

الصناعة الثقافية والقنوات الفضائية

العجال مفتتات، جامعة وهران . 2 .

تاريخ النشر: 2018/06/28

تاريخ القبول: 2018/06/02

تاريخ الإرسال: 2018/02/08

ملخص

يندرج هذا البحث الموسوم بالصناعة الثقافية والقنوات الفضائية في إطار البحوث النظرية التي تسعى إلى التعريف بالمفاهيم والمصطلحات من جهة، ومحاولة ربطها ببعض العناصر ذات الصلة بها من جهة أخرى كالثقافة والقيم والمجتمع ذات البعد الاجتماعي، والتلفزيون والقنوات ذات البعد التقني. الكلمات المفتاحية الدالة: الثقافة، الصناعة الثقافية، القنوات الفضائية.

Résumé :

Cette recherche intitulée l'industrie culturelle et les chaînes satellitaires s'insère dans le cadre de la recherche théorique, qui vise à introduire les concepts et la terminologie d'une part, et d'essayer de les relier à certains éléments d'autre part, tels que la culture, les valeurs et la société et la télévision et les chaînes satellitaires.

Mots-clés: la culture, l'industrie culturelle, les chaînes satellitaires .

مقدمة

لقد أحدثت الثورة التكنولوجية طفرة نوعية في البناء الاجتماعي - المعرفي و القيمي .، و الاقتصادي - الإنتاجي .، و كذلك السياسي على حد سواء بإنتشارها المذهل عالميا وإقليميا و حتى محليا، وهذه الطفرة أو القفزة النوعية ما هي إلا نتيجة لتطور وسائل الاتصال بمختلف أشكالها وتقنياتها وتأثيراتها و تطور شبكة الإنترنت العنكبوتية العالمية و القنوات الفضائية التي قربت المسافات بين شعوب دول العالم، وجعلت هذا الأخير قرية كونية صغيرة كما عبّر عنها العالم و الباحث الكندي (هاربرت مارشال ماركوفان، *Herbert Marshall McLuhan*)، الذي أحدثت نظرياته في وسائل الاتصال الجماهيري جدلاً كبيراً، فهو يرى أن أجهزة الاتصال الإلكترونية - خاصة التلفاز - تُسيطر على حياة الشعوب، وتؤثر على أفكارها ومؤسساتها. و في نفس السياق يذكر الدكتور و الباحث (نصر الدين العياضي) العبارة الآتية في مقاله عن الثقافة الجماهيرية ما مفاده أن: "التلفزيون هو أفضل الأشياء وأسوأها في آن واحد".⁽¹⁾

بل هناك من اعتبر أن هذا العالم لم يعد قرية صغيرة بل صار بناية - عمارة - تحتوي العديد من الشقق، هذا التصوير الذي ورد على ألسنة بعض الباحثين يعكس مدى تقارب المسافات بين الأشخاص في تواصلهم، بل و ما زالت المسافة تقصروا تقصروا و الرسالة تصل أسرع و أسرع حتى صارت مثل لمح البصر، و ما هذا إلا انعكاس للتطور التقني و التكنولوجي العجيب و المذهل كما ذكرنا سابقا. وهذا الاتصال بين الأفراد و الجماهير لا يتأتى إلا بشبكة اتصالات معقدة و متداخلة متمثلة في الأنترنت عبر الأقمار الصناعية.

و صاحب انتشار الأقمار الصناعية و حجزها أماكن في المجال الفضائي انتشار موازٍ للإعلام الفضائي - الثقافي - المتعدد الأبعاد، كانت نتيجته السعي إلى كسب أكبر قدر من المتابعين والمشاهدين وهذا ما قوى من وتيرة المنافسة في الأرض من خلال بناء وتشبيد المحطات التلفزية والفضائية الأرضية، وفي السماء من خلال حجز أمكنة الأقمار الصناعية، وهذا الإعلام الفضائي تجلى في ما يبث من برامج متنوعة اجتماعية و اقتصادية وسياسية متنوعة.

و عمل الأقمار الصناعية لا يتأتى بدون القنوات الفضائية التي انتشرت هي الأخرى بصورة كبيرة حول بقاع المعمورة، وهذه القنوات ذات أهمية بالغة بسبب الآثار التي تحدثها في النسيج الاجتماعي العام والسياسي النخبوي الخاص إيجاباً أو سلباً. و نظراً لهذا التأثير الإعلامي المتنوع الذي تنتجه و تحدثه هذه القنوات الفضائية من خلال الصناعات الثقافية المتعددة و المتلونة جعل أهل الاختصاص من علماء الاجتماع و باحثين في مجال الإعلام و الاتصال يهتمون بما يسمى الصناعة الثقافية و اعتبارها ظاهرة اجتماعية أولى بالدراسة و الاهتمام. و هذه الصناعة - الثقافية - لابد لها من قنوات لتصل إلى الجماهير من خلال عملية الإعلام و تحدث الأثر المرجو منها.

