

العولمة الاعلامية وأثرها على قيم المجتمع

عايد كمال، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر

الملخص

تعتبر العولمة ظاهرة عالمية شمولية لا تعترف لا بالحدود الجغرافية ولا بالتقسيمات السياسية، معتمدة في ذلك على التطور الهائل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال التي أثرت وتأثرت في القيم الاجتماعية للمجتمعات المحلية، لذلك سنحاول أن نوضح من خلال هذه المقالة بعض المفاهيم المتعلقة بكل من العولمة، القيم، الأثر، وكذلك لقاء الضوء على إشكاليات دراسات التأثير في علوم الإعلام والاتصال، مع محاولة رصد الآثار الإيجابية والسلبية لظاهرة العولمة في شقها الاتصالي على القيم الاجتماعية.

كلمات مفتاحية: الاتصال، القيم، العولمة، الإعلام

Résumé

La mondialisation est un phénomène mondial qui ne reconnaît ni frontières géographiques ni divisions politiques, qui se fonde sur l'énorme développement des technologies de l'information et de la communication qui ont touchés et influencés les valeurs sociales des communautés locales, de sorte que nous allons essayer de faire comprendre à travers cet article certains concepts liés à la mondialisation, les valeurs, l'impact, ainsi que les problématiques sur les études de l'influence dans le domaine des sciences de l'information et la communication, avec une tentative de surveiller les effets positifs négatifs de ce phénomène dans le coté communicatif sur des valeurs sociales.

Mots clés : communication, valeurs, globalisation, information, communautés locales.

Abstract

Globalization is a global phenomenon that does not recognize geographical borders or political divisions, which based on the enormous development of technologies of informations and communications, which has affected and influenced the social values of the local communities, so we will try to understand through this article concepts related to globalization, values, impact, and issues on the studies of the influence in the field of communication sciences with an attempt to monitor the negative and the positive effects of this phenomenon in the communicative side of social values.

Keywords: communication, values, globalisation, information, local communities.

مقدمة :

يشهد المجتمع العالمي منذ العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين مرحلة فريدة من مراحل تدفق المعلومات بأشكالها العديدة سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية عن طريق أدوات تكنولوجية واتصالية أبرزها القنوات الفضائية وشبكة الانترنت والهواتف المحمولة، حيث أصبحت شعوب العالم المنفصلة مكانيا متصلة عن بعد عبر الشبكة العنكبوتية ومرتبطة إلكترونيا بواسطة التكنولوجيا في العالم الافتراضي، وأصبح الإنسان محاطا بكم هائل من المعلومات والأحداث على المستويين الإقليمي والمحلي والعالمي بعد أن ألغيت الحدود الإقليمية بين الدول والثقافات بتأثير من التكنولوجيات المعلوماتية المختلفة، وهذا ما اصطلح عليه بالعملة الإعلامية التي تعبر عن الشق الإتصالي والمعلوماتي من الظاهرة الشمولية للعملة¹.

إن من أهم مظاهر العملة الإعلامية التي جعلت من العالم شبه حي سكني في مدينة كبيرة، هو الانفجار المعلوماتي أو الثورة المعلوماتية التي سيرتها الثورة الاتصالية، الأمر الذي كان له تأثير كبير على المستوى السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، وعلى التركيبة القيمية التي تميز البناء الفكري والثقافي لشعوب العالم، إذ ترابطت شبكات الاتصال مع

¹ - سلوى السيد عبد القادر. الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية/ مصر، 2013، ص13.

شبكات المعلومات، وهو الشيء الذي يتضح في حياتنا اليومية من خلال الاستعمال الدائم والمستمر لهذه الوسائل، وهذا ما نتج عنه تأثيرات كبيرة على المنظومة القيمية للمجتمعات الأخرى، تمثلت في ظهور قيم وسلوكيات ومعايير جديدة تحكم تلك المجتمعات، والمجتمع الجزائري ليس بمعزل عن هذه الظاهرة حيث عرف هو الآخر تغيرات اجتماعية كبيرة وصدمات ثقافية عديدة تسببت فيها بعض الأحداث السياسية والاقتصادية، أثرت عليه بصفة عميقة، وهو الآن أمام رهانات وتحديات جديدة تفرضها العولمة الاعلامية من خلال ترسانة التكنولوجيات التي تمتلكها وهي القادرة على التأثير في أي مجتمع مهما كانت صلابته منظومته القيمية.

