

الإعلام الثقافي: رؤية نقدية

د. نجاة لحضيري

باحثة في المركز الوطني للبحث

في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية، وهران، الجزائر

الملخص

شهدت الوسائل الاتصالية تطورا هائلا عبر العصور. كما عرفت الممارسة الإعلامية تقدما مسايرة مع الفلسفات التنظيرية التي ظهرت في بيئات إعلامية متباينة في الخصائص والسمات. إذ تلعب الوسائل الإعلامية دورا فاعلا وكبيرا في الحياة العامة لذلك فهي تختلف من حيث المضامين التي تعرضها على الجمهور الواسع والمتفاوت في السن، والفئة الاجتماعية، وكيفية تلقي الرسالة مع فهمها وطرائق التفاعل معها؛ لذلك أنشئت وسائل إعلامية متخصصة في مجالات عديدة. وبالتالي ترتبط تسمية الإعلام بالمجال أو الموضوع الذي يعالجه حيث نجد منه: الإعلام الرياضي، الإعلام السياسي، الإعلام الطبي... والإعلام الثقافي.

يعالج الإعلام الثقافي مختلف المواضيع التي تشد إلى الثقافة من حيث الدلالات، والعادات، والتقاليد والقيم داخل المجتمع، مع القيم الثقافية المتنوعة الأبعاد والدلالات المادية واللامادية والتي بواسطتها يُبنى فيها فكر وحضارة المجتمع، كما يسعى إلى المحافظة عليها وتواصلها بين الأجيال.

تطرح الورقة البحثية التساؤل التالي: ما هو الإعلام الثقافي وكيف يسعى في الحفاظ على الموروث الحضاري مع القيم الثقافية ضمن البيئة المحلية واستمراريتها؟

Abstract

The means of communication have witnessed a tremendous development through the ages. The media practice also witnessed progress with the theorizing philosophies that appeared in media environments with different characteristics and features. It plays an active and significant role in public life. Therefore, it differs in terms of the contents that it presents to a wide audience of varying age and social group, and how to receive the message and methods of interaction with it. Therefore, media outlets specialized in many fields were established.

Cultural media deals with various topics that draw to culture in terms of connotations, customs, traditions and values within society, and cultural values of various dimensions and material and immaterial connotations in society, and seeks to preserve and communicate it between generations. Accordingly, what is cultural media and how does it seek to preserve the cultural heritage in local environment with cultural values in its continuity?

المقدمة

أسندت إلى الوسائل الإعلامية بمختلف قنواتها القديمة والحديثة عدة أدوار إعلامية واتصالية لتكتسب من خلالها مكانة هامة في حياة الشعوب عبر العصور ولتصبح جزءاً مكماً لحياته المعاصرة؛ إذ تتولى عدة وظائف داخل المجتمع منها الإخبارية والتثقيفية، والترفيهية، والتربوية والتنشئة الاجتماعية، علاوة على التنشئة السياسية؛ من خلال تكوين الرأي العام وتثويره حول مجموعة من القضايا التي تشد اهتماماته. تتنوع الوسائل الإعلامية ما بين الصحافة المكتوبة التي تعد أول وسيلة إعلامية ظهوراً من طرف البورجوازية لتقسي الأخبار وتقييم أنشطتهم في المجال السياسي كونها مرتبطة بالسلطة، والاقتصادي من خلال سعيها من أجل الحفاظ على ممتلكاتها وتنميتها بهدف الإبقاء على مكانتها في المجتمع؛ الإذاعة والتلفزيون وأخيراً الإعلام الرقمي. ومع التقدم الحاصل في كل المجالات وتشعب مجالات الحياة توافقا مع متطلبات المجتمع في نقل المعارف وتداولها، تطور معها الإعلام في المهمة والوسائل والمضامين والاستخدامات وحتى من حيث الملكية. بخصوص الجانب الأول ظهر ما يسمى بالإعلام المتخصص أما فيما يتعلق بالوسائل فنفرع إلى نمطين تقليدي وحديث، ومن حيث المضامين فهي تعالج الموضوعات التي يهتم بها جمهورها، ويمكن أن تكون ملكاً لمؤسسات خاصة أو عمومية، أو ملكاً لأشخاص مهنيين أو مواطنين عاديين في بيئتين إما محلية أو دولية.

لا يخفى على العام والخاص في الوقت الراهن أن الإعلام أضحى جزء لا يتجزأ من كيان الفرد داخل المجتمع؛ وبالتالي تتمظهر أهميته في الدور الذي يلعبه في مسار تطور وتغير المجتمعات من حال إلى حال مع سعيه من أجل المحافظة على خصوصياته التي تميزه عن باقي المجتمعات الأخرى. إذ تتمظهر تلك الخصوصيات في اللغة، والدين، والعادات والتقاليد ومختلف المعتقدات وكل ما يخدم النفع العام إلى جانب الثقافة بمختلف مكوناتها وتمظهراتها المادية واللامادية.

