

د / بوقرة رضوان¹

المنتج الثقافي في الفضائيات العربية بين الابداع و الصناعة - مقارنة نقدية -

The cultural product in Arab satellite channels between creativity and industry:
A critical approach.

تاريخ النشر: 2020/09/15

تاريخ القبول: 2020/08/12

تاريخ الاستلام: 2020/07/07

ملخص:

تقدم الفضائيات العربية بشكل عام المادة الثقافية من خلال قوالب اعلامية خاصة أو ضمن ما تحمله مجمل البرامج من قيم ثقافية في محاولة لتقديم المشهد الثقافي العربي بما يحمله من قيم تعكس عناصر هويته، غير أن ما تعرضه هذه القنوات يتقاطع في كثير من الأحيان مع النظرة الرأسمالية التي تهيمن على الحياة العامة في العالم والتي ساقطت المادة الثقافية لتتحول الى صناعة تتحكم فيها القوانين والمصالح التجارية، ولا ينفي ذلك وجود تجارب رائدة تبنت الابداع فكرة لتصيغ وتعرض جانباً من الثقافة العربية، لذا سنحاول من خلال هذه المداخلة البحث في حدود الابداع ومساحات الصناعة التي يعرض من خلالها المنتج الثقافي في الفضائيات العربية ضمن مقارنة نقدية.

الكلمات المفتاحية: المنتج الثقافي ، الابداع ، الصناعة ، الفضائيات العربية ، المشهد الثقافي .

Abstract:

The Arab satellite channels generally present a cultural material through special media templates, or within the cultural values of the entire shows in an attempt to present the Arab cultural scene with values that reflect the elements of its identity. However, what these channels offer often intersects with the capitalist perspective which dominates the public life in the world, which has driven the cultural material to become an industry controlled by laws and commercial interests. This; in fact, does not deny the existence of pioneering experiences that adopted creativity as an idea to formulate and present an aspect of the Arab culture. Therefore, through this communication, we highlight the limits of creativity and the areas of industry through which the cultural product is presented in the Arab satellite channels as part of a critical approach.

Keywords: The cultural product, creativity, industry, Arab satellite, cultural scene.

¹ المؤلف المرسل: د/ بوقرة رضوان، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، radouane.bouguerra@univ-msila.dz

مقدمة:

ارتبطت الثقافة بالوجود الإنساني ارتباطاً متلازماً تطور مع الحياة الإنسانية وفقاً لما يقدمه الإنسان من إبداع و إنتاج في شتى المجالات، وتعتبر وسائل الاعلام اليوم من الأدوات الثقافية الهامة، حيث تشكل رافداً أساسياً للحصول على الثقافة وجميع أشكال الابداع لذلك كانت المسؤولية الملقاة على عاتق القائمين على هذه الوسائل مسؤولية بالغة الأهمية، وحين ننظر للثقافة ضمن مفهومها العام الذي يتعدى أشكال التعبير والابداع المتخصصة ليشمل جميع مناحي الحياة يتعاضد هذا الدور لذلك حظي المنتج الاعلامي الثقافي باهتمام كبير من قبل الدارسين والباحثين.

وتعتبر القنوات الفضائية والتلفزيون عموماً أداة مهمة من أدوات الغرس الثقافي، وتمارس هذه الوظيفة من خلال ما تبثه من برامج ثقافية متخصصة أو من خلال ما تعكسه مجمل برامجها من قيم ثقافية، لذلك باتت القنوات الفضائية أداة من أدوات التأثير نتيجة ضخامة الحيز الزماني الذي تحتله في حياة المشاهدين، غير أن ما تعكسه هذه القنوات من مواد ثقافية كان وما يزال محل جدل واسع لدى الباحثين نتيجة الأثر الذي أحدثته على مفهوم الثقافة والذي اختزلها في أشكال وقوالب محددة، كما ساهمت هذه القنوات - حسب البعض - في تسطيح الثقافة ما ضيق من حجم تأثيرها في التغيير الاجتماعي.

