

الإعلام الجوّاري و دوره في تنمية الثقافة الفنية

الفن السابع نموذجاً-

بقلم د. عيسى بن هاشم



أولاً : الجوارية والإعلام الجوّاري

إن الجوارية كلمة لاتينية مشتقة من "بمعنى تشابه، ترابط وقاربة، وكانت تستعمل كمصطلح قضائي يعني القاربة في عقود الميراث، ثم تطور هذا المفهوم في القرن السادس عشر وأصبح يحدد وضعية الأشياء من حيث مكانها وزمن وقوعها.

ضمن هذا السياق اهتم الباحث الأمريكي "هالHall" بالجوارية حيث طور نظريته المتعلقة بتحديد المسافة عن طريق سلوكات الأفراد في الحياة اليومية، وقد أدت أبحاثه إلى وجود قانون جوّاري ينص على أن كل ما هو قريب مني هو ملك لي.

ومن ثمة فإن الجوارية كمفهوم كانت تأخذ في الحسبان المسافة حيث لعبت دوراً هاماً أثناء تطور الحياة الاجتماعية وساهمت في عملية التغيير، لكن تطور وتوفر التكنولوجيات الحديثة في العصر الراهن قد جعل تحديد مسافة الجوارية صعباً بسبب سهولة التنقل.

وهكذا يمكن تعريف الإعلام الجوّاري بأنه المنظومة الإعلامية التي تعالج قضايا التنمية المحلية، وهو يعد فرعاً أساسياً ومهماً من فروع النشاط الإعلامي، ويعني من حيث الأساس خدمة القضايا والأهداف العامة للمجتمع المحلي، وبمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها قيام الإعلام بدوره التنموي داخل المجتمع بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا.

وبصفة عامة فإن الإعلام قد أصبح مرتبطاً أشد الارتباط بوسائل الاتصال الحديثة وأصبحت عملية الاتصال تفرض شروط

التعاقد الاتصالي التي تخضع لها الوسيلة الإعلامية في مجالات الوصف والشرح والشهادة والإعلان والتعارض والتناقض. يختلف الإعلام عن باقي النشاطات الفكرية التي يقوم بها الإنسان حيث يمتاز بالخصائص التالية:

أ- الالتزام بآنية الحدث وسرعة تقديمه:

بمعنى أن الخبر هو أساس مادة الإعلام حينما يكون في حينه فالصحفي مجبر على تقديم الخبر في نفس اليوم، ويقاس الزمن بالساعات والدقائق بالنسبة لنشرات الأخبار الإذاعية وبالأيام بالنسبة للجريدة اليومية وبالسبوع بالنسبة للمجلة الأسبوعية.

ولأن الصحافة مهنة السباق مع الزمن، وجب على الصحفي أن يكون في سباق دائم وراء الأحداث ونذكر على سبيل المثال تنافس وكالات الأنباء والإذاعات على نقل الأخبار والمستجدات الإعلامية المحلية منها والعالمية قبل الوكالات الأخرى حتى ولو كان هذا الفارق الزمني لا يتعدى لحظات أو ثوان، وقد ساعدت وسائل الإعلام والاتصال الحديثة على دعم هذه السرعة في التقاط المستجدات الإعلامية.

تهمنا الإشارة هنا أن دافع السبق الصحفي غالبا ما ينجم عنه تقديم خبر منقوص قد يولد تأويلات خاطئة، ولاشك أن ذلك لا يلبي غريزة المواطن الذي يبحث عن الخبر الكامل الموثوق.

ب- الالتزام بالواقعية :

إن مجال الصحافة بعيد كل البعد عن الخيال، فالصحفي مطالب بتقديم الحقائق والأحداث اليومية بكل جد ودقة وواقعية والابتعاد عن انفعالاته الشخصية، أي أنه يعكس الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل لتمكين المتلقي من فهم ما يحيط به.

