

الإعلام الثقافي: إشكالية المفهوم وجدل العلاقة بين الإعلام والثقافة
Cultural information; concept's problematic and the dialectic relationship between information and culture

د. عائشة لصلج*
جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، (الجزائر).
aicha_lasledj@yahoo.fr

تاريخ القبول : 2021/12/21

تاريخ الاستلام: 2021/05/25

ملخص: تتناول هذه المقالة الطبيعة الجدلية بين الإعلام والثقافة المرتبطة بالأساس بهلامية وشساعة مفهوم الثقافة في حد ذاته، فارتباط الإعلام بالثقافة ارتباط وثيق باعتبارهما أهم أوجه النشاط البشري وأعماقها تعبيرا على الصيرورة الاجتماعية، حيث يكاد التأريخ للحضارة الإنسانية يقوم على المتغير الإعلامي والمتغير الثقافي لأهميتهما في الواقع الاجتماعي والحضاري. حيث تتطرق الورقة إلى مفهوم الإعلام الثقافي ثم طبيعة العلاقة الجدلية بين الثقافة والإعلام، بعدها تتناول خصائص الإعلام الثقافي وأنواعه. **الكلمات المفتاحية:** الإعلام، الثقافة، الإعلام الثقافي.

Abstract : this study aims to demystify the dialectical relationship between information and culture, which is mainly related to the ubiquity of the concept of culture. Information and culture are very associated because they are the principal forms of the human activity, and the deepest expression of the social process, As the history of the human civilization is based on the mediatic variable and the cultural variable as they are very important in the social and civic reality.

This paper deal with the concept of cultural information and the dialectic relationship with culture and information, then the characteristic and forms of cultural information.

Keywords: information, culture, cultural information.

مقدمة:

1 - الإعلام والثقافة: طبيعة العلاقة

يقوم الإعلام الثقافي كمصطلح مركب جديد على فهم طبيعته الإعلامية والثقافة كمتغيرين متكاملين تجمعهما علاقة بنيوية وثيقة ترتكز بالأساس على النشاط الاتصالي الذي هو جوهر العملية الإعلامية، ورافد هام من روافد الثقافة.

فباعتبار الثقافة مجموع إنجازات الإبداع الإنساني - كل ما أضافه الإنسان إلى الطبيعة - أو هي تجسيد لما يسمو بالحياة الإنسانية لتشمل كافة جوانب الحياة وكل طرائق التفاهم والتواصل، يكون الاتصال أداة من أدواتها، باعتباره أهم نشاط إنساني يقوم على الاشتراك والتفاعل، فالمعنى الأصلي للاتصال، والذي ينحدر من الأصل اللاتيني *communus* يعني الاشتراك، أي الاشتراك في المعاني والرموز والأنماط التي تشكل الثقافة، كما يعني التفاعل؛ أي نقل هذه المعاني والرموز والأنماط الثقافية عبر الزمان والمكان على المستويين الفردي والجماعي. بمعنى آخر يمكن اعتبار الثقافة تعبيراً عن عملية اجتماعية تتعلق أصلاً بالاتصال والتفاعل بين أفراد المجتمع لخلق وحدة تضامنية على أسس تراكمت عبر الزمن.

وبهذا يكون الاتصال ثقافة والثقافة اتصالاً على حد تعبير ستوربات هال، فالإتصال لا يحدث في فراغ إنما يتم في سياق نموذج ثقافي أي مرجعية ثقافية معينة، ويتحدد ضمن مجموعة معايير وقواعد، (قد لا يعيرها الفرد اهتماماً لاعتياده عليها، لكنها تؤثر في سلوكه الاتصالي)، كما أن كل ثقافة تتأسس على الاتصال بما يعنيه من اشتراك وتفاعل.

والإعلام الثقافي بهذا المعنى هو انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف من شخص إلى جماعة، من خلال الرموز، ويوصف الإعلام بأنه ثقافي عندما يُقدّم مضموناً ثقافياً، أو يُقدّم رسالة ثقافية، وإذا كان الاتصال هو نقل المعاني عن طريق الرموز، فإن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام (شرف، 1987، ص 4)