ونظراً لأهمية هذه القنوات يذكر (عبد الكريم الحربي) أن القنوات الفضائية وفرت "فرصة التعرف على الأخبار والأحداث العالمية لحظة وقوعها، والتعاطي مع الحدث والخبر مباشرة بالصوت والحركة والصورة، ومتابعة الأحداث الرياضية والحصول على معلومات جديدة عن دول العالم، والتعرف على ثقافات المجتمعات والتفاعل الثقافي معها، كما قدمت القنوات توعية صحية ودينية واجتماعية، فأمكن التعرف على الأمراض وطرق الوقاية منها، ونقل أداء مناسك الحج والصلاة من الأماكن المقدسة، واستفاد طلاب الثانوية العامة من القنوات الفضائية في نقل خبرات الأساتذة المتخصصين والتعرف على أحدث الأبحاث ونتاج العلم والتطور في حياة الناس اليومية. وتعريف دول العالم بالثقافة الإسلامية والعربية. (2)

و ارتأينا أن يكون منطلق هذه الورقة البحثية النظرية من الأسئلة المنهجية الآتية:

- ما ذا نقصد بالثقافة ؟ و ماذا نعني بالصناعة الثقافية؟ و هل هي صناعة كباقي الصناعات الأخرى، أي هل هي تجارية (ربحية) أم غير تجارية (خدمية و غير ربحية)؟

- ما مفهوم القنوات الفضائية؟ و ما أهميتها بالنسبة للمجتمع؟ و ما علاقة الثقافة بمجال الاتصال و الإعلام؟

1. تعريف الثقافة:

الثقافة كما عهدناها في العلوم الاجتماعية هي ظاهرة بمعنى الكلمة و هي موضوع من المواضيع التي يدرسها علم الاجتماع، و لم تقف عند هذا الحد بل وجدت لها مجالاً آخر لا يقل أهمية و هو اهتمام علوم الإعلام و الاتصال بهذه الظاهرة، وهذا من خلال وسائل الإعلام الجماهيري التي تقوم بوظائف متعددة و منها الوظيفة الثقافية أو الإعلام الثقافي في إطاره المتخصص.

و الثقافة (Culture) في مفهومها السوسيولوجي " الكلّ الذي يتألف من قوالب التفكير والعمل في مجتمع معين"، أو باعتبارها "تراكم الاختراعات سواء أكانت تكنولوجية أو إيديولوجية أو اجتماعية". (3) أضف إلى

ذلك أنها تشكل ملمحا أساسيا ومهما في حياة كل مجتمع بل وكل إنسان، بل أن البعض كان يخلط بين هذا المفهوم بمفهوم آخر مرادف هو الحضارة (Civilisation) أحيانا. (4)

وترتبط عناصر الثقافة . المادية و غير المادية . ارتباطا وظيفيا، وهذا ما يؤكدته (تيماشيف، Timacheff) بقوله: "أن العناصر الثقافية تتكامل في شكل أنساق". وترى الدكتورة (سامية حسن الساعاتي) أن مفهوم الثقافة حسب الأنثروبولوجيين و الثقافيين، أصبحوا يستعملونه كاصطلاح للدلالة على كل ما صنعه أي شعب من الشعوب أو أوجده لنفسه من مصنوعات يدوية، ومحرمات، ونظم اجتماعية سائدة، وأدوات و معاول، وأسلوب للتعبير و باختصار كل ما صنعه الإنسان أينما وجد، مما يطلق عليه علم الأنثروبولوجيا (Anthropologie) اصطلاحه هذا". (5)

أما من وجهة النظر الأنثروبولوجية فالثقافة "هي مجمل التراث الاجتماعي، أو هي أسلوب حياة المجتمع، على ذلك فلكل شعب في الأرض ثقافة تتجلى من خلال أنماط سلوك حياته، والتنظيم والتفكير والمعاملات التي اتفقت عليها المجتمعات".