1-تعريف العولمة :

هي مفهوم أو مصطلح انتشر في السنوات الأخيرة، فكرته الأساسية ازدياد العلاقات المتبادلة بين الأمم سواء المتمثلة في تبادل السلع والخدمات، أو في انتقال رؤوس الأموال، أو المعلومات والأفكار وسرعة تدفقها، أو في تأثير أمة بقيم وعادات وتقاليد وقواعد غيرها من الأمم، وواكب انتشار العولمة الطريق السريع للمعلومات والسموات المفتوحة، وانتشار الفضائيات واتفاقيات الجات التي ألغت الحواجز الجمركية بين الشعوب والأمم والحماية الفكرية للأعمال والأفكار والمنتجات وسيطرة القيم الغربية الأمريكية على العالم فيما يخص أساسا الديمقراطية وحقوق الإنسان والمجتمع المدني، فالعولمة ماهي الا رسمة العالم، حيث تتم السيطرة عليه في ظل هيمنة دول المركز وسيادة النظام العالمي الواحد، وبالتالي إضعاف القوميات وإضعاف فكرة السيادة الوطنية وصياغة ثقافة عالمية واحدة تضمحل إلى حوارها الخصوصيات الثقافية، والنمط السائد حاليا هو العولمة الأمريكية على غيرها من الإيديولوجيات².

2-العولمة الاعلامية :

أسهم التقدم التقني ونمو البنية التحتية للاتصالات في العالم إلى توسع نطاق التواصل العالمي، وشهد نصف القرن الماضي تحولا عميقا في كثافة تدفق الاتصالات ومجالاتها المختلفة، فقد حلت أنساق الاتصال المتكاملة التي تضغط فيها المعلومات المنقولة رقميا محل الاتصالات الهاتفية التقليدية التي كانت تعتمد على انتقال الرموز الصوتية عبر الأسلاك بمساعدة من الأساليب والأدوات التكنولوجية، وغدت تكنولوجيا الكوابل أكثر كفاءة وأقل كلفة، كما ضاعفت الألياف الضوئية من عدد القنوات التي يمكن استخدامها في عمليات الاتصال. لقد تركت نظم الاتصال اثارا مذهلة في طبيعتها وأهميتها وتداعياتها. ففي

² - اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي. معجم مصطلحات عصر العولمة، دارالثقافية للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2006، ص 334.

الدول التي وصلت فيها البنية التحتية للاتصالات مرحلة متقدمة، تستعمل المنازل والمكاتب شبكة متعددة الوصلات مع العالم الخارجي، بما فيها الهواتف الأرضية والمحمولة، وأجهزة الفاكس، والتلفاز الرقمي، والانترنت حيث برزت شبكتها باعتبارها أسرع ما تم اختراعه حتى الآن من تكنولوجيا الاتصال، حيث أدى انتشارها إلى تسارع عملية العولمة وتعميقها، وأسهمت وسائل الاتصال التقنية الأخرى في تحسир الفجوات، وردم الأسوار التي كانت إلى عهد قريب تفرض العزلة والانفصال والانقطاع عن العالم على كثير من المجتمعات. إن أشكال التكنولوجيا الحديثة قد يسرت اختزال الزمان والمكان، بحيث أصبح بمقدور شخصين على طرفي العالم أن يتحادثا ويتبادلان الوثائق والمعلومات في لحظة واحدة باستخدام تطبيقات مختلفة من تقنيات الاتصال.

