

مختصون يؤكدون تكاملية العلاقة بين الثقافة والإعلام



على المثقف أن يغير أدواته ليحضر بقوة في الإعلام •

الشارقة: ليلي سعيد

عقد مركز الخليج للدراسات، صباح الأحد، عبر تقنية «زووم»، ندوة بعنوان «ماذا يريد المثقفون من الإعلام؟»، تناولت العلاقة بين الثقافة والإعلام باعتبارهما يتكاملان

فالثقافة حضورها في الإعلام مهم. والإعلام ليس فقط منبراً للمثقفين، وإنما قد يكون في مجمله ثقافة وتثقيفاً إذا ما نظر إلى الثقافة بالمعنى الأشمل. ومن دون الدخول في تفاصيل النظريات والمقولات والمناهج التي تدرس العلاقة بين الثقافة والإعلام، فإن هناك تطورات كثيرة أفرزت متغيرات متنوعة في علاقة الثقافة والإعلام. بعض هذه التطورات قد يكون طارئاً وإن طال بعض الشيء، مثل وباء «كورونا»، والبعض مستمراً ومتواصلاً وتراكيمياً، وتتمثل أبرز تجلياته في تطبيقات التطورات التكنولوجية المتلاحقة

وأوصى المشاركون في الندوة بأهمية تجسير الفجوة بين الإعلام والثقافة للوصول إلى مشروع ثقافي عربي وطني يؤثر في أجيال المستقبل.

واتفق المشاركون في الندوة التي أدارتها الكاتبة عائشة سلطان، على أن هناك فهماً خاطئاً لمفهوم الثقافة، فالرياضة والصحة والطهي ثقافة، إلا أن الحضور الإعلامي للثقافة الفكرية والأدبية تراجع بعض الشيء فهل يعد ذلك بسبب القصور الإعلامي، أم ابتعاد المتلقي؟

وفي بداية الندوة جرى نقاش بين المشاركين حول أن الإعلام لا يبحث عن المثقف، بل يبحث عن الأسماء البارزة، وأن هناك حاجة لتفكيك بعض القضايا الخاصة بالبنى المؤسسية، إذا أردنا أن نقدم ثقافة جادة، والتي قد لا تواكب التوجه الإعلامي في كثير من الأحيان، والذي يبحث عن الومضات والكبسولات الثقافية السريعة

ورأى د. عمر عبدالعزيز، أن الثقافة حاضرة وبقوة في المشهد الإعلامي، إلا أنها تتماشى مع المتغيرات العاصفة في العالم العربي، والتي لعبت دوراً كبيراً في قوة حضورها، ولا بد أن نراعي أن أدوات الخطاب الإعلامي تغيرت، ولذا على المثقف أن يغير من أدواته ليكون حاضراً إعلامياً

وسائط*

وأكد الباحث والشاعر خالد البدور، أن أطر الوسائط الإعلامية كثيرة في الوقت الحالي، وهناك كم كبير من المحتوى الثقافي ينشر عبر وسائط مختلفة، وأصبح هناك نوع من التخصص في جوانب أخرى، وهذا التحول البنيوي إعلامياً، أثر في المنتج الثقافي الإبداعي الذي كان له زخم في وقت من الأوقات، وسيطرت ثقافة الصورة ما أثر في ما يقدم من مادة إبداعية أدبية

وأشار د. هيثم الخواجة، إلى اختلاف معنى الثقافة من قطر إلى آخر، وأن البرامج الثقافية المتخصصة أصبحت مهمشة وضعيفة إلى حد ما، وأنه من المهم الالتفات لأدوات جديدة وجاذبة لتقديم الثقافة للمتلقي، خاصة في ظل التحديات التي تواجه الثقافة العربية ومحاولة إضعافها عبر العولمة

وأكدت د. آمنة الناهي أن الإعلام تطور بشكل جذري، وأصبح هناك إعلام «التريند»، وأن العلاقة بين الثقافة والإعلام لم تعد تكاملية كما في السابق، وعلى الثقافة أن تواكب وتجاري التطور المتلاحق للإعلام

ورأت الشاعرة شيخة المطيري، أن هناك إذاعات ووسائل إعلامية لا تزال فيها جرعات وبرامج ثقافية جادة وجاذبة، ومنها إذاعة الشارقة التي لا تكف عن تقديم كل ما هو رصين وجاد، وداعم للثقافة والأدب

وأكدت أن الهدف من البرامج الثقافية ليس فقط إبراز المثقف، ولكن طرح النقاش وإلقاء الضوء على قضايا ثقافية، وهناك مواكبة بين ما تقدمه الإذاعة ويبث عبر الوسائط الاجتماعية لدعم القضايا الثقافية المطروحة

مساندة*

ونوهت الشاعرة شيخة الجابري، بأن هناك حاجة لأن تكون الثقافة خبزاً يومياً، وأن المثقف بحاجة إلى مساندة إعلامية، وعلى الإعلام أن يبذل المزيد من الجهد لمواكبة الحركة الثقافية

وأكد الباحث والكاتب مؤيد الشيباني، أن على الإعلام أن يبحث عن المثقف، وأن يكون هناك توجه إعلامي جاد لإبراز دور المثقف، والبحث عن طاقات إبداعية ثقافية جديدة، خاصة في ظل التنافس بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي.

توصيات*

:ومن بين توصيات الندوة التي أكدت أهمية العلاقة التكاملية بين الثقافة والإعلام

أهمية إيجاد آلية إدارية من قبل المؤسسة الإعلامية تبنى على توجه بعيد المدى يأخذ في الاعتبار التحديات الحالية لإبراز ودعم الحركة الثقافية

وضرورة إيجاد استراتيجية ثقافة مشتركة بين الدولة والمؤسسة الإعلامية والثقافية للوقوف على ماذا نريد من الثقافة؟

ودراسة الأدوات الإعلامية الموجودة ومحاولة توحيد الجهود لإعادة صياغة توجه ثقافي يواكب الحاضر

وأيضاً عمل استبيان لقياس الرأي العام لما يريده المثقف من الإعلام، والعكس

وتخصيص صفحة يومية للشعر وإحياء المسابقات الأدبية على صفحات الصحف لإبراز المواهب والطاقات الإبداعية الشابة.