التغير نفسه يمكن أن يتخذ أكثر من شكل.. فقد يكوك تغيرا في السلوك الاجتماعي الصادر عن الأشخاص الذين يعيشون في ذلك المجتمع أو قد يكون تغيرا في المجتمع نفسه.." (أحمد أبو زيد، البناء الاجتماعي: ص252).

2.1. نظريات التغير:

لقد كان موضوع التغير يمثل في وقت ما مشكلة من أصعب المشكلات في علم الاجتماع، فقد حاول أوجست كونت وبعض علماء القرن التاسع عشر تحديد عوامل التغير الاجتماعي وإتجاهاته خاصة بعد النتائج التي طرحتها الثورة السياسية في فرنسا والثورة الصناعية في إنجلترا، وأصبح البحث عن نظرية للتغير الاجتماعي التي تكشف عن قوانين الحركة والتغير في المجتمعات المحور الأساسي في اهتمامات علم الاجتماع..ويمكن أن نجمل موقف التنظيريين المحدثين والمعاصرين من موضوع التغير فيما يلي:

أولاً: فريق اهتمّ ببيان التغير الاجتماعي باعتباره يكشف عن الجانب المعياري للحياة الاجتماعية، فكل المجتمعات والثقافات في تغير مستمر، وإن كان التغير في بعض منها أسرع من البعض الآخر.

ثانياً: فريق آخر اهتمّ بتفسير التغير الاجتماعي، وفي هذا المجال يأتي جهد علماء الاجتماع في ميدان التمييز بين التغير الاجتماعي والتغير الثقافي، وتقرّر في هذا الصدد أن التغير الاجتماعي هو بالأساس تغير في الجوانب البنائية للمجتمع، أمّا التغيرات الأخرى فهي تغيرات في المركب الثقافي، ويُعدّ هذا التمييز أمراً ضرورياً. وإن كان لا يحدث في كثير من الأحيان، ليتسوّى ربط التغير بعوامله التي من نوعه، بيد أن علم الاجتماع الحديث يرفض حتمية الأخذ بالعامل أو السبب الواحد(أحمد النكلاوي، المدخل السوسيولوجي للإعلام: ص140).

1.1. عوامل التغير:

يشير ابن خلدون في مقدمته: "أنّ أحوال العالم والأمم وعوائدهم ونحلهم لا تدوم على وتيرة واحدة، ومنهاج مستقر، إنّما هو الاختلاف على الأيام والأزمنة والانتقال من حال إلى حال. وكما يكون ذلك في الأشخاص والأوقات والأمصار، فكذلك يقع في الآفاق والأقطار والأزمنة والدول، سنة الله التي قد خلت." (عبد الرحمان ابن خلدون ، مقدمة ابن خلدون: ص24)

وهذا يعني أنّ العوامل المؤثرة في عملية التغير متعدّدة جداً، وهذا التعدّد لا ينفي أن تكون بعض العوامل أشدّ تأثيراً من العوامل الأخرى التي اشتركت معها في عملية التغير ويمكن إدراجها فيما يلي:

1. العامل البيئي: ويقصد به الظواهر غير العضوية التي تؤثر على الحياة البشرية، مثل الموقع والمناخ والتضاريس، وكمية سقوط الأمطار والزلازل والبراكين والمناجم وحقول البترول.. ولا شك أنّ كل هذه العوامل تلعب دورها في التغيّر الاجتماعي، ويعتبر ابن خلدون أوّل من قرّر أنّ للبيئة الجغرافية أثرا في اختلاف البشر، جسميا وعقليا ونفسيا وخلقيا وإدراكيا..
2. العامل السكاني: من حيث أجناسهم وأعدادهم ونسب توزيعهم واستقرارهم أو ترحالهم، " ولا شك أنّ الانفجارات السكانية الناتجة من الزيادات السكانية المطردة في عدد سكان الدول النامية، يؤدي إلى عدة نتائج إقتصادية واجتماعية وهذه تؤثر على التغيّر الاجتماعي." (عبد الحميد محمد سعد، دراسات في علم الاجتماع الثقافي: ص161)
3. العامل الأيدلوجي: تعتبر الأيدلوجية قوة فكرية تعمل على تطوير النماذج الاجتماعية الواقعية، وفقا لسياسة متكاملة تتخذ أساليب ووسائل هادفة، وتساندها عادة تبريرات اجتماعية أو نظريات فلسفية، وأحكام عقائدية، أو أفكار تقليدية.. ومن هنا ترتبط الأيدلوجية بالحركة الاجتماعية، فهي ليست مجرد مجموعة من الأفكار والمعتقدات والاتجاهات التي تصور جمعا من الناس.. وإنما هي حركة فكرية هادفة لها فاعلية إيجابية في البيئة الاجتماعية وفي العلاقات الاجتماعية، بما يحدث تغييرا في القيم الاجتماعية وفي النظرية لطبيعة التدرجات الطبقية والعمليات الاجتماعية المختلفة.(أحمد الخشاب، التغير الاجتماعي: ص57)
4. العامل الإقتصادي: لقد ازدادت أهمية هذا العامل من خلال بروز الفوارق الكبيرة بين المجتمعات النامية والمجتمعات المتقدمة، حيث يتفق الباحثون على الأثر الهام لهذا العامل في عملية التغيّر الاجتماعي.
5. العامل التكنولوجي: يقصد به كل العوامل التي هي من ابتكار الإنسان للعمل على إشباع حاجاته المختلفة ، فاختراع أو اكتشاف أية وسيلة من وسائل الإشباع الجديدة لها آثارها الكبيرة في التغيّر الاجتماعي.(المرجع نفسه: ص61) ولقد أصبح التقدّم التكنولوجي واختراع الأجهزة الحديثة والتخصّص في إدارتها وتوزيعها يشكّل قدرة وقوة للدول التي تمكّنت منه، وأصبح وسيلة من وسائل التسلّط والسيطرة على القوة الإقتصادية أولا، ثم التبعية