أما الأنثروبولوجي البريطاني (إدوارد تايلور، Edward Burnett Tylor) فإنه يعرفها على أنها "ذلك الكل المركب الذي يشمل على المعرفة، والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات أو أي قدرات أخرى أو عادات يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في المجتمع". أما (ألفرد راد كليف براون، Alfred Radcliffe-Brown) فيعرفها "بأنها العملية التي يكتسبها الفرد بواسطة المعرفة والمهارة والأفكار والمعتقدات والأذواق والعواطف، وذلك عن طريق الاتصال بأفراد آخرين". (6)

و يعرفها (روبرت بيرستيد، Robert.Bersted) أحد علماء الاجتماع المعاصرين بقوله: "إن الثقافة هي ذلك الكل المركب الذي يتألف من كل ما نفكر فيه أو نقوم بعمله أو نمتلكه كأعضاء في المجتمع"، ويبرز هذا التعريف الصفة التأليفية للثقافة لتصبح ظاهرة مركبة، تتكون من عناصر بعضها فكري وبعضها سلوكي وبعضها مادي". (7)

و الثقافة في حد ذاتها عِلْمٌ، حيث يُقال في اللغة: عِلِمَ الرجل عِلْمًا، إذا حَصَلَتْ له حقيقة العلم، و عِلِمَ الشيء: عرفه، و أَعْلَمَهُ الأمر: أطلعه عليه، و الثقافة، الجِدْق، يقال: تُقْفَ الكلامَ ثقافةً، أي حَذَقَهُ و فهمه بسرعة، و اقترانها بالعلم لأن قديما كان يطلق على كل معرفة "العلم" مهما كان نوعها، ولا يفرقون بين العلوم والمعارف. ثم أخذ يتحدّد معنى العلم بمعارف معينة، و معنى الثقافة بمعارف خاصة، و صار للعلم معنى اصطلاحيا وللثقافة معنى اصطلاحيا غير معناها اللغوي.

أما الثقافة اصطلاحا هي " المعرفة التي تؤخذ عن طريق الأخبار والتلقي والاستنباط، كالتاريخ واللغة والأدب وغيرها". والفرق بين العلم والثقافة أن العلم عالمي، والثقافة قد تكون خاصة بالأدب وسائر الأبطال". (8)

وقد اختلف مفهوم الثقافة زمنيا حسب اختلاف الأمم والشعوب والطبقات الإنسانية والاجتماعية التي يتركب منها البناء الاجتماعي، وتحدد هذا الاختلاف بأنها " تدل على مجموعة من المعارف والمهارات التقنية و الذهنية وأنماط من التصرف المخالفة التي تميز شعبا عن سواه من الشعوب، وهذا ما جعل الباحثين

يدرسون خصائصها من حيث مضمونها"، وارتباطها بالزمن والجماعات البشرية ووسائل تأمينها وإذاعتها و التعامل بين شتى أنواعها". (9)

أما (كمال محمد بشير) فيعرف الثقافة على أنها "كل مركب من لبنات تاريخية واجتماعية وظروف حياتية تتعاون فيما بينها لتشكيل بنية إنسانية ذات نظم، وضوابط وحدود تستقر في ذهن الفرد أو الجماعة المعنية بوصفها طاقة أو مخزونا عقليا قابلا للظهور والاستثمار والإنتاج منه بلا حدود في صورة سلوك واقعي ملموس، ومعنى هذا أن الثقافة لها جانبين الوجود، وجود بالقوة متمثل في المخزون العقلي المتراكم في محيط الفرد أو الجماعة، المتمثل في التوليد من هذا المخزون وتحويله إلى أداء أو تطبيق في صورة نشاط أو تعامل فعلي في شتى مجالات الحياة وفقا للظروف". (10)

2. الصناعة الثقافية:

يرى الدكتور (عماد أبوغازي) أن "مفهوم الصناعات الثقافية من المفاهيم لصيقة الصلة بالتحديث و بعصر الثورة الصناعية، ويقصد به عادة الأعمال الثقافية الموجهة إلى الجماهير الواسعة، والتي تنتج بأسلوب الإنتاج الكبير أو الإنتاج للجماهير، وتدخل في عملية إنتاجها رؤوس أموال كبيرة، وتتم بمراحل متعددة حتى تخرج في صورتها النهائية، ويدخل في إنتاجها ممول أو منتج و عمالة كبيرة العدد نسبيا ليست بالضرورة هي المصنف للعمل أو المبدع له، وتشبه العملية الإنتاجية فيها ما يتم في مجال الصناعات الحديثة، مما جعل هذا المنتج الثقافي يوصف بأنه "صناعة ثقافية". حيث تتحول طرق الإنتاج الإبداعية والفكرية من الطرق التقليدية التي يلعب فيها المبدع الفرد أو مجموعة المبدعين الدور الأساسي في إخراج المنتج الثقافي بصورته النهائية، إلى عملية إنتاجية مركبة يشارك فيها آخرون، ويستعاض عن الاتصال المباشر بين المبدع والمتلقي بآليات السوق لنقل العمل الإبداعي إلى قطاعات أوسع من الجمهور من خلال وسائط مختلفة". (11)

