

أجندة للعلاقة بين الثقافة والاتصال الجماهيري في الأردن أ.د. صالح أبو أصبع

من تقرير اليونسكو (أصوات متعددة وعالم واحد)

(إن المسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولية هائلة -سواء كان ذلك خيراً أم شراً- ذلك أنها لا تقوم بمجرد نقل الثقافة ونشرها بل بانتقاء محتواها أو ابتداعه).

(من الخطة الشاملة للثقافة العربية)

من معوّقات الثقافة التي يمكن اعتبارها في الطليعة، وهي تتردّ إلى كون الثقافة في البلاد العربية ما تزال تحتلّ مرتبة ثانوية من اهتمامات الدولة بالقياس إلى الأمور الأخرى. إن كثيراً من الدول العربية، في مقابل ضئها على النشاط الثقافي، تسخو سحاء حاتمياً على قطاع الرياضة أضعاف ما تنفقه لأنشطة الثقافة، والواقع يشير إلى أن عناية معظم الحكومات العربية بالمكتبات الوطنية ومراكز الثقافة والمسارح ونشر التراث، تأتي في مقام ثانوي بالنسبة إلى عنايتها بالأمور الأخرى.

ورقة مقدمة إلى :

المؤتمر الثقافي الوطني الأردني
(مستقبل الثقافة والفنون)

2004/6/3-1

عمان - الأردن

أجندة للعلاقة بين الثقافة والاتصال الجماهيري في الأردن¹ *

أ.د. صالح أبو أصبع

1- مدخل:

لا تزال الثقافة تحتل مرتبة ثانوية من اهتمامات الدولة، بالقياس إلى الأمور الأخرى. ولعل هذا المؤتمر يشير إلى بداية جديدة لفتح ملف الثقافة، والعمل على إنجاز مشروع يسهم في إيجاد آليات دعم العمل الثقافي وتفعيله، ترعاه الحكومة، بعد أن تم إلغاء وزارة الثقافة، وبقاء وضعها ووضع العمل الثقافي معلقاً منذ تشكيل الوزارة الجديدة. ونكاد لا نجد قطراً عربياً واحداً لا يعاني من أزمة ما في العمل الثقافي، ولعل مرد الأمر لأكثر من سبب:

- بعضها يرتبط بالموقف الرسمي الحكومي الذي يجعل الثقافة في ذيل أولوياته.
- وبعضها يرتبط بنظرة دونية وقاصرة عن فهم الدور الحقيقي الذي تلعبه الثقافة في بناء المجتمع وتعزيزه وتنميته وتغييره.
- وبعضها يرتبط بتكليف ملفات الثقافة لمسؤولين لا علاقة لهم بالثقافة من أهل الحظوة والثقة ويتم استبعاد أهل الخبرة والإبداع.
- وبعضها الآخر يرتبط برؤية وسائل الاتصال الجماهيري للثقافة ودورها في المجتمع التي تركز على جانب الترفيه استجابة لمتطلبات السوق التنافسي لكسب الجمهور.
- والبعض الآخر يرتبط بنوعية العاملين في مجال الثقافة والاتصال.
- والبعض يرتبط بأسلوب التربية والتعليم.
- والبعض يرتبط بالبيئة المحلية وسماتها من حيث درجة الانفتاح والحرية والتسامح والديمقراطية التي تشكل حاضنة وصانعة للثقافة.
- والبعض يرتبط بالبيئة الخارجية التي تشكل ظرفاً من ظروف المنافسة والضغط والتفاعل.

¹ * المؤتمر الثقافي الوطني الأردني (مستقبل الثقافة والفنون) 1-3/6/2004 * عمان - الأردن

إذن أزمة الثقافة أزمة مركبة أطرافها عديدة بدءاً من الحكومة ومروراً بالمنتج الثقافي والمنتج وانتهاءً بالمتلقي والمجتمع.

إن الوصول إلى حركة ثقافية فاعلة وصحية مشروط إلى حد كبير بفهم تلك العوامل المؤثرة فيها، ومرتبطة بنوايا مخرصة وإرادة فاعلة من عدة أطراف تستطيع توفير الإمكانيات لقنوات العمل الثقافي.

إن قصور الرؤيا لدى البعض في اعتبار العمل الثقافي عملاً ثانوياً ورفاهية تكميلية في المجتمع هي من أخطر الأمور التي تحد من دور الثقافة في بناء مجتمع حضاري متقدم. إن وجود نظرة متوازنة لدى الدولة في سياق سياساتها وخططها التنموية في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية سيقود إلى إنماء للإنسان هدف التنمية وصانعها .

والمتابع للنشاط الثقافي في الأردن خلال الأعوام الأربعة الأخيرة يمكنه أن يجد تقدماً مطرداً في الأنشطة الثقافية، تسهم فيه بعض المؤسسات التي كان لها فضل السبق في الأنشطة كمؤسسة عبد الحميد شومان، وأمانة عمان الكبرى التي خلال السنوات الخمسة الماضية؛ ولعبت دوراً موازياً ومواتياً لدور وزارة الثقافة اتسع عملها ونشاطها الثقافي في تنظيم الأنشطة الثقافية وتمويلها أو دعمها أو رعايتها.

وكان الاحتفاء بعمان عاصمة للثقافة العربية تعزيراً للأنشطة الثقافية وخصوصاً في مجال النشر.

ويكفي أن نقارن في هذا المجال أرقام المطبوعات بين الأعوام من 1999-2003 التي عرضت للإجازة من قبل دائرة المطبوعات والتي أودعت في المكتبة الوطنية وهي كما يلي:

المخطوطات مجهولة المصير	عدد المودع لدى دائرة المكتبة الوطنية	عدد المخطوطات المجازة	عام
		1678	1999
		2174	2000

		2439	2001
1799	1093	2892	2002
435	2263	2698	2003

ويجدر بالذكر أن عدد المجاز من المطبوعات لا يعني نشرها، كذلك لا يمثل الإيداع لدى دائرة المطبوعات يمثل حقيقة ما تم طبعه، فعلى سبيل المثال بلغ مجموع الإبداعات عام 2002 لدى المكتبة الوطنية 1093 كتاباً بفارق 1799 مخطوطاً عما تم إجازته وفي عام 2003 بلغ مجموع الإبداعات 2263 بفارق 435 مخطوطاً عما تم إجازته. ويرجع الفارق الكبير لأكثر من سبب، إذ أن بعضها يتم إجازته، لكنه لا يصنف في المكتبة الوطنية وبعضها لا يودع لدى المكتبة الوطنية بعد طباعته والبعض الآخر لا يطبع أصلاً.

ويلفت الانتباه إلى تراجع عدد المخطوطات في العام الماضي إذ نقص عن سابقه بمائتي مخطوط وهو رقم كبير في عالم النشر الأردني. ولعل التفسير في ذلك أن الأعوام الثلاث السابقة شهدت قوة دفع مرتبطة بالاحتفاء بعمان عاصمة للثقافة العربية، ولا يفوتنا القول أن الأنشطة الفنية من مسرح وفنون تشكيلية وأنشطة المؤتمرات والندوات الفكرية والثقافية ارتبطت بمؤسسات القطاع الخاص، ولعبت الجامعات الأهلية دوراً هاماً خصوصاً تلك التي تنظم الندوات، والمهرجانات الفنية، والمؤتمرات الثقافية، وتقدم الجوائز الثقافية، وتساهم في نشر محدود للكتب، كجامعة فيلادلفيا، وجامعة البترا وجامعة الزرقاء وغيرها. ولكن وضع الثقافة في الأردن يطرح تساؤلاً هاماً حول الصلة بين الثقافة ووسائل الاتصال الجماهيري؛ ولمقاربة هذا التساؤل فإننا سنبدأ بالإجابة عن بعض الأسئلة

الأساسية مثل: ما الاتصال الجماهيري؟ وما هي وظائفه؟ وما المقصود بالثقافة؟ وما هي أنواعها؟ وما الأسس التي يجب أن يبنى عليها العمل الثقافي؟ وما هي طبيعة العلاقة بين الثقافة والاتصال الجماهيري وما هي مرتكزاتها؟ وما هي التحديات الثقافية والاتصالية التي تواجه المجتمع؟ وهل هناك أزمة في تناول الموضوع الثقافي عبر وسائل الاتصال الجماهيري؟ وما هي مسؤولية الدولة تجاه العمل الثقافي؟ ثم سنقترح أجندة للعمل الثقافي في سياق علاقتها التفاعلية والتكاملية مع وسائل الاتصال الجماهيري متمثلة بمجموعة من التوصيات.