الثقافية الناجمة عن الإعتماد على التكنولوجيا والأجهزة المستوردة (سعيد مبارك آل زعير، التلفزيون والتغير الاجتماعي: ص56).

6. عامل الاتصال: تحدّد وسائل الإعلام طبيعة المجتمع والكيفية التي يعالج بها مشاكله في(الوسيلة) امتداد للإنسان ولجهازه العصبي، فالتلفزيون يمدّ أعيننا والميكروفون يمدّ آذاننا والآلات الحاسبة مساوية لامتداد الوعي لدى الإنسان، ومن هنا تبرز الضرورة إلى تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات عن وسائل الإعلام، لأننا بمعرفة الكيفية التي تشكّل بها التكنولوجيا البيئة المحيطة بنا نستطيع أن نسيطر عليها ونتغلّب على قدرتها الحتمية .

ولقد قسّم ماكلوهان المراحل التي تعكس التاريخ الإنساني إلى أربع مراحل حسب طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة والتي ساعدت على تشكيل المجتمعات: بداية بالاتصال الشفهي: وهي مرحلة قبلية اعتمد فيها الإنسان على حواسه، وكانت حاسة السّمع هي المسيطرة. ثمّ مرحلة الاتصال السطري: حيث ظهرت الكتابة التي بدأت معها الحضارة، وحلّت فيها العين مكان الأذن كوسيلة للحس يكتسب بفضلها الفرد معلوماته. ثمّ اختراع جوتنبرغ للطباعة والتي تعتبر من أكثر الابتكارات التكنولوجية تأثيراً في الإنسان حيث ساعدت على تشكيل ثقافة أوروبا الغربية في الفترة ما بين 1500 إلى 1900، وشجّع إنتاج المواد المطبوعة على انتشار كبير وسريع للمعلومات أكثر من المكتوب باليد. ثمّ عصر (الدوائر الإلكترونية) وتتمثّل بشكل خاص في التلفزيون والسينما والعقول الإلكترونية التي تشكّل بدورها حضارة القرن العشرين .

4.1. الواقع الاجتماعي وعملية التغيير:

يُعرف عبد الرحمان عزي الواقع بأنّه: "مالا يمكن التّعبير عنه إلّا من خلال معاشيته، وهو في جوهره معنوي، رغم أنّه يمكن أن يظهر بصفة جزئية في الجسد".(عزي عبد الرحمان، الواقع والخيال في الثنائية الإعلامية، نحو تأسيس فكر إعلامي حضاري متميّز: ص77) فلا يمكن التّعبير عنه كلياً كما هو في الواقع بحكم أنّ مؤسّسة اللّغة لا تقدر على استيعاب الواقع، فهو أكثر اتّساعاً من اللّغة، بل يغمرها، وما يرتبط

بالمادي (المجسد) يبقى تجسيدا للمعنوي، ومن ثمّ فهو دليلا جزئيا على هذا المعنوي.. والتساؤل الذي يطرحه هنا هو: من أين نبدأ في دراسة هذا الواقع؟ (المرجع نفسه: ص78) إنّ شعور الأفراد بالتوتر والقلق والحيرة والشك والإرتباك.. هو الذي يفسّر آليات التطور الاجتماعي والتغيّر المتواصل ولو بدرجات متفاوتة بين مجتمع وآخر على مستوى البنى الذهنية والسلوكية، وما لذلك من أثر مباشر وغير مباشر على العلاقات الاجتماعية في المجتمع، ويُعتبر هذا الشعور وهذا الإحساس سلطة دافعة للحركة في اتجاه عملية التغيّر، الذي يتولّد من خلال سنة التدافع بين الخير والشر، أو بين ما هو إيجابي وما هو سلبي على كل المستويات، فالقانون الفيزيائي يؤكّد أنّ لكل قوّة، رد فعل معاكس لها في الإتجاه ومساو لها في القوّة.