ج- الشمول :

يملك الإعلام القدرة على الوصول إلى جميع الناس وإن اختلفت أجناسهم

ولغاتهم ورغباتهم وأعمارهم ومستوياتهم الثقافية، إذ لم يعد الإعلام مقتصرًا على المثقفين دون سواهم من الأميين، بل إن المادة الإعلامية أصبحت في متناول جميع الناس وذلك لتوفر أجهزة السمع البصري كالإذاعة والتلفزيون.

ومن مظاهر الشمول في الإعلام أن أثره يتعدى طالبيه و الساعين وراءه من المهتمين وإن اختلفت أغراضهم بما يفسر أن الإنسان محاط ببيئة إعلامية لا يمكنه التخلص منها.

وبناء على ذلك، يسعى الإعلام الجوّاري إلى تحقيق أهداف اجتماعية تنموية تخلق الأرضية المناسبة لإنجاح الخطط التنموية المحلية، كما أنه إعلام شامل يرتبط بنواح اقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية وتربوية، إلى جانب كونه إعلاما واقعيا يستند إلى الوضوح في التعامل مع الجمهور والثقة المتبادلة كما يتصف بالتخطيط والبرمجة المعقولة.

ومن منطلق أن الإعلام الجوّاري يهدف إلى خدمة مختلف قضايا المجتمع وغاياته الاجتماعية المستوحاة من حاجاته الأساسية ومصالحه الحيوية، ويسهم أيضا في ترسيخ الوعي بالتنمية القائمة على المصارحة وتقديم الحقائق، لابد من توفير بعض المتطلبات لرفع مستوى أدائه منها ما هو متعلق بالواقع الإعلامي ومنها ما هو مرتبط بإطار السلطة التنفيذية، ويمكن إجمالها فيما يلي :

ينبغي الانطلاق في مجال السياسات الإعلامية من فلسفة تحدد أهداف العملية الإعلامية من خلال نظام ديمقراطي يكفل للجميع المشاركة في اتخاذ القرار.

- تحقيق الاستقلال الاقتصادي والاعتماد على الذات.

- تحديد الأولويات والاحتياجات التنموية لمختلف سكان الولاية.

- تدعيم القيم الإيجابية في المجتمع.

- التركيز على أهم القضايا التي تمثل عائقًا في وجه التنمية والمتمثلة أساسا في أزمة السكن، الأمية، البطالة، الإدمان، التلوث البيئي ونقص الوعي الصحي.

- اكتساب الإعلاميين لفكر تنموي يساعدهم على أداء مهامهم بالشكل المطلوب.

وبإمعان النظر في هذه المتطلبات نستنتج أن السياسات المجتمعية تتكامل مع السياسات الإعلامية، باعتبار أن المؤسسات الإعلامية جزء لا يتجزأ من مؤسسات المجتمع والدولة في آن واحد، ولا يمكن إعداد السياسات الإعلامية ورسمها وتنفيذها بمعزل عن الإطار العام.

وهكذا، لا يمكن تفعيل الإعلام الجوّاري بمعزل عن التوجه نحو إنشاء صناعة إعلامية تنموية وطنية والنظر للإعلام كقطاع منتج أكثر منه استهلاكي، وتطوير مهام الإعلاميين، والارتفاع بمستوى المضامين الإعلامية المسموعة، وإتاحة الفرص لوسائل الإعلام لكي تصبح أدوات فعالة للتواصل الاجتماعي والإنساني والتركيز على مختلف الأبعاد أثناء تناولنا للسياسات التنموية من بعد اجتماعي وإعلامي وثقافي تكنولوجي اقتصادي وتشريعي ومهني.

ثانيا : أهمية الإعلام الجوّاري في تنمية الثقافة الفنية

تحدد ثقافة أي مجتمع أسلوب الحياة فيه، سواء من ناحية وسائل الإنتاج والتعامل والأنظمة السياسية والاجتماعية أو من ناحية الأفكار والقيم والعادات والتقاليد وآداب السلوك وغير ذلك.

ويتجسد ذلك في جانبين مهمين، الأول مادي وترجع

سـرعة التغيير فيه إلى كثرة الاختراعات، والثاني غير مادي وتعرضه عدة عقبات نوجزها في ما يلي:

- ميل كل ثقافة إلى المحافظة على القديم.
- الجهل وعدم معرفة حقيقة التجديد أو الاختراع أو طريقة استخدامه يؤدي إلى رفضه.

