

محاضرة رقم 06: الإعلام التفاعلي والقيم الاجتماعية (المحاضرة الأخيرة)

1 - تحديد المفاهيم:

- الإعلام التفاعلي:

- " نوع من أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي، يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، حيث تمثل التفاعلية أهم سماته، يسمح للناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع."

- القيم الاجتماعية:

- يعرفها تالكوت بارسونز: " عنصر في نسق رمزي مشترك يعد معيارا أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف ... وهي المعايير التي تحكم بها كون الشيء مرغوبا فيه أو غير مرغوب فيه." - " هي مجموع المبادئ والمعايير الاجتماعية تتصل من قريب بالمستويات الخلقية التي تقدمها الجماعة ويمتصها الفرد من بيئته الاجتماعية، ويقوم منها موازين يبرر بها أفعاله ويتخذها هاديا ومرشدا.. حيث توجه سلوك الأفراد وأحكامهم واتجاهاتهم فيما يتصل بما هو مرغوب فيه أو مرغوب عنه من أشكال السلوك... يتم الكشف عنها من خلال التعبير اللفظي والسلوك العملي والوجدان والانفعال وتشمل قيم ايجابية يتم تشجيعها وقيم سلبية ينبغي التخلي عنها "

ومنه فالقيم هي مجموعة المبادئ والمعايير الكامنة لدى الفرد وتعمل على توجيه سلوكه ورغباته وضبطها وتنظيم علاقاته مع أفراد المجتمع. مثال: العفة، الأمانة، الرحمة، الصدق، الحياء، العدل.... .

2- مميزات وخصائص الإعلام التفاعلي:

- المرونة في الاتصال: حيث يتميز مستوى الاتصال فيه بالنقاش والحوار والتعليق والإعجاب وينتقل من مستوى إلى آخر، والتفاعل مع المحتوى الاتصالي يسمح بفرص التعديل فيه من إضافة أو حذف كما يمكن نسخه ونقله من موقع لآخر ومن صفحة لأخرى.

- تفعيل الطاقات المتنوعة لدى الأفراد: يمكن أن يعمل الإعلام التفاعلي من خلال وسائطه المتنوعة على توجيه الأفراد نحو الإبداع والتطوير وزيادة مجالات المعرفة وتطوير القديم من السلوك والقيم وإحلال الجديد منهم، وزيادة قدرة المستخدم على تقبل المساق الاجتماعي والسياسي للأحداث.

- يلي الاهتمامات الفردية والعامة في الوقت نفسه: فالرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن أن يشبعها الإعلام القديم، فبفضل الإعلام التفاعلي أصبحت تتشكل فضاءات تواصلية عديدة، وهي عبارة عن أمكنة افتراضية مثل غرف الدردشة والحوار بدون حدود وبدون تاريخ ويكون الحوار والتواصل أساسها.

- هو إعلام بديل عن النظام الإعلامي القائم: منتج لثقافة اتصالية بديلة حيث يشكل من خلالها ما أسماه وينجر وزملائه بمجتمعات الممارسة و"هي عبارة عن جماعات من البشر يشتركون في غاية واحدة ومجموعة من المشكلات ويقومون بتعميق معرفتهم وخبراتهم في هذه الناحية عن طريق التفاعل بصورة مستمرة، وهي نوع من المجتمعات الافتراضية."

- الزمن الميدياتيكي: حسب الدكتور عبد الله الحيدري ويعني الزمن الذي نحققه في صلتنا المستمرة مع وسائل الاتصال بوصفنا أفرادا اجتماعيين ولا يعدو أن يكون زمنا وسائطي لاعتمادنا في الإنتاج والتفكير والتواصل والتفاعل على تقنيات الإعلام و الاتصال، ويحتضن ميول الأفراد واتجاهاتهم بوصفهم متابعين ومستهلكين ومنتجين للصناعات الإعلامية فكل مجتمع ينتج تمثله للزمن عن طريق الأنشطة التي يقوم بها وفي المقابل كل مجتمع تقوده منظومة القيم الميدياتيكية إلى بناء تمثله للزمن.

3- أهمية القيم الاجتماعية للفرد والمجتمع:

- تعمل القيم على تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها ضمن المعيار الصحيح وإصلاحها نفسيا وخلقيا وتجنبيها التناقض والاعترا ب عن محيطها ما يحفظ توازن الفرد، حيث تساعده في الإحساس بالأمان من خلال الاعتماد عليها في مواجهة تحديات الحياة التي تواجهه.

- تنسج السلوكيات والعادات والتقاليد والعلاقات بين أفراد المجتمع وتوضح خصائصها، وتوجه السلوك بطرق مختلفة للمحافظة على البناء الاجتماعي، كما تشكل الإطار العام لأخلاقيات المجتمع الذي يساعد في بناء المجتمع وتنظيمه وتوطيد دعائمه.