ويضيف نفس الباحث أن التصنيع الثقافي كان مسؤولا عن التطور الهائل في القدرة على توليد "الثروة الفكرية والفنية والثقافية في تلك المجتمعات"، كما يرى أن التصنيع الثقافي هو الذي ساهم في إيصال الإنتاج الثقافي إلى شرائح واسعة من الجماهير وقطاعات عريضة من المجتمع التي تنتهي إلى مختلف الطبقات الاجتماعية، إضافة إلى أن الصناعة الثقافية هي التي أدت إلى تغير محتوى المنتج الثقافي خلال ظهورها و فترات تطورها التاريخي، بل يضيف نفس الباحث أن هذه الصناعات أدت حتى إلى تغير رسالة هذا المنتج التي يسعى لإيصالها للجماهير المتلقية. ومن الأمثلة عن الصناعات الثقافية يعدد لنا نفس الباحث السينما و الدراما التلفزيونية ونشر الكتب والتسجيلات الموسيقية والغنائية المنتجة بهدف التسويق الواسع والبرامج التلفزيونية الثقافية.

وللثقافة مردود يتمثل في النتاج الثقافي والمراد به كل ما كتب أو سجل من أجل تثقيف جميع الأفراد البشرية وتوجيه جميع مجتمعاتهم إلى ما فيه الخير والسعادة...والنتاج المكتوب في الكتب والرسائل و المجلات والصحف والوثائق، أما النتاج المسجل فيصدق على الأشرطة المتضمنة إلى ما يمت إلى الثقافة: كأشرطة السينما والتلفزة والإذاعة ويدخل في النتاج الثقافي النحت والرسوم والموسيقى والتأليف الذي يتضمن شيء لم يسبق إلى تأليفه فيؤلف، شيء ألف ناقصا فيُكمل، شيء أخطئ في تأليفه فيُصحح، شيء ألف غامضا فيُشرح، شيء ألف متفرقا فيُجمع، شيء ألف مطولا فيختصر، شيء ألف منثورا فيرتب". (12)

و يرى الدكتور (عزي عبد الرحمان) أن التطور الضخم لوسائل الإعلام كأدوات لنقل المعلومات و الترفيه في المجتمعات العربية، اعتمد على تقدم تلك المجتمعات تكنولوجيا و على ثرواتها الضخمة و على ازدياد الفراغ الاجتماعي مما جعل حاجة الناس إلى المعلومات و الثقافة و الترفيه تتزايد مما حتم ظهور وسائل الإعلام الحديثة زاد من أهمية تلك الوسائل، ولكن انتشار وسائل الإعلام الجماهيرية بين مختلف الطبقات الشعبية في القرن التاسع عشر بسبب التطورات الاقتصادية التي أحدثتها الثورة الصناعية و انتشار المؤسسات الديمقراطية و ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية كان سببا في ظهور مشكلة اجتماعية عرفت بظاهرة " الثقافة الجماهيرية". (13)

و الثقافة الجماهيرية حسب الدكتور (عبد الرحمان عزي) و نقلا عن (أديب خضور) في مؤلفه دراسات تلفزيونية أنها " تلك المحتويات التي تبثها وسائل الاتصال في المجتمع المعاصر، و يشترط في وجود الثقافة الجماهيرية وجود مجتمع جماهيري الذي هو وليد التطور التكنولوجي". (14)

3. الفرق بين الصناعة الثقافية و الصناعة الاقتصادية:

المعروف عن الصناعة الاقتصادية أنها مورد لتجسيد النمو و التنمية و مصدر لتحصيل الثروة في إطارها المادي و تحقيق الرفاهية التي يرجى من ورائها إشباع حاجات اجتماعية نابعة من النفس البشرية كما عبر عنها عالم النفس الأمريكي (أبراهام ماسلو، *Abraham Maslow*) في هرم الحاجات الاجتماعية و الفيزيولوجية و غيرها. و هذه الصناعة تحتاج إلى مصانع و معامل تعمل في الإطار العام بتحويل مدخلاتها الطبيعية إلى مخرجات استهلاكية متنوعة كالطعام المعلب و اللباس و الأثاث و الدواء و العتاد المادي من سيارات و طائرات و بواخر و تكنولوجيات عجيبة مازالت تذهل العقل البشري من خلال استخداماتها الفريدة.