ويعتبر هذا التدافع مؤشّر واضح على دور فعل الإنسان في تغيير ما هو سلبي في واقعه الاجتماعي، إنّ على المستوى المجتمعي أو على مستواه كفرد، فالإنسان مطالب دوماً بمحاولة تغيير وضعه الغير سوي أو تعديله أو التأثير فيه في اتجاه تغليب كفة تحقيق ما هو سوي.. هذا التغيير ليس دائما ممكنا، بل إنّ في غالب الأحيان غير ممكن إلّا بتكاليف لا يمكن تحملها إلّا عندما يبلغ المعنوي حدّه الأعلى، كما هو شأن الحركات الاجتماعية والثورات والانتفاضات والانفجاريات التي تقع... إنّ الشطر الكبير من الزمن الاجتماعي للفرد في المجتمع، يكرّس أساسا في عملية التكيف مع الواقع وحتى الهروب منه، وليس في تكريسه في عملية التغيّر (التغيير الجذري، ثورات وحركات اجتماعية..) كما يتصوّره الكثير، ومن هنا يتعيّن دراسة آليات التغيير التي تحدث بصفة معتبرة في الملجأ الذي يتجّه إليه الفرد من أجل تجاوز الوضع والتأقلم والتكيف معه، وفي هذه الحالة يمكن طرح التصوّر بشكل آخر، في شكل التساؤل التالي:

أين يتوجّه الإنسان حين يضيق به وضعه ولا يقدر على تغييره؟ (عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الإتصال، نحو فكر اعلامي متميّز: ص23)

يحاول الفرد الخروج أو الإفلات أو الهروب من الواقع (الوضع الغير سوي)، عندما ينتقل أو يلجأ أو يتحوّل إلى الخيال، وهو: "ما يبتعد عن الوضع من

أجل أن يقترب منه". وهو إطار علمي معرفي يسعى الإنسان من خلاله، إما إلى الإقتران بالحق أو الذوبان في الحياد عن ذلك، ومن ثمّ التدمير الذاتي والإجتماعي معنويًا وماديًا. إنّ سيرورة الانتقال واللُّجوء تسعى إلى أن ترتفع وتتجاوز الوضع، وهذا عن طريق البُنى والرموز اللُّغوية وغير اللُّغوية، كالرسم والنحت والإشهار مثلاً، ويتم هذا الإرتقاء عن طريق العقل الذي يتميز به الإنسان عن غيره، وتسمى هذه الحركية بالتمعقل وهو: "سيرورة الانتقال من الوضع إلى الخيال". أي الإرتقاء عن طريق البنية الذهنية العقلية، ومنه إذا كان الوضع (الذي هو في معظمه غير سوي) يعتبر إشكالا، والعقل أداة، فإنّ الخيال هو ما يهيكل بصفة مباشرة أو غير مباشرة الوضع، والعقل واسطة في هذه الحالة. وهنا يطرح التساؤل الرئيسي فيما إذا كانت العلاقة التي تربط الخيال بالوضع صحيحة، تعمل على ترجيح الكفة في اتجاه موجب أو تثمين الوضع السائد الذي هو بدون تدخل فعل الإنسان لا يكون موجبا. يمكننا أن نقرّ من خلال ما سبق بأنّ الخيال يتجلّى في مستواه الأسفى في الأبنية الدينية (الإسلام فيما يخصنا)، كما يمكن أن يتبلور جزئياً، في أحزمة ثقافية كأنظمة التعليم، والأيدولوجيا، والفن، والأدب، والمسرح، والرواية، والغناء، والرقص، والنكت، والأمثال، والأساطير، وكل ما يرتبط بما ينتجه الإنسان معنويًا أو حتى ماديًا في بعض الحالات.

ويُعتبر الإعلام كمحتوى ووسيلة، نظام مخيالي في إطار نظم أخرى، لكن ما يميّز الإعلام من خلال وسائله المكتوبة والسمعية_البصرية، قدرته على حمل مختلف الأنظمة المخيالية الثانوية التي ينتجها الإنسان سواء في شكل رموز لغوية أو رموز غير لغوية، ومن جانب آخر، فإنّ لكل مخيال حياته الخاصّة ومن ثمّ دوره المتميّز.

