

الإعلام والثقافة مقارنة نظرية

د. مختار جلولي¹

ملخص:

يساهم الإعلام بدرجة كبيرة في نقل الثقافة بين مختلف أفراد المجتمع والتعريف بالتراث الثقافي المادي واللامادي، فهو يعمل كهمزة وصل في الربط بين الثقافة والجمهور من خلال توظيف مختلف الفنون التحريرية والبرامج السمعية البصرية، كما يؤدي الإعلام وظيفة المحافظة على ثقافة المجتمع من الاندثار والغزو الثقافي ويعمل على تدعيمها وغرسها في عقول الأفراد، هذا من جهة ومن جهة أخرى يساهم إلى حد كبير في التعريف بالخصوصيات الثقافية لدى الشعوب والثقافات الأخرى، وقد ظهر مؤخرا الإعلام الثقافي المتخصص الذي يوجه مضمونه كلية إلى جمهور متخصص ورسالته ثقافية محضة، في مقابل ذلك كانت وسائل الإعلام في السابق تخصص حيز محدود للبرامج والنشاطات الثقافية.

الكلمات المفتاحية: الثقافة، الإعلام، الإعلام الثقافي، الإعلام الثقافي المتخصص.

مقدمة :

إن أهم السمات البارزة والمهمة في عصرنا الحالي هي "تحول وسائل الاتصال إلى أدوات ثقافية، بحيث أصبحت وسائل الإعلام الوسيلة الجماهيرية الأولى للحصول على جميع أشكال الإبداع بالنسبة للقطاعات الواسعة من الجماهير الشعبية، الأمر الذي أتاح إمكانية القول أن وسائل الاتصال توفر في العصر الراهن الزاد الثقافي، وتشكل الخبرة الثقافية للملايين من البشر."²

فالتطور الكبير الذي عرفته وسائل الإعلام والاتصال وتأثيرها الكبير على مختلف النشاطات وجوانب الحياة الإنسانية والسياسية والاجتماعية والثقافية... الخ، هو الذي أدى ظهور الإعلام المتخصص المناسب لجمهور معين له سماته الديمغرافية والاجتماعية والثقافية الخاصة به، ومن أبرز أنواع الإعلام المتخصص التي عرفتها المجتمعات نجد الإعلام الثقافي كنوع متخصص وموجه لجمهور بعينه، حيث انتشرت الصحف والمجلات والفضائيات والإذاعات المتخصصة في الجانب الثقافي، وأصبحت هذه الوسائل مواكبة للحدث الثقافي وللحركة الثقافية وناقلة لها، ومعرفة في نفس الوقت بالموروث الثقافي المادي واللامادي للمجتمع وللنخب المثقفة وأعمالها الأدبية والفنية، حتى أن ثقافة المجتمعات لم تعد

¹ أستاذ مؤقت بجامعة سعيدة شعبة الاعلام والاتصال

² حسان فوغالي، الإعلام الثقافي في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص2.

محلية كما كانت في السابق، فبفضل الإعلام الثقافي أصبحت هذه الثقافات عالمية معروفة لدى كل الأجناس، وتلاغت في نفس الوقت الحدود والحواجز الثقافية التي كانت موجودة من قبل وظهر مفهوم التثاقف الحضاري فالنتقى الشمال بالجنوب والشرق بالغرب.

إن الإعلام الثقافي كتحصص حديث النشأة والاهتمام به لم يكن إلا في السنوات القليلة الماضية، إلا أن علاقة الإعلام بالثقافة هي علاقة ترابطية، فالتثقيف يعد إحدى أهم الوظائف الأساسية التي يؤديها الإعلام، محافظة على مكانتها بل بالعكس من ذلك تطورت، فالفضاء الانترناتي اليوم يعج بالمواقع والصفحات والمدونات الثقافية الخاصة بالمبدعين والفنانين والمتقنين... الخ، والدول المتقدمة قطعت أشواطاً معتبرة في مجال الإعلام الثقافي إلا أن بلادنا لم تعطه حقه، فما زالت تنتظر إليه على أساس أنه جزء من الشبكة البرمجية العامة، ولا تجعله إلا إعلاماً مناسباتياً مواكباً للأحداث الثقافية التي تعرفها، ومن هنا نطرح الإشكال الرئيسي: ما هو الإعلام الثقافي؟

مفهوم الثقافة وخصائصها:

1-1) تعريف الثقافة:

الثقافة كلمة جديدة في معناها قديمة في استخدامها في اللغة العربية، فكلمة تثقيف كانت تعني تشذيب قناة الرمح أو تسويتها واستقامتها، ولكنها في القرن التاسع الميلادي استخدمت من قبل أديب العربية أبو عثمان الجاحظ.