لقد دفع تكامل الاقتصاد العالمي بعملية العولمة قدما إلى الأمام. وخلافا للمراحل السابقة، لم يعد الاقتصاد العالمي يعتمد بصورة أساسية، على الزراعة أو الصناعة. وأخذ يعتمد بدلا من ذلك وبصورة جوهرية على ما يسمى بالنشاط الخفيف أو الملموس، والمادة الأساسية لهذا النشاط هي المعلومات، كما هي الحالة في منتجات برمجيات الحاسوب، ووسائل الإعلام والترفيه والخدمات التي تعتمد على شبكات الانترنت. وتستخدم في ذلك مصطلحات عديدة لوصف السياقات الاقتصادية الجديدة مثل "المجتمع ما بعد الصناعي" و"عصر المعلوماتية" أو "اقتصاد المعرفة" وهو المصطلح الأكثر شيوعا، حيث ارتبط نشوؤه ب بروز قاعدة واسعة من المستهلكين الملمين بالمفردات التقنية وتطبيقاتها واستخداماتها، في مجالات حياتهم اليومية³.

3-الثقافة الجديدة في زمن الاستهلاك الاعلامي :

يمكننا الحديث عن صنفين من العولمة ذات العلاقة الوطيدة بالإعلام.

3-1- عولمة الإعلام : بمعنى تحويل الجماهير العالمية على اختلاف مشاربها ومعتقداتها إلى متابعة نفس وسائل الاعلام ومشاهدة نفس المضامين، وإدمان الوسائط الاتصالية ذاتها، حيث يرى تشومسكي أنها : "التوسع في التعدي على القوميات من خلال شركات عملاقة شاملة ومستبدة يحركها الاهتمام بالربح وتشكيل الجمهور وفق نمط خاص، حيث يدمن الجمهور أسلوب حياة قائما على حاجات مصطنعة مع تجزئة الجمهور، وفصل كل فرد عن الآخر".

³ - انتوني غدنز. ترجمة فايز الصباغ، علم الاجتماع، مركز دراسات الوحدة العربية، ط4، بيروت لبنان، 2005، ص 120-121.

3-2- إعلام العولمة : أين يقوم الإعلام بالترويج لأيديولوجية العولمة، هذه الأخيرة تستخدم في مضامين استراتيجيتها

الثقافية ما يمكن أن يسمى إغراء العرض، من خلال استغلال الإغراءات التي تنتجها التقنيات الحديثة في الاتصال، الذي أدى إلى تغيير جذري في نظرية الثقافات، يتمثل هذا التغيير في محورين :

- اللجوء إلى ثقافة الصورة بدل ثقافة الكلمة.
- التوجه المباشر للقاعدة العريضة دون التوقف للجدل مع الصفوة.

إذن لقد برزت ثقافة جديدة خلقتها وسائل الإعلام هي " الثقافة التي تدخل المتعة إلى نفوس الناس بعيدا عن كل تنظير أو خطاب إيديولوجي ورفض مقولة النخبوية في الثقافة والفكر والفن، والإغراق في تفاصيل الحياة اليومية، ورفض كل مرجعية فنية أو ثقافية أو جمالية عامة، فقد جرى تحويل الواقع المعاش إلى صور مرئية ومسموعة عبر وصف تفاصيل الحياة اليومية كالطعام، والشراب والاحاديث والجنس، والنشاط الرياضي، وتم الترويج للثقافة الاستهلاكية تحت شعار كسر احتكار المعرفة وحق الجماهير بالثقافة، وكسب المعلومة والمتعة بأسعار زهيدة⁴.

4-التعريف الاصطلاحي للعولمة الاعلامية :

إذا أردنا تحديد مفهوم واضح لعولمة الإعلام والاتصال، يمكننا أن نعتمد تعريف الدكتور محمد شومان حيث يقول بأنها : "عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع والمستمر في قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة، والتكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات، وذلك لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية، وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات العملاقة المتعددة الجنسيات على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجالين الإعلامي والثقافي من ناحية أخرى"⁵.

5-مفهوم القيم :

لغويا، وردت كلمة قيمة في اللغة اللاتينية وهي مأخوذة من الفعل Valeo، ومعناه قوي ويعبر عن فكرة أن الإنسان يعيش في صحة جيدة وأنه مفيد ومتكيف، واستخدم الفرنسيون القيمة بمعنى Valeur، وارتبطت بمعنى اقتصادي وبفكرة بذل

⁴ -حفيظة بوخاري. تحليل سيميولوجي لدلالات البرمجة عبر قنوات الأم بي سي، مجلة الدراسات الاعلامية القيمية المعاصرة، العدد 5، المجلد 02، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 16-17.