و الهدف من عمليات الانتاج الصناعي الاقتصادي . المادي . هذه هو سعي تلك المؤسسات لإيصالها للمستهلك النهائي و إرضائه من جهة، و تحقيق الربحية التي تضمنتها استراتيجيتها الأساسية. و بالتالي يمكن القول أن الصناعة الاقتصادية هي تجارية بامتياز لأنها تسعى لتحقيق الربح و هذا يمكنها من السيولة و الاستمرارية في ظل المنافسة الشرسة في المجال الاقتصادي، و خاصة مع وجود شركات عظمى متعددة الجنسيات التي أرسى لها أسسا في داخل بلدانها و خارجها.

أما الصناعة الثقافية فهي في الأصل تعتمد على الفكر كمحرك أساسي للإنتاج، و تركز على الثقافة كمصدر للإبداع الثقافي و الفني النابع من المجتمع بمختلف أقطاره و أمصاره و فسيفسائه، مع الإشارة أن الدكتور (عماد أبوغازي) يقدم البداية لتحول العمل الثقافي إلى صناعة بهذا المعنى إلى ابتكار "يوحنا جوتنبيرغ" للطباعة بالأحرف المتحركة الذي حقق الانتشار تاريخيا لارتباطه بتحويلات اجتماعية و فكرية و ثقافية، رغم ظهور الطباعة في الصين في بادئ الأمر و بعض بلدان الشرق الأقصى، ثم تلتها أوروبا بعدة قرون، دون أن ننسى محاولات مصر مع الطباعة التي ما فتئت أن اختفت بسرعة.

و أما الإبداع الثقافي الذي أشير إليه سابقا فإنه يأخذ جانبيين: الجانب المعنوي الذي يتجلى من خلال الشعر و الأدب و الموشح و الملحون و المعاملات و السلوكات و غيرها من بعض الطقوس الضاربة في التاريخ التي ارتبطت بالمرور الشعبي و بالمخيل الاجتماعي، و الجانب المادي الذي يظهر من خلال تنوع اللباس التقليدي و

أطباق الأطعمة والأواني الفخارية والمنسوجات وغيرها من الإبداعات التي تناقلتها الشعوب والأمم عبر التاريخ مشافهة ورواية أحيانا كثيرة وكتابة في بعض الأحوال.

والصناعة الثقافية رغم أنها تبدو صناعة خدمية في صورها الظاهرة إلا أنها صناعة تجارية هي الأخرى ولا تختلف عن الصناعة الاقتصادية الخالصة، وهي تسعى لتحقيق الربح هي الأخرى رغم الهدف الاجتماعي النبيل الذي تسعى إليه، والسبب من وجهة نظرنا هو ضخامة الاستثمارات التي غزت المجال الإعلامي الاتصالي معتمدة في ذلك على الثقافة كعمول حيوي لها، به تحيا و به تستمر و به تحقق المكانة في سوق المنافسة الإعلامية الثقافية وصارت تتعامل مع مصطلح الإقتصاديات من خلال أسسه المعروفة بالإنتاج والتوزيع والاستهلاك. أي إنتاج المنتج الثقافي وتوزيعه ليستهلك من طرف المتلقي ويحقق الأرباح المنتظرة.

وما يدعم وجهة نظرنا ما ذكره الدكتور (عماد أبوغازي) بأن "الصناعات الثقافية تقوم على: "مادة خام" هي الإنتاج الفكري أو العمل الإبداعي، وعملية تحويلية تتم عبر التصنيع الذي يعتمد على المقومات التقليدية للصناعة: التنظيم، رأس المال، وقوة العمل، ووسائل الإنتاج المتطورة، وينتج عن كل هذا عمل إبداعي في صورة جديدة، ثم تأتي في النهاية عملية التسويق". (15)

4. مفهوم القنوات الفضائية:

ـ القناة لغويا:

كلمة قَنَاة عبارة عن (اسم) وجمعها (قَنَوَات و قُنَي)، والقناة تحمل معان عدة منها: الرمح الأجوف، كل عصا مستوية أو مُعَوَّجة، مجرى للماء ضيق أو واسع، والقول: (لانت قنائه: خضع واستسلم)، و(اعوجت قنائه: كبر في السن وشاخ)، ومعنى (غَمَزَ قَنَاةَ فُلَانٍ: جَرَّبَهُ واختبره)، و(كسَر قَنَاةَ فُلَانٍ: أضعفه وأذله)، ومعنى (القَنَاةُ الهُضْمِيَّةُ: المُسَلِّكُ الهُضْمِيُّ)، وقول العرب: (رَجُلٌ صَلْبُ القَنَاةِ: أي شَدِيدُ المُرَاسِ، قَوِي الشَّكِيمَةُ). والقول: (قَنَاةُ التَّلَفَرَةِ: الجِهَازُ الَّذِي يَحْمِلُ الصُّورَ وَيَنْقُلُهَا لِلْمُشَاهَدَةِ)، أو هي (نطاق من الأطوال الموجية يُبَثُّ الإرسال التلفزيوني من خلاله)، أما المقصود بعصر القنوات المفتوحة: عصر تنعدم فيه القيود على الاتصالات فيمكن لأي فرد أن يتصل مع الآخرين، ومعنى (قنوات محلية / قنوات إقليمية: قنوات إذاعية تخصص عادة للمحطات التي تخدم منطقة محيطة بالعاصمة). (16)