2. وسائل الإعلام وعملية التّغيير الاجتماعي:

تعتبر وسائل الإعلام الحديثة وسائل إحداث التغيير الاجتماعي، فقد استطاعت أن تحوّل العالم إلى "قرية عالمية" على حدّ تعبير مارشال ماكلوهان، لقد سحقت المكان وسعت إلى إقامة شبكة من العلاقات تربط بين الأفراد والجماعات والأمم والثقافات (حفناوي بعلي، مدخل إلى نظرية النقد الثقافي المقارن: ص308)، كما سعت إلى تشكيل وعي الإنسان

المعاصر بأشكال إيجابية وسلبية من خلال حضورها الكبير في حياة المجتمعات المعاصرة.

1.2. الموجب والسالب في عملية التغيير الإجتماعي:

تكون مؤسسة الإعلام كنظام مخيالي في اتجاه الموجب أو السالب، فهو في اتجاه أكثر إلى الموجب إذا كان هناك ما يوقّر الأرضية للإرتقاء، وهو في اتجاه أكثر للسالب إذا انعدمت هذه الخلفية ولم يعد العقل بحكم ما يحيط به قادراً على تبيان الصواب من الخطأ، والموجب هو ما يدفع بالوضع إلى الخيال، ويتمثل في أداء الأدوار التالية (المرجع نفسه: ص 25-32).

أولاً: تُوفر وسائل الإعلام (النظام المخيالي) الملجأ الذي يأوي الفرد والمجتمع حين يضيق الوضع، ويمكن أن نلاحظ في غياب هذا الملجأ ما يترتب على ذلك على مستوى شخصية الفرد من احتمال التدمير الذاتي والمجتمعي، من مثل ظاهرة الإنتحار والإدمان على المخدرات.. إنّ الحزام الثقافي الإعلامي يقوم مقام المرجع حين يشتد التوتر والإضطرابات والضغوطات، وبالتالي تستطيع البضائع الإعلامية أن تقوم بدور التملجؤ، أي الهجرة من عالم التّموضع إلى فضاء التّمخيل.

ثانياً: تسمح وسائل الإعلام عند اللّجوء إليها بالنظر إلى الوضع عن بعد، ومراجعته، وتفحصه، والتمعنّ فيه، فهي تمكّن من رؤية الوضع من زاوية خارجية.

ثالثاً: تمكّن وسائل الإعلام الإنسان من معايشة عوالم مخيالية متعدّدة ليس بالإمكان اكتشافها في الوضع، فهي تحمله عبر الزمان والمكان، وتسمح له بالنظر إلى وضعه من عدة نوافذ، فتساهم في إثراء تجربته والإرتقاء بها بعيداً عن الوضع، ولقد ارتبطت هذه الميزة بالمكتوب في تطوّر الحضارة العربية الإسلامية بعد مرحلة التدوين التي سمحت بشيوع المصادر التراثية الأساسية، وباكتشاف المطبعة في القرن الخامس عشر في عصر النهضة بأوروبا والتي سمحت بتدوين المعارف وإحداث التراكم وتوسيع دائرة نفوذها.

رابعاً: تساهم وسائل الإعلام في التنشئة الإجتماعية، أي أنّها تسمح للفرد بتعلّم واستيعاب قيم المجتمع وعاداته وتقاليده ونظراته إلى ما يحيط به، ويدخل في هذا السيّاق عملية التقمّص الوهمي لشخصية بطل الفيلم أو

المسلسل أو غيرها، ويمكن أن يحدث هناك شرح 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.

خامسا: نقد الواقع بشكل التّضمين، أي اللّجوء إلى التّلميح و استعمال ما هو غير مباشر إذا كان النقد المباشر غير مسموح به، فما لا يمكن التعبير عنه بصريح العبارة قد يتحوّل إلى مخزون مدفون في اللاشعور الفردي والجمعي، ويجد له منافذ عن طريق الرواية، والقصة، والأمثال، والإشاعة.. وهذه المخيلات تساهم في عملية التنفيس، وتجنّب الفرد والمجتمع مضار تدخل المؤسسات الرسمية.