2 - الاتصال الجماهيري:

1-2 تعريف الاتصال الجماهيري:

هو الاتصال الذي يقوم بتوصيل الرسائل التي تنقل الثقافة والمعارف والمعلومات والترفيه، إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والاهتمامات، ومختلف من حيث المستويات التعليمية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والخصائص الديمغرافية، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة حيثما كانوا، في نفس اللحظة وبسرعة مدهشة، ويتم باستخدام معدات ميكانيكية أو إلكترونية مثل: الصحف والمجلات والكتب والإذاعة والتلفزيون والصحافة والسينما والإنترنت والهاتف المحمول . مع مقدرة على خلق رأي عام ، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً .

2-2 وظائف وسائل الاتصال الجماهيري:

قاد تقدم تقنية المعلومات الرقمية في الاتصال الجماهيري -التي تستخدم في الإنترنت والبث الفضائي ووسائل الإعلام الأخرى- إلى أن أصبحت وسائل الاتصال ذات

إمكانيات كبيرة في نقل وضخ وتخزين المعلومة والخبر، وفي تقديم الترفيه والثقافة والفنون، وفي نقل التراث وتعزيزه ، وتشكيل الرأي العام، إذ تفسح المجال للحوار حول بعض القضايا وتفتح النوافذ على مصراعيها أمام البشر ليطلعوا على تجارب الشعوب الأخرى وثقافات وفنونها، وتقترن هذه المهمات بالسيطرة على تدفق المعلومات وتداولها ونشر الأفكار والحوار حولها.

إن تشبيك العالم عبر القنوات الفضائية والإنترنت التي تبث عبر الحدود والأخبار والمعلومات والأفلام والبرامج التلفزيونية والمسلسلات الدرامية والإعلانات والفنون الجميلة بكل ما تحمله تلك الأشكال والمضامين من قيم لها تأثيرها في المجتمع وثقافته ، تقودنا إلى استحضر وظائف وسائل الاتصال الجماهيري كما حددتها وثيقة اليونسكو (أصوات متعددة وعالم واحد) وهي:

الإعلام والتنشئة الاجتماعية وخلق الدوافع والحوار والنقاش والتربية والنهوض الثقافي والترفيه والتكامل والاندماج وإشباع حاجة الجماعات والمجتمعات ككل من

المعلومات والبيانات (أصوات متعددة وعالم واحد، شون ماكبرايد 1981: 51-53).

ويتضح لنا من خلال هذه الوظائف مدى تشابكها مع العمل الثقافي. إذ أن المنجز الثقافي يرتبط بالوظيفة الإعلامية التي تحقق للمثقف والمبدع فهمه للظروف الإنسانية، كما أنه يرتبط ارتباطا وثيقا بوظيفة التنشئة الاجتماعية والتربية ووظيفة الحوار والنقاش التي تسهم في خلق مناخ ملائم للإبداع ، ناهيك عن وظيفتي النهوض الثقافي والترفيه .

3- مفهوم الثقافة ومرتكزاتها وأنواعها :

1-3 مفهوم الثقافة :

في السياق الذي نقدمه لن ندخل في إطار سوق التعريفات المختلفة للثقافة، بما فيها من تعريفات تدخل في السياق الأنثروبولوجي، ولكن مفهوم الثقافة سنقصره في السياق العملي والذي يعني: المنتجات الأدبية والفكرية والفنية وهي بذلك تشمل

الأعمال الأدبية والفكرية والمسرحية والفنون الجميلة من موسيقى وغناء ورقص، ورسم ونحت وفولكلور إلخ. والثقافة هي ما يميز البشر عن غيرهم من المخلوقات وهي الجانب الذي يؤكد إنسانيتهم ويبرز هويتهم الخاصة والمعبرة عن حضارتهم في أرقى صورها ، وهي عامل توحيد بين أبناء الشعب الواحد ، وعامل أساسي في تغيير المجتمعات والتعبير عن طموحاتها وأحلامها ، وهي رسالة تفاهم بين شعوب الأرض.

2-3 مرتكزات الثقافة :

ترتكز الثقافة العربية على جملة مبادئ أقرتها الخطة الشاملة للثقافة العربية ومن أهم هذه المبادئ :

- 1- أن الثقافة هي من إبداع الشعب الذي ترتبط به وتعود إليه ، وحياة الشعب هي المنبع الأساسي لكل إبداع ثقافي ولكل استمتاع وهي تستمد قوتها وإبداعها وتطورها المستمر من الحياة النابضة بالحيوية للمبدعين فيها .
- 2- إن الثقافة هي ما يميز أمة من غيرها ، لذا فإن تنمية الثقافة العربية تنمية تميز أبنائها والعاملين عليها وتعطيها دورها الخاص في النشاط القومي والإنساني لهو أحد المبادئ التي تقوم عليها الخطة .
- 3- حق الإنسان في اكتساب الثقافة ، وفي حرية التعبير عنها ، والتمتع بها . وهذا يعني تفتيح الآفاق أمام المبدعين ، والالتزام بنشر إنتاجهم للجماهير الواسعة.
- 4- إن التراث الحضاري الإسلامي هو الركن الأساسي في تكوين الثقافة العربية والنبع الأصيل فيها عقيدة وقيما وتشريعا ، وهو الذي يميزها من الثقافات الإنسانية الأخرى .
- 5- إن الصلة بين اللغة العربية والفكر الإسلامي تفوق كل صلة بين أية لغة وأي تفكير تعبر عنه تلك اللغة. وهكذا فإن الفكر الإسلامي هو المقوم الأساس في معمار الثقافة العربية واكتمال صرحها.

6- ديمقراطية الثقافة ، تعني الحق الإنساني في المشاركة الفردية والجماعية الواسعة على السواء ، في مجالي إنتاج الثقافة والإفادة منها. (الخطة الشاملة للثقافة العربية ص: 49)

3-3 أنواع الثقافة:

ومن ثم يمكننا الحديث عن ثلاثة أنواع من الثقافة.

1. ثقافة الصفوة .

2. الثقافة الشعبية .

3. الثقافة الجماهيرية .

يفرق الباحثون في مجال الثقافة بين ثلاثة أنواع من الثقافة: **الثقافة الراقية**

High Culture **والثقافة الشعبية** Popular Culture **والثقافة الجماهيرية** Mass Culture.

والثقافة الراقية هي: ثقافة الصفوة التي سجلت في الكتب الدراسية والأدبية والفنية، وفي الأعمال الفنية الراقية والتي أنتجت للنخبة المتعلمة.

أما **الثقافة الشعبية** فهي: تتسم بالتلقائية التي يصنعها الشعب وتنمو نمواً من أسفل تصنعها الجماهير لتعبر بها عن نفسها من خلال مواهب طبيعية لدى الفنان الشعبي الذي يكون مجهول الهوية.

أما **الثقافة الجماهيرية** فهي: الرسائل الاتصالية التي تبثها وسائل الإعلام كالإذاعة والتلفزيون والسينما وكتب التسلية والقصص وأشرطة واسطوانات التسجيلات الصوتية والمرئية، وهي غير موجهة إلى طبقة محددة، ولا إلى مستوى ثقافي أو تعليمي محدد. وتستمد مضمونها من الثقافتين الراقية والشعبية، وهي منتج معد للاستهلاك الجماهيري ، وتتسم بالتماثل وتعمل على إرضاء أذواق الجماهير وتعمل على توحيدها، وهي ثقافة مُصطنعة مفروضة على الجماهير من أعلى.

