

وسائل الإعلام والتنمية الثقافية: إرهافات الواقع ورهانات المستقبل

The media and cultural development Reality jams and future bet

جفال نورالدين

جامعة العربي التبسي

تبسة/ الجزائر

N.djaffal@univ-tebessa.dz

ناصر نورالدين*

جامعة العربي التبسي

مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية

تبسة/ الجزائر

Noureddine.nacer@univ-tebessa.dz

تاريخ الإرسال: 2021/05/10 تاريخ القبول: 2021/11/09 تاريخ النشر: 2021/12/31

ملخص:

تبحث هذه الورقة في موضوع على درجة كبيرة من الأهمية، من خلال إبراز دور وسائل الإعلام في التنمية الثقافية، ورهاناتها المستقبلية باعتبارها أحد أهم وسائلها، بالإضافة إلى أنها دعامة أساسية لأي تنمية خاصة في ظل فشل التجارب الإنمائية السابقة بسبب إهمالها للبعد الثقافي للمجتمع من جهة والتحديات الراهنة التي فرضتها العولمة من جهة أخرى، كما تكمن أهمية الموضوع في معالجته لمتغيرين لا يمكن الحديث عن أحدهما في غياب الآخر، إذ لا يتصور ثقافة دون إعلام، كما لا يعقل أن يكون هناك إعلام دون ثقافة تؤازره و تجذب الجمهور لبرامجه. مما يستدعي من وسائل الإعلام المزيد من الاحترافية، والتركيز على معالجة ما يهم الشأن العام، بموضوعية في الطرح و التناول، بعيدا عن التحويل والتضليل، والعمل على تنمية ثقافة المجتمع، بما يخدم تطلعاته وآماله، وغربلتها من كل ما يعيق تقدمه. الكلمات المفتاحية: الإعلام الثقافي؛ الهوية الثقافية؛ التنمية الثقافية؛ وسائل الإعلام.

Abstract:

This paper examines a topic of great importance, by highlighting the role of the media in cultural development and its future concerns as one of its most important means, as well as the bedrock of any development, given the failure of past development experiences to neglect the cultural dimension of society and the current challenges posed by globalization. this requires the media to be more professional and to focus on addressing what matters to the public in an

* المؤلف المرسل

objective and honest manner, without trivialization or misinformation, and to promote the development of the culture of society in a manner that serves its aspirations and hopes, and to rid it of all that impede its progress.

Keywords: cultural media; cultural; identity cultural; development; media.

مقدمة:

نتيجة للتقدم الذي عرفته الإنسانية خاصة في جانب التقنية و التكنولوجيا، هذه الأخيرة التي لم تستثن مجالاً إلا وغزته، وكان لجانب الإعلام والاتصال الباع الكبير من هذه الطفرة العلمية، حيث استطاعت من خلالها وسائل الإعلام أن تخطو خطوات كبيرة وتحقق تقدماً هائلاً، إذ أصبح لا يخفى على أحد الدور الذي تلعبه في تنمية المجتمعات، وكانت من بين أهم المساهمين والفاعلين في إحداث التغيير الاجتماعي، إن وسائل الإعلام سلاح ذو حدين، فبقدر الأهمية التي تلعبها في حياة المجتمعات الراغبة في التقدم والتنمية باعتبارها وسيلة ثقافية وتأثير قيمي وفكري من جهة، تصنف ضمن أعتى الأسلحة وأخطرها تأثيراً على الهوية الثقافية، باعتبارها أداة هدم وتبعية وتخلف من جهة أخرى، ومن هنا جاءت هذه الورقة لتبحث في الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التنمية الثقافية للمجتمع .

1/ مفهوم الإعلام (لغة واصطلاحاً).

أ/ لغة:

الإعلام لغة مشتق من أعلم، يعلم، إعلاماً، أي: قام بالتعريف والإخبار لغيره وأعلم، أي: أخبر، لذلك تقول العرب: أعلم فلاناً الخبر، أي: أخبره به.⁽¹⁾

جاء في معجم "محيط المحيط" لبطرس البستاني: الإعلام في اللغة مصدر أعلم وأعلمت كأذنت، ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر، وأعلم الفارس جعل لنفسه علامة الشجعان، وأعلم الفرس علق عليه صوفاً أحمر أو أبيض في الحرب، وأعلم نفسه وسمها بسمات الحرب.⁽²⁾

كما أشار الراغب الأصفهاني في معجمه في التفريق بين الإعلام والعلم، فقال: أعلمته وعلمته في الأصل اللغوي واحد، إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم.⁽³⁾

ب/ اصطلاحا:

تتعدد تعريف الإعلام اصطلاحيا وتنوع حسب نظرة كل مفكر أو مدرسة، إذ تتمحور أساسا حول أدوات الإعلام وآلياته، فقد جاء في قاموس أكسفورد وكاسل تعريف الإعلام بأنه: "انتقال معلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة بحيث تنتشر فتصبح لهم لغة للتفاهم و اصطلاحا للتعامل ووسيلة للمشاركة"⁽⁴⁾.

كما عرف سمير حسن الإعلام بأنه: "كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عند القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية"⁽⁵⁾.