سادسا: تغيير الوضع من خلال مغاييرته، فوسائل الإعلام تُدخل تصوّرات ومفاهيم وألفاظا لم تكن في متناول الوضع من قبل. ويظهر مفعولها في مواقف وسلوكيات الأفراد والجماعات حين تنتقل إلى الوضع فتدفعه وتغيره. كما يمكن لوسائل الإعلام أداء أدوار تغيير كل ما يرتقي بالإنسان من الوضع الغير سوي إلى المعنوي الذي يميّزه ويدفع به إلى التقرب من حقيقة الواقع، ويعتبر هذا المخيال سالبا إذا عمد إلى توظيف المخيلات في ترسيخ وضع غير سوي أصلا وتثبيته. فالسالب هو تسخير المخيال للوضع، وتمثل هذه الأدوار السالبة فيما يلي:

أولاً: تبرير الوضع القائم، بالعمل على اقتلاع القيم من سياقها في مسار تثبيت الوضع وتكريسه في خدمة مصالح ضيقة، مصالح مادية في أصلها معنوية فيما يلاحقها من امتيازات، وبالتالي تمنع الإنسان من تحقيق ذاتيته المعنوية والمادية وأداء رسالته.

ثانياً: المراقبة الذاتية والاجتماعية، حيث تعمل هذه الأنظمة الخيالية على فرض مجموعة من الحوافز والممنوعات التي تعيق عملية التطور وتحقيق ذاتية الفرد. وفي وسائل الإعلام تعمل ظاهرة المراقبة الاجتماعية بحضور الآليات الرسمية وغير الرسمية في المحافظة على الوضع القائم، وجعل الجمهور المتلقي ساكنا ذاعنا وممثلا غير ناقد للوضع الذي يتواجد فيه.

ثالثاً: منع الإنسان والمجتمع من إمكانية تغيير الوضع، ففي حالة ارتباط الفرد بوسائل الإعلام (نظام مخيالي) التي لا تنبثق من الخيال، فإنّها تمنعه من مواجهة الوضع ومن ثمّ تغييره، ويعكس اللّجوء إلى وسائل الإعلام والبقاء سجيناً فيها نوعاً من الهروب عمّا أفرزه الوضع، وتلك هي حالة مرضية تجعل الإنسان يتوهّم بأنّه تجاوز الوضع، بيد أنّه لا يزال يعيش تحت وطأته.

رابعاً: حجز الإنسان والمجتمع في قالب الأحادية والنمطية والإستهلاكية. فوسائل الإعلام تحمل قيماً متماثلة ومتشابهة تقوم على النمطية والمعياريّة، بحيث يصبح إنسان هذه الوسائل يفكر بصفة متماثلة، ويسلك سلوكاً شبه موحد. وهذا الوضع يقضي تدريجياً على الثراء الثقافي والحضاري الذي يميّز جماعات تتنوع في اللّغة والعوائد والتجربة والإحساس المشترك والتاريخ والارتباط بالخيال، وتسعى هذه الوسائل أيضاً إلى إيجاد مجتمع استهلاكي عن طريق الإشهار، بالترويج لبضاعة ذات طابع تجاري مرتبطة بنمط معيشي معيّن.

خامساً: دفع الإنسان والمجتمع إلى حافة التدمير الذاتي، ويتمثل في اللجوء إلى نظام مخيالي يقوم على الوهم الذي يبتعد عن الوضع من جهة، ولا يرتكن إلى كل ما له علاقة بالخيال، كما نجد ذلك في حالة الإدمان على مادة أو نمط حياتي معيّن، والذي عادة ما يؤدي بصاحبه إلى الفناء. إنّ هذا التدمير ليس بالضرورة مادياً ولكنه في معظم الأحيان معنوياً، خاصّة بعد أن تحوّل الكثير من الأنظمة المخيالية المعاصرة إلى ما سمّاه إرنست بيكر إلى اللاشيئية، أو موت المعاني في هذه الأنظمة وارتباطها أساساً بالغرائز الأولية التي تبقى الإنسان فيما دونه.

2.2. الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي وعملية التغيير:

يعتبر الزمن الإعلامي - الزمن المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الإعلام- طرفاً أساسياً في تطوّر أو تشكّل الزمن الاجتماعي على الرغم من أن الزمن الإعلامي يبتعد في عامته عن الزمن القيمي، وبنويوا، فالزمن الإعلامي زمن رمزي وليس حقيقياً، أي يعيشه الإنسان بصفة رمزية كمشاهدة

التلفزيون مثلاً. والحاصل أن الزمن الإعلامي بحكم نفوذه وامتداده إلى جل شرائح المجتمع بالإذاعة والتلفزيون والإنترنت واستغراق الفرد المعاصر وانهماكه مدة طويلة في التعامل مع هذه الوسائل الزمنية فإنه أصبح موجه الزمن الاجتماعي. (عزي عبد الرحمان، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: ص 26)

الزمن الإعلامي وتغير الزمن الاجتماعي المعاصر:

تعود غلبة الزمن الإعلامي وسيادته إلى سيطرته البنيوية على زمن الأفراد والجماعات، وذلك ما يظهر في حجم الساعات التي يقضيها الفرد مع الشاشة والحاسب. وبمعنى آخر فقد تقلص زمن العلاقات الاجتماعية تقنيا وعمليا مع ظهور أي وسيلة إجتماعية جديدة. فظهور الصحف قلّل من زمن الحراك الاجتماعي وبخاصّة في أوساط الفئات المثقفة. وأدّى اكتشاف الإذاعة إلى تحول الإستماع إلى الآلة الإذاعية على حساب الإستماع المباشر للآخر. واستقطب ظهور التلفزيون جل الأنظار، إذ أصبح الفرد يرى بعينه أكثر من الرؤية بالإدراك والوعي الفردي والجماعي. وساهمت شبكة الإنترنت في استهلاك ما تبقى من الزمن الاجتماعي المعاش بحجة أن هذا الإتصال تفاعلي، يعوض جزءا من الزمن الاجتماعي المفقود في الوسائل الإعلامية الأخرى، ولدى فإن العلاقة بين الزمنين الإعلامي والاجتماعي غير متكافئة بنيويا. وقد ارتبط هذا الإحتلال بمجموعة من العناصر الأخرى نوجزها فيما يلي: (عبد الرحمان عزي، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي: ص ص 64-84)

- إن الزمن الإعلامي مفروض إلى حد كبير، بينما يتأثر الزمن الاجتماعي بالتطور التدريجي الحاصل في المجتمع: يعني ذلك أن الزمن الإعلامي في الأصل صناعة غربية ودخوله كان إقحاما، بينما يعتبر الزمن الاجتماعي تطورا ذاتيا وإنتاجا محليا أقرب إلى واقع هذه المجتمعات.
- الزمن الاجتماعي أقرب إلى الواقع المحلي من الزمن الإعلامي: يعتبر الزمن الاجتماعي المحرك الأولي في التطور الطبيعي للمجتمعات والحضارات، إلا أن الزمن الإعلامي قد أخذ الصدارة شكليا في تشكل الزمن المعاصر بعامه.

- الزمن الإعلامي زمن رمزي بينما يرتبط الزمن الاجتماعي بالواقع المعاش: فالزمن الإعلامي يوفر للفرد عالما رمزيا قد لا يكون قائما في الواقع المعاش، الشئ الذي يفتح له باب الخيال والتأمن ومعايشة عوالم متعددة غير حاضرة في زمنه الاجتماعي.
- تأثير الزمن الإعلامي في نبض الحياة اليومية قائم على الرغم من صعوبة ضبطه لتدخل الأزمنة الخارجية الأخرى: ويمكن ملاحظته ميدانيا في كثرة الإرتباط بالزمن الإعلامي وقلة التفاعل مع الزمن الاجتماعي والدخول في علاقات زمنية رمزية مع الآخرين، وظهور سلوكيات تتأثر بالزمن الإعلامي فياالشراء، الأكل، الملبس، المشي، الكلام واستخدام التكنولوجيا...
- يفرض الزمن الإعلامي شكليا وتيرة أسرع من تلك التي يقوم عليها التحول الاجتماعي: حيث يواجه الفرد في لحظات معدودة في الزمن الإعلامي ما كان يتعرض له في عدد من السنوات إجتماعيا، فبعض المفردات والصور تقدم للفرد الناشئ في الزمن الاجتماعي على مراحل، مراعاة لدرجة نضجه نفسيا وروحيا وجسديا، بينما يخترق الزمن الإعلامي الحدود ويقفز فوق هذه المراحل.
- كثرة التعامل مع الزمن الإعلامي يبطئ حركة الزمن الاجتماعي والعكس، أي إن قلّة التعامل مع الزمن الإعلامي يسرع حراك الزمن الاجتماعي: إنّ كثرة الإنغماس في الزمن الإعلامي كمشاهدة التلفزيون وتصفح شبكة الإنترنت يكون بالضرورة على حساب الزمن الاجتماعي، أي قلّة العلاقات والروابط الإجتماعية بين الأفراد.
- تكون الفئات الأكثر حركية أكثر تأثرا بالزمن الإعلامي على اعتبار أن تنشئها ارتبطت بهذا الزمن أكثر من غيرها من الفئات الإجتماعية الأخرى: حيث اعتبرت العديد من دراسات تأثير وسائل الإعلام أنّ فئة الشباب شأنها شأن العناصر النشطة في المجتمع، أسرع الفئات تقبلا للجديد وأكثرها تأثرا في الآخرين، فهي التي من خلالها تنتقل المستحدثات التقنية وغيرها إلى فئات المجتمع. فالشباب بطبعه عنصر تجديد وتغيير، ويكون عادة أول من يتبنى هذه التكنولوجيا.