يعتمد مضمون الثقافة الجماهيرية على الأغنية والتمثيلية والفيلم، وهو مضمون في أغلبه ترفيهي يخضع لقانون السوق التجاري. ويستدعي تبسيطاً وتسطيحاً للثقافة، ويهدف إلى اقتناص أكبر عدد ممكن من الجمهور عن طريق هذا المضمون الترفيهي. وتتعايش الثقافات الثلاث معاً، وتتعدد أقدية اتصالها من الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري . وتلعب وسائل الإعلام دورها في نقل هذه الثقافات، مما يجعل فهم طبيعة العلاقة بينهما أمراً لا مناص منه، لإدراك الدور التفاعلي الذي يحكم طبيعة العلاقة بينهما .

4- العلاقة بين الثقافة والاتصال الجماهيري في ظل التحديات الثقافية والاتصالية التي تواجه المجتمع:

يدعو التطور التكنولوجي في مجال المعلومات والاتصال إلى الخشية من سطوته وتأثيره على المجتمعات لتصبح نمطاً موحداً ومشتركا بين شعوب العالم. إذ يسهم تدفق الاتصال - بالطريقة التي أصبحت متوفرة عبر الإعلام الفضائي والبث الرقمي - في توفير المعلومات بشكل لم تعرفه البشرية من قبل ،. وأضحت المعلومات غزيرة كمياً ونوعياً بحيث توفر لأي متخصص أن يتابع معه كل ما يستجد في حقل تخصصه. ولا شك أن وفرة المعلومات وسهولة الوصول إليها وفيضانها ، سوف تطرح تحديات متعددة على المجتمع بعضها داخلي وبعضها خارجي من مثل:

1. تأثير الثورة التكنولوجية ومنجزاتها وتطورها المستمر في الإنسان وثقافته وعلاقاته الإنتاجية القديمة، وفي خلق فجوات بين من يمتلك التكنولوجيا ومن لا يمتلكها، ومن يصنعها ومن يستهلكها.

2. تقود الثورة المعلوماتية إلى انفجار معرفي على مستوى عالمي ، يهيمن العالم الغربي عليها بامتلاكه تقنيات الاتصال والقدرة على إنتاج المعلومات والسيطرة على منافذها وتوزيعها ، بينما تعاني دول العالم العربي والإسلامي من تخلف في بناها ، وقصور إمكانياتها في التعاطي مع الثورة المعلوماتية ، وخصوصاً ثورة الإنترنت ، وبحيث تصبح بلادنا مجرد مستهلك للإنتاج الثقافي العربي .

3. تنتج الهيمنة الغربية على تدفق الاتصال وعلى وسائله ، ومنتجاته الإعلامية تشويهاً لمواقف العالم العربي والإسلامي وخلق صور نمطية مشوهة عنه مثل الصور الحالية التي تربط العرب والإسلام بالإرهاب .
4. المعاناة من التخلف والفقر والامية مما ينتج عنها فقر ثقافي وتعليمي وإبداعي .
5. نقص الحريات والافتقار إلى الممارسة الشعبية الديموقراطية السياسية والاقتصادية .

وقاد تطور تقنيات الاتصال إلى تغيير المشهد الإعلامي والثقافي العربي. إذ أن ممارسات إعلامية جديدة تتشكل في الأفق لتخلق أنماطاً جديدة من الثقافة والاتجاهات وأنماط الحياة الاجتماعية.

ومن ناحية فكرية بات المشهد الإعلامي العربي تتنازعه أطر مرجعية مختلفة عروبية / إسلامية / ووطنية / وقطرية / ليبرالية.

ومن ناحية استخدام وسائل الاتصال الحديثة فقد انتشر استخدام اللواقط الفضائية حتى في الأوساط الشعبية ذات الدخل المحدود ، وانتشر الإنترنت سريعاً إذ بلغ عدد المشتركين في الأردن ممن لهم حسابات اشتراك مباشر مع مزودي خدمات الإنترنت 80.000 مشترك، وبلغ عدد المستخدمين 320000 مستخدم، وذلك بناء على تقديرات مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني. وقد ازدهرت خدمات (مقاهي الإنترنت) في الأردن ، وهذا يعني أن الفضائيات والإنترنت والهاتف الجوال أصبحت وسائل اتصال جماهيرية ستقود إلى نمط سلوكي واجتماعي وثقافي جديد.

إن العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة الجماهيرية علاقة تفاعلية، إذ تضخ هذه الوسائل مضامين الثقافة كمنتجات موجهة إلى سوق الاستهلاك الجماهيري. وتشكل هذه الثقافة قيمها وأجندتها التي تفرض نفسها على جمهور المتلقين وعلى المتصلين أنفسهم.

لقد أصبحت المسلسلات التلفزيونية والأفلام تركز شخصية السبّاك الجاهل الذي يمتلك الثروة كشخص مقبول للزواج من طبيبة أو مهندسة. وأصبحت الرياضة -على

سبيل المثال - سوقاً رائجاً لدى الإعلاميين، لأن لها شعبيتها، وهذه الشعبية أصلاً يتم تغذيتها من خلال وسائل الإعلام التي توصلها للجماهير، وهكذا نجد أن وسائل الاتصال الجماهيري تغطي أي حدث رياضي بتفاصيله بينما لا تلقى الأنشطة الثقافية الاهتمام أو التغطيات التي تستحقها.

وهكذا تقوم وسائل الاتصال الجماهيري بترتيب الأولويات وبناء المسرح وتحديد الممثلين عليه وتطالب الجمهور بالمشاهدة، بأسلوب يمتاز بالمحاصرة والتكرار، مما يجعل الجمهور يقبل على هذه البضاعة الجماهيرية التي تعرض أمامه -وأحياناً بدون وجود اختيارات كبيرة حتى وإن تعددت الوسائل الإعلامية أو اختلفت فإن مضامينها تكاد تكون متشابهة، فهي ترفيه ومزید من الترفيه.

ويبقى التساؤل التالي مشروعاً: هل تنبع وسائل الاتصال الجماهيرية من ديناميات نابعة من المجتمع نفسه؟ أم أنها استجابة للتحدي للعولمة الاتصالية؟ وبمراجعة لما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرية من برامج فإن أي مراقب محايد سيلاحظ حجم الترفيه فيما يبثه التلفزيون، وسيلاحظ كذلك حجم ما يقدم من برامج غربية تؤدي إلى السلبية والانعزال، وتؤدي إلى تجذير النمط الاستهلاكي عند الناس، وإلى غرس أنماط من السلوك غريبة عن قيم المجتمعات العربية. وتؤدي هذه النماذج -التي تشكل مثلاً أعلى ونماذج للتفوق الأسطوري- إلى خلق ثقافة الهروب والعزلة والاستلاب.

ولا نغالي إذا قلنا بأن أهم المشكلات التي تواجه الثقافة الجماهيرية الآن هي سيطرة الترفيه على مضمون برامج الاتصال الجماهيري، في المقابل نجد أن المواد الثقافية التي تقدمها-التي تحسب على الثقافة الراقية - سطحية للغاية.

وأشار تقرير اليونسكو إلى هذا المأزق إذ يرى أن هذا الترفيه (... مبتذل ونمطي بدرجة تجعله يحد من الخيال بدلاً من أن يثيره. وتحمل تأثيرات المصالح التجارية والإعلانية وكذلك ما يقره البيروقراطيون من كل نوع من التزام ثقافي عقيم، مخاطر تسطيح وإفقار وتجويف الحياة الثقافية، وليست هذه هي أوجه التناقض، ففي بعض الأحيان أدت الفرص الجديدة المتاحة إلى إثارة الإبداع الخلاق لدى الأفراد، وأدت في أحيان أخرى إلى تشجيع التقليد والسلبية لدى الجمهور.)