وقد عرف "أوتوجروت" الألماني الإعلام: بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه⁽⁶⁾.

ومن هذا التعريف تتجلى لنا أهمية الإعلام ووسائله في أي مجتمع، وبأنه إنعكاس لثقافة المجتمع السائدة، وتعبير عن حاجاته ورغباته بصورة موضوعية .

وقد عرف ماهر عودة الشميلة وآخرون الإعلام بأنه: "الوسيلة الرئيسة التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن، بغرض التعريف عما يجري في العالم من أخبار وأنباء مختلفة سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو دينية أو ثقافية أو ترفيهية، إشباعا لرغبات البشر في فهم ما يحيط بهم من ظواهر"⁽⁷⁾.

كما أشار "سيد الشنقيطي" في تعريفه للإعلام بأنه: هو كل قول أو فعل قصد به حمل حقائق أو مشاعر، أو عواطف، أو أفكار، أو تجارب قولية، أو سلوكية شخصية، أو جماعية إلى فرد أو جماعة، أو جمهور، بغية التأثير، بواسطة وسيلة اصطلح عليها أنها إعلام قديما أو حديثا⁽⁸⁾.

يشير مصطلح الإعلام إلى الوسيلة التي يتم من خلالها إعلام الجمهور بمجريات الأحداث و الإحاطة التامة بكل ما يحدث وكل ما ينشأ من أحداث وأخبار جديدة، إذ يكمن الهدف الأخير والأساسي للإعلام بإحاطة الجمهور بكل مجريات الأمور، وذلك ببثها ونقلها إلى الأفراد بوسائل عدة منها: المسموعة والمرئية والمكتوبة وغيرها من الوسائل التي يسهل الوصول لها من قبل الأفراد الذين باتوا يعيشون اليوم في بيئة مشبعة بالإعلام تتميز بالتعدد الهائل والتنوع الكبير في وسائل نقل المعلومات⁽⁹⁾.

كما يعرف محمد جمال الفار الإعلام بأنه: تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، إذ يقوم الإعلام على التنوير والتثقيف مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي⁽¹⁰⁾.
 نلاحظ من تعريف "الفار" للإعلام بأنه تعريف دقيق، إذ ركز على ما يجب أن يكون عليه الإعلام ووسائله خاصة في مجال التثقيف، باعتماد الدقة في نقل الأخبار بصدق وموضوعية.

2/ التنمية الثقافية (مفهوم وتاريخ).

أ/ مفهوم التنمية الثقافية:

عرفها التقرير الأول للتنمية الثقافية بأنها: "كل ما من شأنه أن يسهم في كل مجال من مجالات النشاط الإنساني في نشر قيم مجتمع المعرفة، وتحديث النظم والوسائل والأدوات الكفيلة باستنفار العقل العربي وتوظيف قواه من ناحية، والارتقاء بالوجدان العربي من ناحية أخرى، وفي جملة واحدة تبدو التنمية الثقافية تنمية العقل وتربية الوجدان⁽¹¹⁾".
 كما يعرفها مصطفى يوسف كافي بأنها: "التغيير الذي يحدث في الجوانب المادية وغير المادية للثقافة، بما فيها العلوم والفنون والفلسفة والتكنولوجيا والأذواق، بالإضافة إلى التغيير الذي يحدث على مستوى بنية المجتمع⁽¹²⁾".

ب/ تاريخ التنمية الثقافية:

تمت صياغة مفهوم التنمية الثقافية بشكل واضح للمرة الأولى في المؤتمر الحكومي الدولي، الذي عقدته منظمة اليونسكو في البندقية عام 1970، لدراسة الجوانب المؤسسية والإدارية والمالية للسياسات الثقافية، ومنذ ذلك الحين أعيد تثبيت قيمة هذا المفهوم، وتم تعميق مضمونه في السياق الخاص للمنطقة الأوروبية أولاً وذلك من خلال المؤتمر الذي عقد على مستوى الحكومات حول السياسات الثقافية الأوروبية في هلسنكي عام 1972، ثم توسع استخدام هذا المفهوم في بقية مناطق العالم الأخرى، ففي آسيا كان خلال المؤتمر الذي عقد على مستوى الحكومات في "جاكارتا" عام 1973، وفي قارة إفريقيا من خلال مؤتمر "أكرا" عام 1975، وفي أمريكا اللاتينية و الكاريبي في مؤتمر "يوغوتا" عام 1978⁽¹³⁾.

لقد شهد العقدان الأخيران من القرن المنصرم اهتماما بالتنمية الثقافية، وبلغ هذا الاهتمام أوجه في أعمال المؤتمر العالمي الثاني للمنظمة العالمية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) المخصص للسياسات الثقافية عام 1981، وكان هذا المؤتمر استجابة لإعلان مبادئ التعاون الثقافي الدولي عام 1966، الذي أقر المشاركة في العلم و المعرفة حقا وواجبا للشعوب كلها ولأأمم كلها⁽¹⁴⁾.