- تساعد الفرد في إدراك وضبط وجوده الاجتماعي بما يجعله أكثر فاعلية، حيث تضبط حاجة الفرد لغيره من أفراد المجتمع ليستطيع أداء أدواره الاجتماعية بحيوية وفعالية، وتوجه سلوكه وتساعد في الحكم على أفعاله وأفعال الآخرين ما يسهل تكيفه داخل المجتمع.

- تساهم القيم في التحكم في استخدام الأفراد لوسائل الإعلام التفاعلي سواء بالإقبال على استخدامها أو رفض استخدامها، فالقيم هنا تساهم في وقاية الأفراد من كل ما هو سلبي في هذه الوسائل، والعكس في حالة تدني مستويات القيم وغياب النسق القيمي المتوازن الذي يعمل كقريب ذاتي على الاتجاهات والسلوكيات أين يمكن أن ترتكب مخالفات وجرائم وسلوكيات سلبية اتجاه الفرد والمجتمع معا.

4- الإعلام التفاعلي ودوره في تنمية القيم الاجتماعية:

- لوسائل الإعلام التفاعلية دور كبير في التأثير في سلوك أفراد المجتمع وإكسابهم قيما جديدة يجب أن تتسجم ومنظومة القيم والأخلاق المقبولة في المجتمع، فهي مؤسسة تربوية تساهم في بناء الإنسان في إطار قيم وعادات وتقاليد المجتمع.

- ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقدوة الحسنة مع زيادة الوعي الديني بأهمية القيم الإسلامية، حيث تسهم وسائل الإعلام التفاعلي في نقل القيم من جماعة إلى أخرى داخل المجتمع، ومن مجتمع أو ثقافة إلى مجتمع وثقافة أخرى، ومن جيل لآخر من خلال عمليات التثقيف والانتشار، كما يمكن لوسائل الإعلام التفاعلي أن تعيد ترتيب القيم في المجتمع لدى الجماهير من خلال تكثيف النشر حول قيم معينة ووضعها في الصدرة ونشر قيم جديدة تحل محل القديمة، مثال: قيم التسامح مكان قيم التعصب للقبيلة والأصل والمذهب، قيمة الوسطية مقابل التطرف، قيمة الحوار مقابل الجدل، قيم المشاركة مقابل قيم السلبية واللامبالاة، قيمة الفوضى مقابل قيمة الالتزام.

5- الإعلام التفاعلي ودوره في هدم القيم الاجتماعية:

- الاتصال المستمر والدائم بوسائل الإعلام والاتصال الالكترونية يصل بالفرد إلى حد تفكك الروابط الحميمة الأسرية والاجتماعية الأخرى، فمن أهم سمات وتوابع المجتمع الافتراضي الذي ينشأ بواسطة الإعلام التفاعلي الانتهاء إلى العزلة رغم الانفتاح على العالم والتواصل مع الآخرين، فالفرد أصبح ينتظر من المجتمع الافتراضي أكثر مما ينتظره من المجتمع الواقعي، هذا ما يؤكده شيري تيركل في كتابه **المعنون بنحن معا، لكننا وحيدون**. هذه العزلة قد تقود الكثيرين إلى الابتعاد عن معتقداتهم وقيمهم الواقعية وتصل بهم إلى الانحراف عن المجتمع وحتى الانتحار.

- تكوين قيم جديدة تتناقض قيم المجتمع وتقليد الغرب في الملبس والمشرب والمأكل، حيث أن وسائل الإعلام التفاعلي اليوم آليات للغزو الفكري والاختراق الثقافي الذي ساهم في إحلال قيم غريبة وحديثة مكان القيم الأصيلة هذا ما يخلق الصراع القيمي لدى البعض ويغير من الهوية لدى البعض الآخر، هذا الصراع نتج عنه تنامي قيم التعصب بعد الثورات والأزمات حيث تم إعلاء قيم الترفيه على الجدية وقيم السطحية على العمق وتفضيل الأنا على الوطن والماديات على المعنويات.

من هنا تأثير الإعلام التفاعلي على القيم يكون في اتجاهين إيجابي وسلبي وتبقى مؤسسات التنشئة الاجتماعية الفصيل في هذا التأثير للحد من سلبياته بتوضيح أضراره ووسائله ومضامينه وطرق استخدامه وتوضيح سبل الاستفادة منه، خاصة الأسرة كنواة أولى ينشأ فيها الفرد وهي التي توفر هذه الوسائط الإعلامية والاتصالية لأفرادها أو تسهم من بعيد في توفيرها لهم.