لقد باتت الأنشطة الإعلامية ذات طبيعة تنافسية على مستوى عالمي، وأصبحت المحطات الفضائية التليفزيونية مثالا على ذلك، وتقدم شبكات الإنترنت أيضا مثلاً على هذه العالمية، **ولذا** فإن الأخذ بعالمية التنافس الإعلامي ضرورة لازمة في حسابات أي مؤسسة إعلامية مما له تأثيره على نوعية الأداء وإبداعه وظروف حرياته. ويشكو العمل التلفزيوني من نقص واضح في الإمكانيات التي تتوفر لإنتاج برامج ثقافية راقية مثلما تقدم محطات مثل :

National Geography&Discovery Channels, Animals

ولقد نقلت الفضائيات العربية إلى الساحة العربية أشكالاً فنية عديدة من التلفزيونات الأجنبية، فقد تم استنساخ العديد من البرامج الأجنبية بقناع عربي، من خلال إنتاج برامج مسابقات وبرامج المواهب الفنية، وبرامج تلفزيون الواقع، مثل برامج من سيربح المليون، والحلقة الأضعف، وتحدي الخوف، وسوبر ستار، وستار أكاديمي وغيرها، ولعل أفضل ما تم استنساخه البرامج الحوارية (مثل الاتجاه المعاكس)، لما وفرته من فرص حوار بين أطراف مختلفة الرأي لم يعهدها المشاهد العربي من قبل . وتعتمد برامج وجهات النظر الحوارية التي تقدم (الرأي والرأي الآخر) في كثير منها منطق الرقابة الذاتية، معتمدة على موازين القوى الداخلية والسياسية للمجتمع، بالإضافة إلى تدخل مباشر باختيار من يشارك مباشرة في الحوار، أو سيتدخل هاتفياً في الحوارات، وذلك بناء على ترتيب مسبق من معدي البرامج مع الذين يشاركون فيها. ويقود عدد محدود من الفضائيات العربية الآن المسيرة الإعلامية العربية تجد صداها في التلفزيون الأردني، ويتمثل ذلك في تنميط أشكال معينة من الاتصال: ففي المجال الإخباري – السياسي، تقف الجزيرة والعربية نموذجاً بارزاً، وتقف المستقبل وLBC نموذجاً للمحطات الشاملة المنوعة، وتقف محطة روتانا وميلودي مثالا للمحطات الموسيقية والغنائية . وهذه النماذج تترك بصماتها في التأثير في المحطات التلفزيونية الأرضية والفضائية على حد سواء.

ويشكو التلفزيون الأردني من نقص واضح في خبرة مقدمي البرامج الثقافية والحوارية ومعدّيها. فغالبيتها مقدمي ومقدمات البرامج بغض النظر عن خصائصهم البدنية والمظهرية (المظهر الجسدي والصوت، والزي) يفتقرون إلى شخصية الصحفي المتكامل صاحب الخبرة العملية والثقافة الواسعة ولا يمتلكون أدوات المواجهة مع الكاميرا والتعامل مع الضيوف ولا يتعاملون بأسلوب الفريق في إعداد البرامج. وقد أشارت وثيقة الأردن أولاً (ص 27) إلى بند التحديات التي يواجهها الإعلام الأردني ((لقد سجل الإعلام الأردني إنجازات مهمة على مختلف الصعد والمستويات بيد أن هذه الإنجازات لا تقلل من شأن التحديات التي تجابه هذا القطاع، فالحاجة ماسة لتمكين الإعلام الوطني المرئي والمسموع والمقروء من مواجهة ما يعانيه من أزمة في الخطاب وضعف في المصداقية وتمكينه من تدارك التراجع في تأثيره محلياً وخارجياً ومواجهة مظاهر الشطط واللامهنية عند بعض الصحف والطابع المتحفظ لأداء بعضها الآخر)).

(الأردن أولاً: ص: 27)

ولا شك أن معظم ما تقدمه التلفزيونات العربية - ومن بينها التلفزيون الأردني - يندرج في إطار الثقافة الجماهيرية ، وأما الثقافة الراقية فحظها ضئيل يكاد ينحصر في البرامج الحوارية وبعض البرامج التسجيلية ومعظمها إنتاج أجنبي . ويتم دوماً تقديم أشكال ثقافية جاهزة تتسم بالسطحية، لأنها تستهدف جمهوراً متنوعاً وكبيراً، ويدافع عنها منتجوها بأنها برامج مصممة لمخاطبة الجماهير وليست للنخبة .

وقبل أربعين سنة كتب دينيس ثومبسون Denys Thomson يشكو من دور وسائل الإعلام في الحياة الثقافية البريطانية "إذ يتم تزويد الشباب بثقافة زائفة جاهزة التحضير، وسطحية وجذابة، من خلال مُعدّي البرامج الترفيهية، الذين يستغلون أي عنصر أصيل، في الثقافة الشعبية يمكنه أن يعيش، وقد أضاعت وسائل الإعلام فرصها في أن تكون قوة صحية (نافعة) في حياة الأمة، لأنها خاضعة للإعلان أو أنها تسير مع التيار العام .

وحيثما نأتي للفعل (على الأقل بالنسبة للصغار) فإنه يظهر كما لو أن المبدأ - الذي به يحمي الناس من أنفسهم وكذلك من الاستغلال الواضح - يناء على هذا المبدأ أن يتم تحديده . فقد استعبد القرن التاسع عشر جسد العامل، ولعل عقله في القرن العشرين

هو موضع العبودية. (Denys Thomson 1964 : p.17)

هذه الشكوى البريطانية من تأثير وسائل الإعلام في ثقافة المجتمع البريطاني هي شكوى ذات طابع عالمي، ولعل خطورتها في المجتمعات النامية أكثر خطورة لسبب بسيط، إذ أن منتجات وسائل الإعلام في المجتمعات الغربية هي تعبير عن مجتمعاتها ولكنها تنتقل إلى مجتمعاتنا وهي تحمل قيمها ورؤاها الثقافية الغربية المجتمع العربي.

وقد أبرزت الخطة الشاملة للثقافة العربية رؤية تقترب من الرؤية السابقة إذ أنها تعتبر الوسائل "السمعية والبصرية" (والتلفزيون منها خاصة) في بعض استخداماتها مناوئة للثقافة، لما تزخر به من الوسائل الإعلامية الموجهة لأهداف سياسية، وللمستوى الهابط في بعض برامجها المعدة للاستهلاك السريع. ويتهم التلفزيون، بدفعه المشاهد إلى السلبية، دون القدرة على أية ردة فعل، أمام مضمون البرنامج. وقد رأت الخطة أنه لا بد من الأخذ في الاعتبار توظيف الوسائل "السمعية والبصرية" في عملية التنمية الثقافية، وأنه على الرغم من تراجع الوسائل المطبوعة فإنها ما زالت هامة ولا بد من استخدامها في إغناء الثقافة العربية، والاعتماد على الوسائل التقليدية التي سيظل لها على أي حال جمهورها، ودورها الثقافي وحاجتها الاجتماعية. (الخطة الشاملة للثقافة العربية 1996 ص. 177)

وهنا يبدو لكل معنى بالثقافة الوطنية/القومية وجاهة التساؤل حول الخطر الجارف مما يسميه البعض بالاستعمار الثقافي أو الإمبريالية الثقافية أو الاستعمار الإلكتروني، ولا شك أن المخاوف في مثل هذا الحال مبررة، وخصوصاً إذا علمنا أن ما يعرضه التلفزيون الأردني والتلفزيونات العربية يكاد يطغى عليه الإنتاج الغربي وتحديداً الأمريكي. بالإضافة إلى هيمنة الشبكات الأمريكية الكبرى مثل: ABC و NBC و CBS و CNN و Fox وإنتاج هوليوود السينمائي والتلفزيوني وهيمنتها في مجال إنتاج السوق الإعلامي لا تحتاج إلى إيضاح وكذلك هيمنة وكالات الأنباء الغربية على سوق الأخبار.

ويمكن إدراك فهم دور الاتصال الجماهيري في المجال الثقافي من عدة زوايا مثل:

1. تعزيز الهوية القومية التي لا يمكن أن تتحقق بدون الثقافة التي تسهم في بناء شخصية الفرد.

2. منح المثقفين دوراً في وسائل الاتصال الجماهيري ليكون صوتهم مسموعاً ومقروءاً لدى جماهيرهم.

3. تسهيل وسائل الاتصال لفرص وصول الثقافة الراقية إلى الجمهور بتبنيها لأشكال الثقافة الراقية بدلاً من هبوط ما تقدمه انسجاماً مع مبدأ الثقافة الجماهيرية..