تعكس الثقافة مستوى الوعي الحضاري للمجتمع كما تعد موروث حضاري ضارب في عمق تاريخ المجتمعات البشرية المتباينة في الخصوصيات والتركيبية البشرية؛ فهي تنفرع إلى العناصر اللامادية كاللغة، والقيم الثقافية ومختلف المعتقدات والسلوكيات التي يؤمن بها المجتمع نفسه؛ وعناصر مادية كالتراث، والمؤلفات، والآثار ومختلف الرموز والأشكال التعبيرية والفنية والجمالية. وفي هذا الإطار نجد مختلف المجتمعات في العالم تولي اهتماماً بالغاً بموضوع الثقافة من حيث تطويرها، وإظهارها مع حمايتها من الاندثار عبر الزمن، وذلك من خلال تناقلها ما بين الأجيال ضماناً لاستمراريتها.

لذلك نجد أن الإعلام ذو صلة بالثقافة من حيث اعتبارها جزء هام من القيم التي يقوم عليها المجتمع، كما أن مختلف الوسائل الإعلامية بمختلف قنواتها التقليدية والحديثة تقوم بمهمة نقل الثقافة ونشرها على نطاق واسع مسايرة مع متطلبات جمهورها في إطار أهدافها التحريرية؛ لتعد الثقافة عنصر لا يمكن إغفاله مما يستوجب معالجتها من المنظور الإعلامي كما يمكنها أن تشكل عامل يوضح دور وأداء الوسيلة الإعلامية من العملية الاتصالية وجانب موضوعاتي هام تسعى لتتويره وإظهاره.

انطلاقاً مما سبق طرحت الورقة البحثية الإشكالية التالية: ما هو الإعلام الثقافي وكيف يسعى في الحفاظ على الموروث الحضاري مع القيم الثقافية ضمن البيئة المحلية واستمراريتها؟

أهمية الدراسة

يحتل الإعلام الثقافي مكانة هامة في المجتمعات المعاصرة في سياق التطور التكنولوجي الذي ألغى الحواجز واختصر المسافات الزمانية والمكانية؛ كما مكن من تمازج الثقافات والتعايش فيما بينها عبر العالم. وفي هذا السياق ساهم الإعلام الثقافي بكونه إعلام متخصص بقنواته التقليدية والرقمية في نشر الثقافة وتداولها على المستويين المحلي والعالمي؛ كما منح لها سمة العالمية من دون أن تفتقد خصوصياتها المرتبطة بالبيئة المحلية للوسيلة الإعلامية التي تنشرها أو تسعى إلى الترويج لها.

أهداف الدراسة

إن دراسة الإعلام الثقافي في علاقته بالبيئتين المحلية والخارجية يساعد على كشف مدى استمرارها والدور المنوط بها في علاقتها بالإشكالات الحياتية المتشعبة والتي تلعب فيها الثقافة دوراً داخل المجتمع الذي يتميز في كفاءات تفاعل أفرادها معها ووتيرة استمرارها في ظل التحولات الجوهرية التي عرفها ولا يزال المجتمع الراهن، وهو ما يعكس مهمة الإعلام المتخصص.

منهج الدراسة

انتهجت الورقة البحثية المنهجين: التاريخي الذي يهتم "بجمع الحقائق والمعلومات من خلال دراسة الوثائق والسجلات والآثار".⁽¹⁾ كما يقوم ب "مراجعة الماضي من خلال آثاره المختلفة ومن ثم تحديد المشكلة موضوع البحث مع وضع الفروض المختلفة لها مع تحليل البيانات والمعلومات المتعلقة بها، ثم يقوم باختبار الفروض المختلفة حتى تتضح مجالات الاتفاق والاختلاف بينها مع الأدلة التاريخية التي حصل عليها مع عرض النتائج للنقد والتحليل للتعرف على مصداقيتها ودقتها".⁽²⁾ إلى جانب

المنهج التحليلي الذي يسعى إلى تحليل مفهوم الإعلام الثقافي وسيورته ومدى أهميته وتداعياته على الفرد والمجتمع باعتباره إعلام متخصص من حيث النشأة والدور والأهمية وكيفية مساهمته في رد الاعتبار للثقافة كمضمون أساسي للمضامين التي يعنى بنشرها ومعالجتها.