أما (أحمد أبي الحسين) فيعرض التعريف اللغوي الآتي: (القنوات هنا: "هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص، الفضائية: بالمد المكان الواسع و (فضا) المكان (فضوا) من باب قعد إذا اتسع فهو (فضاء) (فضو) و (فضا المكان فضاءً وفضوا) كعُلُو (اتسع)، فهو فاضي وأنشد الأزهري لرؤبة أفرخ قَيْضُ بَيْضِهَا الْمُتَنَاقِضِ عَنْكُمْ كَرَامًا بِالْمَقَامِ الْفَاضِي (كَافُضَى) وهو مُفْضٍ. (17)

أما القناة اصطلاحا فتعريفها عديدة ومتنوعة نعرض منها ما يلي:

يعدد الدكتور (مصلح الصالح) أنواع من القنوات، نذكر منها:

ـ القناة أحادية الاتجاه (Channel asymmetrical): قناة اتصال ذات اتجاه واحد.

ـ قناة شفرية (Channel code): قناة اتصال للرسائل الشفرية.

ـ قناة اتصال (Channel Communication): ذلك الجزء من نظام الاتصال الذي تنتقل خلاله الرسائل.

. قناة معلومات (Channel information): قناة اتصال لنقل المعلومات.

. قناة ثنائية (Channel Symmetrical): قناة ذات اتجاهين". (18)

وللقنوات الفضائية تعاريف . اصطلاحية . عدّة نذكر من بينها:

ما ذكره (الفوزان) حيث قال: "القنوات إنها عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، وتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها". (19)

أما (سالم القحطاني) فيرى أن القنوات هي عبارة عن " تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص". (20)

وعرفها (سليمان العمر ناصر) "بأنها قيام الأقمار الصناعية بالتقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان، وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الأصلي مسافات بعيدة، تحول دون التقاط البث دون وسيط" (21)

و يذكر الباحث (إبراهيم حمد المبرز) نقلا عن (هاني رضا) أن القنوات الفضائية " أضحّت في النصف الثاني من القرن العشرين مُعجزة القرن، حيث بدأت التأثير على المشاهد بشكل واضح مؤثرة على تفكيره وعلى ثقافته وعلى سلوكه مُشكّلة لشخصيته من خلال ما يضخه المسيطرون على شركات الإعلام من ثقافات يريدون للمتلقّي التشبع بها، ويقول (بورستين) إن التلفاز يعد أروع عدسة لها هذه الزاوية المشعة التي اخترعها الإنسان، والتلفاز له تأثير ساحق في نطاق مفهوم الإنسان المعاصر". (22) (رضا، 1998، 77).

أولا: أهمية القنوات الفضائية وتأثيرها على المجتمع:

تحتل القنوات الفضائية أهمية بالغة في التأثير على المجتمع بكامل طبقاته و شرائحه من خلال ما تقدمه من محتويات إعلامية منتجة تعمل من خلالها على إشباع رغبات مشاهديها باختلاف أجناسهم و أعمارهم وأطيافهم الفكرية، و يمكننا تلخيص هذه الأهمية في النقاط الآتية:

فقد أبرز الباحث (إبراهيم حمد المبرز) في دراسته أهمية القنوات الفضائية نقلا عن (الأصفر) وهي:

. إن القنوات الفضائية تجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيرها.

. إن القنوات الفضائية تتميز بقدرتها على جذب المشاهد وخاصة المراهقين وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى التأثير الاجتماعي الذي تقوم به.

. تتعامل مع المشاهد مباشرة، فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجها لوجه، حيث يخزن الوقائع والصور ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها على المشاهدين مباشرة أو بعد حين". (الأصفر، 1993، 212).