من هنا ارتبط الإعلام بالثقافة ارتباطاً وثيقاً باعتبارهما أهم أوجه النشاط البشري وأعمقها تعبيراً على الصيرورة الاجتماعية، حيث يكاد التاريخ للحضارة الإنسانية يقوم على المتغير الإعلامي - الحتمية الإعلامية لمارشال ماكلوهان - والتي تفسّر التطور الحضاري تفسيراً اتصالياً يُحدد حقب التغير الثقافي التي يساهم فيها بشكل مباشر العامل التكنولوجي الإعلامي - من الحضارة الشفوية، إلى حضارة التدوين، إلى حضارة الموجة الثالثة -

وبتداخل مجالي الإعلام والثقافة تأسست العلاقة بينهما على اعتبارات عدة منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي في المجالين فرضت هذا النوع من الاعتماد والتفاعل المتبادلين. (خضور، د ت، ص6)

دوافع الإعلام:

* يتأسس الإعلام على هاجس الإبداع التفاعلي مع الواقع الموضوعي - الذي تُعتبر الحياة الثقافية شكلا هاما من أشكاله- وبهذا أصبح الإعلام طرفا أساسيا مَعْنِيًا بمسايرة ومواكبة الشأن الثقافي الغني والمتسارع التطور والتغير .

* اندفع الإعلام صوب المجال الثقافي لما له من خصائص ومميزات تُسهم في تكوين الأنساق المعرفية والقيمية والسلوكية للفرد والجماعة، على أمل الاستفادة منها في تحقيق المشروع الفكري الهادف.

* تطور المجال الثقافي أظهر مواهب وطاقات بشرية واعدة، كان على الإعلام أن يستفيد منها في إثراء الإرسال الإعلامي والإفادة من خبرات مفكرين وأدباء في الحقل الثقافي وتوظيف طاقاتهم الإبداعية في المعادلة الإعلامية.

* ظهور جمهور ثقافي يتميز بقدر كبير من الفاعلية الفكرية والمعرفة الاجتماعية لم يتردد الإعلام الثقافي في السعي إلى الوصول إليه واستمالته بما يتوافق و ميوله.

1 دوافع الثقافة:

* وجدت الثقافة الباحثة على الانتشار ضالتها في وسائل الإعلام الجماهيري للوصول إلى أوسع الجماهير .

* كما وجدت الثقافة الباحثة على التأثير ضالتها في وسائل الإعلام الجماهيري التي أصبحت قوية الحضور وبالغة النفوذ والتأثير في حياة الفرد والمجتمع.

* التطور الحاصل على المستوى الاجتماعي، وظهور مصطلح الجماهير والإعلام الجماهيري، غير من معايير الثقافة، التي لم تعد حبيسة الكتب والإبداعات الراقية بظهور أشكال جديدة مثل الفيلم والدراما وغيرها، وفرض أنماطا جديدة على الفعل الثقافي غيرت من أشكاله وحتى من مضامينه وأنماط تلقيه.

2- الإعلام الثقافي؛ محاولةً لتحديد المفهوم:

إذا كانت العلاقة بين الإعلام والثقافة علاقة واضحة جلية لا مرأى حولها ولا مجال لنكرانها أو تهميشها في الخطابين الإعلامي والثقافي على حد سواء، فإن التحديد الدقيق للمقصود بمصطلح الإعلام الثقافي صعب المنال، ذلك أن الإعلام الثقافي محكومٌ بالمفهوم الواسع للثقافة وتشعب مجالاتها، لذا فمن الصعب تحديد مفهوم

قاطع للإعلام الثقافي، لأنه – وببساطة – لا تخلو أي رسالة إعلامية من مضامين ثقافية، فالإعلام الثقافي يُوحّد بين الثقافة كمضمون وبين الإعلام كوعاء.

ويُعرّف السيد أحمد مصطفى الإعلام الثقافي بتفكيكه إلى أساسه وهو الإعلام ويعتبره عملية يتم عن طريقها توجيه رسالة معينة إلى مستقبل، مع توقّع نتائج مترتبة على هذه الرسالة، ويقوم على فكرة التفاعل بين المرسل والمستقبل فيتحول المرسل إلى مستقبل في كثير من الأحيان (مصطفى، 2007، ص 2)، ولا يتميز هذا التعريف عن التعريفات المتداولة للإعلام إلا في كونه يُركّز على النتائج المترتبة على الرسالة، أي أن للإعلام الثقافي أهدافا يصبو إلى تحقيقها من منطلق أن ما من كلمة تذاق أو تنشر إلا و لها هدف في سياق فلسفة الإعلام الثقافي التي تنطلق من مرجعيات هادفة .