مصطلحات الدراسة

الإعلام: (ع ل م)، مصدر أعلم.⁽³⁾ والمصدر إعلاما. ومعنى أعلم: قام بالتعريف والإخبار لغيره والثلاثي منه علم، عرف وخبر، وقال صاحب لسان العرب: يجوز أن تقول علمه الشيء بمعنى عرفته وخبرته. وفي التنزيل: "وأخبرين من دونهم لا تعلمونهم الله يعلمهم".⁽⁴⁾ أما اصطلاحا نجد العالم الألماني أوثوغورث يعرفه بأنه: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها النفسية في نفس الوقت".⁽⁵⁾ كما يطلق المصطلح أيضا على الوثائق والمطبوعات والصور والأفلام والتقارير والدوريات والتسجيلات والأشرطة والخرائط وكل ما يحوي ويضم معلومات يتم حفظها والاحتفاظ بها على هذا النحو في تخصص معين، أو في عدد من التخصصات.⁽⁶⁾ يعرف باللغتين الفرنسية والانجليزية بتسمية الميديا (Média) الذي هو "مصطلح عام يشير إلى الأداة (كتاب، مذياع، شبكة الكترونية...)، لكن يشير أيضا إلى نقل المعارف والرسائل بين الأشخاص".⁽⁷⁾ يقول ويكام ستيد عميد الصحافة الإنجليزية: "ليست الصحافة حرفة كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، وهي ليست صناعة بل طبيعة من طبائع الموهبة، وهي شيء بين الفن والعبادة. والصحافيون خدم عموميون غير رسميين، هدفهم الأول العمل على رقي المجتمع". تسعى الصحافة إلى تحقيق عدة أهداف "أولا: الإخبار والإعلام، ثانيا: الشرح، التفسير والتعقيب، ثالثا: الإرشاد، التنوير والتوجيه، ورابعا: تلبية رغبات الجمهور وحاجياته، خامسا وأخيرا: التسلية والإمتاع".⁽⁸⁾ وتختلف هذه الأدوار باختلاف طبيعة الوسيلة الإعلامية ونمطها وفئة الجمهور المستهدف وخاصة السياسة التحريرية بمعنى الهدف المنوط بها خلال قيامها بالعملية الاتصالية. إذ تؤثر الوسائل الإعلامية على الرأي العام باتجاهين إيجابا أو سلبا حسب طبيعة المحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه الوسائل للجمهور.

يُعرف على المفاهيم بكونها متعددة ومتشعبة المعاني، حيث يطلق عدة دارسين وباحثين في علوم الإعلام والاتصال على الوسائل الإعلامية مصطلح الصحافة، لكن بعضهم الآخر يخصص لكل فرع من الوسائل الإعلامية تسمية خاصة بها بدء بالصحافة المكتوبة، فالراديو والتلفزيون وأخيرا الإعلام الرقمي. وتعتبر الصحافة المكتوبة أول وسيلة إعلامية ظهرت تزامنا مع اختراع الطباعة؛ فبقدر ما يتنوع مضمونها نجدها تختلف في المستوى واللغة وزوايا الطرح ومعالجة المواضيع استنادا

على غايات العملية الاتصالية، لذلك فهي تختلف في الطابع، والاستعمال والتأثير. وفي هذا الصدد، يوجد "ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأي العام بحسب الفئة الاجتماعية التي تستعملها وهي:

- الصحافة المتخصصة: وهي التي تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة ويطلع هذه الصحافة الصفوة والقادة والمتقنون ثقافة عالية، وهؤلاء يقومون بدور رئيسي في وضع السياسة العامة التي تؤثر في بقية شرائح المجتمع وفئاته.

- الصحافة المتميزة: وهي الصحافة الإخبارية التي تعتمد على أساليب المنطق والعقل في معالجتها للموضوعات المختلفة وتشمل مضامينها على أهم الأنباء، وعلى تقديم خلفيات إضافية لها، كما تعرض وجهات النظر المختلفة وتقوم بالتحقيقات والمتابعات وتجري مقابلات مع المسؤولين من الصفوة (النخبة) الذين يحددون القضايا والموضوعات وتقدم تحليلات وتعليقات تتصف بالمعرفة والذكاء.