أما الباحث (محمد شراب) فقد بين أهمية القنوات الفضائية من خلال " إمكانية نقل الأحداث الاجتماعية على الهواء ساعة وقوعها ونقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد ونقل خبرات الأشخاص ذوي المواهب والتخصصات النادرة، وإلقاء المحاضرات وعرض البرامج والندوات والأفلام العلمية والوثائقية والتاريخية ونقل حياة الشعوب وأساليب حياتها". (23)

علاقة الثقافة بمجال الاتصال والإعلام:

يتفق الباحثون والمختصون أن هناك تكامل جلي بين الإعلام والثقافة، وهذا ما تؤكدته الدكتورة (سامية جفال) في مقالها أن الثقافة "تعتبر منظومة متكاملة تضم في إطارها المعارف والمعلومات المتوارثة أو المنقولة، التي لها صلة بشؤون حياة الإنسان وتفسيراتها ووسائل نشر الإبداع والمعارف والمعلومات. إلى جانب الإبداع الفني والأدبي والعقائدي والقيمي وأنماط السلوك وعلاقتها بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية". (24)

أما (محمد علي حوات) فيرى أن الثقافة "ترسم تراث الأمة المادي والروحي الذي يشكل خصائصها وقيمتها وصورتها الحضارية. أما الإعلام هو أداة التفسير والنشر، فوسائل الاتصال والإعلام هي الأداة الناقلة للثقافة، من حيث أنها تساعد على دعم المواقف الثقافية والتأثير فيها وحفر الأنماط السلوكية وتعزيزها و طرح مفاهيمها على الجمهور من خلال البث والنشر والشرح لما يمكن اعتباره فعلا ثقافيا عضويا للثقافة من حيث أنها تساعد على دعم المواقف الثقافية والتأثير". (25)

و يشير التقرير النهائي لمنظمة اليونسكو لصائفة 1992 إلى ضرورة الربط بين الثقافة والاتصال، وقد اعترف بأن حرية الاتصال هي الشرط الأول لازدهار الثقافة والمبادلات الثقافية، لكنه أعرب مع ذلك عن قلقه البالغ إزاء التطور المتسارع لتكنولوجيات الاتصال الحديثة، وخلص المؤتمر إلى أن الاتصال هو أحد العناصر المكونة للثقافة، لأنه مصدر تكوينها، وعامل من عوامل اكتسابها وإثرائها، لأنه يساعد على التعبير عنها وشرها". (26)

والثقافة في إطارها العام ماهي إلا نتاج اجتماعي بوجهيه المادي واللامادي . المعنوي .. وهي تحتاج لسند دعامي يساعدها في الانتشار بين أبناء القطر الواحد وهذه الدعامة هي التكنولوجيا المتمثلة في وسائل الإعلام الحديثة، وإذا كان لكل منهما أجهزة فإن "وظائف أجهزة الثقافة تبدو متكاملة مع وظائف أجهزة الإعلام، ولم يتبين أي تناقض بين هذه وتلك، وإذا كان هناك تفاوت بينهما، فإنه يعود إلى طبيعة الأجهزة ذاتها، فقد قال بعضهم إذا كانت أجهزة الثقافة بمنزلة الحرفي التقليدي كالنجار والحداد والنقاش، يسعى إلى الكيف أكثر من الكم، فإن أجهزة الإعلام تكون أشبه بالآلة الصانعة التي لا تعتبر إلا الكم انطلاقا من نموذج قياسي موحد". (27)

وفي هذا السياق يذكر الباحث (حسن مدن) نقلا عن الدكتورة (سامية جفال) "أن الإعلام صار له مطابقه التي تجري فيها غربلة وفلتره واختيار المادة التي ستقدم للمتلقين، قراء كانوا أو مستمعين أو مشاهدين. فالجهاز الإعلامي في هذه الحالة سيقوم باختيار مادة من بين مجموعة مواد تبعا لمقاييس محددة. وبذا فإن الإعلام يصبح صانع ثقافة في هذه الحالة وليس ناقلا لها". (28)

خاتمة

لا يمكن لأي عاقل أن يتصور استغناء الإعلام عن الثقافة، فالثقافة باختلاف مواضيعها هي التي تشكل المادة الأولية لهذا الإعلام ووسائله الجماهيرية، فالوظيفة أو الخدمة هي متبادلة بين الاثنين حيث يعمل الإعلام على نقل التراث الثقافي عبر الأجيال والناشئة، وبهذه الصورة يعمل على المحافظة عليه من النسيان والاندثار عبر أرشفته الإعلامية عبر السنين والأزمان، أما الثقافة فتحتاج كتراث وكنز مادي ومعنوي إلى الإعلام لتصل إلى النشء عن طريق الأجيال السابقة التي تركت هذا الإرث الذي لا يقدر بثمن فالثقافة روح الأمة وكيانها ووجود الشعوب وكيانيتها، وكخلاصة يمكن القول أن وسائل الإعلام ينحصر دورها: "في عملية