⁵ - رحيمة عيساني. الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الاعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية الشباب الجامعي بالجزائر أمودجا، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 119-120.

المال من أجل الحصول على الأشياء، أما في الإنجليزية فاستخدم مصطلح Worth، واحتفظ بالمعنى اللاتيني الذي يعني القوة، ووردت كلمة قيمة بالقران الكريم في قوله تعالى "فيها كتب قيمة"، كما وردت أيضا في "الدين القيم"، فالإنسان أو العمل أو الدين يكون قيما بمعنى مستقيما، والإنسان القيم هو المستقيم في أفعاله وسلوكه، كما استخدم الشعراء هذا المفهوم لإبراز بعض المقومات الخاصة بالشجاعة والكرم.

والقيم هي الحكم الذي يصدره الشخص على شيء ما، مهتديا بمجموعة من القواعد والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من أنماط السلوك.

وتناول محمد الجوهري وآخرون القيم في معجم لغة الحياة اليومية، فكلمة قيم تعني الشخص ذو المكانة ويحسن تصرفاته ويعتني بميئته وهندامه بالإضافة إلى شخصيته المؤثرة⁶.

ورأى رالف لينتون أن مصطلح القيمة يتضمن عدة معان، تختلف باختلاف السياق أو المجال الذي تستخدم فيه، وإذا أغفلت الاستخدامات التقنية والفنية للمصطلح في علوم الاقتصاد والرياضيات والفن إلى غير ذلك من المجالات، ستظل هناك قائمة طويلة من المعاني، وأشار لينتون إلى أكثر معاني القيمة شيوعا وهو "أن القيمة هي أي شيء إيجابي" وطبقا لهذا فإن القيم هي أي شيء يمكن أن يؤثر على قرارات الفرد في مواقف الاختيار.

واعتقد روبن وليامز أن القيم تشير إلى الإهتمامات والرغبات والميول، والتفضيلات والواجبات والالتزامات الأخلاقية، والأمنيات والمطالب والأهداف والحاجات، وما يكرهه الناس وما يجذبهم، ومختلف الأنواع الأخرى من التوجهات المختارة . وعرف كلايد كلاكهون القيم بأنها "تصور صريح أو ضمني، خاص بفرد أو مميز لجماعة عما هو مرغوب فيه، ويؤثر على الاختيار من بين البدائل المطروحة من أنماط ووسائل وغايات الفعل".

ورأى ايكه هولتكرانس أن القيمة هي الدافع الإيديولوجي الذي يؤثر في أفكار الإنسان وأفعاله"، أما مالنوفيسكي فيرى أن القيمة هي "إرتباط قوي وحتمي بين الإنسان وبعض الأهداف والمعايير لإشباع حاجاته". أما روبرت ردفيلد فقد أجرى تعديلا على تعريف كلاكهون السابق ورأى أن القيمة "هي تصور معين واضح أو ضمني خاص بفرد أو مميز لجماعة حول الشيء المرغوب، ويؤثر في عملية الاختيار من بين الأساليب والوسائل والأهداف المتاحة".

⁶ - سلوى السيد عبد القادر. الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر 2013، ص 19.

لقد جاء في التعريفات المشار إليها في أن القيم أفكار وتصورات وأحكام ودوافع، وإنما في الغالب تعبر عن شيء إيجابي مرغوب فيه، ولها دور في التأثير على قرارات واختيارات الإنسان، وإنما مبادئ وقوانين متعارف عليها إجتماعيا أي موضوع بواسطة المجتمع ونابعة عنه، كما تختلف من مجتمع لآخر، ومن جماعة لأخرى في ذات المجتمع، وهي بصفة عامة موجهة للسلوك الإنساني.