إن التنمية الثقافية مطلب لا بد منه للوجود القومي في هذا العصر لأسباب كثيرة لعل أهمها الحاجة الماسة لترشيد التنمية ذاتها بتعزيز بعدها الثقافي في مواجهة العولمة، وما يرافقها من مظاهر التبعية أو الخضوع الثقافي والاستلاب الذاتي، لأن البعد الثقافي للتنمية هو بصيرتها، وليست جانب من جوانبها، فالتنمية الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية لن تكون مجدية، ما لم تسترشد بالبعد الثقافي⁽¹⁵⁾.

3/ الإعلام ووظائف وأدوار.

يؤدي الإعلام عديد الوظائف في حياتنا، إذ لا يمكن فصل وسائل الإعلام عن المجتمع، وهذا ما أشار إليه عالم الاتصال الكندي "مارشال ماكلوهان" صاحب نظرية القرية العالمية، بسؤاله: هل تدرك السمكة أنها مبتلة بالماء؟، وأجاب بلا طبعاً، فالسمكة لا تدرك أنها مبتلة بالماء، لأن البيئة التي تعيش فيها السمكة مغلقة، ولا تشعر بالماء إلا في حالة فقدان الماء أو غيابه، فهكذا هي الحال تماماً في علاقة المجتمع بوسائل الإعلام، هذه الأخيرة أصبحت تتدخل تقريبا في كل مجالات حياتنا اليومية وواقعنا، إلى درجة أننا لم نعد نشعر بوجودها، ناهيك عن تأثيرها علينا⁽¹⁶⁾.

ومن بين الوظائف التي يؤديها الإعلام:

أ/ نقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال:

لقد أصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور كبير في مجال نقل التراث الثقافي مثل: الصحف ومحطات الراديو والتلفزيون والسينما والكتب والعديد من وسائل الإعلام الأخرى، التي تقدم أطر مشتركة ومرجعية للمجتمع وتعمل وسائل الإعلام على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية، ويرى "لازويل" أن المجتمعات البدائية لم تكن في حاجة لممارسة هذه الوظيفة من وسائل الإعلام، ولكن مع تطور المجتمعات وحدث

التمدين والوفرة، بدأ يحدث نوع من الانعزال والتناثر وأصبح دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية ونقل الميراث الاجتماعي وظيفته أساسية⁽¹⁷⁾.

كما يعتمد نقل التراث الثقافي أساسا على توصيل المعلومات والقيم والمعايير الاجتماعية من جيل إلى آخر ومن أعضاء جدد انضموا إليها، وهو ما يعرف بالنشاط التعليمي، وهذا النشاط في العصر الحديث أصبح ضمن مهام وسائل الإعلام، ويقوم هذا النشاط بتوجيه المجتمع عن طريق إعطائه قاعدة أوسع من القواعد الشائعة والقيم، والخبرات الجماعية التي يتقاسمها أعضاء المجتمع، كما يساعد هذا النشاط على اشتراك الأعضاء الجدد في المجتمع وحثهم على أن يقوموا بدورهم وأن يلتزموا بالعادات والتقاليد⁽¹⁸⁾.

حيث أن وسائل الإعلام هي ميدان هام للتعبير عن ثقافة المجتمع وأداة لنقل أنماط الثقافات الأخرى، وغالبا ما تكون وسائل الإعلام الوسائل الوحيدة التي تنقل نقلا يكون في متناول جماهير الناس، لذلك فإن وظيفتها الاجتماعية تقوم على دعم الثقافات التقليدية وفتح الأذهان على أشكال وأساليب جديدة وعلى وصل الماضي القومي بالأبعاد العالمية الواسعة للحضارة للإنسانية⁽¹⁹⁾.

إذ يسعى الإعلام الثقافي إلى رآب الصدع في المجتمع المعاصر الذي تغطي فيه المنافع المادية على حياة الناس، وذلك حينما يسعى الإعلام الثقافي إلى إشاعة القيم الجمالية بين الجماهير، وهنا تصبح الفنون في إطار الإعلام الثقافي وسيلة من وسائل التطهير النفسي ومواجهة الأزمات النفسية التي يعاني منها الإنسان المعاصر، وكما أشار "دوركايم وجروس" بالقياس إلى الفن بأنه يخلق من مشاهديه والمعجبين به وحدة اجتماعية متماسكة، فهو وسيلة لخلق التضامن بين الناس⁽²⁰⁾.

ب/ الضبط الاجتماعي:

وسائل الإعلام أصبحت من أهم أدوات الضبط الاجتماعي، فكونها أولا ذات طبيعة جماهيرية، ثم ثانيا اعتماد الناس عليها كمصدر يكاد يكون وحيدا للمعلومات لغالبية الناس، جعلها قادرة على أن تجمع الناس، إن لم تحدد لهم ما يصح وما لا يصح من الأكل واللباس وطريقة الحياة، بل وحتى القيم والمعتقدات، إن ترويج وسائل الإعلام لأراء وأفكار معينة والتعظيم على ما يخالفها يجعلها تخلق ما يشبه العرف الذي يتفق الجمهور على قبوله، بل ويحاذر الناس من مخالفة ما عملت وسائل الإعلام على أن تجعله إجماعا⁽²¹⁾.