4. تبني وسائل الاتصال الجماهيري للمواهب الشابة وإتاحة الفرصة للارتقاء بمستوى الثقافة الجماهيرية التي تقدم لهم .

5. تقديم نماذج ثقافية عالمية راقية لتحقيق التفاعل الثقافي ولتعميق التفاهم والتعاون بين الشعوب.

6. توجيه العناية إلى إعداد البرامج والرسائل الاتصالية الخاصة بثقافة الأطفال والشباب.

لقد باتت مهمة العملية الإعلامية شاملة لمختلف جوانب الحياة ، الاقتصادية ، والاجتماعية والثقافية ، والعملية ، والتعليمية ، والروحية ، فضلاً عن المساهمة في بناء شخصية الفرد والذاتية القومية ، والاهتمام بالقضايا الوطنية، والتأكيد على ضرورة المشاركة في بناء الحضارة الإنسانية.

5- الثقافة للجميع : حق طبيعي وقانوني للإنسان:

في بدايات النصف الثاني من القرن العشرين وبُعيد إنشاء منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، ومع صدور الإعلان العالمي لحقوق الإنسان انطلق شعار "الثقافة للجميع".

وقد أقرت القوانين والدساتير الوطنية والدولية حقوق الإنسان في المجتمع ومن بينها أن يشترك اشتراكاً حراً في الحياة الثقافية، إبداعاً، واستمتاعاً، وإسهاماً، مما يعمل على تنمية شخصية الإنسان وتطويرها عن طريق:

أ. الإسهام في إبداع الفنون والآداب وفي التمتع بها.
ب. الاشتراك في منجزات العلم وتقدمه والإفادة مما يمنح ويقدم من المنجزات.
ج. جعل الحياة الإنسانية أشد سعة وأكثر عمقاً وأغنى رفاها بالإبداع الثقافي والاستمتاع به.

د. منح الفرص بالتساوي لجميع أفراد المجتمع للتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم.
(ص.83)

وتقر المواثيق والتشريعات الأردنية مثل الدستور والميثاق الوطني والأردن أولاً وقانون المجلس الأعلى للإعلام الذي جاء فيه ما يلي:

- تعزيز مبادئ العدل والمساواة وسيادة القانون.
- توفير المناخ للإبداع الفكري والفني والعلمي والثقافي .
- ضمان حرية التعبير عن الرأي وتعزيز النهج الديمقراطي والتعددية السياسية .
- احترام عقل الإنسان وكرامته وعدم المس بحريته أو الإساءة لحياته الخاصة والحرص على المصادقية في إظهار الحقيقة .
- تأكيد حرية تداول المعلومات ونقل الأخبار بما لا يمس أمن الوطن ومصالحه العليا وفقاً لأحكام القوانين المعمول بها.
- تشجيع تعدد الهيئات والمؤسسات الإعلامية وتأكيد استقلاليتها وتهيئة البيئة الجاذبة للاستثمار لاستقطاب القطاع الخاص في مختلف الأنشطة والمجالات الإعلامية.
- تعزيز دور الإعلام في بناء الأسرة وترابطها باعتبارها الركيزة الأساسية للمجتمع الأردني .

• تعزيز دور الإعلام في مجالات التوجيه التثقيفي وتأكيد أهمية قنوات الاتصال الإعلامي والثقافي والمعرفي للمواطنين لتوعيتهم بما يشهده العالم من تحولات مواكبة التطورات العلمية والتقنية والمهنية المعاصرة والانفتاح على الثقافات العالمية .

إن هذه العناصر المقترحة تجعل من وسائل الإعلام ووسائل في خدمة الشعب تعزز دورها ما توفره القوانين والمواثيق من حرية واستقلالية وانفتاح وتأكيد على حق الناس في الإبداع وتداول المعلومات.

لقد تعززت وسائل الثقيف الجماهيري بالبث الإذاعي والتلفزيوني الأرضي والفضائي، ونشر بالفيديو والأشرطة والأسطوانات المدمجة والإنترنت والهواتف المحمولة، وبات عليها تحمل مسؤولياتها في نقل الرسائل الثقافية إلى الجماهير الواسعة والوصول إلى الفئات الاجتماعية المتعددة ذات الاستعدادات الثقافية المتنوعة. ومع إتاحة الفرصة لكل فرد في اختياراته الحرة، والتعريف بمراكز إنتاج الثقافة الراقية وأعمالها، من مسارح، وقاعات موسيقى، وأوبرا، ومتاحف، ومكتبات.

وترى خطة الثقافة العربية ((أن متانة القاعدة لأي أمة إنما تكون بمقدار شمولية المشاركة لكل عناصر الشعب في خطط الثقافة، وبرامجها، وإنتاجها، وتعني الشمولية تعميق قوى الإبداع رأسياً، وتوسيع انتشار الإنتاج الثقافي أفقياً، ولا يأتي هذا المبدأ من الإقرار بديمقراطية الثقافة فقط، ولكنه يأتي أيضاً من الاعتراف بأن الثقافة إنما تنبع من قدرة الشعب غير المحدودة على الإبداع، وتستمد الثراء الدائم من إسهامه)). (ص.

(104)

6 - حرية الثقافة وديمقراطيتها :

إن ثراء الحياة الثقافية وتنوعها وتطورها مشروط بحرية الثقافة وديمقراطيتها، التي تسمح بتوفير العدالة بين الأفراد، من حيث توزيع الثقافة على أكبر عدد ممكن من الناس، وحقهم في الإبداع والاستمتاع، وعدم اقتصار الرعاية على مثقفين محددين، لتوسيع قاعدة المثقفين، بهدف خلق إنسان واع مبدع قادر على المساهمة في بناء مجتمع حر.

1-6 حرية الثقافة وديمقراطيتها :

لا تقوم حرية الثقافة وديمقراطيتها على جهود الدولة وحدها بل تعتمد على المثقفين أنفسهم ومؤسساتهم التي ترعى حرية الثقافة وتدافع عنها، والتي يجب أن تعمل بمبدأ الديمقراطية في تعاملها وتفاعلها وتوزيع منتجاتها. وحرية الثقافة وديمقراطيتها مرهونتان بسياقهما الاجتماعي والاقتصادي الذي يمكن أن يحد من حرية التفكير وتبادل الآراء.

تستلزم حرية الثقافة وديمقراطيتها عدم إهمال الإبداع الشعبي. وكذلك تتطلب إقبال المجتمع نفسه على المشاركة في النشاطات الثقافية، وفي إبداع الفنون، والاستمتاع بها. وحرية الفكر من شروط الثقافة إذ تقود إلى إبداء الرأي والرأي الآخر مع الالتزام بأخلاقيات الحوار وبآداب الجدل البناء والتسامح وعدم التعصب ورفض الغلو الفكري.

6-2 تدفق الاتصال وعلاقته بديمقراطية الثقافة وحريتها :

تخضع وسائل الإعلام و الاتصال لمجموعة من المعايير والضغوط والقوانين المتمثلة بالدستور وبالقوانين الحكومية ، مثل قانون المطبوعات وقانون الملكية الفكرية وموثيق الشرف الإعلامية، التي تكفل الحقوق والحريات، أو تقوم بتقنين التراخيص ، أو تفرض الرقابة ، وكذلك هناك قوانين ولوائح المؤسسات الإعلامية. وهناك القوانين الإعلامية والاتصالية الدولية وموثيق حقوق الإنسان (صالح أبوأصبع 1999 ص-ص 232-234).

إن التعامل مع الثقافة ووسائل الإعلام في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال لا يمكن أن ينفصل عن كل تلك التشريعات الدستورية المحلية والقانونية ، ولا ينفصل عما أقرته الموثيق الإقليمية والدولية مثل حقوق الملكية الفكرية والحقوق المجاورة . وقد وفر الاتصال الإعلامي للمرء حرية أكبر في اختياراته وفي تعرضه للرسائل التي يتعرض لها . إذ أصبح تدفق الاتصال العالمي متاحا بحيث لم يعد باستطاعة المرء أن يتابع فيض المعلومات التي تصله، والتي يقع تحت إغوائها.