مما سبق يمكننا أن نعطي تعريفا إجرائيا للقيم ويكون كالتالي: " تعبر القيم عن مجموعة من الأبنية الفكرية المتوارثة إجتماعيا والتي تتعلق بما يستخدمه وما يملكه وما يفعله الناس وتنطوي على الاعتقاد فيما هو مرغوب فيه وما هو مرغوب عنه، وتحكم علاقة الإنسان بذاته وبالأخر وتنعكس في السلوك الملاحظ"⁷.

6- إشكالية التأثير في بحوث وسائل الإعلام :

نقصد بالأثر تلك العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها، لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الإجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية، وهذا وفقا للقيمة التي تحملها هذه المحتويات، وما تمثله بالنسبة اليهم، ومدى قدرتها على اشباع حاجاتهم المختلفة⁸.

تحتل وسائل الإعلام مرتبة هامة في المجتمع وتخرق جميع مجالات الحياة اليومية بمختلف أنواعها تقريبا، وتستحوذ على جزء كبير من أوقات فراغ الناس، ولو أن الأمر يختلف من مجتمع إلى آخر والتباين فيما بين الأفراد وارد، لكن على العموم، يقضي الناس عددا معتبرا من الساعات أسبوعيا في مشاهدة التلفزيون، ومنهم من يجد الوقت لاستعمال وسائل إعلامية أخرى مثل الإذاعة والصحافة والانترنت .

وبسبب هذا التواجد الكلي لوسائل الإعلام، وقدرتها على نشر محتويات ثرية ومتنوعة، أصبح الكثير من الناس منشغلين بوسائل الإعلام وبالتأثيرات التي يمكن أن تحدثها على عقول الأفراد ووجدانهم وسلوكياتهم، وبصفة خاصة على الشرائح الأقل سنا، أي الأطفال والمراهقين والشباب. وعليه، فإن قوة وسائل الإعلام وتأثيرها المفترضين، وعلى امتداد السبعين سنة الماضية،

⁷ - سلوى السيد عبد القادر. مرجع سابق، ص 20-21.

⁸ - السعيد بومعيرة. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات، دراسة إستطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 29.

أديا إلى القيام بدراسات كثيرة، في مجالات مختلفة كالحملات الإنتخابية وتصوير العنف والعنصرية، وفي مجالات التعليم والصحة والتنمية السياسية والاقتصادية، وقضايا الهوية والقيم الثقافية في البلدان الانتقالية، وما يميز هذه الدراسات هو ضمها لعناصر حول تأثير وسائل الإعلام الإيجابي والسلبي على حد سواء، ولكن التأثير السلبي في معظمها .

فوسائل الاعلام لم تترك العديد من المؤسسات الاجتماعية على الحياد، والنقد والقلق اللذان تم التعبير عنهما بشأن التلفزيون، مثلا، كانا قد وجها من قبل إلى السينما والرسوم المتحركة، فإن الانشغال بتأثيرات وسائل الإعلام ظهر بصفة ملحّة نتيجة لأجندة عمومية بدلا من أجندة أكاديمية .

في الواقع، تعتبر مسألة تأثير وسائل الإعلام إشكالية معقدة بالنسبة لمدارس الإعلام و مقارباتها المختلفة، ومن بين العوامل المساهمة في التعقيد الذي تتصف به إشكالية تأثيرات وسائل الإعلام، هو تعدد وسائلها وتطورها السريع وتشعب استخداماته⁹.

إن تأثير وسائل الإعلام في المجتمع يتجلى في الاستخدام المخطط لهذه الوسائل وعدم تسييرها اعتباريا ، ويمكن أن يلمس الجميع ذلك، من خلال الملاحظة المباشرة، لمجالات التغير في المعرفة، والسلوك على المستوى الفردي، والجماعي في علاقتهم، بوسائل الإعلام أثناء التعرض لها، مما يؤدي إلى تغييرات على المستوى الاجتماعي وفي البناء الثقافي واتجاهاته. وهذا يعني أن الفرد في إطار عمليات الاتصال المتعددة، المعقدة والمتشابكة ليس سلبيا، و لكنه يتفاعل مع الغير من خلال الوسائل المختلفة، لتكوين صور، متعددة عن هذه العوالم المحيطة به، تفيده في اتخاذ قراراته واحكامه، فيما يتعلق بهذه العوالم، ويترتب عن ذلك أن بناء هذه الصور والمعاني وتفسيراتها هي بناءات إجتماعية ناتجة عن التفاعل بين الأفراد من خلال الوسائل المختلفة.