- أنماط التفكير التقليدي والنزعة المحافظة عند كبار السن وأصحاب المصالح.

- الاتجاهات المعادية للتغيير كالخوف من الجديد والخوف من المخاطرة.

تعبّر عناصر الثقافة والفن في أي مجتمع عن خلاصة التجارب والخبرات التي عاشها الأفراد في الماضي مشتملة على ما تعرضوا له من أزمات، وما حددوه من أهداف، وما استخدموه من أساليب، وما تمسكوا به من قيم ومعايير، وما نظموا من علاقات.

بهذا المعنى تُعد الثقافة أساساً للوجود الإنساني للفرد والمجتمع من خلال وظائفها المتعددة والتي نذكر من بينها:

- صور السلوك والتفكير والمُشاعر التي ينبغي أن يكون عليها الفرد.

- وسائل إشباع حاجاته العضوية البيولوجية والسيكولوجية الاجتماعية، فهي تعلمه كيف ينقذ نفسه من الجوع والعطش، كما تعلمه السلوك الخلقي في التعامل الاجتماعي.

- تمدد بتفسيرات جاهزة لطبيعة الكون وتبين دوره فيه.

- تبرز له المعايير والقيم التي يميز في ضوءها بين الأشياء والأحداث، فهي التي تحدد له الجميل والقبيح والأخلاقي وغير الأخلاقي لمساعدته على تكوين ضمير جمعي يتواءم ويتكيف به مع جماعته.

وعليه، يمكن القول إن الثقافة والفن لا ينقلان كل الذاكرة، حيث يمكن أن تنتقي وتغربل بشكل جيد أو سيء لكنها في كلتا الحالتين تترك ما يسمح لها بالاندماج الاجتماعي.

ويبرز دور الإعلام في هذا المجال في ضرورة المساهمة في إحداث التغيير من خلال التركيز على القيم المشتركة بين أفراد المجتمع ومحاولة تقنين تصرفاتهم وسلوكياتهم عبر اتفاق ضمن يبينهم لما

يصحو ما لا يصحو ما هو مهم وغير مهم، وهي بلا شك تأتي نتيجة الحاجة للتعامل مع متغيرات جديدة تطرأ على حياة الناس فتتطلب مجموعة من القيم والسلوكيات يتبنونها عن قناعة وإدراك ووعي بمضامينها وتنعكس على سلوكياتهم.

في هذا السياق يرى المهتمون بدراسة الأفكار المستحدثة ومن بينهم "رالف لينتون" أننا إذا ما عرفنا ماهية الثقافة السائدة في مجتمع ما بما في ذلك قيمها الخاصة وتوازنها، فإننا نستطيع أن نتنبأ بشيء كثير من الثقافة بما إذا كان العدد الأكبر من أفراد هذا المجتمع يرحبون بفكرة مستحدثة أو يقاومونها وأي العوامل أقوى في توجيه هذه الثقافة بالنسبة للقابلية للتطور.

ونفس الشيء بالنسبة للتذوق الفني، والذي يلزم أن يدرك جيداً ماهية هذه التحليلات الثقافية حتى أثناء عملية خلق العمل الفني ذاته لضمان درجة الانفعال به

وتوجيهها من جهة ثم تدعيمها إعلامياً وفكرياً من جهة أخرى.

والملاحظ أن القيم الثقافية الفنية ليست محمودة على الإطلاق، فهناك قيم يكون منبعها الجهل وقلة المعرفة والوعي وأخرى تكون دخيلة من خارج الثقافة مما ينتج عنه ظهور قيم غريبة عن عاداتنا وتقاليدها.