إن العمل التلفزيوني بشكل عام أداة مهمة من أدوات هذا العصر الاتصالية، يمارس دوره التثقيفي ضمن ثنائية المقصدية وطبيعة الوسيلة ليفرز لنا مشهداً اعلامياً وثقافياً يختلف في بعض تجلياته عن مشاهد الثقافة السابقة يدعونا الى البحث في خصائصه ضمن حدود التواجد العربي من خلال مفرزات القنوات الفضائية العربية في المجال الثقافي.

1. تعريف الثقافة:

اختلفت تعريفات المفكرين و الفلاسفة لمصطلح الثقافة بصفة عامة ففي الحقيقة لا يوجد تعريف محدد للثقافة فهي كلمة مطاطة وشمولية حيث أن كروبير وكلاكهون حللوا 160 تعريف لعلماء الاجتماع و الأنثروبولوجيا وعلم النفس والطب النفسي وأمكنهما تصنيف التعريفات وفقاً لاهتماماتها الأساسية ، فيوجد تعريفات تاريخية ومعيارية ونفسية وتطويرية وبنائية ولا زالت التعريفات تتوسع وتتغير مع التغيير الحاصل في العمران البشري (طاهر، 2006 ، ص 24).

فالثقافة بشكل عام قائمة على كل شيء : القيم واللغة والعادات والتقاليد والأفكار والكمية الهائلة من القضايا المختلفة وكلما تطور المجتمع البشري وزادت انجازاته الحضارية والفكرية يتطور معنى الثقافة ، فإذا كانت في التجمعات البشرية البدائية التي عملت في الرعي والزراعة تعبر عن مفاهيم ومجالات النشاط الإنساني في تلك الفترات والبيئات ، فإن هذه المفاهيم والدلالات تغيرت عندما ظهر المجتمع الصناعي، وتعدد المفاهيم والدلالات طردياً كلما ازدادت ثقافة الإنسان ومنجزاته الحضارية.

ويعبر عن الثقافة في اللغات الأجنبية الفرنسية والإنجليزية والألمانية بلفظة * culture * وتفيد معنى الزراعة والاستنبات (تايه ، 2006 ، ص 26).

ثم استعيرت الكلمة لتدل على تنمية العقل والذوق في عصر الكاتب الفرنسي * فولتير * وتحول هذا المدلول عند علماء الاجتماع من الإنماء الفردي إلى أحوال المجموعات الإنسانية.

أما علماء الاجتماع فكان لهم رأي في الثقافة أجملوه في أنه «يقصد بالثقافة جميع مظاهر الحياة الاجتماعية» (أبو

شنب ، 1982 ، ص 22).

والثقافة كما عرفها تايلور» هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، والعقائد، والفن والأخلاق، والقانون والعرف، وكل المقدسات، والعادات الأخرى، التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في المجتمع (الكيال، 1997، ص 30).

وعرّفها (ثومبسون 2001. Thompson) بأنها مميزات أو خصائص جماعة تتضمن القيم و المعتقدات و معايير السلوك التي تختلف في عضوية جماعة أخرى و تساعد على تمييز هذه الجماعة عن جماعة أخرى ، أما (أمروود Omrod) فيعرّفها بأنها «نظم السلوك و المعتقدات التي تميّز جماعة اجتماعية» و يرى (آرندس 2004 Arends) أنها «تصف الطريقة الكلية لحياة جماعة بتاريخها و اتجاهاتها و قيمها ، و الثقافة تتعلّم ، و ليست ثابتة ، و تتغير بشكل مستمر ، و الثقافات لا تمثل الجماعات ، و إنما هي ما أوجدت من قبل الجماعات» .

و لقد كان عالم الاجتماع «روبرت بيرستد» أكثر وضوحاً حين عرّف الثقافة بأنها «هي كل ذلك الكل المركب الذي يتألف من كل ما نفكر فيه أو نقوم بعمله أو نملكه كأعضاء في مجتمع» (طاهر ، 2006 ، ص 24).