أما أديب خضور فيُعرّف الإعلام الثقافي المتخصص على أنه الإعلام الذي يُعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساسا إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي، ويظهر الإعلام الثقافي في مرحلة معينة من تطور الحياة الثقافية، ويسعى لمواكبة هذه الحياة والتفاعل معها، ويعكس مستوى تطور ونضج الإعلام الثقافي مستوى تطور ونضج الحياة الثقافية ذاتها (خضور، د ت، ص 1).

وخلافا للتعريف الأول الذي ينظر للإعلام الثقافي من زاوية عموميته ويربطه بالمرجعيات الهادفة، ينطلق تعريف أديب خضور من زاوية أضيق ويرى في الإعلام الثقافي إعلاما متخصصا يعتمد على ركني التخصص وهما: المادة الإعلامية المتخصصة، أو الجمهور النوعي المتخصص، ويعتبره انعكاسا للسياسة الثقافية، على اعتبار أن الإعلام الثقافي لا تقوم له قائمة ما لم تتوفر له بيئة ثقافية تشجع الاستثمار في المجال الثقافي وتعمل على تطويره.

أما عبدالله تايه فيُعرّف الإعلام الثقافي في كتابه " الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون " على أنه الجزء المحدد من الإعلام الذي يهتم بقضايا الثقافة وأسئلة الإبداع، ويناقش قضايا وهموم المعرفة، وي طرح أسئلة وإشكاليات الحضارة والهوية. (تايه، 2006، ص 26)

وينطلق هذا التعريف من نقطة بالغة الأهمية وهي اعتبار الإعلام الثقافي وسيلة من وسائل التعبير عن الهوية، ووسيلة من وسائل الحفاظ عليها، فالإعلام الثقافي إعلام يلتزم بالمقومات الثقافية ويسعى لترسيخ مبادئ الهوية الوطنية بإتاحة المجال للتعبير عنها، بما يُشكّل حصنا منيعا في وجه العولمة الثقافية التي تسعى إلى طمس كل تميّز و خصوصية تتسم بها الثقافات الفرعية.

3- الفرق بين الإعلام والثقافة:

رغم إمكانية اعتبار الثقافة والإعلام وجهين لعملة واحدة، ورغم التداخل الكبير بين المجالين لدرجة ضمهما في مجال واحد في كثير من الحالات، ورغم أن كلاهما يقوم على المعادلة نفسها مرسل/ رسالة /مستقبل، إلا أن نظرة فاحصة لجوهر كل منهما تستبين فروقات عدة ترتكز بالأساس على اختلاف مركز ثقل كل منهما في المعادلة السابقة الذكر. فباستبار المرسل هو مركز ثقل المعادلة الثقافية، فإن المجال الثقافي يتعلق بالإبداعات الفردية الراقية، والإنشاء الثقافي عملية ذاتية تتبثق أصلا من المرسل وهو يُرضي حاجة نفسية داخلية وينطلق من قنوات فردية خاصة، وفي الأغلب لا يهتم بالتكليف حسب رغبة الآخر، بل على العكس يفترض تقرب الآخر منه بشكل ما، كما أن النص الثقافي الإبداعي طاقة رمزية غنية ومتداخلة يصعب فهمه أو استعماله أو تذوقه من خلال فرضية رمزية واحدة، وأحيانا تكون له مستويات متعددة وزوايا فهم متباينة.

وما دامت القيمة التعبيرية في النص الثقافي هي المسيطرة فإنه يترتب على ذلك أن تحو اللغة منحى خاصا، تتحو باتجاه الدقة والضبط ولكنها تحمل طاقة رمزية، فاللغة في الخطاب الثقافي لا تعدو مجرد تعبير أو أداة اتصال، أي مقصودة لغيرها، بل تكون مقصودة لذاتها فالقصيدة الشعرية هي ما تكونه القصيدة فلا سبيل لتكليفها أو تبسيطها.

كما أن القضايا الثقافية تتعلق بموضوعات إنسانية عميقة الطرح، تصقل الرؤية الإنسانية، وتتوغل المفاهيم والقيم، وبهذا فالخطاب الثقافي يسعى للديمومة والخلود، فهو ليس خطابا ظرفيا أو أنيا.