إن حرية تدفق الاتصال عبر الإنترنت ، لن تبقى مفتوحة كما هي الآن حيث أن ظواهر الاختراقية والانفلات غير المسئول في بعض المواقع سوف تجعل من عملية فرض الرقابة والسيطرة على المعلومات أمراً مقبولاً . ونحن نلاحظ الآن أنه في الكثير من البلدان العربية تقوم مؤسسات الاتصال التي تزود خدمات الإنترنت بحجب بعض المواقع التي تُعتبر مسيئة للآداب العامة ، والبعض الآخر الذي يشكل نقداً لنظام الحكم ولكن الأردن من أكثر الأقطار تساهلاً في هذا المجال.

ولا بد أن نشير في هذا المجال أن التواصل ميسر بين الأفراد عبر الإنترنت والفضائيات مما سيقود إلى المزيد من الحرية الاجتماعية والسياسية ، وهذا سيؤدي إلى تفاعل الجماهير وتنامي دورها في التأثير على مناشط الحياة العامة ويقود إلى ثقافة جديدة. وكذلك فإن الفضائيات تخلق الآن بتنوعها مسرحاً واسعاً يشارك فيه الجمهور ، على الرغم من أن الأسلوب الذي تطرح فيه القضايا يشكل نوعاً من الدكتاتورية لا تسمح للمتحاورين التعبير عن آرائهم أو إنضاجها بشكل كامل مثال ذلك ما يحدث في بعض برامج قناة الجزيرة.

كما أن الكتاب الإلكتروني سيوفر نقلة نوعية في حجم المعلومات التي تقدمها وفي تخطي حواجز الرقابة التقليدية. وهذه المظاهر الثلاث تعزز مفهوم حرية الثقافة وديمقراطيتها.

7 - مسؤولية الدولة تجاه العمل الثقافي

كما أشرنا سابقاً ، قاد تطور تقنيات الاتصال إلى تغيير المشهد الإعلامي العربي ، استجابة لتحدي العولمة الاتصالية. وتقود الفضائيات العربية والإنترنت هذا المشهد الذي يؤدي إلى السير في إطار تنميط أشكال معينة من الاتصال، إذ أثرت على المحطات التلفزيونية الأرضية. وتتنازع هذا المشهد السياسات الحكومية التي تختلف في مسألة فتح قنوات الاتصال أو إغلاقها. مع كل تغيير وزارى، وتقود إلى ممارسات إعلامية-ثقافية جديدة تخلق أنماطاً جديدة من الاهتمام بالعمل الثقافي وانتشاره، و تطوير وسائل التنمية الثقافية.

ومع ازدياد الوعي بدور الثقافة في التنمية الشاملة لتطوير المجتمع ومع انتشار العمل الثقافي واتساع مجالاته، وتعدد وسائله التقنية، على الدولة أن تقوم بتبني العمل الثقافي ووضع الخطط الثقافية التي يجب أن تتكامل وتتفاعل مع وسائل الاتصال الجماهيري، وذلك من خلال دعم المؤسسات الثقافية وتبني المثقفين، ودعم أنشطتهم، في جو من الحرية والديمقراطية، وتوفير الإمكانيات المادية لهم. وهنا لا بد من أن نشير إلى بعض المسؤوليات التي يقع عبؤها على الدولة في بعض المجالات المتمثلة بأجهزة النشاط الثقافي ومجال اللغة ومجال ثقافة الشباب ومجال النشر ومجال الإعلان ومجال الثقافة الوطنية.

7-1 أجهزة النشاط الثقافي

التنمية الثقافية جزء من التنمية الشاملة والمستدامة، ويجب أن تكون من أولويات الحكومة ولا يمكن للدولة أن تتخلى عن مسؤوليتها في إيجاد أجهزة مناسبة للنشاط الثقافي تسهم في إدارة وتنظيم وتنشيط وتشجيع العمل الثقافي، وفتح آفاق التعاون بين المؤسسات الثقافية المختلفة وفتح منافذ لتوصيل الثقافة إلى المجتمع. ولذا فإن تأسيس مجلس أعلى للثقافة سيكون أساسياً للعمل الثقافي، مهمته الربط بين وحدات العمل الثقافي وبين وسائل الاتصال، يشارك فيه القطاع الخاص مع القطاع الحكومي، كما يشارك المبدعون الثقافيون، وممثلو المؤسسات الثقافية والجامعية، مع ممثلي المستفيدين (الجمهور). ومهمة هذا المجلس:

- توجيه السياسات الثقافية بما يتفق مع الغايات الكبرى، والأهداف الثقافية للأمة.
 - توفير التمويل اللازم للمشاريع المختلفة.
 - إعداد الخطة الطويلة الأمد للعمل الثقافي.
- التنسيق بين مختلف النشاطات، وتنظيم الأولويات فيما بينها في البلاد. (ص. 166)

7-2 في مجال اللغة:

ليس هناك أمة من الأمم تعتز بلغتها القومية كاعتزاز أن العرب بها، لاعتبارات أهمها أنها لغة القرآن والتراث، ولعله من المفارقة في الوقت نفسه ليس هناك أمة من الأمم تتعامل بتهاون مع لغتها القومية كما يفعل العرب، بينما نجد الشعوب الأخرى على سبيل المثال (اليونان، الأتراك، الإسرائيليون) تعتز بلغتها، بل لا تقبل لبرامج الأطفال أن تذاع إلا بلغتها عن طريق الدبلجة.

لذا لا بد من اعتبار اللغة الفصحى هي أداة التوصيل التي يتم استخدامها في وسائل الإعلام كما يجب إخضاع الإعلانات المكتوبة لشرط استخدام اللغة الفصحى. وهذا أمر سيادي يحتاج إلى تدخل المشرع لتطبيقه ومحاسبة التجاوزات التي يمكن أن تحدث.

7-3 في مجال ثقافة الشباب والأطفال:

رأينا وجهة نظر دينيس ثومبسون (Denys Thomson) التي ترى أن وسائل الإعلام تقوم بتزويد الشباب بثقافة زائفة جاهزة التحضير، وسطحية وجذابة، من خلال مُعدّي البرامج الترفيهية " هكذا في الغرب ينظرون إلى الثقافة التي تقدمها وسائل الاتصال للشباب.. وهل نحن سوى مستهلكين لتلك الثقافة؟ ونحن نعلم أن وسائل الإعلام تقوم بتزويد الشباب بالمعلومات والآراء والتجارب الفنية والثقافية. وبشكل خفي وغير مباشر تقوم هذه الوسائل بتزويدهم بتجارب / خبرات إبداعية - من خلال أشكال مختلفة من الفنون والبرامج الترفيهية التي لها تأثير في تعديل اتجاهاتهم وقيمهم.

تلعب وسائل الإعلام دورها إلى جانب العملية التعليمية لجعل الشباب يفهمون عالمهم، ولكن وسائل الإعلام تقوم بتغيير العالم وقيم الناس، وتقود إلى أن نضج الأطفال بشكل أسرع، وتصبح استجاباتهم أكثر وعياً وذكاءً.

ويدعم سوق الشباب وسائل الإعلام اقتصادياً، فهم أكثر شراء لأشرطة الكاسيت وأفلام الفيديو والأكثر حضوراً لأفلام السينما، وهم الأكثر استماعاً للأغاني والمشاركة في المسابقات والتصويت وإرسال الرسائل القصيرة.

ولا بد للدولة من أن ترصد ميزانيات للعمل الثقافي لإعداد رسائل تخاطب الشباب وتعمل على معارفهم وتزويدهم بثقافة تربطهم بوطنهم.

4-7 في مجال النشر:

على الدولة أن تولي موضوع النشر أهمية خاصة في مجال النشر التقليدي الورقي والنشر الإلكتروني. ومع انتشار الإنترنت لم يعد بالإمكان منع أي أحد من النشر... والرقابة الحالية والمقاييس محددة فقط بالتجاوزات لقانون المطبوعات والأخطاء اللغوية أو الإملائية المتعلقة بنصوص القرآن الكريم وهي بذلك لا تتعاطى مع المستوى الفني أو العلمي أو اللغوي للنصوص ويمكن لمثل هذه المسؤولية أن تناط بجهة مختصة أو خبراء مختصين.

