

ورقة مفاهيمية
لورشة العمل المتخصصة بشأن:
مستقبل الإعلام الثقافي في ظل التحول الرقمي

والتي تنظمها إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية بقطاع الإعلام والاتصال
وبنظامي الحضور والفيديو كونفرانس (Microsoft Teams)

الأمانة العامة: القاهرة

ورشة عمل متخصصة بشأن:
مستقبل الإعلام الثقافي في ظل التحول الرقمي
الأمانة العامة: القاهرة- يوم الثلاثاء الموافق 2022/3/22
وبنظامي الحضور والفيديو كونفرانس (Microsoft Teams)

أولاً: خلفية الموضوع:

في إطار الخطة العلمية السنوية لإدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية بقطاع الإعلام والاتصال لعام 2022، تنظم الإدارة ورشة عمل متخصصة بشأن: " مستقبل الإعلام الثقافي في ظل التحول الرقمي "، وتأتي فكرة عقد هذه الورشة انطلاقاً من:

- مبادرة التحول الرقمي التي أطلقها المنتدى الاقتصادي العالمي في عام 2015 بوصفها جزءاً من مبادرات متعددة أطلقها العالم لتشكيل المستقبل، ويُعد التحول الرقمي المرحلة الثالثة من تبني التكنولوجيا الرقمية، التي تمر بثلاث مراحل؛ الكفاءة أو المهارة، والاستخدامات الرقمية، والتحول الرقمي.

- استرشاداً بالخطة الاستراتيجية الإعلامية العربية للأعوام (2017-2021)، ومحاورها الاستراتيجية.

يتمثل الإعلام الثقافي في نسق الإعلام المتخصص الذي يتناول المسائل والفاعليات والظواهر المتصلة بالشأن الثقافي وترتيباته، ويتوجه هذا النمط من الإعلام إلى مختلف أنواع الجمهور العام أو الجمهور المخصوص بنوعه والمهتم بالمسائل الثقافية، حيث يضطلع الإعلام الثقافي برصد وعرض، وتحليل، ونقد والتفاعل مع مختلف الانتاجات والنشاطات الثقافية وإيصالها لجميع فئات المجتمع.

ويسعى الإعلام الثقافي في مجمل مفاصله إلى مواكبة التحولات التي تمس بنيات النشاط الثقافي والسياسات الثقافية في صيرورتها المختلفة، وتفاعلاتها مع باقي القطاعات المجتمعية، والمساهمة في تعضيد الذائقة الثقافية الجمعية. وبذلك نلمس أن أفق التدخل التي يحددها الإعلام الثقافي اليوم لنفسه واسعة وتشمل عدة مجالات وتخصصات، حيث يحدد الإعلام الثقافي اليوم لنفسه مهمة متابعة مستجدات الحياة الثقافية وأجندتها ورهاناتها وتحدياتها على المستويات المحلية بدون إغفال التظاهرات والفاعليات الإقليمية والدولية، ولا يتردد هذا النوع من الإعلام لتحديد مهمة إضافية لنفسه، إلا وهي دعم الفاعلين الثقافيين عن طريق تغطية نشاطاتهم والتعريف بمجالات اشتغالهم والعمل على تسليط الضوء على اسهاماتهم.

وتأخذ صبغة التدخل الإعلامي في المجال الثقافي طابعاً أكاديمياً متخصصاً، وطابعاً تعميمياً استراتيجياً يتمثل في ربط المتلقي العادي بالحركة الثقافية، وتهذيب ذائقته الفنية ودمقرطة الثقافة وتوصيلها، وتمكين أكبر عدد ممكن من الجمهور غير المتخصص من التفاعل مع المنتج الثقافي بتلويناته المختلفة ومواكبة حركية الحق الإبداعي والثقافي والفني.