في حين ينحو مركز ثقل المعادلة الإعلامية نحو المستقبل، وبالتالي يتعلق أساسا بالاستقبال الجماهيري للرسالة الإعلامية، والتي تتميز بكونها أنية تتجدد موضوعاتها بين الفينة والفينة، كما أن ارتباط مركز ثقل المعادلة الإعلامية بالجمهور أضفى عليها عديد الخصائص منها الجماهيرية والتبسيط والتعميم مما يجعل النص الإعلامي نصا مغلقا غير قابل - في معظمه - للتجديد، يدور ويتكرر بين وسائل الإعلام المختلفة وفق ما سماه بيار بورديو ظاهرة الحركة الدائرية للإعلام.

لذا فالخطاب الإعلامي محكوم بمدى استجابة الجمهور ومقدرته على استيعاب المعاني المرسلة، فمهما كان لدى المرسل من اختيارات لغوية وثروة دلالية رمزية فإنه مضطر للتصرف وفقا لصورة الجمهور المقصود بالمادة الإعلامية، وبما أن الجمهور متسع القاعدة، فإن اللغة الإعلامية تتحو منحى البساطة وقرب المأخذ، وتبتعد عن الحشو والتعقيد.

من هنا كان فهم الخطاب الإعلامي من طرف جمهور المستقبلين هاجس الدراسات الإعلامية وبؤرة تركيزها، لهذا احتلت دراسات إضفاء المعاني على الرسالة، وعملية الترميز وفك الترميز مكانة خاصة في الدراسات والبحوث الإعلامية، في سبيل الإجابة عن التساؤل الآتي: هل الجمهور مجبر على فهم الرسالة بالطريقة نفسها التي يريد المرسل؟

وفي هذا السياق تُعد بحوث التلقي، أو بحوث الجمهور الجديدة من التوجهات التي بحثت في الطريقة التي يُضفي من خلالها جمهور المتلقين معانيهم الخاصة على الرسائل الإعلامية، وتمثل دراسة ستوارت هال في فهم الخطاب التلفزيوني دراسة رائدة في إطار دراسة أنماط تلقي الرسالة الإعلامية - الرموز والمعاني - وتأويل معانيها بناء على السياق الثقافي والاجتماعي للمتلقي، حيث يرى هال أن مختلف رموز كل الأشكال التي يتم من خلالها بناء المعاني والرموز من خلال الرسائل الإعلامية يمكن أن يتنوع من موقع استقبال إلى آخر ويمكن أن يتغير من المرسل إلى المستقبل، أو بالأحرى من المرمرز إلى الذي يفك الرموز وفق ثلاث أطر هي (لعبان، 2008، ص 32):

إطار الرموز المهيمنة: وفي هذه الحالة يتم فهم الرموز في الإطار الدلالي نفسه الذي تم وضعه من قبل المرسل، ويطلق على نموذج الاتصال في هذه الحالة اسم الاتصال الشفاف.

إطار المفاوضات: يقبل المشاهد في هذه الحالة بعض خصائص المعاني المهيمنة، إلا أنه يغير خصائص أخرى ليوافق معانيها وأهدافها.

إطار المعارض: يقوم المستقبل في هذه الحالة بقراءة في الاتجاه المعارض للرموز المهيمنة، في إطار هذه الحالة يفهم المشاهد الخطاب الإعلامي - التلفزيوني - فهما جيدا في كل منعطفاته السطحية منها والعميقة، ولكنه يفسر الرسالة بطريقة مخالفة تماما.

وتأخذ دراسات التلقي بعدا أوسع مع المقرب الاتنوغرافي لنموذج التفاعل والتأويلات لدافيد مورلي بتركيزه على فعالية الجمهور في بنائه لمعاني نصوص وسائل الإعلام، بدلا من استيعابه للمعاني المحددة المفروضة عليه في إطار الرموز المهيمنة، حيث يعطي دافيد مورلي أهمية بالغة لسياق المشاهدة وبيحث في التفاعلات فيما بين أفراد العائلة أمام شاشة التلفزيون، وكيف يؤثر الإطار العائلي على سياق المشاهدة. وبهذا يُركّز مقرب التلقي لدافيد مورلي على الجمهور وليس على النصوص، وعلى السياق العائلي ككل، وليس على المشاهد فقط (بومعيزة، 2006، ص 49)

4- خصائص الإعلام الثقافي:

أضفت السمات المميزة للحقل الثقافي عن الحقل الإعلامي صبغتها على الإعلام الثقافي كحقل له مميزاته وخصائصه التي يمكن تلخيصها في النقاط الآتي ذكرها:

- يرتبط الإعلام الثقافي ارتباطا وثيقا بالحقل الثقافي ودرجة حركيته أو جموده، فهو انعكاس للنشاط الثقافي ومرآة لصيرورة الفعل الثقافي والسياسة الثقافية القائمة.
- مجال الإعلام الثقافي غير ملموس في جميع أحيانه، بل هو أقرب إلى التجريد والتظير لارتباطه بالطاقة الإبداعية الإنسانية وليس بمجريات الواقع المعاش كحال باقي القطاعات الإعلامية التي ترتبط بوقائع ومجريات الأحداث.
- الرسالة الإعلامية الثقافية مفتوحة أكثر من غيرها على قراءات وتأويلات متعددة ومختلفة، فهي تأخذ من الحقل الثقافي تعقده وغموضه.
- تزداد أهمية المجال الثقافي في المجتمع بازدياد مستوى التطور الحضاري فيه. وفي مرحلة معينة من تطور المجتمع، تتكسد التحولات الثقافية وتتجمع تراكمياً، وفي مستوى معين من تراكمها، تؤدي إلى تبدل نوعي، يحدث التغير الثقافي.

5- أنواع الإعلام الثقافي:

يرتكز التفريق بين نوعي الإعلام الثقافي على مبدأ شمولية الثقافة من خصوصيتها، فالمبدأ الشمولي للثقافة، والذي يمثله التيار الأنجلوسكسوني ينظر للثقافة من وجهة نظر انثروبولوجية ويعتبرها نمط الحياة والسلوك، ويؤسس بذلك للإعلام الثقافي العام، ويرى أن كل رسالة إعلامية تسوّق أنماطاً ثقافية سواء بطريقة مباشرة وجلية كما في البرامج التي تتخذ الثقافة موضوعاً لها، أو بطريقة غير مباشرة أو حتى ضمنية كما في البرامج العامة التي يمكن اعتبار لغتها وطريقة تنظيمها تسويقاً لأنماط ثقافية معينة على اعتبار أن كل برنامج يقدم معلومة جديدة أو معرفة في شتى المجالات هو بالضرورة يضيف إلى الرصيد الثقافي والمعرفي للمتلقي.

أما المبدأ المتخصص، والذي يمثله التيار الفرانكفوني الذي يربط الثقافة بالإنتاج الأدبي والفني والجمالي الرفيع، فيؤسس للإعلام الثقافي المتخصص، ويحصر الثقافة في برامج نوعية ومواضيع متخصصة وجمهور نخبوي غير عام. وانطلاقاً من هذه التباينات يُعرّف الإعلام الثقافي العام على أنه الإعلام الذي يتوجه إلى الجمهور العام بكل فئاته بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والفن والعلم والتراث، بهدف تثقيفه وتهيئة العقول لقبوله، ويتخطى عقبات الملل الذي يصاحب المادة الثقافية باستخدامه لكافة عناصر التشويق وأساليب

العرض والتقديم من سرد ودراما وندوات وحوارات وتمثيلات وأفلام ومسلسلات وغير ذلك (مصطفى، 2007، ص8)

أما الإعلام الثقافي المتخصص فيتعلق بفرع ثقافي معين، وبجمهور معين، فهو يقوم على ركني التخصص والالذان يتمثلان في المادة المتخصصة في فرع معين، أو الجمهور النوعي المتخصص الذي يتميز بمستواه التعليمي والثقافي والحضاري المرتفع نسبيا، كما أن جمهور الإعلام الثقافي المتخصص يتميز غالبا بالإيجابية والمبادرة والفاعلية.

ومهما يكن من أمر المصطلحات والتقسيمات، فإن الإعلام الثقافي بنوعيه العام والمتخصص يشكل منبرا ثقافيا متميزا، وأداة هامة في ديمقراطية الثقافة، وتحقيق الوظيفة التثقيفية للإعلام

6- أهداف ووظائف الإعلام الثقافي: تقوم فلسفة الإعلام عموما والإعلام الثقافي على وجه الخصوص على مبدأ أنه ما من كلمة تُذاع أو تُنشر إلا ولها هدف، والحديث عن الغائية في الإعلام حديث مُحمّل بالأيديولوجيا والأهواء والمقاصد الخفية، إذ ما من رسالة إعلامية إلا وتسعى للتعزيز أو التغيير أو التأثير، بغض النظر عن إيجابية هذا التأثير أو سلبيته.