• يعتبر الزمن الإعلامي في معظمه زمن المجتمعات المصنّعة، وعادة ما يدفع الزمن المحلي إلى الانحصار والإضمحلال: إنّ معظم مضامين الزمن الإعلامي وبخاصة المسموعة والمرئية مرتبطة بالزمن الغربي، وحتى تلك المنتجة محليا فإنها كثيرا ما تعيد إنتاج وتيرة الزمن الإعلامي الغربي، كما هو ملاحظ في المسلسلات والأفلام وتقديم الأخبار شكلا وفي معظم المضمون. والحاصل أنّ هذا الزمن الوافد يكون على حساب الزمن المحلي سواء أكان إجتماعيا أو قيميا، وقد يؤدي هذا الزمن العولمي إلى إضعاف الهوية والإحساس بالانتماء على الرغم من أنّ هذا الزمن رمزي.

2.2.2. الزمن الإعلامي وتغير البنية الثقافية والقيمية : (عبد الرحمان عزي، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: ص33)

يتغير انسجام أو تعارض المحتويات التي يتعرض لها الفرد مع القيمة التي تشكل كل ما يسمو به الإنسان، الأساس في تحديد العلاقة بين الزمن الإعلامي والمجتمع. وتعود التأثيرات السالبة في الزمن القيمي إلى: أ_الزمن الكمي: بغض النظر عن المضمون، يعبر عن سوء استخدام الزمن الإعلامي، أي الاستخدام المبالغ فيه إلى حد الإدمان، ويتضمن التأثيرات التالية:

• استخدام الزمن الإعلامي بشكل مفرط يكون على حساب الزمن القيمي، سواء تعلق الأمر بزمّن العبادات أو المعاملات والعمل الصالح بعامة، فالفرد لا يشعر بمرور الوقت أثناء مشاهدة التلفزيون أو تصفّح شبكة الإنترنت.

• كثرة استخدام الزمن الإعلامي تحدث الإحساس بالعزلة، كما ينمي النزعة الفردية لدى المتلقي فيجد المتعة في الإنفراد والتمركز حول ذاته..

• كثرة استخدام الزمن الإعلامي تؤثر سلبا في مهارات الإتصال الشخصي، ومن ثم يضعف نسيج الزمن الإجتماعي، ويفقد الفرد تدريجيا كيفية التعامل مع الآخرين لغويا وثقافيا وسلوكيا..

- كثرة استخدام الزمن الإعلامي تجعل الفرد يخصص وقتا محدودا للزمن العائلي وتكوين الأصدقاء، وذلك ما يؤثر سلبا في العلاقات والوظائف والمسؤوليات الإجتماعية للفرد، أي أنها تعمل على تضيق المحيط..
 - كثرة استخدام الزمن الإعلامي تؤثر سلبا في الصحة النفسية والجسدية، كالقلق وضعف البصر، ومرض الإدمان على الإنترنت والتلفزيون.
 - كثرة استخدام الزمن الإعلامي يؤدي إلى التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى، وفي ذلك إضعاف للعين من جهة وتقليص للثقافة من جهة أخرى.
- بـ الزمن النوعي: وهو المضمون الذي يحيد عن القيم والثقافة بصفة عامة، ويعبر عن الإستخدام الذي يخل بقيم المجتمع، كالتأثر المباشر الظاهر في الإعلانات المروجة للتدخين والخمر، وكذا الدخول في علاقات رمزية غير مشروعة مع الجنس الآخر والإطلاع على المواقع الإباحية.. ويتضمن هذا الزمن التأثيرات التالية:
- يؤدي سوء استخدام الزمن الإعلامي (المضمون) إلى إهدار القيم أو تحييدها: فأني مشهد سلمي له تأثير سلبي في الفرد، ومن ذلك أن لا يأخذ الفرد الحدود التي تسطرها ثقافته على محمل الجد، فيتخطاها معتقدا بحكم تعوده على ما يتعرض له في الزمن الإعلامي أن ذلك أمر عادي أو من العاديات.
 - يؤدي سوء استخدام الزمن الإعلامي إلى إضعاف دور قادة الرأي والفكر، وتقمص أدوار نجوم الزمن الإعلامي: إن النماذج التي يتم تسويقها الآن في التلفزيون والوسائل المسموعة والمرئية، هي الممثلون والمطربون وعارضو الأزياء.. وقد يتبناهم الفرد كقدوة في حياته فينشغل بهم وبحياتهم فيمضي زمانه بدون زمان خاص به، أما حضور قادة الفكر والرأي في الزمن الإعلامي فقليل نسبيا، وقد لا يتضمن ذلك التشويق والتعليب والتغليب الموجود في حالة الإعلانات التسويقية الأخرى.