العمل على تطوير الشخصية الإنسانية باعتبارها المحور الرئيسي لعملية التغيير الاجتماعي، والتي يمكن تطويرها من الجمود إلى الحركة، ومن التواكل إلى الإقدام، ومن الخوف إلى المغامرة، ومن الفشل إلى الأمل، ومن الإستكانة إلى الإنجاز والاعتماد على النفس، حتى يتحقق الاتجاه إلى العمل الجاد من أجل النهضة والتنمية وتحقيق الأهداف الوطنية⁽²²⁾.

كما أكد "ماكويل" على أن لوسائل الاعلام وظائف مجتمعية تتمثل في⁽²³⁾:

- الإعلام: نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها وتسهيل عملية التحديث والتقويم من خلال التعرف على المستجدات في التجارب الأخرى.
- تحقيق التماسك الاجتماعي: الشرح والتفسير والتعليق على الأفكار والأحداث والمعلومات، ثم تدعيم الضبط الاجتماعي والمعايير الخاصة.
- تحقيق التواصل الاجتماعي: التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية والثقافات النامية ودعم القيم الشائعة.
- الترفيه: ويتمثل في تقديم التسلية وتهئية الراحة والاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعي.
- التعبئة: وتتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية وبصفة خاصة في الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب.

4 / الإعلام والهوية الثقافية

على الرغم من ايجابيات الثورة الإعلامية و الوسائل المتطورة في مجال التثقيف و الإخبار وربط المجتمع البشري بما يحدث في أنحاء العالم لحظة بلحظة، وما تحقق من وعي و يقظة فكرية بين الأجيال الجديدة في هذا العالم، فإنها لم تخل من سلبيات خطيرة ومظاهر هدامة، انحرفت إليها الكثير من محطات الإرسال و البحث، و دور النشر و الطباعة سواء كان ذلك بغرض الهدم المقصود لما تعارف عليه الناس من قيم ومثل، أو بغية الكسب المادي والانتشار، وكلها - ولاشك - قادت نحو آثار سلبية ظهرت في العديد من المجتمعات، وخصوصا في مجال الفكر والثقافة و الآداب العامة، مما أوجد صراعا رهيبا في عقول الناشئة⁽²⁴⁾.

إن الثقافة العربية في الوقت الراهن تعيش مأزقا حادا يكمن في عجزها عن مواكبة التحولات العالمية، وذلك بفضل تصاعد أهمية التكنولوجيا وبخاصة تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات وعلى رأسها الانترنت، باعتبار أن هذه التكنولوجيا أصبحت وسيلة هامة وأساسية في نقل وتوزيع وانتشار الثقافة و مصادرها، إن التنمية المعلوماتية هي قضية ثقافية في المقام الأول(التنمية الثقافية)، حيث صارت الثقافة في عصر المعلومات صناعة قائمة بذاتها، لقد أصبحت الثقافة هي محور عملية التنمية الاجتماعية الشاملة⁽²⁵⁾.
وقد شبه عبد الإله بلقزيز "العولمة الثقافية" - والتي تعتبر وسائل الإعلام الفاعل الرئيس فيها- بأنها: "ثقافة تشبه سائر مواد الاستهلاك، معلبات "ثقافية" تتضمن مواد مسلوقة جاهزة للاستهلاك في إخراج مثير يضعه تحت وطأة إغراء لا يقاوم، لا وقت للتفكير و التمهيص و التردد النقدي، وسائر ما يمكن أن يحمي الوعي من السقوط في إغراء الخداع"⁽²⁶⁾.

5/ دور الإعلام في التنمية الثقافية

إن الهدف النهائي لأي تنمية هو الإنسان، من خلال تطوير وعيه وقدراته، وتحسين شروط حياته المادية والمعنوية، وزيادة فعاليته ومشاركته في المجتمع، وهو هدف مقرون دوما بنشر المعرفة و الخبرات، وغرس الدوافع وتكريس الشعور بالمسؤولية عند البشر للمضي في عمليات البناء، إذ لا يمكن إنجاح مشاريع التنمية دون مشاركة هؤلاء الذين يتحملون عبئها، ويتوقعون عائدها متوجا بحياة أفضل، ولا يمكن تحقيق الهدف النهائي من التنمية إلا بتوفير ما يسمى بالاحتياجات و الحقوق الثقافية و الإعلامية المتمثلة في حق الاتصال وحرية التعبير، فكلما زاد حظ الإعلام من الحيرة والانتشار، زادت فعاليته في قضايا التنمية الشاملة⁽²⁷⁾.

يعد النمو في وسائل الإعلام أحد المؤشرات الدالة على درجة الحراك المميزة للحالة الثقافية داخل أي أمة من الأمم، فوسائل الإعلام تشكل وعاء من الأوعية المهمة التي تنشر الثقافة -بفهومها العام- داخل المجتمع، من خلال ما تتداوله من مضامين سياسية و اقتصادية، و اجتماعية، وما تسوقه من أساليب معينة للحياة، كما تلعب وسائل الإعلام دورا حيويا في توفير نافذة لنشر الإبداع الثقافي-بالمفهوم الخاص بالثقافة- من خلال المجالات و القنوات المتخصصة في قضايا الفكر والفن و الأدب، يضاف إلى ذلك الدور

الذي تلعبه الرسالة الإعلامية كمرآة عاكسة لمنظومة القيم الثقافية والإنسانية التي تسود في مجتمع من المجتمعات خلال فترة زمنية معينة⁽²⁸⁾.