وبهذا، فزيادةً على الأهداف العامة التي يهدف لها الإعلام عموما، يصبو الإعلام الثقافي إلى تحقيق أهداف خاصة من وحي خصوصيته كميدان إعلامي حيوي واستراتيجي، ومن هذه الأهداف:

- تحقيق ديمقراطية الثقافة وتوصيلها إلى أوسع قطاعات الجماهير بما يستجيب لاهتماماتها ويتلاءم مع احتياجاتها. فالإعلام الثقافي يهدف بالأساس إلى الخروج بالثقافة من حصونها العاجية وجعلها في متناول الجماهير المختلفة، ويدخل في هذا الإطار نشر وتبسيط العلوم vulgarisation scientifique، حيث أن تبسيط العلوم وربطها بالحياة اليومية يزيد من درجة الاهتمام بها و تعميقها في العقل والوجدان.

- الإسهام في تحقيق التكامل الثقافي بين عناصر المجتمع بما يساعد على وحدته واندماجه، فالثقافة عامل مهم من عوامل التماسك الاجتماعي بما تضفيه على المجتمع من روابط وعلاقات انتماء يمكن الاستفادة منها في الجانب الإعلامي لتعزيز الانتماء والهوية.

- كما يساهم الإعلام الثقافي في تحقيق التبادل الثقافي على المستوى الدولي، وتشجيع الحوار والحث على تبادل المعارف مع الآخر، دون التفریط في الهوية، فالتبادل والحوار بين الثقافات شرط البقاء، خاصة في هذا العصر الذي تتجاذبه أمواج العولمة الإعلامية والثقافية التي تكاد تعصف

بالخصوصيات الثقافية، وبهذا يكون الإعلام بابا لإثبات الهوية الثقافية للأنا، والتفاعل دون الذوبان مع الآخر المختلف بما يخلق حصانة لجمهور الإعلام الثقافي ، ويُجسد مقولة المهاتما غاندي " أريد أن تهب ثقافات كل الأراضي بمحاذاة منزلي، وبكل حرية، لكني أرفض أن أنقلب بهبوب أي واحدة منها" - أكدت عديد الدراسات الدور الريادي للإعلام في التنمية، وفي المساهمة في التغيير السوسيو-ثقافي، فمن لرنر الذي يربط في تحليله بين التعرض لوسائل الإعلام الجماهيري والتحضر في المجتمعات التقليدية، إلى نموذج انتشار المبتكرات لروجرز ، إلى دراسات ولبير شرام عن دور وسائل الإعلام في التنمية واهتمامه بالذات بعملية الربط الثقافي الذي يعتبره شرطا في إحداث التنمية بما يعنيه من إمام بالثقافة المحلية وضرورة ارتباط البرامج الإعلامية بالثقافة التي تخاطبها... وبهذا يكون الإعلام الثقافي أحرى بممارسة هذا الدور لكونه ينطلق من فلسفة الإعلام الهادف، الذي يرمي إلى التوعية والتثقيف والتغيير الإيجابي والفعال، بما يساعد على تكوين نمط ثقافي يدفع بالقوى الاجتماعية إلى تغيير واقعها نحو الأفضل.

- يلعب الإعلام الثقافي دورا هاما في التعريف بالتراث الثقافي الإنساني القديم والحديث والمعاصر، وتقديمه بأساليب متنوعة من خلال الاهتمام بمجالات الإشعاع الثقافي والعلمي، وتسلط الضوء على حركية الفعل الثقافي وتقريب الجمهور أكثر من فعالياتهما.

- يضطلع الإعلام الثقافي بوظيفة تربية بالأساس في محاولته لتهديب ملكات النفس وتعويدها على تذوق الفنون الثقافية من أدب وفن.. وغيرها، بترسيخ القيم الأخلاقية والجمالية، وطبعها على الأسلوب الراقي غير المبتذل.

قائمة المراجع:

- 1 أديب خضور، الإعلام الثقافي المتخصص: طبيعة العلاقة بين الإعلام والثقافة، محاضرة دون تاريخ.
- 2 السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- 3 السيد أحمد مصطفى، الإعلام الثقافي والحركة الثقافية، محاضرة بقصر الشارقة، بتاريخ 14-02-2007.
- 4 عبدالله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، دار الماجد للطباعة والنشر - رام الله، ط 1، 2006.
- 5 عبد العزيز شرف، في تقديمه لكتاب البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي تأليف سهير جاد، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987.
- 6 لعبان عزيز، فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال، فكر ومجتمع، فصلية محكمة تصدر عن طاكسيج.كوم للدراسات و النشر، العدد الأول، يناير 2008.