وقد عرفت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) الثقافة بأنها: "جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية، التي تميز مجتمعاً بعينه، أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان، ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات".¹

يعرفها الفيلسوف الاجتماعي مالك بن نبي بأنها: "مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته لتصبح لا شعورياً علاقة ترابط سلوكه بأسلوب الحياة في المحيط الذي ولد فيه".²

- وهناك من يقسمها إلى ثقافة عامة، وثقافة أدبية، وثقافة فنية، وثقافة الأحاديث والمعارف العامة. وهناك من يقسم أو يقول أن هنالك ثلاث ثقافات مختلفة في المجتمع الجماهيري وهي الثقافة الرفيعة أو الراقية، الثقافة الجماهيرية، والفن الشعبي.

إن مفهوم الثقافة بشكل عام هو الثقافة بمعناها الحضاري الاجتماعي الشامل، حيث تتضمن سلوكيات أفراد المجتمع، وما يرسمونه من أنشطة مختلفة وكل ما يكتسبه الإنسان من معارف وخبرات تربوية

1 حسن مدن، الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات الخليج، كتاب الثقافة والاستهلاك - ندوة -، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 1994، ص 156.

2 خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، الجزائر، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، ط 1، 1422، ص 69.

وتثقيفية وتعليمية وتنمية قدراته، و رؤيته إلى شؤون الحياة المتنوعة، بما في ذلك سلوك الإنسان وأسلوب حياته وتصرفاته إزاء الحاضر والمستقبل، ومن أجل تنمية وتطوير المجتمع.

1-2) خصائص الثقافة:

تمكن إجمال خصائص الثقافة فيما يلي:¹

1-2-1) الثقافة نتاج اجتماعي إنساني:

حيث لا وجود للثقافة دون مجتمع إنساني، فالثقافة تنشأ عن الحياة الاجتماعية وهي من اختراع واكتشاف الإنسان، والثقافة تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أو كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان.

1-2-2) الثقافة مكتسبة:

إن الثقافة ليست غريزية ولا فطرية كما أنها لا تنتقل بيولوجياً، ولكنها تتكون من العادات التي يكتسبها كل فرد خلال خبرة حياته بعد الميلاد. وتتضمن الثقافة توقعات الجماعة التي يتعلمها الفرد خلال عملية التنشئة الاجتماعية، كما أنه عن طريق هذه العملية أيضاً، يكتسب عموميات السلوك التي تشكل الثقافة.

1-2-3) الثقافة انتقالية وتراكمية:

تنتقل الثقافة من جيل إلى جيل على شكل عادات وتقاليد ونظم وأفكار ومعارف يتوارثها الخلف عن السلف عن طريق الرموز اللغوية كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى وسط آخر، وبهذا المعنى فإنها تراكمية، فالإنسان يستطيع أن يبني على أساس منجزات الجيل السابق أو الأجيال السابقة فهو ليس بحاجة إلى أن يبدأ من جديد في كل جيل.

1-2-4) الثقافة مثالية:

ينظر إلى العادات الاجتماعية التي تكون الثقافة على أنها تمثل نماذج مثالية ينبغي على أعضاء الجماعة أو المجتمع أن يمتثلوا لها، ويتكيفوا معها.

1-2-5) الثقافة إشباعية:

تشبع الثقافة دائماً، وبالضرورة الحاجات البيولوجية الأولية وكذلك الحاجات الثانوية المشتقة منها أيضاً ولذلك يقال أن للثقافة خاصية إشباعية، والجوع والعطش مثالان على الحاجات البيولوجية، أما الحاجات الثانوية المشتقة فيمكن أن نطلق عليها الحاجات الاجتماعية الثقافية لأنها تظهر وتنشأ من خلال التفاعل الجمعي، وتنتقل بالطريقة نفسها.

1-2-6) الثقافة تكيفية:

¹ سامية حسن الساعاتي، الثقافة والشخصية: بحث في علم الاجتماع الثقافي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988،

إن الثقافة تتغير، وتتميز عملية التغير الثقافي بأنها عملية تكيفية، وتميل الثقافات - خلال فترات زمنية معينة- إلى التكيف مع البيئة الجغرافية، فالناس ينبغي أن يكونوا قادرين على أن يأكلوا ويلبسوا ويسكنوا، وذلك بالتكيف لما حولهم والظروف البيئية التي يعيشون فيها.

1-2-7) الثقافة تكاملية:

ويظهر التكامل الثقافي بصورة جلية في المجتمعات البسيطة، والمجتمعات المنعزلة، حيث يندر وجود عناصر خارجية في ثقافات تلك المجتمعات، كما أن العناصر الأصلية لا تتغير بسرعة، أما في ثقافات المجتمعات المركبة غير المتجانسة فالتكامل لا يظهر بشكل واضح، حيث نجد أن عناصرها الأصلية تتغير باستمرار.