كما يؤكد معظم الباحثين أهمية الثقافة وفعاليتها في المجتمع، وضرورة الاهتمام بالقيم والعادات والتقاليد التي تساعد على تنمية المجتمع وإهمال القيم السلبية، وأقروا بأن كل هذا - خاصة في وقتنا الراهن- يتم من خلال عامل واحد هو الإعلام ووسائله المختلفة، فالثقافة و الإنتاج المادي وجهان مختلفان لعملة واحدة، أي أن الثقافة هي عبارة عن الجزء النظري الذي يمد الإنتاج بالقوانين والنظريات والأفكار⁽²⁹⁾.

وقد عبر أحد الكتاب عن الارتباط الوثيق بين الإعلام و الثقافة بقوله: "لقد توثق الفعل الثقافي وترافق مع النشاط الإعلامي على مدى العصور، وتعاظم بعد التطور العلمي التقني والمعلوماتي... وأضحى الإعلام... الوعاء المناسب والأكثر سعة لحمل رسالة الثقافة، بل إن تفاعل الإعلام مع الثقافة وتوحيدهما في رسالة مشتركة قد أسهما لاحقا في التداخل والتناهد، وصعوبة التمييز بينهما⁽³⁰⁾."

إذ يجمع خبراء الثقافة والإعلام على أن وسائل الإعلام والاتصال تلعب دورا حاسما في المجال الثقافي باعتبارها الناقل الأساسي للثقافة، وباعتبارها أدوات ثقافية تدعم المواقف وتؤثر فيها وتلعب دورا أساسيا في تطبيق السياسات الثقافية، وتحقيق ديمقراطية الثقافة حيث تشكل بالنسبة للملايين الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة و على كافة أشكال التعبير الخلاق، كما تستطيع وسائل الإعلام أن تسهم في إعادة صياغة البناء الثقافي للمجتمع⁽³¹⁾.

وذلك من خلال العمل على تنمية الوعي الثقافي لدى أفراد المجتمع، عن طريق برامجها التي تعنى بتعميق قيم التسامح والحوار والتشاركية في المجتمع، كما تسهم في ضمان الأمن الثقافي وصيانة ذاتيته الثقافية، كما يمكن لوسائل الإعلام المتنوعة أن تسهم في ذلك من خلال برامج العلوم و المعارف التي تقدمها حول مختلف جوانب الحياة، بالإضافة إلى تركيزها على القضايا ذات الاهتمام المشترك: كالبينة، الصحة وتكنولوجيا المعلومات وتاريخ الحضارات⁽³²⁾.

كما يؤكد علي عبد الفتاح على مساهمة وسائل الاعلام في التنمية الثقافية من خلال بناء الإنسان المستنير الذي يبدع وابتكر، وفي الوقت نفسه إزالة كل الضغوط النفسية لديه وتحقيق الطمأنينة و السلام الاجتماعي، مع توعيته بمستجدات العصر وتطوراته حتى

يمكنه المشاركة و المواكبة الفعلية لواقع العصر الذي يستمد أصلته من التراث الثقافي للدولة⁽³³⁾.

حيث أصبحت وسائل الإعلام تلعب دورا أساسيا في تشكيل اتجاهات الجماهير و المحافظة على الشكل الاجتماعي للمجتمع، وهذا ما ذهب إليه علما الاجتماع إذ رأوا أن وسائل الإعلام تستطيع التأثير في سلوك الأفراد و العمل على ابراز العادات و التقاليد التي تعمل على زيادة الارتباط بين أفراد المجتمع الواحد، وقد ربط العلماء قديما بين التقدم المادي و الإعلامي في المجتمع و زيادة وعي الأفراد، أي أن هناك إنتاج آخر غير الإنتاج المادي وهو انتاج ذهني و اجتماعي و تلعب القوانين الاجتماعية و النظم الثقافية دورا هاما في المجتمع، ويأتي ذلك من خلال مواكبة التقدم في مجالات التكنولوجيا المتعددة⁽³⁴⁾.

6/ معوقات التنمية الثقافية في الإعلام.

أشار ميرتون ولازسفيدل إلى أن إساءة وسائل الإعلام لأداء وظائفها ينتج إحساسا باللامبالاة لدى الجمهور، وقد أرجعنا هذه اللامبالاة إلى إغراق وسائل الإعلام جمهورها بالمعلومات بشكل يؤدي إلى عملية تخدير بدلا من عملية التنشيط، فيقضي الجمهور وقته في تعلم القضايا من وسائل الإعلام ولا يصبح لديه أصلا وقتا كافيا لعمل شيء تجاه هذه القضايا⁽³⁵⁾.