- الإعلام الشعبي: ويتألف من الصحافة الشعبية بالإضافة إلى الإذاعة والتلفزيون وهذا النوع من الإعلام يقدم مواداً خفيفة تهتم بالتسلية والترفيه كما أن عرضه للأخبار يكون سطحيًا وسريعًا وغير متعمق ويميل نحو الإثارة وتمضية الوقت في معالجته للموضوعات المختلفة.⁽⁹⁾

ويعد تكوين الرأي العام وتنويره حول مختلف القضايا المهمة الرئيسية للصحافة، لذلك يرى الباحثون أن الرأي العام ينقسم إلى ثلاثة فئات هي: "الرأي العام المسيطر، الرأي العام المستنير أو القارئ (و) الرأي العام المنقاد. والأول: رأي القادة، والزعماء، والحكومات في أغلب الأحيان. والثاني: رأي الطبقة المثقفة في الأمة، وهي الطبقة القادرة على الدرس والمناقش؛ والثالث رأي السواد الأعظم من الشعب ممن يستطيعون متابعة البحث أو الدرس.⁽¹⁰⁾ ويقسمه آخرون "إلى ثلاثة أنواع هي: الرأي العام الكلي؛ الرأي العام المؤقت (و) الرأي العام اليومي. فالأول: يتصل اتصالاً قوياً بالدين، والأخلاق العامة، والعادات، والتقاليد الموروثة، وغيرها من الأشياء الثابتة في الأمة، ولذا يمتاز هذا النوع بالثبات، ويشترك فيه السواد الأعظم من الناس؛ والثاني: هو ما تمثله الأحزاب السياسية، والهيئات العامة والخاصة، وذلك عندما تسعى لتحقيق هدف معين في وقت معين؛ والثالث: هو النوع المتقلب كتنقلب الجو في شهر أمشير - كما يقول المصريون -".⁽¹¹⁾

يتشكل الرأي العام انطلاقاً من استقبال الجمهور الرسائل الإعلامية مع تعرضه الدوري وبشكل متكرر ومستمر للمضامين المختلفة التي ترد بشكل يساير ما تقدمه هذه الصحف من محتويات ومضامين إعلامية وفق خطها التحريري. إذ يعكس الرأي العام المتكون لدى الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية الرأي العام المسيطر والذي يتخذ خلاله المواقف والاتجاهات نفسها التي تتخذها الوسيلة الإعلامية تجاه مختلف القضايا.

الإعلام الثقافي: هو عبارة عن "دراسة الثقافة من وجهة (نظر) الإعلامية والاتصالية إدراكاً من أهمية التوصيل الثقافي في المجتمع (و) نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام".⁽¹²⁾

يُشار إلى أن مصطلح الإعلام الثقافي يتكون من شقين: إعلام وهو ما يعني به العملية الاتصالية التي تحدث داخل المجتمع من خلال قيامه ب "نقل المعلومات أو المعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة عن طريق أدوات ووسائل الإعلام والنشر الظاهرة أو المعنوية ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير".⁽¹³⁾ يعني كذلك "كافة أوجه الاتصال النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بالحقائق والأخبار والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية ودون تحريف مما يؤدي إلى إحداث أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية بالحقائق والمعلومات الموضوعية والصحيحة عن هذه القضايا والأمور بما يساهم في تنوير الرأي العام".⁽¹⁴⁾ ويعرف قاموس المصطلحات الاجتماعية الثقافة بكونها "الوحدة الكاملة للسلوك المتعلم الذي ينتقل من جيل إلى الذي يليه".⁽¹⁵⁾ من جهته، يعرفها مالك بن النبي في كتابه مشكلة الثقافة بوصفها "مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته وتصبح لاشعوريا العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه".⁽¹⁶⁾

ينبني الإعلام "على أربعة مبادئ أساسية يتعين على جميع الأجهزة والتقنيات الإعلامية المحافظة عليها لضمان فعالية العملية الإعلامية وهي: الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات والتجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق والصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية والتعبير الصادق عن الجمهور الموجه إليه هذا الإعلام".⁽¹⁷⁾ ويذهب المختصون إلى اعتبار وظيفة الحصول على معلومات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والتصرف بشكل مقبول اجتماعياً،

من الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام بالنسبة للمتلقي.⁽¹⁸⁾ بخاصة لما يحدث التفاعل ورجع الصدى بين المرسل والمتلقي.

اصطلاحاً، يدخل الإعلام الثقافي ضمن الإعلام المتخصص في مجال الثقافة من خلال تقديم مختلف المضامين ذات صلة بالثقافة نجد منها: الشعر والأدب، أو ما له صلة بالحرف أو التراث والآثار التي تمتد من فترة ما قبل التاريخ مع تلك التي تدخل ضمن سياق التاريخ الحديث، إلى جانب الموروث الفني والتعبير الجمالية التي تعبر عن الثقافة، حيث تستند بشكل أساسي إلى السياق العام للمجتمع. وهو بمثابة إعلام موجه إلى الجمهور المهتم بالثقافة بمختلف مظهراتها.