1-2-8) الثقافة انتقائية:

إن انتقال الثقافة لا يتم بآلية وحتمية بل يتم غالباً عن وعي وإدراك، فهو انتقائي بمعنى أن الجيل الذي يتلقى عناصر ثقافية ينتقي منها البعض ويستبعد البعض الآخر تبعاً لظروفه وحاجاته.

1-2-9) الثقافة متغيرة:

فالثقافة خاضعة لقانون التغير الذي تخضع له جميع مظاهر الكون، كما قال "هيرقليطس" (أن التغير قانون الوجود، وإن الاستقرار موت وعدم)، والتغير الثقافي يحدث في العناصر المادية في المباني والأثاث والملابس وغيرها، والعناصر المعنوية مثل العادات والأفكار.

1) مفهوم الإعلام الثقافي وتاريخ ظهوره:

بداية لابد من التطرق إلى مفهوم الإعلام المتخصص قبل الإشارة إلى الإعلام الثقافي كنوع إعلامي ينتمي إلى هذا الحقل، فالإعلام المتخصص: "تمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويعطي جل اهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة، ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص، مستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان وموسيقى ومؤثرات فنية أخرى، ويقوم معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة موضوعية."¹

يشير الإعلام الثقافي إلى أنه ذلك المجال العلمي الذي يدرس العلاقة المتداخلة بين كل من الإعلام والثقافة القائمة والمتبادلة كبنية متكاملة أي دراسة تأثير النظام الإعلامي على الثقافة وتأثير النظم الثقافية على الوظائف الإعلامية.

يمكن تعريف الاتصال من الناحية الثقافية بالشكل التالي: "إن وسائل الاتصال هي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها، وعلى تحفيز وتعزيز ونشر الأنماط السلوكية، وتحقيق التكامل

السيد أحمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق، بنغازي، دار الكتب الوطنية، ط1، 1997، ص18. ¹

الاجتماعي، وهي تلعب أو يتعين عليها أن تلعب دوراً أساسياً في تطبيق السياسات الثقافية وفي تيسير إضفاء طابع ديمقراطي على الثقافة.¹

فموضوع الإعلام الثقافي أو الإشكال الذي يبني عليه هذا العلم موضوعه هو الفعل الثقافي أو الفعل الإعلامي.

إن الإعلام الثقافي "مصطلح جديد يقوم على أساس فهم طبيعتي الإعلام والثقافة، وهو فهم ينبع من جوهر مشترك لهما وهو "الاتصال"، فالإعلام الثقافي هو عملية يتم من خلالها إرسال مادة أو رسالة ثقافية معينة إلى المتلقي، مع النتائج المترتبة على ذلك، وهذا بالضرورة يتضمن التفاعل، وإذا كانت مهمة الاتصال بأنه يقوم بنقل المعاني عن طريق الرموز من المرسل إلى المرسل إليه، فإن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام، والفكرة الرئيسية في الإعلام الثقافي هي الاشتراك في الإطار الثقافي الذي يتضمن جوانب الثقافة وما يعنيه منها أفراد المجتمع."²

- أما الثقافة الإعلامية فتشير إلى أنها: "المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر الإعلامية وتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم."³

إن دراسة الثقافة أصبحت تمثل ميداناً مهماً مستقلاً خلال القرن الأخير، ومن هنا تأتي أهمية مفهوم الإعلام الثقافي والذي يهدف إلى دراسة الثقافة من الوجهة الإعلامية والاتصالية، إدراكاً من أهمية التوصيل الثقافي في المجتمع، ومن حيث وظائف الإعلام الثقافي من حيث نشأته وعلاقته مع النظم الاجتماعية والموضوعات المشتركة بين الإعلام والثقافة.

ويعود ظهور تخصص علم الإعلام الثقافي "إلى 50 أو 70 سنة منتصف القرن الماضي على يد الباحث روبرت إسكافيد وكتابات كانت في العام 1976 وقد ناقش هذا الباحث الفكرة التي أراد دراستها وهي الأنتروبولوجيا وبعدها بعشرة سنوات جاء الباحث إدغار مورغان وتحدث عن سيميولوجيا الثقافة والإعلام وخرج بنتائج تشبه كثيراً التي وصل إليها."⁴

(2) وظائف الإعلام الثقافي:

صالح الأصبغ، تحديات الإعلام العربي، عمان، دار الشروق، ط1، 1999، ص55.¹

² محمد كحط عبيد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية المضامين والتلقي، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2007، ص26.