ولذا فالمؤسسات التي تقوم بالنشر يجب أن تلتزم بلجان قراءة كفؤة متخصصة. ولا بد من التوجه نحو نشر الكتاب الإلكتروني وتعميمه ، خصوصا للأطفال والشباب.

5-7 في مجال الإعلان:

يشكل الإعلان ركناً أساسياً في اقتصاديات وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة والإلكترونية، وللإعلان دوره الاقتصادي والإعلامي ، وله تأثيراته النفسية والاجتماعية والاقتصادية.

تسهم وسائل الإعلام من خلال حرصها على الحصول على الإعلان وفي تثبيت واقع يقول "إن البضائع المعلن عنها للمستهلك لا تنفصل عن سعادته!" وهذا يعني أن الإعلانات ، تقوم بترسيخ الروح الاستهلاكية عند الأفراد. بل إن الروح الاستهلاكية أصبحت تتحول إلى نوع من الاستلاب كما يقرر (ماركوز) ((ذلك أن الناس يتعرفون على أنفسهم في بضائعهم، ويجدون جوهر روحهم في سياراتهم وجهازهم التلفزيوني الدقيق الاستقبال، وفي بيتهم الأنيق وأدوات طبخهم الحديثة)). وينظر المعلنون إلى جمهورهم بوصفهم زبائن مربحين. ولتحقيق ذلك فإن سعيهم الدائب نحو السيطرة

على هذا الجمهور، لا يقابله تحمل مسئولية واعية وحقيقية نحو المجتمع، فهو توجه نحو السعي للربح المادي. إن التوجه القائم الآن في وسائل الإعلام الفضائي نحو التسابق على المال عن طريق البرامج التي تعتمد على التصويت والمسابقات والإعلانات له ثمنه الاجتماعي والاقتصادي والإعلامي. فاستخدام الرسائل القصيرة على سبيل المثال تعبر عن إسفاف حقيقي باستخدام الأحرف الإنجليزية للغة العربية (مشاهدنا في السعودية يمكنكم إرسال مساجاتكم) وهي رسائل عبثية ذات مضمون سخيف.

إن تنظيم الإعلان من حيث مستواه ومضمونه ولغته وما يحمله من قيم إنما هي مسئولية يقع عبؤها على الدولة التي يجب أن تقوم بوضع التشريعات المناسبة لتنظيم الإعلان مهنة وإنتاجاً، ومضموناً وشكلاً.

6-7 في مجال الثقافة والاتصال الدولي:

إن تعبير "القرية الكونية" الذي استخدمه مكلوهان هو تعبير واقعي إلى حد، ما فيما يخص الإمكانيات الجمة المتاحة لتدفق الاتصال الدولي. ويبدو تأثير وسائل الإعلام في القرية الكونية مؤثراً عميقاً، فالمجتمعات المتعددة الثقافات وذات الأعراق المختلفة تنحو نحو تلمس خصوصية أعراقها المختلفة ومن ثم تنحو نحو تشظية المجتمع، ويزداد الميل نحو تقوية الهويات والثقافات الوطنية. ونتوقع للعرب أن يستمروا في دعم وتعزيز هوياتهم الوطنية وتفاعلهم فيما بين شعوبهم، فالفضائيات العربية - بالرغم من تحفظنا تجاه مستوى وأسلوب ومحتوى ما تقدمه، تخلق الآن جواً ملائماً للتفاعل العربي-العربي، إلى جانب أنها تفسح مجالاً للشعوب العربية للتعبير عن آرائها، كما يوفر الإنترنت أسلوباً ناجحاً للتفاعل بين النخبة العربية والشباب والاطلاع على ثقافات شعوب العالم.

إن عالم الغد في العالم الاتصالي سيكرس النزوع القومي، وسيجعل شعوب العالم قبائل متعددة في قرية كونية واحدة. لن تغير القرية الكونية المشبكة هوية

ثقافة أمة ما ، إلا أنها ستقود إلى تبادل أفضل بين ثقافات مختلفة ، وهذا التبادل هو موضوع تفاعل سيساعد في تطوير الثقافات في العالم .

وتعني المقدرة على التعامل عبر الإنترنت واستقبال الفضائيات الانفتاح على ثقافات جديدة تنشلة من آفاق عالمه الضيق، لتنقله إلى عالم أرحب، ويعني هذا أيضاً أنه أصبح بمقدور الفرد أن يتعرف على عوالم جديدة تحمل معها وعوداً وآمالاً، وهي تحمل معها قيما جديدة تهدد ثقافته الوطنية، وقيمه وعاداته، وقد تسرع في تحطيم أنماط الحياة التقليدية، إذا لم تقم الحكومة بدورها في دعم الثقافة الوطنية وتعزيزها في مواجهة سيل الاتصال الدولي الجارف.

وستشكل مضامين الإعلام في القرن الحالي أهم مصادر دخل المؤسسات الإعلامية وأهم مجالات المنافسة الاقتصادية . إن المستقبل يقول بأن المضمون سيكون هو مجال الاستثمار الأكثر ربحية . فسيكون بإمكان الشبكات الاتصالية تقديم خدمات الهاتف مجاناً ذلك أن استخدام الألياف البصرية والبث الرقمي جعل الاتصال قادراً على نقل المعلومات والبيانات بقدرات وإمكانيات هائلة، رخيصة التكاليف، وعالية الجودة . إن تشبيك العالم عبر الإنترنت والقنوات الفضائية وبرامجها التليفزيونية التي تبث عبر الحدود، سوف يقود إلى مراجعة إدارات وسائل الاتصال لقدراتها وللتكيف مع هذه الظروف المستجدة من التطورات التكنولوجية السريعة والمتلاحقة، بهدف التواءم مع تدفق الاتصال الأجنبي والعربي ، وما يفرضه من تحديات قومية. فالقرية الكونية المشبكة إلكترونياً لن تلغي هوية ثقافة الأمة العربية ، ولكنها ستقود إلى تفاعل يثريها. ويجعل من المضامين الوطنية والقومية مجالاً للتبادل التفاعلي سيساعد في تطوير ثقافات شعوب العالم وسيقود إلى حضارة جديدة.

ومن هنا يكمن دور الحكومة كذلك في دعم الإنتاج الإعلامي المعبر عن الثقافة الوطنية وروحها القومية.

8 - توصيات : نحو أجندة للإعلام الثقافي

إن وضع سياسة ثقافية- إعلامية شاملة يعتبر ركنا أساسيا للتنمية الثقافية في

سبيل رسم الخطوط العامة لتلك السياسة وتمثل التوصيات التالية عناصر مقترحة :

1. ضرورة إيجاد سياسات إعلامية تعنى بالثقافة تلتزم بها خطة لوسائل الاتصال الجماهيرية تكون واضحة المعالم وشاملة، ويشترك في وضعها الإعلاميون والمثقفون والتربويون .
2. العمل على استصدار تشريعات وقائية غايتها الدفاع عن عناصر الهوية الثقافية، وحفظ أسسها مثل: حماية التراث وصون اللغة العربية ومقاومة التبعية الثقافية والغزو الثقافي وحماية حقوق المبدعين والمؤلفين. وسن التشريعات التشجيعية التي تسهم في تنشيط الحركة الثقافية والإعلامية ، خصوصا في مجال حرية الإنتاج الثقافي والإعلامي ، ونشر النتائج الثقافية وتوزيعها ، وتشكيل المؤسسات والروابط الثقافية المختلفة ودعمها والاستثمار فيها ، وتنظيم العلاقات بين الدولة والمنتج الثقافي.
3. اعتبار اللغة العربية هي الأساس في نشر الثقافة ونقلها، والتعبير عنها. مما يستوجب الاعتناء بها ومراقبة الأداء بها وتطويرها وتبسيطها ، حفاظا على المقوم الأساس للأمة العربية ومحور ثقافتها وذاتيتها القومية . والعناية بتعريب المصطلحات وتعميمها عبر وسائل الإعلام ونشرها بين الباحثين والممارسين العرب .
4. التأكيد على أهمية الحرية الثقافية والإعلامية وحق الناس في حرية الاتصال، وضرورة ضمان هذه الحريات بالتشريعات التي تكفل التوازن الثقافي والتعددية يسد حاجة الوضع الجغرافي والسكاني، والمستويات الاجتماعية المتباينة.
5. الالتزام بحرية وديمقراطية الثقافة والاعتراف بالتنوع الثقافي، والتسامح الفكري، والتعدد الإبداعي، والالتزام بالمعايير النوعية للثقافة.
6. العمل على إزالة العوائق التي تعترض طريق التدفق الإعلامي والثقافي. ومن بينها إعادة النظر في أسس الرقابة وإجراءاتها المعمول بها ، على الأخص بالنسبة للمواد الإعلامية الواردة من الدول العربية .
7. توصيل الإنتاج الثقافي إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير وتوفير سبل الاتصال المتبادل باعتماد الإدارة الثقافية اللامركزية .