تزامن تطور الوسائل الإعلامية عبر الزمن مع تحول الثقافة من القيم الثقافية في شكلها البسيط بكل ما تحتوي عليه من أخبار ومضامين والمنتج الثقافي المتنوع في الأشكال والمشارب الفنية، والجمالية، والتراثية والإبداعية الموجه إلى الجمهور العام والخاص إلى صناعة ثقافية تتأسس على استراتيجية معينة تكون فيها الرسالة محور ورهان الصناعة من الجانب الرمزي فيما تلعب الوسيلة الإعلامية دور الناقل والمروج لها من أجل الاستهلاك الواسع؛ وعندما تصبح الثقافة صناعة فإن تأثيرها يكون مزدوج حسب كم ونوع القيم التي يحتويها، وفي درجة التلقي التي تتوسع أكثر فأكثر كلما تمكنت من الإقناع والاهتمام وبخاصة بلوغ ما يطلبه الجمهور المستهدف وفي الزمن المناسب.

يعد الإعلام الثقافي مفهوم متشعب كونه محل اختلاف بين الباحثين في العلوم الإعلامية والاتصالية، كما أن تداعياته ومدى فعاليته يتوقفان على واقع الممارسة الإعلامية لبلد الوسيلة الإعلامية وعلى مستوى أداء القائم بالإعلام ودرجة اهتمامه بموضوع الثقافة ببعديها المادي واللامادي. إذ يلعب الإعلام الثقافي دوراً في ترقية الصناعة الثقافية، والمحافظة عليها كما يساهم في تناقلها ما بين الأجيال داخل وخارج البلد، مما يتطلب التحكم في المحتوى الثقافي وحمايته من القرصنة أو الاضمحلال وبخاصة ونحن نعيش في العصر الرقمي الذي يصعب فيه مراقبة المعلومة المتداولة أو منع انتشارها.

علاقة الثقافة بالإعلام الثقافي

تعد الثقافة جزء هام من الموروث الثري الذي تزخر به الأمم؛ لذلك تولي له عناية هامة حيث تندرج ضمن اهتمام السياسات العمومية وفي معظم الدراسات الفلسفية والتنظيرية؛ لذلك تعد تعبير مباشر عن مكونات ومكونات المجتمع المتجذرة في أعماقه، كجزء من القيم التي يعمل بها أو بنبني عليها،

كما تكتسي من خلالها أهمية وتلعب في ذات الوقت دورا معتبرا، باعتبار القيم ذات صلة كبيرة بالمجتمعات كما تعد عاملا مهما في تقدمها الفكري والحضاري.

ومع تشعب الثقافة من حيث التركيبية والمكونات، التي استحدثت انطلاقا من التطور التكنولوجي والذي كان استجابة للحاجات الاجتماعية والفردية، تمازجت الثقافة بالمجال الصناعي باعتبارها لا تشمل فقط اللغة والعادات والتقاليد أو لم تعد في شكلها التقليدي، بل أضحت تسوق صناعيا عندما باتت الثقافة موضوعا للإنتاج الثقافي والذي يتخذ من الوسائل الإعلامية الضخمة وسيلة تحقيق الرواج الواسع، لتتحول إثرها إلى الصناعة الثقافية بكونها تدخل ضمن التطور الحاصل في الثقافة التي كانت موروث خاص بمجتمع معين تميزه عن غيره لتروج عبر الوسائل الإعلامية التي تساهم في الريح المادي واللامادي للقيم الثقافية ومن ورائها المنتج الثقافي الذي يجد في الوسائل الإعلامية القاعدة الرئيسية في استثمار إبداعها وترويج أفكارها وصناعتها إلى جانب مختلف القيم الثقافية والقيمية التي تحملها في طياتها. وهي موجة بالأساس نحو جمهور مهتم بالثقافة وكل ما له صلة بها سواء في المجال الإخباري، والترفيهي، أو الترويجي للشراء وللاستهلاك في زمن قد يطول أو يقصر حسب الوقت الذي يخصصه الجمهور لاستقبال مضامين الوسيلة الإعلامية واقتناء رسائلها الاتصالية المتعددة.