فهيمى العدوي، إدارة الإعلام، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص11.³

⁴ انظر بودفة، محاضرات مقياس علم الإعلام الثقافي، تخصص سمعي بصري، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008/2009، متوفرة على الرابط:

<http://www.4shared.com/web/preview/pdf/UUjqc2GE>

تقوم وسائل الاتصال ببيث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع وتساعد على تطبيع الأفراد وتنشئتهم على المبادئ القويمة التي تسود في المجتمع، "فوظيفة التنشئة الاجتماعية تتصل بخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة بأهداف وخطط المجتمع، والاتصال الجماهيري يسعى لتكامل المجتمع بتنمية وحدة الفكر بين أفراد وجماعته وتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والعمل على صيانتها والمحافظة عليها، أو يقوم الاتصال بمهمة تثقيف وتطبيع الناس على عادات الأمة، وتقاليد الحضارة وطقوسها، وأنماط سلوكها مما يهيئ للفرد أساليب التعامل مع الآخرين والتكيف مع البيئة."¹

ومن الوظائف الأخرى للإعلام الثقافي نجد:²

(1) التثقيف والتربية: وتتعلق هذه الوظيفة بنشر المعرفة على أساس تفتيح الذهن، وتكوين الشخصية وشحن الكفاءات وتنمية الذوق وتهذيبه، وتمكين الإنسان على مدى العمر من المحافظة على مقدرة استيعاب كل مل ينمي طاقاته ويوسع تطلعه إلى الخير والجمال.

(2) النهوض بالإنتاج الفكري: وهذه الوظيفة تعني نشر الإنتاج في مجال الآداب والفن والابتكار الفكري واليدوي بصورة عامة ويتمثل ذلك خاصة في إبراز الإنتاج البشري بكل أوجهه الفكرية والفنية والمادية، ونشره وتوزيعه على أوسع نطاق بين البشر.

(3) تفجير الطاقات الخلاقة الكامنة في الأشخاص والمجموعات وتمكينها من الإسهام في إعداد الرسالة الثقافية وإبلاغها للجمهور.

(4) تهذيب الذوق العام ودفع الجماهير إلى التفاعل مع الإنتاج الفكري والإبداع الفني.

(5) تناول التراث بين الأجيال وجعله السراج الذي يبين حاضرنا، ويصل بين ماضينا ومستقبلنا.

(6) ضمان الأمن الثقافي للمجتمع، حتى لا يكون ضحية الغزو الأجنبي الفكري.

(3) العلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام والاتصال:

إن الاتصال هو عنصر أساسي لفهم العمليات الثقافية داخل المجتمع بوسائله ووسائل الإعلام هي أيضا وعاء للثقافة وناقل لها وكذلك أسلوب للتعبير عنها، ولها دور أساسي في حماية الثقافة ونقلها ولكنها تغيرها أيضا لأنها تؤثر في الثقافة بأنماطها المختلفة بل وتشكل أنماطا جديدة منها هذا من الناحية النظرية.

"فالاتصال والثقافة ذا علاقة ترابطية وصله وطيدة قائمة على مبدأ التأثير المتبادل بينهما، لأن الاتصال يعتمد في أرضيته على واقع الثقافة، وهذه الأخيرة لا تستطيع أن تنمو وتتطور وتنتشر بين الشعوب والأمم، إلا من خلال إحدى وسائل الاتصال المتنوعة، وبذلك يعد كل من الاتصال والثقافة مؤشرا

فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص34.¹

صالح الأصبغ، تحديات الإعلام العربي، مرجع سبق ذكره، ص55.²

هامان على ما بلغته المجتمعات من تمدن وتقدم وازدهار ورفاه ورقي في مسيرتها الاجتماعية، وتعد التحولات الكبرى التي شاهدها العالم لدليل قاطع على دور ووظيفة كل من الاتصال والثقافة في اعتماد الواحد منهما على الآخر.¹

ولوسائل الإعلام أيضا مهمة حاسمة "تتلخص في إنتاج ونقل ونشر الأفكار والمعلومات والسيطرة على المؤسسات الإعلامية، تمثل مصالح مالكي هذه المؤسسات الإعلامية التي في كثير من الأحيان يكون من مصالحها الحد من تدفق المعلومات وتداخلها ونشر الأفكار والحوار حولها وتنتشر في كثير من الأحيان تحت مظلة الخصوصيات الثقافية وحماية الثقافة وهذا ما يؤدي إلى وجود نمط من الأنماط الإعلامية التي تنظر إلى العالم بعين واحدة هي عين الرقيب وتحاول أن تفصل مقاييس معينة لما ينشر ولا ينشر ولما يذاع ولا يذاع."²