فغالبا ما تنسى وسائل الإعلام أن رسالتها الأولى هي تثقيفية في إطار مهامها المتنوعة التي تدور حول الوظائف الآتية: نقل الوقائع، التعبير عن الآراء، التنظيم الاجتماعي والاقتصادي و التسلية، غير أن أدوار أخرى تلعبها هذه الوسائل ليست دوما راقية كالمهام الإيديولوجية و التسويقية التي تسعى إلى الهيمنة الفكرية و الثقافية و الكسب المادي، هذه المهام الأخيرة تحاول أن تقبض على الإنسان و تسيره، فيما المهام الأولى تحرره لأنها تزوده بالمعطيات الأساسية لتكوين شخصيته و فكره و بناء قراره⁽³⁶⁾.

إن الدور التنموي للإعلام العربي، يوجب على وسائل الإعلام العربية إيلاء القضايا الجادة في تناول الإعلامي و المعالجات الصحفية ما تستحقه منه الاهتمام، و الابتعاد عن المبالغة في نشر الأخبار الشخصية، و(فبركة) الأخبار، و تعتمد الإثارة الصحفية، و أن يتم التركيز على الدور التنويري التثقيفي للإعلام خاصة و أنه أمام تحديات عالمية كبيرة

ومنافسة شرسة، لا يملك الإعلام العربي إزاءها المزيد من الإغراق في ترف السطحية و الهروب⁽³⁷⁾.

إذ أن هناك إشكاليات كبيرة تعاني منها وسائل الإعلام العربية خاصة والعالمية على العموم من بينها⁽³⁸⁾:

- الانفصام بين المضمون الإعلامي واهتمامات الجمهور: بحيث أن اهتمامات الصحفيين لا تستجيب غالبا لاهتمامات الجمهور، ما يؤدي إلى تراجع نسب القراء و المشاهدين.
 - التسطيح في المضامين: وهذا ينطبق بشكل خاص على التلفزيون الذي يقدم الصورة والإثارة على المعالجات العميقة، حيث الصحافة المكتوبة الرصينة تنحو إلى بعض التسطيح كي لا يبقى جمهورها محصورا بالنخب الضيقة.
 - هيمنة الصور النمطية: وهي غالبية في وسائل الإعلام المتنوعة بسبب نوع التغطيات العامة، وميل الإعلام إلى معالجات عامة تهم في المبدأ مختلف فئات الجمهور.
 - قلة الإنتاج الثقافي و التربوي: لأن مردوده المادي محدود و على اعتبار أن مشاهديه أقل بكثير من الإنتاج الدرامي أو من البرامج التي تعتمد الإثارة في تغطياتها حتى البرامج العامة كالسياسية و الفكاهية.
 - وقد ذكر هلال الدليمي مجموعة من السمات التي تصبغ الوضع الإعلامي الراهن على المستوى الدولي يشير إلى حقائق خطيرة نذكر منها⁽³⁹⁾ :
 - تمركز المصادر الإعلامية و الثقافية من حيث الإنتاج و التوزيع بكافة أشكاله في الدول التي تحتكر مصدر القوة العسكرية و الاقتصادية و السياسية.
 - أن 80% من الأخبار الموزعة يوميا في العالم تتولى إنتاجه وكالات إعلام عالمية لا يتعدى عددها 5 وكالات فقط.
 - تجاهل وسائل الإعلام لأخبار بلدان العالم الثالث، والتحيز في نقل الأخبار من هذه البلدان إلى العالم المتطور والعكس.
 - الدعاية الثقافية المعتادة والمغرضة الغربية، والتي تشكل تهديدا للثقافات المحلية، مما يؤدي إلى تكريس أخطر أشكال الاستعمار و الغزو الثقافي.
- ويتفق الخبراء أيضا أن أداء صناعة الإعلام في العالم العربي مازال يشوبها الكثير من عناصر الضعف و السلبية، يأتي في مقدمتها أن صناعة الإعلام في مجتمعاتنا مازالت موجبة

لخدمة أهداف تجارية و استثمارية في المقام الأول، بعيدا عن الاعتبارات المهنية و اعتبارات المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع، يضاف إلى ذلك خضوع صناعة الاعلام لسيطرة الحكومات و الأنظمة السياسية الحاكمة. الأمر الذي أفقد هذه الصناعة استقلاليتها و أدى إلى فقدانها جزءا لا يستهان به من مصداقيتها، ثم يأتي بعد ذلك أن هذه الصناعة كثيرا ما تتعرض للاختراق من قبل بعض الحكومات و الأجهزة و الأطراف الخارجية، بالشكل الذي يجعلها في كثير من الأحيان تعبر عن مصالح و أجندات تتعارض مع المصالح الوطنية، ثم أنها رغم ما تشهده من تطورات فنية و تقنية مازالت تعاني من الجمود و التخلف الإداري و غياب الرؤية التي تمكنها من أن تصبح صناعة راسخة تستطيع مواجهة تقلبات السوق و تحدياته⁽⁴⁰⁾.