أحدث التطور التكنولوجي عولمة في الثقافة والقيم وهو ما يُطلق عليه بالعولمة الثقافية مع توجه المجتمعات العربية نحو استهلاك القيم والسلوكيات الغربية بمختلف عناصرها بما فيها الأهداف المكنونة من وراء نشرها عبر الوسائل الرقمية التي تتخذ من الأنترنت قاعدة رئيسية لها. إذ ساهمت العولمة الثقافية في التغريب الثقافي عن مجتمعات لم تألف القيم التي أضحت تستهلكها بشكل مفرط دون التمعن فيها وقد يكون لعدم توفره على البديل أو حتى على إمكانية تكييفها وفق أهدافه وخصوصياته مما يحدث تأثير سلبي على الفرد داخل مجتمعه أكثر من الإيجابي؛ ويتجلى ذلك في الفعل والسلوك الصادر عن الفرد أو جماعة ما نتيجة تأثره بالقيم الثقافية الغربية الدخيلة عليه. لذلك نجد أن الثقافة تحتل مكانة بالغة في حياة الشعوب كونها تعبر عن ماضيهم التقليدي وعن مدى تقدمهم؛ علاوة على سيرورة استمرارية ثقافتهم ومكانتها على المستويين المحلي والعالمي. ولأن الثقافة تنسم بالشمولية كونها تستند على القيم فإن الحصول عليها يتم من خلال التنشئة الثقافية عن طريق التلقي، ثم التعلم فالعمل بها داخل المجتمع بكونها تمثل مجموعة من الخصوصيات المشتركة للجماعة الاجتماعية التي يعيش فيها فرد واحد أو مجموعة من الأفراد.

تحدد العلاقة بين الثقافة والقيم الثقافية بوسائل الاتصال من خلال كونها مادة إعلامية يتم معالجتها وتحليلها وخاصة نشرها أو بثها عبر عدة قنوات، لذلك أضحت الثقافة في عصرنا الراهن صناعة إعلامية ضخمة تتأسس على الرأسمال المادي والبشري المؤهل لضمان الديمومة من جهة ولبسط الهيمنة الثقافية من جهة ثانية. ولما ارتبط الإعلام بمختلف فروعها بالجانب المالي فإنه استثمر في عدة مجالات والتي من شأنها تحقيق الربح المادي والرمزي من خلال المساهمة في التنشئة الثقافية.

يعتبر الرأسمال الثقافي بمثابة قاعدة ثقافية وموروث شعبي وحضاري يشكل مضامين إعلامية تستهلك انطلاقاً من الاستخدام أو الاستهلاك عبر الوسائل الإعلامية المتعددة القنوات. التي تستثمر فيه عن طريق الترويج والإشهار الذي يحوله إلى صناعة ثقافية تصطبغ بالطابع التجاري كسلعة متداولة في المكان الذي يشمل المناطق التي تصل إليها الصناعة الثقافية والزمان الذي تُقدم فيه الثقافة للاستهلاك الواسع، إضافة إلى الرأسمال الرمزي والبشري المتمثل في ثلاث فئات متباينة في الخصائص والدور وفي علاقتها بالصناعة الثقافية وهي: القائم بالإعلام مع صاحب الصناعة الثقافية والجمهور المستهلك.

"تعد كل من الصناعة الاجتماعية والثقافية تركز رأسمالي."⁽¹⁹⁾ إن استناد الصناعة الثقافية على الرأسمال المادي والبشري ساهم في تسويق الفن ومختلف الصناعات السينمائية والتلفزيونية ذات صلة بالأشكال التعبيرية والفنية والثقافية مع الدلالات الرمزية والمادية واللامادية بالشكل المراد تسويقه، وبخاصة وأنها توجه بالأساس نحو الفرد كشخص داخل مجتمعه. "وفي مجال الصناعة الثقافية يعتبر الفرد مجرد وهم وليس واقعي بسبب توحيد معاني الإنتاج."⁽²⁰⁾ وهو ما يمثل الجانب الرمزي للصناعة الثقافية التي تقوم بتنميط الاستهلاك الذي يتمظهر في السلوك وهو ما يعرف بالتقليد والاستهلاك المادي والرمزي للصناعة الثقافية.

الإعلام الثقافي والتنشئة الثقافية

تعكس التنشئة الثقافية عملية التعلم والاكتماب اللذان يتعرض إليهما الفرد من خلال تلقيه القيم الثقافية بدءاً باللغة الأم، فالعادات والتقاليد ومن ثم مختلف السلوكيات الجماعية التي تحظى بالإجماع وتعتبر في الوقت ذاته على خصوصية وتمايز المجتمع نفسه عن غيره؛ بالإضافة إلى التعلم الذي يكتسبه الفرد داخل أسرته وفي المدرسة وفي مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تؤهله للتنشئة الثقافية من خلال التلقي والتعلم فالتكرار ثم الحفظ ليتبنى في الأخير الفكرة أو السلوك؛ علاوة على

وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وبخاصة منها الجماهيرية التي تتخذ من الثقافة مادة هامة في المحتوى الإعلامي الذي تنتشره وتعالجه، كما تعد سندا مهما لبقية المؤسسات الثقافية الأخرى كدور السينما ومؤسسات الترفيه وبخاصة مؤسسات الإعلان التي تروج الثقافة وتبيعها للاستهلاك الواسع. يلعب الإعلام الثقافي بقواته المتعددة دورا لا يستهان به في عملية التنشئة الثقافية لأنه يسعى في معالجة المواضيع الثقافية وإحياء اللغات المحلية للمجتمع؛ كما يُعد تحقيقات صحفية حول التراث اللامادي إضافة إلى استضافة مختصين في الثقافة الذين يقدمون رؤيتهم حول الثقافة التي يتسم بها المجتمع ويفسرون المكونات الثقافية للمجتمع المحلي في علاقتها بالبيئتين المحلية والدولية بدء بتاريخها فسيرويتها ومسارها عبر الزمن وصولا إلى تظاهراتها ودورها وكيفيات استخدامها بهدف تحقيق الإشباع المعرفي والعلمي والإخباري حول الثقافة كموضوع إعلامي. كما أن استحداث إعلام متخصص في مجال الثقافة وهو ما أُطلق تسميته بالإعلام الثقافي من شأنه السعي في تحقيق مهمة التنشئة الثقافية بمختلف تظاهراتها وتداعياتها على الفرد والمجتمع في الماضي، والحاضر وحتى في المستقبل؛ فاستحداث الإعلام الثقافي الذي يدخل ضمن الإعلام المتخصص هو استجابة لضرورة التخصص في مجال الثقافة نظرا لتشعبها وتطورها مسايرة مع متطلبات الحياة العامة في ظل التطور التكنولوجي الذي غير من عادات وسلوك الأفراد بشكل جذري وعبر فترات تزامنت مع عولمة الإنتاج والاستهلاك في ظل القضاء على حاجزي الزمن والمكان. كما يقدم للجمهور مختلف الأخبار المتعلقة بالثقافة، وتحليل الظاهرة الثقافية وتفسيرها فمقارنتها بمختلف الثقافات المحلية منها أو العالمية؛ ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد بل يسعى الإعلام الثقافي في التعريف بالثقافة المحلية على مستوى الهيئات الدولية التي تحمي التراث بهدف تصنيفه وحمايته من السطو أو الاندثار عبر الزمن.

علاقة الإعلام بالثقافة بنوية وكثيرا ما يتدخلان، فالإعلام هو الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي السائد، وقد دشنت مدرسة فرانكفورت قضايا الإعلام الجماهيري ضمن التنظر الثقافي الحديث بهدف الخروج بمجموعات نظرية تأخذ في اعتبارها الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية لنظم الإعلام الحديث.⁽²¹⁾ باعتبارنا نعيش عصر العولمة والصناعة الثقافية؛ إذ تأثر كلا من الإعلام والثقافة بالتطور التكنولوجي الذي حسن التقنية والفكرة وساهم في تضاعف المجال الرمزي الذي تروج فيه الثقافة أو تمارس وتداول على النطاق الجماهيري؛ مما يستدعي فهم الظاهرة الثقافية أكثر فأكثر من الوجهة الإعلامية.

تحديات الإعلام الثقافي في ظل التطور التكنولوجي

كانت الثقافة كمادة إعلامية - قبل حصول التطور التكنولوجي وتقدم وسائل التواصل المتعددة - تُعالج من طرف الإعلام التقليدي الذي يخصص له صفحات في الصحافة المكتوبة، وفي التلفزيون والإذاعة، ومع تشعب الحياة وتفاقم كم المعلومات استوجب تفسيرها وتحليلها وتحيينها وفق السياق الراهن، مما أدى إلى استحداث الإعلام الثقافي الذي تمازج مع التطور التكنولوجي، لذلك حصل تمازج بين التكنولوجيا الحديثة والصناعة الثقافية بمختلف منتوجاتها ومضامينها وأشكالها.

قدم التطور التكنولوجي خدمة جلية للإعلام الثقافي من خلال مساهمته في الرواج الواسع للمضامين الثقافية التي تسوق عبر الوسائل الإعلامية التي توظف التكنولوجيا العالية والدقيقة اهم نتيجة خرجت بها هي عولمة استهلاك المنتج أو الصناعة الثقافية المتشعبة وتنميته. وهو ما أكسب المؤسسات المنتجة للصناعة الثقافية ربحا ماديا ضخما، وخاصة مع استمرار الاستثمار المزدوج لهذه المؤسسات في الوسيلة الإعلامية وفي العامل البشري في تكييفهما مع التكنولوجيا لتطوير المهارات الإنتاجية وجودتها انطلاقا من تحسين الكفاءة التي ترفع في المردودية المقدمة للاستهلاك الواسع والمردودية في هذا المقام تمس الجانب الرمزي المتعلق بالثقافة بمختلف مظهراتها.