إن من سمات عصرنا الراهن المهمة، هي تحول وسائل الاتصال الجماهيرية وخصوصاً التلفزيون إلى أدوات ثقافية، بل وأصبحت هي الوسيلة الرئيسية للحصول على الثقافة والإطلاع على جميع أشكال الإبداع الإنساني، فعلاقة الإعلام بالثقافة هي في جوهرها "علاقة النوع بالكل إلا أنهما كثيرا ما يتداخلان إلى حد التطابق، يشهد على ذلك التداخل الشديد بين السياسات الثقافية، فالإعلام هو الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي والسياسة الثقافية، فهو جانب كونه تجسيدا لثقافة العامة فهو يجسد أيضا نافذة تطل على الثقافة الخاصة."³

فالثقافة أداة اتصال وتواصل أساسية بين البشر، وذلك أن معظم خصائص العقل البشري والتي تميزه عن غيره تعتبر أداة للاتصال، والثقافة تعني التفاعل والاتصال بين أعضاء المجتمع والإعلام الثقافي يعني انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة أو وسيلة إعلام إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز، ويوصف الإعلام بأنه ثقافي حينما يقدم مضمونا ثقافياً، أو يقدم رسالة ثقافية معينة. وإذا كان الاتصال هو نقل المعاني عن طريق الرموز، فإن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام.

من المؤكد أن الثقافة والإعلام ليسا موضوعين منفصلين، بل هما مكملان لبعضهما البعض، وكلاهما يمثل ظاهرة اجتماعية متطورة عبر العصور، بل وبينهما علاقة تفاعلية جدلية، فالإعلام يوضح لنا كيف تتغير وتتطور الثقافة بواسطة الأفراد الذين هم أنفسهم من خلقها، "ولكن هذا التأثير محكوم بثقافة المجتمع

¹ أحمد بوزراع، الاتصال والثقافة . الخلفية والواقع .، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، منشورات جامعة باتنة، الجزائر، العدد 5، جوان 1996، ص 192، 193.

بودفة، محاضرات مقياس علم الإعلام الثقافي، مرجع سبق ذكره، ص15، 14.²

نبيل علي، الثقافة وعصر المعلومات، الكويت، عالم المعرفة، مطابع السياسة، ديسمبر 2001، ص373.³

فمن العسير تغيير القيم السائدة والمعتقدات والاتجاهات الشخصية تغييراً جوهرياً سريعاً عن طريق الإعلام... وهذا هو تأثير الثقافة على الإعلام.¹

وللإعلام أدوار ايجابية على الثقافة نذكر منها:²

- 1- دور ناقل للثقافة والتي تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها.
- 2- تحقيق التكافل الاجتماعي.
- 3- تحفيز وتعزيز ونشر الأنماط السلوكية.
- 4- تطبيق السياسات الثقافية.
- 5- إضفاء طابع ديمقراطي على الثقافة.

- إن الحياة العصرية وما يصاحبها من نمط وإيقاع سريع حتم أن تكون وسائل الاتصال الحديثة أدوات ثقافية، بل تحولت اليوم إلى وسائل جماهيرية للحصول على الثقافة وللإطلاع على جميع أشكال الإبداع الثقافي، خصوصاً لدى الجمهور العادي والفقير، فهي توفر الغذاء الروحي وتمد الخبرة الثقافية للملايين وفي كل مكان وتصلهم ببيوتهم.

(4) خصائص القائم بالإعلام الثقافي في البرامج الثقافية:

إن القائمين بالاتصال في البرامج الثقافية في وسائل الإعلام، من مخرجي ومعدّي ومقدمي هذه البرامج يتطلب أن يكونوا من الكوادر الإعلامية المتخصصة كي يتحقق الهدف المطلوب من البرامج الثقافية إلى المتلقين بشكله الأمثل، لذا يتطلب توفر بعض الخصائص منها:³

أ- يجب أن يكون القائم بالاتصال مؤهلاً تأهيلاً إعلامياً عاماً أو متخصصاً في وسيلة إعلامية معينة، كالتلفزيون أو الصحافة أو غيرها.

ب- يتطلب أن يكون متقناً وعلى درجة من الثقافة تؤهله أن يقدم البرنامج المعني به، كأن يكون ملماً بالمرسح أو السينما أو الفن التشكيلي... الخ، وحسب اهتمامات البرنامج الذي يقوم بالمساهمة به، لا أن يكون مقدماً أو معداً بسيطاً شكلياً، بل يتطلب منه تطوير المادة المراد إيصالها للمشاهدين، فالثقافة الواسعة والخبرة في الحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي والإلمام الجيد بمختلف الموضوعات وفي مجالات متعددة يعتبر أكثر فائدة من التعليم الضيق، ومع ذلك فهناك تعليم وتدريب خاص يتعلق بطبيعة وظروف البرنامج والقائمين عليه، فالثقافة تختلف عن التعليم والمقصود بالمستوى الثقافي للمخرج أو المعد أو المقدم هو معارفه وخبراته العامة

¹ سامية حسن الساعاتي، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، الثقافة والإعلام، ديناميات التأثير والتأثر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية للفترة 28-31 ديسمبر 1983م، ص19.