وعلى الرغم من الاختلالات التي تطبع كفاءة الإعلام الكلاسيكي في تقديم تغطية مهنية للحقل الثقافي خبيراً، وتحليلاً، وتعليقاً، وعلى الرغم من النقائص التي لا تزال تميز الاستجابة المتخصصة للحاجة الإعلامية تجاه التفاعل مع الأنشطة والموضوعات الثقافية، وعلى الرغم من ضعف المعالجة التحليلية لمضامين الشأن الثقافي، إلا أن الفعل الإعلامي الثقافي لا زال يكتسي أهمية مخصصة في الساحة الاجتماعية والثقافية، حيث يشكل في حد ذاته الميكانيزم الأساسي في تشجيع وترقية الإنتاج الثقافي وتمريه عبر أقدية الإعلام، ومن هنا فإن المخرجات الثقافية والفنية والإبداعية بكل صورها وأشكالها تترابط مع الإعلام بشكل وثيق ومستمر، ذلك أن المنتج الثقافي يستشرط الدعم من وسائط الإعلام في الترويج له، وتوسيع دائرة المتلقين وخلق الحركية الثقافية الإعلامية الضرورية لاستنباته وتثمينه.

ويحتدم النقاش راهنا حول الظاهرة المرتبطة بالإعلام الرقمي ومستقبل العلاقة بين المتلقي ووسائط الإعلام وإيقاعاتها في ظل المعطيات الجديدة، وعلى وجه الخصوص بعد تمكن فئات واسعة من الجمهور من الانخراط في دينامية انتاج المعلومة وإغنائها، إذ أن البحث في سؤال التعبير الرقمي الجديد وأشكاله التي أفرزتها التحولات التقنية المتسارعة من خلال حواملها الإلكترونية الجديدة، مما يستدعي استتباعاً مساءلة مستقبل الأسئلة الثقافية وكيفية تفاعل الإعلام معها ورهانات تغير الوسيط التقني المستعمل في إنتاج الإعلام الثقافي والمادة الإعلامية الثقافية وتلقيها في ظل التحولات الرقمية الراهنة.

وتحت معطيات هذا السياق، يأتي هذه الروشة لفتح باب النقاش بخصوص رهانات الإعلام الثقافي وتساؤلاته الجديدة في ظل الوسائط الرقمية، وليغني الإشكاليات المتعلقة بالثقافة بكل مكوناتها الإبداعية وأشكالها التعبيرية وتجلياتها الجمالية وأنماط العلاقات والمعاني التي تربطها بوسائط انتاجها وتداولها إلكترونياً.

ويُعد التحول الرقمي أساس الثورة الصناعية الرابعة؛ بسبب ما أحدثه من تغير تكنولوجي ينطوي على اعتماد مهارات جديدة للأفراد، إضافة إلى إعادة هيكلة المؤسسات، وقد أحدثت هذه الطفرة التكنولوجية نقلة نوعية في أداء المؤسسات المجتمعية المختلفة التي أدركت أهمية اللحاق بثورة التقنيات الحديثة لتكون أكثر إدراكاً ومرونة في العمل، وأكثر قدرة على التجديد والإبداع والابتكار.

ومن هنا؛ أصبح "التحول الرقمي" ضرورة حتمية واتجاهاً عصرياً يتوافق وطبيعة ما يشهده عالمنا من متغيرات وما تصبو إليه دول العالم وشعوبها من تطور وازدهار، والتحول الرقمي في المؤسسات يعني الانتقال من الاتجاهات والأنماط التقليدية الحالية إلى الاتجاهات والأنماط المستقبلية التي تشدد على إنتاج المعرفة وابتكارها والانفتاح على الثقافة العالمية؛ بما يكفل عدم العزلة عن العالم من جهة، ويحفظ الهوية الدينية والثقافية والقيمية من جهة أخرى.

وقد أصبح التحول الرقمي في الإعلام واقعاً معاشاً في الدول المتقدمة التي دخلت بالفعل عصر الإعلام عبر المنصات الرقمية، وفتحت شبكات الجيل الخامس الباب أمام التحول الرقمي الذي شمل كل أساليب الممارسة الإعلامية استناداً إلى التقنيات الحديثة، وأصبحت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي جزءاً رئيساً في الطفرة التي يشهدها الإعلام المعاصر. وأصبحنا أمام واقع يصعب فيه الفصل بين الواقع والشبكات الاجتماعية وتطبيقات الهواتف الذكية، وبات كل ذلك يندرج تحت مسمى "الحقيقة المبرمجة" Compact Reality، ومع استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تزايدت قدرة الآلات والروبوتات على معالجة البيانات والتعامل مع المحتوى الإعلامي ومراجعة النصوص بل تقديم نشرات الأخبار والبرامج التلفزيونية، وأصبح توفير التقارير الإخبارية الآلية أمراً متاحاً، كما استُبدل الروبوتات بالعنصر البشري من مراسلين ومصورين.

