

إضافة نوعية أم تسجيل حضور!

التراث

في الإعلام العربي

الفاقد لذاكرته لا يستطيع أن يستدل على باب بيته

يشكل تراث أي أمة ركيزة أساسية من ركائز هويتها الثقافية، وعنوان اعتزازها بذاتيتها الحضارية في تاريخها وحاضرها، وهو الذي يعمل على تأكيد ذاتيتها ويرسخ حضورها في الساحة الثقافية العالمية.

ويعد الإعلام أحد أهم قنوات إيصال هذه الركيزة لأفراد المجتمع، وبالتالي فإن أي تشوه في القناة يؤدي إلى تشوه في طبيعة ونوعية معرفة الأجيال بتراثهم.

إن فشل الإعلام في تأدية دوره بشأن التراث لهو من الكوارث الكبرى التي يجب الانتباه إليها، وربما يؤدي إلى فقدان الذاكرة الجمعية للأمة والشعب والوطن. فكما أن الفرد الفاقد لذاكرته لا يستطيع أن يستدل على باب بيته، فكيف والحال هكذا أن يحل مشكلاته الحالية و يصنع مستقبله، ويطور ذاته، فكذلك الأمر بالنسبة للأمم والشعوب والمجتمعات، التي فقدت ذاكرتها الجماعية.

تراث أعد الملف:

فاطمة عطفة، غسان صالح، صفاء البيلي



■ عبد العزيز المسلم:

الفضاءات الإعلامية في الإمارات مفتوحة أمام التراث



الفعاليات والتصميم التراثي الذي تميز به. وقد كانت لنا في إدارة التراث بالشارقة تجربة مهمة في التعاون مع مركز الشارقة الإعلامي وذلك عند تنظيم ندوة التراث والاعلام اذ وجدنا كل التجارب والدعم والتعاون مع هذه المؤسسة وأكد الشيخ سلطان بن أحمد القاسمي، رئيس مؤسسة الشارقة للإعلام، رئيس مركز الشارقة الاعلامي على ضرورة التعاون بلا حدود في هذا الإطار لأن ذلك يأتي ضمن أهداف المركز في زيادة أواصر التواصل الإعلامي مع مختلف الجهات المعنية لتبادل الآراء ضمن حوار هادف وبناء لمناقشة مختلف المواضيع.

والحقيقة أن الفضاءات الإعلامية في الإمارات العربية المتحدة ومنطقة الخليج العربي وفي الكثير من البلدان العربية مفتوحة أمام البرامج والفعاليات التراثية بشكل كبير يجعلنا لا نخاف على مستقبل تراثنا.

الإعلام خلال الدورة الحادية عشر للفعاليات يلعب دوراً محورياً في التعريف والتوعية بالتراث وبأيام الشارقة التراثية.

ولا بد أن تحافظ مؤسسات الدولة وخاصة الإعلامية منها على الهوية الوطنية للدولة وخاصة في الإعلانات التجارية، و ينبغي على أي مؤسسة حكومية أن تراعي قيم المجتمع عندما تعلن عن منتجاتها أو خدماتها وخاصة عند التعبير عن الهوية المحلية.

إن التراث في الإمارات عموماً، وفي الشارقة بالخصوص، يشكل ركيزة أساسية ضمن المنتج الثقافي، والجانب التراثي يشهد إقبالاً كبيراً من مختلف الشرائح ومن مختلف دول العالم خلال مشاركات الشارقة الخارجية في المحافل والمنتديات والمعارض العالمية حيث حصل جناح الشارقة على الجائزة الأولى خلال السنوات الثلاث الماضية في معرض وبورصة برلين للسفر من بين 11 ألف جناح مشارك في هذا المعرض، وذلك بسبب

لا أحد ينكر أهمية الشراكة بين الإعلام والتراث في توعية الجماهير بالقضايا التراثية وضرورة الحفاظ على التراث والعادات والتقاليد وتقديم منتج إعلامي متميز، لا بد من العلاقة التفاعلية المتبادلة بين التراث والإعلام الذي يخدم كل منهما الآخر حيث إن التراث يستفيد من الإعلام في الوصول بشكل أوسع إلى الجماهير وفي نفس الوقت يستفيد منه الإعلام في الحصول على منتج إعلامي مميز، فأيام الشارقة التراثية مثلاً انطلقت بمشاركة إعلامية محدودة، وبدأت منذ الدورة الثانية باتخاذ الإعلام شريكاً لإيصال التراث لأكبر شريحة ممكنة من الجماهير حيث أصبح



■ د. سميح شعلان:

على الإعلام أن يكون على بيئة واطلاع بمفردات التراث

يعبرون عن وجهة نظرهم دون اللجوء إلى صناع هذه الثقافة ومفهومهم لها واختيارهم لمفرداتها على سبيل المثال؛ الحرف التقليدية ومعناها والتغيير الذي يطرأ عليها وانحسارها وأسبابه.

ويتعجب شعلان من أن وسائل الإعلام لم تظهر خصوصيتنا وهويتنا الثقافية التي تتجلى وتظهر في مفردات الثقافة الشعبية سواء التشكيلية أو الأدبية، أو الحرفية، أو ما هو معتقدات مبنية على مفاهيم وجب الوقوف عندها ليتأمل العقل الجمعي

عميد المعهد العالي للفنون الشعبية الدكتور سميح شعلان يقول: إن أجهزة الإعلام المختلفة لم تتعامل مع مفردات التراث الشعبي بالرشد الكافي الذي يعرض لملامح هذه الثقافة بالشكل الذي يكشف عن قدراتها الفائقة عن التعبير عن جماعتها، فالتليفزيون مثلاً، تعامل مع التراث بشكل غير جاذب وسطحي لا يستعيد علاقة الناس بها، وعلى الرغم من ذلك تناول الضحل إلا إنه لم يعد له وجود خاصة خلال العقد الماضي، إلا من خلال برامج أولية، فتأتي بالباحثين الذين