كما نجد كذلك قطاعات أخرى من الجماهير تحت دافع الحاجة إلى الراحة والاسترخاء، والتعرض إلى ما تقدمه وسائل الاعلام من مواد ترفيهية، يقبلون برضى كامل صورة العوالم التي تقدمها له وسائل الاعلام من خلال الأعمال المختلفة، لأنها تساعد على التخلص من تأثيرات الواقع الذي يعيشه وأعبائه وبالتالي نجد أن نفس هذه الفئات العريضة من المجتمع تقبل الصور

⁹- عبد الرحمن عزي والسعيد بومعيرة. الاعلام والمجتمع، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والاسلامية، دار الورسم، الجزائر،

والمعاني والتفسيرات التي تقدمها وسائل الاعلام، سواءا بتأثير المرحلة العمرية أو المستوى التعليمي، أو محاولة الهروب من الواقع الحقيقي¹⁰.

7-العولمة الاعلامية والتغير القيمي والثقافي في المجتمع :

تتسم الثقافة بأنها غير ثابتة، والأفراد في أي ثقافة عرضة للتأثر بجماعات أخرى محيطة بهم حيث يتكيفون مع البيئة الجديدة وتتغير ثقافتهم الأم، كما هو مشاهد في كثير من بقاع الارض، فما هو صحيح وثابت هذا العام قد لا يكون كذلك في السنة والسنوات القادمة، فهي عملية تأثر وتأثير تعطي صفة عدم الثبات للثقافة في أي مجتمع من المجتمعات.

والتغير الثقافي هو أي تغيير يطرأ على جانب من جوانب الثقافة المادية و اللامادية سواءا عن طريق الإضافة أو الحذف أو تعديل السمات أو المركبات الثقافية ويمكن ان يحدث التغير الثقافي نتيجة لعوامل عديدة، وفي الغالب بفعل الاتصال بثقافات أخرى أو بفضل التجهيزات والمخترعات التي قد تدخل ثقافة معينة .

و مصطلح التغير الاجتماعي شديد القرب في معناه من التغير الثقافي أو الحضاري، وكثيرا ما تستعمل صفة اجتماعي بمعنى حضاري، فيتطابق معنى المصطلحين ولكن يمكن تحديد معنى التغير الاجتماعي بأنه التبدلات الهامة في العلاقات والنظم والقيم والمعايير والعادات الاجتماعية الثابتة نسبيا والتي تكون البناء الاجتماعي نتيجة لمؤثرات وعوامل حضارية واقتصادية وسياسية وتفاعل بعضها مع البعض الآخر¹¹.

قد تكون دعوى العولمة دعوة متجددة ومستترة للتغريب وليس للاتصال الثقافي، لأن الاتصال الثقافي يتضمن استعارة متبادلة للأنماط السلوكية والنظم الاجتماعية المختلفة بين الثقافات المتصلة، أما أن يتجه الانتشار الثقافي من الغرب إلى الشرق، وان يسير الإكتساب الثقافي في اتجاه واحد هو اتجاه الإنتشار فهذا لا يعتبر تبادلا ثقافيا أو اتصالا ثقافيا بل هو إكتساب ثقافي وتحديد هيمنة ثقافية ونقل ثقافي.

وفيما يتعلق بالقيم باعتبارها أحد جوانب الثقافة المعنوية، يرى ميلتون روكيتش أنه إذا كانت القيم غير ثابتة تماما فسوف يستحيل التواصل بين الشخص والمجتمع الإنساني فلا بد أن يكون أي تصور للقيم قادرا على التصدي للخصائص الثابتة والمتغيرة للقيم"، ويرى روبن وليامز أن خلال القرن العشرين لم تظهر توجهات قيمية أساسية جديدة، كما لم تختفي قيما

¹⁰ - بلقاسم بن روان، وسائل الاعلام والمجتمع، دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية للنشر، الجزائر 2007، ص 29، 27.