أضحى الإعلام الثقافي في الوقت الراهن وفي ظل التطور التكنولوجي رهان المجتمعات المعاصرة من خلال بسط هيمنتها الثقافية عبر الوسائل الإعلامية الأكثر تطورا ورواجا، لذلك فهي تركز على الإعلام المتخصص وتشركه في الصناعة الثقافية التي تستهدف مختلف الفئات العمرية والتي من شأنها تحقيق الرفاه الاجتماعي وتوحيد الفكر والسلوك الثقافي وفق ما تروجه هذه الوسائل انطلاقا من المضامين التي تطرحها في سوق المنافسة فيها.

الخاتمة

يرتكز الإعلام الثقافي كعملية اتصالية على القيم الثقافية التي يحملها ضمن رسالة تستهدف الجمهور المهتم بالثقافة. لذلك فإن القائم بالإعلام الثقافي من شأنه أن يكون ملما بالثقافة وكل ما يشد إليها من جهة، وبمتطلبات الجمهور المهتم بالشأن الثقافي محليا ودوليا من جهة أخرى؛ لذلك يتمظهر الفعل الثقافي ضمن المجال الإعلامي عبر الأهداف المرسومة والغايات المحققة من العملية الاتصالية الثقافية. ولما أضحى الثقافة صناعة في ظل التطور التكنولوجي، فإن الصناعة الثقافية المتمسمة بالاستهلاك الجماهيري الواسع أظهرت الدور الذي لعبته الوسائل الإعلامية في تعزيز

مكانتها وتفعيل دورها داخل المجتمع ضمن سياق ما هو كائن حفاظا وسعيا لما سيكون مستقبلا. فالزخم الثقافي، والمعرفي والحضاري لا يسعه الاستمرارية عبر الأجيال في غياب الوسائل الإعلامية التي يستوجب عليها الاهتمام والتعريف مع الترويج للمقومات الثقافية المحلية العاكسة لخصوصيات المجتمع بعرفه وتقاليده وبموروثه الشعبي الواجب الحفاظ عليه محليا ودوليا لكوننا نعيش في عصر الغيت فيه الحواجز الزمانية والمكانية.

الهوامش:

- (1) ذوقان عبيدات، كايد عبد الحق، عبد الرحمن عدس، البحث العلمي مفهومه وأدواته، دار الفكر ناشرون وموزعون، ط 15، 2013، ص 170.
- (2) عبد الله الكمالي، كتابة البحث وتحقيق المخطوطة خطوة خطوة، دار الحزم، ط 1، 2001، ص ص 21_22.
- (3) جبران مسعود، رائد الطلاب، دار العلم للملايين، لبنان، 1994، ص 108.
- (4) محمد موفق الطلبي، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة، جدة، ط 1، 1985، ص 39.
- (5) المرجع نفسه، ص 41.
- (6) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية: انجليزي-عربي، دار الشروق، ط 1، 1989، ص 292.
- (7) مركز دراسات الوحدة العربية، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، ط 1، 2013، ص 19.
- (8) أديب مروة، الصحافة العربية: نشأتها وتطورها: سجل حافل لتاريخ فن الصحافة العربية قديما وحديثا، منشورات دار مكتبة الحياة، بيروت، لبنان، 1960، ص 17.
- (9) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 161.
- (10) عبد اللطيف محمود حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط 5، ج 1، 2010، ص 54.
- (11) المرجع نفسه، ص 55.
- (12) صلاح عبد الحميد، الإعلام وثقافة الصورة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط 1، الرياض، 2013، ص 93.
- (13) ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف الكافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، ط 1، 2015، ص 15.
- (14) منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص ص 27 – 28.
- (15) صالح مصلح، الشامل: قاموس المصطلحات الاجتماعية: إنجليزي – عربي مع تعريف وشرح المصطلحات، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، 1999، ص 137.
- (16) مالك بن النبي، مشكلات الحضارة: مشكلة الثقافة، ط 4، دار الفكر المعاصر، بيروت، لبنان، دار الفكر، دمشق، سوريا، 1984، ص 74.
- (17) سهام شجيري، البناء الإعلامي للأزمات: إشكالات العرض والتناول، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، ط 1، 2008، ص 15.
- (18) محمد حسن العامري، عبد السلام محمد السعدي، الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي، العربي للنشر والتوزيع، ص 14.
- (19) Michael GUREVITCH, Tony BENNET, James CURREN and Janet WOOLLACO, Culture, Society and media, Francis Library, 2005, P 41.
- (20) Ibid, p 87.
- (21) عبد الغني عماد، الثقافة وتكنولوجيا الاتصال: التغيرات والتحولات في عصر العولمة... والربيع العربي، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، ط 1، بيروت، لبنان، 2012، ص 22.