- يعتبر سوء استخدام الزمن الإعلامي وسيلة للتهرب والإفلات من الزمن الاجتماعي وقد يكون تعويضا غير حقيقي لعلاقات إجتماعية مفقودة، وذلك ما يلاحظ مثلا في كثرة الدردشة عبر الإنترنت.
 - يمنع سوء استخدام الزمن الإعلامي الفرد من تغيير ذاته، حيث يتخلّى الفرد شعوريا أو بصفة غير شعورية عن مسؤولياته ومشاكله الحياتية.
 - يؤدي سوء استخدام الزمن الإعلامي إلى تقليص المحلي وتوسيع العالمي، إنّ ارتباط الفرد أكثر بما يجري في العالم الخارجي من أحداث وتطوّرات في شتى المجالات.. سيكون مع الزمن وعيا أو انتماء عالميا لديه، ممّا يساهم ويؤدي إلى تكسير وتيرة الزمن الاجتماعي.
 - يؤدي سوء استخدام الزمن الإعلامي إلى المنح بين الحقيقي والرمزي، فتعطي الفرد الإحساس ثمّ الاعتقاد بأنّ ما يقرأه ويشاهده هو الحقيقة في حد ذاتها.
 - يؤثر سوء استخدام الزمن الإعلامي سلبا في الدراسة من حيث الزمن المستقطع على حساب زمن الدراسة والمطالعة، ولقد أظهرت الدراسات أنّ كثرة مشاهدة التلفزيون تؤثر سلبا في التحصيل الدراسي، كما أنّ ذلك يعود الفرد على الكسل الذهني والجسدي..
- لقد لعبت وسائل الإعلام بشكل عام دورا أساسيا في تشكيل وعي الإنسان المعاصر بأشكال إيجابية حيناً، وأشكال سلبية حيناً آخر، فهناك حضور جارف لما تعرضه هذه الوسائل في حياة الإنسان الحديث، إنّها حاضرة في التربية والتعليم، وفي الأسواق والشوارع، وعبر شبكات الإنترنت والفضائيات والتليفونات المحمولة، وفي الرياضة والسياسة...لقد أصبحنا فعلا نعيش ثقافة وحضارة صنعتها بحق وسائل الإعلام، فلم يعد بإمكاننا أن نفكر في كثير من أمور حياتنا السياسية والإقتصادية والترفيهية والترفيهية من دون أن نفكر فيما تعرضه هذه الوسائل.

قائمة المصادر والمراجع:

1. سعيد مبارك آل زعير، التلفزيون والتغير الاجتماعي، دار ومكتبة الهلال، جدة: 2008.
2. ياس خضير البياتي، يورانيوم الإعلام، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة: 2008.
3. ابن منظور، لسان العرب، دار لسان العرب، الجزء 2.
4. أحمد أبوزيد، البناء الاجتماعي، اللجنة المصرية العامة للكتاب، ط 7.
5. أحمد النكلاوي، المدخل السوسيولوجي للإعلام، نهضة الشرق.
6. طيب برغوث، مدخل إلى سنن الاستخلافية، قراءة في سنن التغيير الاجتماعي، دار قرطبة، ط 1، 2004.
7. عبد الرحمان ابن خلدون ، مقدمة ابن خلدون، الطبعة الرابعة، دار إحياء التراث العربي: بيروت.
8. عبد الحميد محمد سعد، دراسات في علم الاجتماع الثقافي، مكتبة نهضة الشرق.
9. أحمد الخشاب، التغير الاجتماعي، الهيئة المصرية العامة.
10. سعيد مبارك آل زعير، التلفزيون والتغير الاجتماعي، دار الشروق، بيروت، 2008.
11. عزي عبد الرحمان، الواقع والخيال في الثنائية الإعلامية، نحو تأسيس فكر إعلامي حضاري متميز، المستقبل العربي، العدد 183، 1994.
12. عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 2، 2009.

13. عزي عبد الرحمان، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، الدار المتوسطة للنشر، ط1 ، 2009.
14. حفناوي بعلي، مدخل إلى نظرية النقد الثقافي المقارن، منشورات الاختلاف، ط1، 2007.
15. عبد الرحمان عزي، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي، المستقبل العربي، العدد 321، 2003.
16. ماري وين، الأطفال والإدمان التلفزيوني، ترجمة عبد الفتاح الصبيحي، عالم المعرفة: 1999.
17. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب: القاهرة، 2000.
- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2006