¹¹ - سلوى السيد عبد القادر، مرجع سابق، ص 48.

أساسية بشكل كامل، وأكد أن الأهم هو التغيرات التي تحدث في المعتقدات وفي تأكيد وترتيب القيم، والتي تكون مصحوبة بنتائج تتعلق بالخبرة الإنسانية والتنمية المجتمعية وعلى هذا الأساس أكد أن التغيير في المعتقدات والقيم من التغييرات الهامة، وأن القيم تستجيب للتغييرات في الخبرة الإنسانية على المدى الطويل وقد يحدث تغير القيم نتيجة التغيير في المعلومات حول الذات والبيئة الاجتماعية.

وتقوم التكنولوجيا بدور هام في تحديث القيم، وقد أشار اليكس انجلز في هذا الشأن إلى أن التصنيع له أثره على تحديث القيم والاتجاهات، حيث تشجع المهنة الاتجاه نحو تحديث القيم، ويدفع تطور الثقافة والتعليم إلى اكتساب الكثير من الخبرات والمعارف والتصورات الجديدة، وأشار دانيال ليرنر في حالة تطوير مسار المجتمع التقليدي إلى ضرورة دخول القيم الجديدة التي يكون لها رد فعل في عملية الغزو الثقافي واستحداث التنمية، حيث يتطور المجتمع ويتحدد ما هو تقليدي ليصبح مستحدثا، وهناك مقاييس مختلفة لاكتساب الثقافي هي بذاتها مقاييس التحديث، ويؤكد هذا أن للتكنولوجيا بصفة عامة والتصنيع بصفة خاصة أثر على تحديث القيم والتنمية، و أكد ميشيل بارك أن بالرغم من أن التغير الثقافي عموما ربما يكون ظاهرة طبيعية وحتمية فقد ينشأ عنه مشكلات خاصة أثناء الاكتساب الثقافي أو عندما يحاول المجتمع أن يحافظ على نظامه في مواجهة التغير¹².

إن قبول قيم جديدة يحمل في طياته سلبيات، لم يتعود الأفراد على تقبلها، لذا قد يلجأ العديد منهم لتجميد الماضي بما فيه من قيم اجتماعية واقتصادية وسياسية ومن ثم تتفاوت درجة القبول والرفض ويتأرجح المجتمع بين الماضي والحاضر إلا أن التطورات في مجال التعليم والاقتصاد والإعلام تحول دون العودة إلى الوراء وأن بدا ظاهريا التمسك بالقديم دون الجديد.

8- الآثار الاجتماعية للعولمة الإعلامية على الجمهور :

8-1- الآثار الإيجابية على المستوى الاجتماعي :

إمكانية الوصول إلى الأفكار والمعلومات بحرية، ودون وساطة الجهات التي كانت تحتكر طويلا هذه الوسائل الإعلامية، خاصة الحكومات صاحبة هذه الوسائل تاريخيا. والخروج من إطار العزلة على صعيد الفرد والمجتمع، إلى مجالات أرحب من الاتصالات والمشاركة والمعرفة.

¹² - سلوى السيد عبد القادر. مرجع سابق، ص 57.

الإمكانات الفنية التي يتيحها التلفزيون الرقمي من الصور الأكثر وضوحا إلى التوسع في المهام و الوظائف . إلى وفرة المعلومات المطلوبة بسرعة وكفاءة عالية، لاتستطيع أية جهة أن تفرض عليها قيود الرقابة أو التشويش..

الإنكشاف الذي حصل داخل المجتمعات المغلقة أو القابعة وراء أسوار العزلة أو تلك التي تمارس القهر السياسي والاجتماعي أو التطهير العرقي، بما يعنيه هذا الإنكشاف من إمكانية الحساب والتغيير وإثارة الرأي العام.

تعرف الشعوب على أنماط حياة وثقافة ومستويات الشعوب الأخرى، خاصة لجهة التقدم العلمي الذي تعيشه الدول المتقدمة، مقارنة مع أشكال التخلف والأمية والفقر الذي ترزح تحت أثقاله بعض شعوب الأرض. وقيام أشكال من الانفتاح الإعلامي والاتصال الثقافي بين الشعوب من ثقافات مختلفة، بما يعزز الشعور بوحدة المصير الإنسانية.