² فهمي العدوي، إدارة الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص17.

³ نقلاً عن، محمد كحط عبيد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية المضامين والتلقي، مرجع سبق ذكره، ص28، 29.

ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله، وربما أحياناً أن بعض البرامج تحتاج إلى قائمين بالاتصال ذو ثقافة موسوعية، وشخصية رزينة عميقة الفهم جديرة بالثقة وقادرة على كسب الاحترام وليس شخصية مسطحة دون عمق ودون حضور ذهني ملموس.

ج- أن يكون ملماً بالحياة الثقافية في البلد على الأقل بشكل عام، والنشاطات التي تقام في مختلف المجالات الثقافية.

د- كما يتطلب معرفته بأهداف البرامج الثقافية وما تريد أن توصله للمتلقين وضمن إستراتيجية المؤسسة التي يخضع لها وليعكس ذلك في توجهاته.

هـ - عليه أن يكون كفئاً ويقدم معالجة إعلامية للأحداث والظواهر والتطورات المختلفة التي تصاحب الحياة الثقافية، ويعرف جيداً طبيعة الشريحة الاجتماعية التي يتوجه لها.

و- على مقدمي البرامج الثقافية الاهتمام الجيد بمظهرهم الخارجي وأسلوبهم ولغتهم، ففي التلفزيون تصبح المسألة مهمة جداً لأن المشاهد سرعان ما يكتشف ويفرق بين المقدم الناضج المتوازن وبين النجم التلفزيوني الذي يلمع فقط من فوق السطح.

ز- أن يكونوا من الملمين باستخدام الأجهزة الحديثة والتعامل معها بيسر.

ح- على المقدم أن يكون لبقاً مهذباً، ملماً بكافة جوانب الموضوع وإن كان ضيفه أو محاوره موجود، وأن يمتاز بالإيناس والألفة و يجعل المشاهدين قريبين من قلبه وعقله، وأن يقدم مادته ببساطة ووضوح دون الإخلال بالمضمون، وعدم التكلف والابتعاد عن التصنع وذو بديهية حاضرة. وأن لا يحول البرنامج إلى ندوة جامدة، بل لا بد من الحيوية المستمرة طيلة البرنامج، كي يبقي الجمهور على تواصل جدي معه.

5) الإعلام والثقافة: نحو نوع إعلامي متخصص:

الإعلام الثقافي المتخصص هو "الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساساً إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي".¹

كما يشير إلى أنه "الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساساً إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي، ويظهر الإعلام الثقافي في مرحلة معينة من تطور الحياة الثقافية، ويسعى لمواكبة هذه الحياة، والتفاعل معها، كما أن الإعلام الثقافي يعكس مستوى تطور، ونضج الحياة الثقافية ذاتها.

¹ أديب خضور، الإعلام المتخصص، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط 1، 2003، ص 63.

فمجال الإعلام الثقافي المتخصص هو رصد وعرض، وتحليل، ونقد الإنتاج الثقافي بكل مكوناته؛ ذلك أن المفهوم العلمي للثقافة واسع وعريض، إذ الثقافة تعني كل ما أضافه الإنسان إلى الطبيعة من فكر، وعلم، وإبداع، وإنشاء في كل مناحي الحياة الإنسانية... الخ. ولكن المفهوم الأكثر استخداماً وانتشاراً، يكاد يقصر الثقافة على فعاليات محدّدة مثل الفكر، والأدب، والفن، والمسرح، والسينما، والموسيقى.¹

ومن هنا فإن المنتج الثقافي بكل صورته وأشكاله يتداخل مع الإعلام في ترابط وثيق، وتداخل مستمر، فالمنتج يفترض أن يجد الدعم من وسائل الإعلام في الترويج له، وتوسيع دائرة المتلقين والمستفيدين منه مما يسمح بحركية ثقافية إعلامية، ونهوض متوازٍ لكليهما لترابط بنيتيها التحتية. ويسعى لمواكبة الحياة والتفاعل معها،

- يمكن تحديد أبرز سمات الإعلام الثقافي المتخصص على النحو التالي:²
6-1) المجال الثقافي:

إن مجال الإعلام الثقافي المتخصص هو المجال الثقافي، ويعكس تطور المجال الثقافي في المجتمع درجة تطور هذا المجتمع. وتزداد أهمية المجال الثقافي في المجتمع بازدياد مستوى التطور الحضاري لهذا المجتمع، وفي مرحلة معينة من تطور المجتمع، تنكس التحولات الثقافية وتتجمع تراكمياً، وفي مستوى معين من تراكمها، تؤدي إلى تبدل نوعي، يبشر بتحول الثقافة - إنتاجاً وتوزيعاً وتلقياً - إلى حاجة عندئذ يتحول المجال الثقافي إلى حياة ثقافية بالغة الخصب والغنى والتنوع.