8. احترام تعددية التفكير والتعبير والتسامح الثقافي وتنمية التفتح في الفكر الثقافي وفتح النوافذ عليه لتكون الثقافة شاملة لمفهومى الأصالة والمعاصرة التي تسهم في الإبداع الثقافي
9. توفير تكافؤ الفرص الثقافية بين جميع المواطنين دون تمييز بتوفير الظروف الملائمة لتحقيق الحرية والديمقراطية الثقافية . إذ تشمل حرية الثقافة ثلاثة أنواع هي : حرية التعبير الفكرية وحرية الإبداع في المجالات الفنية والأدبية والجمالية ، وحرية الاستمتاع بالحقوق الثقافية
10. توفير الظروف المشجعة التي تحول دون تسرب الكفاءات الإعلامية والثقافية الأردنية ، وذلك بحماية العاملين بالإعلام والمجال الثقافي ، وتوفير الضمانات المناسبة لهم التي تكفل حرية التعبير وتضمن استمرارهم في عملهم وإعطائهم الحوافز المادية التي تتناسب مع دورهم ومسؤولياتهم.
11. معاملة الإنتاج الثقافي الوطني معاملة تفضيلية مما يؤمن الحياة الكريمة للمبدعين .
12. إنشاء صندوق لتمويل الأعمال والمشاريع الثقافية والفنية والإعلامية الثقافية، ومنح الجوائز وتكريم مبدعي الثقافة والفنون والإعلام ، وتأمين الحياة الكريمة للمبدعين.
13. زيادة ساعات بث البرامج الإذاعية والتلفزيونية الثقافية واستضافة المثقفين في البرامج الثقافية والحوارية والتعريف بمنجزاتهم الثقافية.
14. ضرورة اهتمام وسائل الاتصال الجماهيرية بالبرامج الثقافية المتخصصة بالاستفادة من الروابط والمؤسسات الثقافية وتعميق التعاون بين الإعلاميين والكتاب والتربويين وتخصيص حيز كاف للطفل والمرأة والشباب وذوي الحاجات الخاصة والمسنين وزيادة عدد البرامج والمجلات المتخصصة في هذا المجال .
15. التأكيد على أهمية تنمية أجهزة الثقافة ذاتها، وإعطائها الأولوية المناسبة في خطط التنمية ، بحيث يوفر لها القدر الملائم من الإمكانيات الفنية والمالية والخبرات البشرية ، والحرص على اختيار المؤهلين للعمل في هذه الأجهزة.
16. التأكيد على دور الفكر في قيادة المجتمع وعدم استبعاد المثقفين الحقيقيين وأهل الرأي عن مواقع اتخاذ القرار.
17. دعوة وسائل الإعلام والمؤسسات الثقافية ومؤسسات التربية والتعليم إلى التنسيق فيما بينها ، لوضع خطة مشتركة للعمل الثقافي ، تجنباً للازدواجية العمل ، ووصولاً لتعزيز

الذاتية الثقافية وتعميقها وشموليتها واستخدامها في إنجاح العملية التربوية والتعليمية
والتنموية

18. تشكيل لجنة استشارية مشتركة من العاملين في مجال الثقافة والإعلام والجامعات
والتربية تتولى مناقشة المشاريع والبرامج الثقافية في المؤسسات الإعلامية ، ومتابعة
الأنشطة الثقافية في المؤسسات الإعلامية وتنسيق هذا العمل مع الأنشطة الثقافية الأخرى
التي تقوم بها المؤسسات المعنية بالثقافة من غير المؤسسات الإعلامية .

19. الاهتمام بالأجهزة البشرية العاملة في الميدان الثقافي لمنحها أجراً كريماً وتأهياً
مستمراً.

20. الاهتمام بنشر الكتاب الإلكتروني وخصوصاً الموجه إلى فئة الشباب

21. إنشاء موقع إلكتروني للثقافة في الأردن يقوم بالتعريف بالمتقنين الأردنيين من الكتاب
والفنانين والمبدعين وتوفير ما أمكن من أعمالهم إلكترونياً.

22. التكامل والتعاون بين القطاعين العام والخاص وتشجيع المبادرات الإعلامية والثقافية
غير الرسمية.

23. الحاجة إلى لجنة عليا متخصصة للقراءة في دائرة المطبوعات و لجنة عليا للبرامج
الثقافية في الإذاعة والتلفزيون مثل هذه اللجان التي تعنى بتقييم الأعمال من حيث
مضمونها ومستواها الفني

24. زيادة نسبة حقوق التأليف التي تتراوح بين 10-15% من سعر الغلاف، وهي نسبة لا
تتجاوز نصف ما يحصل عليه بائع الكتاب في كشك بيع الصحف أو في مركز بيع كتب.

25. ترشيد الإنفاق المبعثر والمباشر على النشاط الثقافي، وترشيد هذا الإنفاق بمراعاة
اقتصاديات العمل الثقافي ، وتحديد أولويات المشاريع الثقافية، وحسن توزيع الاعتمادات
المالية.

26. دراسة الطرق والوسائل التي تمكن من تسويق الإنتاج الثقافي بشكل يجعله في متناول
الجمهير العريضة داخلياً وخارجياً .

المراجع

- ◆ دائرة المكتبة الوطنية (2002) البيليوغرافيا الوطنية الأردنية: السجل السنوي للنتاج الفكري في المملكة الأردنية الهاشمية لعام (2002).
- ◆ شون ماكبرايد ورفاقه (1981): أصوات متعددة وعالم واحد (الجزائر : اليونسكو والشركة الوطنية للتوزيع (366 - 356)
- ◆ الميثاق الوطني الأردني - عمّان (1990)
- ◆ الأردن أولاً - عمّان - دائرة المطبوعات والنشر (2003)
- ◆ صالح أبوأصبع (1997): إدارة المؤسسات الإعلامية (عمان: دار آرام، 88-93)
- ◆ صالح أبوأصبع (1999) تحديات الإعلام العربي، (عمان: دار الشروق).
- ◆ صالح أبوأصبع (1999): الاتصال الجماهيري (عمان: دار الشروق ص-ص. 232-234)
- ◆ صالح أبوأصبع ، عز الدين المناصرة ومحمد عبيد الله (1999) العولمة والهوية (عمان: جامعة فيلادلفيا).
- ◆ مصطفى المصمودي (1982): النظام الإعلامي الجديد (الكويت :المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (ص-ص . 17-19
- ◆ المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (1998م)، الاستراتيجية الثقافية للعالم الإسلامي، (الرباط: المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة).
- ◆ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (1987) الإعلام العربي حاضراً ومستقبلاً: نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال (تونس: الكسو: إدارة الإعلام).
- ◆ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، (1998م)، الخطة الشاملة للثقافة العربية، مراجعة وتنقيح محمد الميلي وآخرون (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم).
- ◆ Chip:(FEB2001 ,P:42)
- ◆ Denys Thompson (1964) Discrimination & Popular Culture England, Middlesex, Penguin Books).
- ◆ Marshall McLuhan (1989): The Gutenberg Galaxy. (New York: The New American Library).
- ◆ T. Baldwin & D.S. Mc Voy & C. Steinfield (1996): Convergence Integrating Media, Information & Communication. (California: Sage Publication).

Telecom asia 2000August (p. p:21