الانعكاسات اللغوية لثورة المعلومات في مجال المفردات والمصطلحات التي تدخل عالم الإعلام والاتصال، وتصبح بمرور الوقت معربة تنثري القاموس اللغوي العربي في التعاطي مع تطورات العصر المستفيدة من ثورة المعلومات.

8-2- الآثار السلبية على المستوى الاجتماعي :

معظم القنوات الفضائية خاصة الأجنبية منها تعظم نمط الاستهلاك والإنتاج الغربي، وتجعل من اللغة الوسيط الأمثل لتكريس هذا النمط.

تأثر الشباب بعمليات الغزو الثقافي نتيجة للانفجار المعرفي الهائل، وتطور البث الفضائي المباشر، إذ تركز القنوات الأجنبية الوافدة، خاصة الغربية منها على أفلام العنف والبرامج المثيرة للجنس، وضح كم هائل من مخلفات الثقافة الغربية.

تساهم في الترويج لقيم غير مرغوب فيها؛ أو تنمية اتجاهات سلبية أو عادات سلوكية ضارة بالتنشئة الاجتماعية الصحيحة.

يصبح البث الفضائي الوافد مصدرا جديدا لإنتاج وصناعة القيم والرموز وأدوات تشكيل الوعي الإنساني والوجدان والذوق، ويقدم ثقافة معلبة الصنع، تتضمن منظومة من القيم تدور حول تشجيع الترفيع الاستهلاكية، وغرس قيم الأنانية والفردية والروح النفعية¹³.

¹³ - رحيمة عيساني. الآثار الاجتماعية والثقافية للعوامة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية الشباب الجامعي بالجزائر أمودجا، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص174.

خاتمة :

تبدو عولمة الإعلام والاتصال أحد المظاهر والتجليات الأساسية لظاهرة العولمة حيث تعمل كأداة متطورة جدا من خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة الانترنت والبث الفضائي المباشر، من أجل توسيع دائرتها لتشمل القيم الاجتماعية، والأنساق الثقافية في المجتمعات المختلفة. للعولمة الإعلامية كثير من الأبعاد والمظاهر التكنولوجية التي برزت بشكل واضح من خلال تكامل واندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وتسهيل عملية التفاعل داخل الوسائط المتعددة من جهة، وبين الجمهور المستهلك من جهة أخرى، حيث يتضح أثرها عليه بصفة قوية من خلال رصد سلوكياته وتغير منظومته القيمية من خلال إلغاء وتغيير وإنتاج قيم جديدة، وإشاعة ثقافة الاستهلاك، وتكريس وترسيخ ثقافة الإختراق الثقافي، والتوجه نحو القضاء على التنوع الثقافي التقليدي. مما يؤدي بضرورة الوعي أثناء استعمال هذه التقنيات الحديثة من خلال دعم الإنتاج الثقافي المحلي والتسويق للقيم الأساسية للمجتمع المحافظ.

قائمة المراجع :

1. بومعيزة السعيد. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات، دراسة إستطلاعية. منطقة البليدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.
2. عبد الكافي اسماعيل عبد الفتاح. معجم مصطلحات عصر العولمة، دارالثقافية للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2006.
3. غدنز، انتوني. علم الاجتماع ترجمة فايز الصياغ، مركز دراسات الوحدة العربية، ط04، بيروت لبنان، 2005.
4. بن روان بلقاسم. وسائل الاعلام والمجتمع، دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2007.
5. بوخاري حفيظة. تحليل سيميولوجي لدلالات الترجمة عبر قنوات الأم بي سي، مجلة الدراسات الاعلامية القيمية المعاصرة، العدد5، المجلد 02، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
6. عيساني رحيمة. الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية الشباب الجامعي بالجزائر أمودجا، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

7. عبد القادر سلوى السيد. الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2013.
8. عزي عبد الرحمن وبومعيزة السعيد. الاعلام والجتمع، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والاسلامية، دار الورسم، الجزائر، 2010.