6-2) الموضوع الثقافي:

يمتلك الموضوع الثقافي خصائص مميزة أبرزها:

- أ- الموضوع الثقافي غير ملموس، بل هو أقرب إلى التجريد والتظير.
- ب- الموضوع الثقافي غير مرتبط بالهجوم المعيشية المادية اليومية للفرد والمجتمع.
- ج- موضوع نخبوي، بالرغم من الإتساع النسبي لدائرة المهتمين به.
- د- موضوع يتضمن ويتطلب قدراً كبيراً من الإبداع.
- هـ - موضوع مفتوح لقراءات متعددة ومختلفة.

¹ الإعلام الثقافي والصحافة المكتوبة، جريدة بيان اليوم، متوفر على الرابط [http://bayanealyaoume.presse.ma/index.php?](http://bayanealyaoume.presse.ma/index.php?http://bayanealyaoume.presse.ma/index.php?) تاريخ النظر 2014/11/24 الساعة 23:30.

² أديب خضور، الإعلام المتخصص، مرجع سبق ذكره، ص 65، 66، 67.

- و- موضوع يتميز بقوة حضور العامل الذاتي فيه.
- ز- موضوع تتطلب معالجته لغة ذات مستوى أعلى وأرفع.
- ح- موضوع يقدم لقارئه متعة وفائدة.
- ط- موضوع يتطلب تلقيه وتذوقه متلقياً نوعياً.
- ي- موضوع مخائل لا تطرح الأمور فيه مباشرةً. وهذا ما يجعله مناسباً لطرح أفكار يتعذر طرحها مباشرة في مجالاتٍ أخرى.
- ك- موضوع لا يتصدر أولويات السلطة والرأي العام، ولذلك فإن حساسيته أقل، والرقابة عليه أضعف، وهامش حرية التعبير فيه أوسع.
- لكن نجد أحياناً اهتماماً خاصاً ومفتعلاً من السلطات بهذا الجانب، في محاولة لكسب المثقفين إليها خدمة لمصالحها.

6-3) الحدث الثقافي:

تتعرض خصائص المجال الثقافي وسمات الموضوع الثقافي على الحدث الثقافي، وتجعله مختلفاً في المجالات الأخرى، بالمزايا التالية:

- أ- الحدث الثقافي هادئ، وتطوره بطيء، وإيقاعه ليس سريعاً.
- ب- مصادر الحدث الثقافي غير رسمية في الغالب.
- ج- الشخصيات الفاعلة في الحدث الثقافي هي غالباً رجال الفكر والفن والثقافة عموماً.
- د- الحدث الثقافي عبارة عن عملية كاملة، تستدعي معالجتها وفهمها ضمن السياق العام الذي أنتجها.
- هـ- يتعذر التعامل مع الحدث الثقافي إلا من خلال رؤية ذاتية معمقة له.
- و- ضخامة الحدث الثقافي وحدود آثاره المتوقعة ونتائجه الملموسة محدودة ومتواضعة.
- ز- تسييس الحدث الثقافي قد يؤدي إلى بروزه، ولكنه يفقر مضامينه الثقافية.
- ح- غالباً ما يكون الحدث الثقافي، هو الذي يسعى إلى المتلقي، ونادراً ما يكون المتلقي هو الذي يبحث عن الحدث.

6-4) الجمهور الثقافي:

تقسم الثقافة إلى ثقافة النخبة والثقافة العامة والثقافة الجماهيرية أو الشعبية، وهي التي تحدد طبيعة الجمهور، لذا تتحدد طبيعة الجمهور الثقافي حسب مفهوم الثقافة المراد التعامل معه، ولكن يمكن تحديد أبرز سمات الجمهور الثقافي بما يلي:

أ- كمياً: من ناحية الكم يعتبر الجمهور ضيقاً إذا كان الحديث عن الثقافة الرفيعة كونه نخبياً، أما جمهور الثقافة الشعبية فهو أوسع، وجمهور الثقافة الفرعية أو المختصة بمجال محدد فهو الوسط نسبياً بين الأولين، ومع ذلك فإن هذه الاعتبارات تخضع إلى المستوى الحضاري والثقافي للفرد والمجتمع، ومستوى تطور وغنى الحياة الثقافية في المجتمع، ومستوى توفر وطريقة توزيع وسائل إنتاج الثقافة وترويجها.