ثانياً: الأهداف المرجوة من ورشة العمل:

تستهدف هذه الورشة التعريف بالتجارب العربية الرائدة في مجال الإعلام الثقافي في ظل الرقمنة للمؤسسات الإعلامية العربية، وتداعيات التحول الرقمي على الإعلام الثقافي، وما يفرضه ذلك من تبعات تلقي بظلالها على موضوعية ومهنية الرسالة الإعلامية، كما ترصد الورشة أهم التحولات التي طرأت على شكل ومضمون المادة الإعلامية بفعل التطور التقني، وصولاً إلى طبيعة العلاقة مع الجمهور في العصر الرقمي، ومستقبل الإعلام الثقافي في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي، وما يواكب النمو المتسارع في تلك المحاور من تطور في المشهد الإعلامي العربي والدولي. ما استدعى أن يكون تركيز هذه الورشة منصباً على تلك التحولات وتأثيرها في الإعلام الثقافي وتأثرها به؛ بهدف إيجاد الأفكار التي يمكن بها الحفاظ على مسار الإعلام الثقافي وفق الأسس المهنية والقواعد الأخلاقية من خلال طرح العديد من الأسئلة حول سبل فهم الإعلام والتعامل مع التحديات في ظل ما تبثه وسائل الإعلام التقليدي منها والحديث، وما تنشره من صور وقناعات وأفكار.

ثالثا: جلسات ورشة العمل:

الجلسة الأولى:

الإعلام الثقافي العربي: المفهوم والمحددات وتقاطعها مع الحقل الثقافي

- المحور الأول: مفهوم ومحددات الإعلام الثقافي.
- المحور الثاني: تقاطعات الإعلام والحقل الثقافي.
- المحور الثالث: الإعلام الثقافي بين الحوامل الكلاسيكية والرقمية.

الجلسة الثانية:

مستقبل الإعلام الثقافي العربي في ظل الرقمنة

الجلسة الثالثة:

عرض تجارب وخبرات الدول العربية في مجال الإعلام الثقافي للمؤسسات الإعلامية

رابعا: الجهات المعنية بورشة العمل:

- 1- الجهات المعنية بالبحوث والدراسات في وزارات الإعلام بالدول العربية.
- 2- المندوبيات الدائمة للدول الأعضاء لدى جامعة الدول العربية.
- 3- العاملون في الأمانة العامة، وعلى وجه الخصوص قطاع الإعلام والاتصال وقطاع الشؤون الاجتماعية.
- 4- الباحثون المتخصصون بالإعلام في الدول العربية.
- 5- مراكز البحوث والدراسات الاستراتيجية في الدول العربية.
- 6- المنظمات والاتحادات الممارسة لمهام إعلامية.

ملاحظات عامة:

- آلية انعقاد ورشة العمل بنظام الفيديو كونفرانس (Microsoft Teams) داخل الأمانة العامة وفي تمام الساعة الحادية عشر صباحا، وسوف تقوم الأمانة بموافاة المشاركين برابط المشاركة الإلكتروني بوقت كافٍ.
- مدة المشاركة بمدخل في إحدى محاور الورشة (15 دقيقة كأقصى مدة لكل مشاركة).
- مدة التعقيب على إحدى المشاركات أو على أحد محاور الورشة (5 دقائق كأقصى مدة لكل تعقيب).
- يتم تلقي المداخلات والتعقيبات مكتوبة بنظام (Word) لغاية يوم الأحد الموافق 2022/3/20، عبر البريد الإلكتروني لإدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية rss.dept@las.int. لغرض تحكيمها من قبل لجنة علمية مختصة تضم اساتذة وخبراء في مختلف محاور الورشة.