النقل و النشر و حسب، بل تحقق في تعاضدها مع الثقافة نوع من التكامل الاجتماعي و يجعلها تلعب دورا أساسيا في بلورة الثقافة و إزالة ما لصق بها من التشوهات التي لحقتها". (29)

الهوامش:

1. نصر الدين العياضي، عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، مجلة الاتصال، العدد (14)، 1996، ص 227.
2. عبد الكريم الحربي، الأنترنت و القنوات الفضائية، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى، 2003، ص 245.
3. صلاح الفوال، علم الاجتماع، المفهوم والموضوع والمنهج، دار الفكر العربي، مصر، (د.ط)، 1972، ص 71.
4. صلاح الفوال، نفس المرجع السابق، ص 94.
5. سامية حسن الساعاتي، الثقافة و الشخصية (بحث في علم الاجتماع الثقافي)، دار النهضة العربية، بيروت، ط (2)، 1983، ص 27.
6. أحمد بن نعمان، هذه هي الثقافة، دار هومة، الجزائر، الطبعة الأولى، ص 21.
7. سليمان العسكري، نظرية الثقافة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، (د.ط)، 97، ص 9.
8. سمير عاطف الزين، الثقافة و الثقافة الإسلامية، دار الكتاب اللبناني / دار الكتاب المصري، بيروت، ط (2)، 1979، ص 31.
9. جبر عبد النور، المعجم الأدبي، دار العلم للملايين، بيروت، الطبعة الثانية، 1984، ص 81.
10. كمال محمد بشير، خاطرات في اللغة و الثقافة، دار الغرب للطباعة، مصر، 1995، 95.
11. عماد أبو غازي، الصناعات الثقافية في مجتمع المعرفة، مقال منشور في الدستور الأصلي، بتاريخ: 2010/03/12. (الموقع الإلكتروني: مصرس).
<http://www.masress.com/dostor/8964>.
12. جيهان أحمد رشقي، الأسس النظرية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 358.
13. عزي عبد الرحمان، ثقافة وسائل الاتصال و التحدي الحضاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، (د.ط)، 1992، ص 33.
14. أديب خضور، دراسات تلفزيونية، دار النشر و التوزيع، دمشق، سوريا، 2007، ص 9.
15. عماد أبو غازي، الصناعات الثقافية في مجتمع المعرفة، مقال منشور في الدستور الأصلي، بتاريخ: 2010/03/12. (الموقع الإلكتروني: مصرس).
<http://www.masress.com/dostor/8964>.
16. <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/> - معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي.
17. أحمد أبي الحسين، معجم مقاييس اللغة، دار الجليل، بيروت، الطبعة الثانية، 1999.
18. مصباح الصالح، الشامل، (قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية)، (إنجليزي - عربي)، دار عالم الكتب، السعودية، ط (1)، 1999، ص 82.
19. الفوزان، رسالة الإسلام، 2007، ص 67.
20. سالم القحطاني، أثر القنوات على النشء، رسالة ماجستير (غير منشورة)، السودان، 2007، ص 78.
21. سليمان العمر ناصر، البث المباشر، حقائق و أرقام، دار الوطن، الرياض، الطبعة (1)، 2007، ص 13.
22. إبراهيم حمد المبرز، القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى طلاب الثانوية العامة بمدينة الرياض، مذكرة ماجستير غير منشورة، إشراف: مصطفى محمد قاسم، كلية العلوم الاجتماعية، (قسم علم الاجتماع)، 2011.
23. محمد شراب، الإذاعة المرئية و أهميتها في حياة المجتمع، المجلة الإعلامية، طرابلس، العدد الثالث، 1996، ص 111.
24. سامية جفال: الإعلام و الثقافة و جدلية العلاقة في ظل العولمة، مجلة علوم الإنسان و المجتمع، العدد الثامن، ديسمبر، 2013، ص 338.
25. محمد علي حوات، العرب العولمة، شجون الحاضر و غموض المستقبل، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط (2)، 2002، ص ص (174 - 175).
26. المنظمة العربية للتربية و الثقافة و الإعلام، الثقافة و وسائل نشرها في الوطن العربي، ص 53.
27. مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1985، ص 200.
28. حسن مدن، الإعلام كحامل للثقافة، (ورقة ضمن كتابة: ثقافة الإعلام و إعلام الثقافة)، مجموعة باحثين، دائرة الثقافة و الإعلام، الشارقة، 1995، ص ص (34 - 35).
29. أنظر منظمة اليونسكو: أصوات متعددة و عالم واحد، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، الجزائر، (sned)، 1981، ص 83.