ولربما ارتفعت مداخل الأفراد وتحسّن مستواهم الاقتصادي دون أن يرافق ذلك تطور في القيم وارتقاء في الفهم، وهكذا تتبدل القيم الاجتماعية الراقية والعادات الحسنة إلى عادات سيئة تنحاز عن معانيها الأساسية، وتتلأشى قيمة الوقت والإنتاجية فيمجتمع متدين يحثه دينه على احترام الوقت ليصبح همه تضييع الوقت، ويتحول إلى مجتمع استهلاكي تكاليفه تقصد النظرة الجماعية وغير مبالي بحقوق الآخرين.

لقد كان بالإمكان سابقاً توجيه المجتمع وإحداث حراك اجتماعي عبر خطبة الجمعة في مساجد المدينة، أما الآن وقد ازداد عدد السكان وتطورت التعاملات وتعقدت العلاقات وتباينت الرؤى، أصبح من الضروري الاعتماد على وسائل جديدة للتفاعل والتواصل والتثقيف الجماعي والضبط الاجتماعي ومن بينها السينما

والمرشح.

لذا، فإن فكرة تدعيم الإنتاج السينمائي تأتي ضمن هذا السياق كأحد أهملات تفعيل الحراك الثقافي الفني على المستوى الوطني من خلال توجيه وتثقيف المجتمع المحلي وتناول قضاياها وهمومه اليومية، وتقديم له المعارف والمعلومات، والعمل على إيجاد تصور ورؤية مشتركة بين السكان، وتدريب الأفراد على المشاركة في القضايا العامة، وحشد الطاقات وتحريك الموارد نحو التنمية المحلية، وتأكيد الهوية المحلية، وتأطير المصالح المشتركة والدعوة إلى الحفاظ عليها وتطويرها.

ومن هنا قد يكون الفن السابع إحدى الوسائل الناجعة في التثقيف السياحي وصناعة الرأي العام المحلي وإحداث التغيير الثقافي الذي يرتقي بالمجتمع ويحقق طموحاته.

ومن الطبيعي أن تزداد تبعاً لذلك أهمية الإعلام في مجال نحت ملامح الثقافة والفن من خلال مساندة ونشر الإنتاج الثقافي الإبداعي بين الناس وحثهم على الإقبال عليه، ويكون ذلك بمحاولة توطيد العلاقة بين الجماهير وبين المفكرين والمبدعين من منطلق أن للفعاليات المتميزة في الإبداع دوراً ريادياً في المجتمع يشبه إلى حد بعيد دور القاطرة التي تقود حركة التغيير وتبشر بها وتستشرف آفاق المستقبل وتتخطى حدود الممكن.

إن هذا التصور يعتبر الإبداع بمختلف مجالاته ثقافة معدة للاستهلاك وإنارة العقول إلى جانب كونه يتيح الفرحة والتسلية، وهو ما يبرز اهتمام بعض المختصين في نقد الخطاب الثقافي بمحتوى وسائل الإعلام على حساب أشكاله.

وإذا سلمنا بأن الثقافة بمفهومها الشامل تعني سعي الإنسان المتواصل إلى فهم العالم من حوله والسيطرة على محيطه الطبيعي وتطويعه بحيث يفيد من خيره ويبعد شره، وبأنها تعني تفاعل الإنسان مع بيئته الاجتماعية تفاعلاً إيجابياً فيما استحدث وفيما ينظم طلباً لبقائها وإصراراً على سيورتها والإسهام في تطويرها، فإنه لا شك أنها ستتخلل النسيج الاجتماعي ويكون لها دور حيوي في مجال التغيير وتطوير المجتمع.

من هذا المنطلق، فإن الإعلام قد عزز وجوده في مرافقة كل

الأعمال الفنية كوسيلة فريدة من وسائل التعبير الخلاق التي قدمت من قبل أعمالاً بارزة نابعة من طبيعتها والتي تستحق الاهتمام باعتبارها جزءاً متكاملًا من نسيج الحياة الثقافية في المجتمع الإنساني كله.

تجدر الإشارة أن مجال الفنون قد مثل أرضاً واسعة خصبة للتكامل بين الإعلام وأجهزة الثقافة الأخرى بحكم ترابط الفنون وتشابه الظروف التي وفدت فيها الفنون الحديثة إلى المجتمع لإغناء وجدان الجماهير.