إن ثنائية الإعلام و التنمية – خاصة الثقافية – تعتبر الوصفة السحرية لخروج دول العالم الثالث من حالة التخلف و الالتحاق بركب الحضارة، وتبرز قيمة وسائل الإعلام و دورها كوسيلة ناجعة في كل مراحل التحول و التطوير الاجتماعي و التي تستهدف حلحلة بنى تلك المجتمعات الراكدة، من خلال قدرتها على التأثير المباشر في سلوك الأفراد و المجتمعات⁽⁴¹⁾.

ولتحقيق هذا التغيير، هناك عدة اعتبارات أساسية يجب مراعاتها⁽⁴²⁾:

- رعاية المفكرين و المبدعين و تأكيد مكانتهم في المجتمع و تذليل ما يعوقهم من مصاعب.
 - تعاون أجهزة الثقافة و التعليم و الإعلام و التقنية في الدول العربية لدراسة هذه الهوية و إخراجها إلى حيز الوجود.
 - توفير الأمن الثقافي الدائم من خلال ايجاد حالة من الاكتفاء الذاتي عن طريق ايجاد مراكز البحث و مصادر الدراسات و وسائل النشر و توفير مصادر التمويل الخاصة بمشروعات التنمية الثقافية و توضيح الهوية الثقافية.
- إن الزمن الذي وصلنا إليه زمن لا يحتمل تأجيل المشكلات ولا تجاهلها، بل من الضروري الكشف عن جميع ما يعترض سبل مجتمعاتنا من معضلات، لنجد لها حلا في ظل مستجدات العصر الراهنة بكل تعقيداتها و تطوراتها، بل و العمل على استشراف المستقبل لبناء منظومة إعلامية تخدم ثقافة المجتمع – الإيجابي منها- و الترويج لها من

أجل الخروج من مأزق التخلف وحالة الاغتراب المخيمة منذ عقود، ولما لا مواكبة ركب الأمم المتقدمة.

خاتمة

لم يعد يخفى على أحد الأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة، بما تمثله من ضرورة حياتية، وقوة لها نفوذها وأبعادها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، إذ تقوم بدور أساسي في نقل وتداول المعلومات بين الشعوب، وتكوين الآراء والاتجاهات نحو مختلف الموضوعات وقضايا الساعة، ومن هنا تتجلى أهمية وسائل الإعلام في المساهمة في التنمية الشاملة عموماً و التنمية الثقافية للمجتمعات خاصة، حيث أن الدول التي استثمرت في الإعلام ووسائله، وهيات له البيئة الملائمة من حرية وسلاسة في الوصول للمعلومات، هي ذاتها التي حققت تنمية ثقافية رائدة عادت عليها بالتطور والرقي، الشيء الذي يجعل المجتمعات التي لازلت بعيدة عن ركب التطور، خاصة الدول العربية وبما تمتلكه من موارد ووسائل إعلام متطورة، أن تعمل على تهيئة الظروف السياسية والتشريعية والثقافية من أجل أن تكون وسائل إعلامها منافسة وحامية لها من كل غزو ثقافي وافد من جهة، ومنقحة لها من كل عائق داخلي أو خارجي قد يقف في مسار تقدمها ورقمها من جهة أخرى.

قائمة المصادر والمراجع:

- عبد الرزاق الدليهي، الإعلام في ظل التطورات العالمية، دار اليازوري العلمي، الأردن، 2017.
- إبراهيم جابر السيد، الإعلام والمجتمع، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015.
- إياد هلال الدليهي، نظام الاتصال والإعلام الدولي، دار النهضة العربية، بيروت، 2013.
- بهاء الدين عبد الله الزهوري، "التنمية الثقافية بين النقد والتوثيق"، مجلة المعرفة، السنة 30، وزارة الثقافة سوريا، 01 جانفي 1992.
- تهامة الجندي، الإعلام العربي: قلق الهوية وحوار الثقافات، وزارة الثقافة، سوريا، 2005.
- تيسير أبو عرجة، الإعلام العربي ووسائله رسائله وقضاياها، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- حشمت توفيق عزيز، الإعلام وقضايا التنمية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
- الراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن، ط4، دار القلم، دمشق، 2009.
- رمضان توفيق رمضان عبيد، الثقافة وأثارها على التنمية، مكتبة مدبولي، القاهرة، مصر، 2013.
- سليمان قسيم الطعاني، الوجيز في التربية الإعلامية، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2020.
- صلاح عبد الحميد، الإعلام وثقافة الصورة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- طه أحمد الزيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- طه عبد العالي نجم، الإعلام والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013.
- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي؛ الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، مصر، 2007.
- عبد الإله بلقزيز، العولمة والممانعة: دراسات في المسألة الثقافية، دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا، 2002 .
- عبد الرحمان حجازي، الإعلام الإسلامي بين الواقع والمرتبج، دار المعرفة، بيروت، لبنان، 2017.
- عبد الله أبو هيف، التنمية الثقافية للطفل العربي، إتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2001.
- عبد النبي عبد الله الطيب، الإعلام والتنمية مشكلات وقضايا، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2014 .
- علي عبد الفتاح، الإعلام الحربي والعسكري، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2014.
- عودة الشمالية ماهر وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- محرز حسين غالي، اقتصاديات المعرفة وصناعة الإعلام، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020.

- محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- محمد خليل، الإعلام العربي مظاهر النمو ومخاطر التفكك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- محمد عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات و الأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998.
- محمد عبد السلام علي، الإعلام الثقافي، دار المعزز للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2017.
- محمد كحط الربيعي، حسين الأنصاري، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018.
- مصطفى يوسف كافي، التنمية المستدامة، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.
- مؤسسة الفكر العربي، التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان، 2009.
- نجلاء اسماعيل أحمد، الإعلام التوظيفي، دار المعزز للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- نجلاء اسماعيل أحمد، الإعلام الديني و التعددية الثقافية، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.
- نجلاء عبد الفتاح طه، دور الإعلام في حل القضايا المعاصرة، الإسكندرية، 2015.
- هزوان الوز، الإعلام أدوار و إمراطوريات، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، سوريا، 2007.

الهوامش

-
- طه أحمد الزبيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 42.
 - نجلاء اسماعيل أحمد، الإعلام التوظيفي، دار المعزز للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص 12.
 - الراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن، ط 4، دار القلم، دمشق، 2009، ص 580.
 - طه أحمد الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 42.
 - عبد الرزاق الدليبي، الإعلام في ظل التطورات العالمية، دار البازوري العلمي، الأردن، 2017، ص 16.

- 6 - عودة الشميلة ماهر وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 14.
- 7- نفس المرجع، ص 15.
- 8 - عبد الرحمان حجازي، الإعلام الإسلامي بين الواقع والمرآة، دار المعرفة، بيروت، لبنان، 2017، ص 11.
- 9 - سليمان قسيم الطعاني، الوجيز في التربية الإعلامية، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2020، ص 17.
- 10- محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 27.
- 11 - مؤسسة الفكر العربي، التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان، 2009، ص 10.
- 12 - مصطفى يوسف كافي، التنمية المستدامة، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص 17.
- 13- بهاء الدين عبد الله الزهوري، " التنمية الثقافية بين النقد والتوثيق "، مجلة المعرفة، السنة 30، وزارة الثقافة سوريا، 01 جانفي 1992، ص 42.
- عبد الله أبو هيف، التنمية الثقافية للطفل العربي، إتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2001، ص 208. 14
- نجلاء عبد الفتاح طه، دور الإعلام في حل القضايا المعاصرة، الإسكندرية، 2015، ص 126. 15
- حشمت توفيق عزيز، الإعلام وقضايا التنمية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص 13. 16-
- 17 - عبد النبي عبد الله الطيب، الإعلام والتنمية مشكلات وقضايا، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص ص 207، 208.
- رمضان توفيق رمضان عبید، الثقافة وأثارها على التنمية، مكتبة مدبولي، القاهرة، مصر، 2013، د ص 18.
- 19- محمد كحط الربيعي، حسين الأنصاري، الدور الثقافي للفتنات الفضائية العربية، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018، ص 40.
- 20- محمد عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998، ص 40.
- 21- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، مصر، 2007، ص 69.
- محمود عبد السلام علي، الإعلام الثقافي، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص 79. 22
- إبراهيم جابر السيد، الإعلام والمجتمع، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص 6. 23
- نفس المرجع، ص 107. 24
- 25- نجلاء اسماعيل أحمد، الإعلام الديني والتعددية الثقافية، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 140.
- 26- عبد الإله بلقزيز، العولمة والممانعة: دراسات في المسألة الثقافية، دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا، 2002، ص ص 62، 63.

- تهامة الجندي، الإعلام العربي؛ قلق الهوية وحوار الثقافات، وزارة الثقافة، سوريا، 2005، ص 26.27
- محمد خليل، الإعلام العربي مظاهر النمو ومخاطر التفكك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 5.28
- طه عبد العالي نجم، الإعلام و المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013، ص 250.29
- نجلاء اسماعيل أحمد، الإعلام الديني و التعددية الثقافية، مرجع سبق ذكره، ص 344 30
- 31- صلاح عبد الحميد، الإعلام وثقافة الصورة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص ص 153، 154.
- محمود عبد السلام علي، مرجع سبق ذكره، ص 81.32
- علي عبد الفتاح، الإعلام الحربي و العسكري، دار البازوري العلمية، الأردن، 2014، ص 61.33
- طه عبد العالي نجم، مرجع سبق ذكره، ص 250.34
- عبد النبي عبد الله الطيب، مرجع سبق ذكره، ص 209.35
- إبراهيم جابر السيد، مرجع سبق ذكره، ص 108.36
- تيسير أبو عرجة، الإعلام العربي ووسائله رسائله وقضاياها، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 54.37
- إبراهيم جابر السيد، مرجع سبق ذكره، ص 107.38
- إياد هلال الدليهي، نظام الاتصال و الإعلام الدولي، دار النهضة العربية، بيروت، 2013، ص ص 30.31.39
- محرز حسين غالي، اقتصاديات المعرفة وصناعة الإعلام، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، ص 23.40
- هزوان الوز، الإعلام أدوار و إمبراطوريات، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، سوريا، 2007، ص 46.41
- طه عبد العالي نجم، مرجع سبق ذكره، ص 254.42