ب- نوعياً: يمكن القول أن الجمهور الثقافي نوعي، بمعنى أنه أرفع وأرقى وأكثر اهتماماً وجدية من الآخرين. وتبقى المسألة نسبية تتوقف على نوعية الثقافة ونوعية الوسائل والنشاطات الثقافية.

ج- نقدياً: الجمهور المتقف الذي يمتاز بمستواه التعليمي الجيد وخبرته ومتابعته، من الصحيح أن يتمتع بحس نقدي وتحليلي وانتقائي، وبالتالي يصبح من الصعب أن تقدم لهكذا جمهور ما هو غير مناسب أو غير مدروس بعناية حيث من الصعب إرضاءه. ويعتبر جمهوراً إيجابياً وفعالاً.

د- يتميز المبدع عموماً بقدر من الذاتية والمزاجية، وقد تختلف هذه الصفة من مبدع إلى آخر، ولكنها سمة تسود في أوساط المتقنين.

هـ- الجمهور المتقف غالباً ما يكون منحازاً، وقد يصل في تحيزه إلى درجة التعصب، وقد يكون التحيز لاتجاه أو لمبدع معين أو لمدرسة معينة.

5-6) البرامج الثقافية:

يمكن تعريف البرامج الثقافية بأنها البرامج ذات الطبيعة الخاصة التي تتوجه أساساً إلى الجمهور بهدف التثقيف العام والخاص ، والتي تعنى بالمحتوى الثقافي كالنون المختلفة والمسرح والموسيقى والأدب ... الخ.

خاتمة :

إن أهمية الإعلام الثقافي تتزايد يوماً بعد يوم نتيجة الحركية الثقافية الكبيرة التي تعرفها المجتمعات والتنوع في الأشكال الثقافية المكتوبة والشفوية والمسموعة والمرئية وغيرها، فالإعلام هو الناقل الحقيقي للثقافة بين المجتمعات وبين أفراد المجتمع الواحد ومن جيل لآخر، خاصة في ظل العولمة المتنامية فإن الحاجة لهذا النوع الإعلامي تبقى أكثر من ضرورية لتمتين العلاقات الاجتماعية وترسيخ القيم والسلوكيات الثقافية داخل المجتمع، وهو ما يتطلب مراجعة الخارطة الإعلامية ببلادنا لدعم الإعلام الثقافي مادياً عبر إنشاء قنوات ناقة للثقافة وتشجيع الأعمال والإبداعات الثقافية، والاهتمام بالنخب المثقفة بدل تهميشها وإقصائها والرفع من حصة المنتج الثقافي في وسائل الإعلام العمومية الثقيلة (التلفزيون والإذاعة)، ونفس الشيء ينطبق على وسائل الإعلام الخاصة من صحف وقنوات تلفزيونية للاهتمام بالإعلام الثقافي وجعله إعلاماً يومياً من خلال تكثيف الحصص والبرامج الثقافية وتحيينه، لأن الثقافة متجددة ومستمرة وليست جامدة ومقصورة على أيام ومناسبات.

قائمة المراجع:

- 1) حسن مدن، الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات الخليج، كتاب الثقافة والاستهلاك - ندوة الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 1994.
- 2) خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، الجزائر، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، ط1، 1422.
- 3) سامية حسن الساعاتي، الثقافة والشخصية: بحث في علم الاجتماع الثقافي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988.
- 4) السيد أحمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق، بنغازي، دار الكتب الوطنية، ط1، 1997.
- 5) صالح الأصبغ، تحديات الإعلام العربي، عمان، دار الشروق، ط1، 1999.
- 6) فهيم العدوي، إدارة الإعلام، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010.
- 7) فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010.
- 8) سامية حسن الساعاتي، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، الثقافة والإعلام، ديناميات التأثير والتأثر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية للفترة 28-31 ديسمبر 1983.
- 9) أديب خضور، الإعلام المتخصص، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط1، 2003.
- 10) حسان فوغالي، الإعلام الثقافي في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2006.
- 11) محمد كحط عبيد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية المضامين والتلقي، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2007.
- 12) أحمد بودراع، الاتصال والثقافة الخلفية والواقع، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، منشورات جامعة باتنة، الجزائر، العدد 5، جوان 1996.
- 13) نبيل علي، الثقافة وعصر المعلومات، الكويت، عالم المعرفة، مطابع السياسة، ديسمبر 2001.
- 14) الإعلام الثقافي والصحافة المكتوبة، جريدة بيان اليوم، متوفر على الرابط [http:// bayanealyaoume.presse.ma/index.php?](http://bayanealyaoume.presse.ma/index.php?)
- 15) بودفة، محاضرات مقياس علم الإعلام الثقافي، تخصص سمعي بصري، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009/2008، متوفرة على الرابط: <http://www.4shared.com/web/preview/pdf/UUjqc2GE>