ومن ثم وجب على الفنان والإعلامي على حد سواء أن يراعي الجمهور المتلقي الذي ينشد المتعة العقلية والراحة النفسية والبسمة التي ترسم على الشفاه من جهة، وتحزنه وتقلقه المأساة من جهة أخرى.

وعلى الفنان المبدع أن يضع في اعتباره بالدرجة الأولى أن المتلقي لا يتعرض للأعمال الفنية الجماهيرية بطريقة الصدفة باعتبار أن الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري هو عملية مستمرة ولا شك أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين الإعلام الجوّاري وفضاء السينما، فلا يعقل أن يستهلك المجتمع كل ما يعرض من أفلام سينمائية دون توجيه من المؤسسات الإعلامية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وهو ما يُعرف بتكوين المواطن الصالح الذي يستطيع الاندماج في محيطه السوسيوثقافي والتعامل مع مختلف الثقافات بنوع من النفعية ودون مركب نقص.

والمؤكد أن الإعلام والسينما يلتقيان في نقاط عديدة حيث يعتبر كلاهما وسيلة من وسائل التواصل الجماهيري التي تسعى إلى تمرير مجموعة من المعارف والقيم إلى الجمهور المتلقي قصد إدماج الفرد في مجتمعه، كما أن كليهما يتسم بخاصية الانضباط على أساس جلوس المتلقي والتزامه الصمت في تتبعه للمنتج السينمائي والإعلامي على حد سواء، وفي العمق يتوجهان إلى جميع الأفراد بمختلف الأعمار والمستويات الثقافية والاجتماعية من خلال الاهتمام بالأخبار المتجددة، كما أن التواصل فيهما يركز على السرعة والعولة والصوت والصورة وغيرها من التقنيات.

وهكذا فإن العلاقة بين السينما والإعلام تكمن في أن كليهما

المتلقي على الإبداع والابتكار ومحاربة الفكر الخرافي وتعليمه عملية تدبير الكم الهائل من المعلومات والصور التي تصله مع استحضر البعد الجمالي والفني للمنتوجين ، كما أن علاقة الإعلام بالفن السابع علاقة متجددة بالنظر لما يقوم به الناقد في تطوير الإبداع السينمائي.

وسيلة تثقيفية، ناهيك على أن الإعلام يقوم بالتحفيز على تلقي أجود الأفلام، وربط علاقات بين مختلف الفاعلين في المجالين، من إعلاميين متخصصين في الفن ومنتجين ومخرجين وممثلين وغيرهم من المبرمجين والنقاد.

ويمكن التأكيد على أن ما يجمع الإعلام بالسينما هو روح التكامل من حيث المحتوى والمضمون، حيث يعملان على تحفيز





الهوامش:

- 1- أديب خضور، أدبيات الصحافة - مطبعة داودي، دمشق سوريا 1986.
- 2- إفريت م. روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنشر - عالم الكتب، القاهرة.
- 3- إنشراح الشال، دراسات في علم الاجتماع الإعلامي - مكتبة النهضة، بيروت، 1985.
- 4- جون كريستوف أوجي، خبير إعلامي فرنسي - ملتقى تكويني حول الجريدة الإذاعية المنعقد بمقر الإذاعة الوطنية بالجزائر العاصمة في جوان 2010.
- 5- دوني فارو: إعلامي فرنسي، ملتقى تكويني حول موضوع الإعلام الجوّاري - منعقد بنادي إذاعة تلمسان في جانفي 2006.
- 6- سهير جاد، البرامج الثقافية في الإعلام الإذاعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1997.
- 7- عبد المجيد شكري، الدراما الإذاعية - دار الفكر العربي، الطبعة الأولى سنة 1420/2000.
- 8- محمد عبّـد الحميد، الإتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري - عالم الكتب، القاهرة سنة 1992.
- 9- ALAINE ROLET et ANDRE TAURRE. Proximité société de la formation. Proximité et location..
- 10-Burgelin Olivier, Communication de masse, SGPP 1990.