إن ارتباط الثقافة بالمجتمع ارتباط متلازم ، إذ لا يمكن أن نفهم مجتمعاً إلا بفهم ثقافته ، كما لا يمكن أن نفهم ثقافة أي مجتمع إلا بفهم المجتمع ذاته ، سوء كان ذلك في جوانبه الثابتة كالأديان و القيم الأخلاقية ، أم في جوانبه المتطورة و المتغيرة كالإبداع و الفن و الأدب و الإنتاج العلمي و غيرها من الأفعال الثقافية المتطورة و التي هي أسرع تغيراً و مواكبةً للمرحلة التاريخية التي يمر بها المجتمع .

والثقافة هي «المنظومة المعقدة و المتشابكة التي تتضمن اللغات و المعتقدات و المعارف و الفنون و التعليمات و القوانين و الدساتير و المعايير الخلقية و القيم و الأعراف و العادات و التقاليد الاجتماعية و المهارات التي يمتلكها أفراد مجتمع معين» (طاهر ، 2006 ، ص 26).

ورغم اختلاف مفهوم الثقافة، فإنه يمكن القول إنها «مجل ما يقدمه المجتمع لأبنائه من عادات و قيم وأساليب سلوك، وتوجهات وعلاقات وأدوار و تقنيات، كي يتعلموها ويتكيفوا معها، فهي نمط معيشة للجماعة.

وهذه الأنماط تم الحفاظ عليها منذ قرون فائتة عبر المشافهة، حين يجلس الآباء ليقصو على أولادهم كيف كانوا وما ينبغي عليهم أن يعضوا عليه بالنواجذ ليورثوه إلى من بعدهم ، فضلاً عن المحاكاة والقذوة.

فالأمثال الشعبية والأهازيج الوطنية التي توارثها الخلف عن السلف، لا يعرف على وجه الدقة من قالها أو أبدعها، غير أنه تم تداولها مشافهة من جيل إلى جيل، لكن تطور الحياة فرض على وسائل الإعلام أن تقوم بذلك الدور، وهو نشر الثقافة وحفظ التراث.

2. أهمية الثقافة :

تأكد الدور الاجتماعي للثقافة من خلال :

- التأثير القيمي و الأخلاقي و السلوكي للثقافة في حياة الفرد في التصرفات و السلوك إذ يعبر عن ثقافة الفرد و رؤيته لذاته و للأشياء من حوله و بمقدار الوعي الثقافي لدى الفرد يزداد دوره في الحياة و تزداد رسالته الإنسانية نحو مجتمعه و الآخرين .

- للثقافة دور كبير في التواصل الإنساني على مر التاريخ ، فقد استطاع الإنسان أن يبتكر و يطور آليات ثقافية

متجددة و نامية حقق من خلالها معرفة واسعة بالحياة و تعزز هذا الدور من خلال الوسائل الحديثة التي توجت بثورة الاتصالات و المعلومات ، التي جعلت التواصل الإنساني أكثر قدرة على اختراق الحواجز و الجسور بين البشر مما زاد معرفتهم بأنفسهم و بغيرهم .

- تزايد الإدراك لدور الثقافة في تغيير اتجاهات الرأي العام المحلي و العالمي ، من خلال التأثير غير المباشر للفعل الثقافي في حياة الشعوب ، و لقد تعزز دور الثقافة على المستوى العالمي في العقود الأخيرة من خلال إنشاء عدد من المنظمات و المؤسسات الثقافية العالمية و الإقليمية و لعل المنظمة الدولية للتربية و العلوم و الثقافة (اليونسكو) تأتي في مقدمتها ، و على المستوى الإقليمي تبرز المنظمة العربية والمنظمة الإسلامية للتربية و الثقافة و العلوم و غيرها من المؤسسات التي تشكل أدوات و آليات للفعل الثقافي الدولي و الإقليمي.

3. علاقة الإعلام بالثقافة:

تتداخل العلاقة بين الإعلام والثقافة، وتتشابك إلى الحد الذي جعل بعض الباحثين ينظرون إلى الاتصال والثقافة باعتبارهما وجهين لعملة واحدة و يمكن اعتبار دور وسائل الإعلام بمثابة الناقل الأساسي، بل أصبحت تلك الوسائل أداة لصياغة الثقافة و تبدو العلاقة جلية بين الإعلام والثقافة في كون أن الإعلام له دور مؤثر، يقدم للمشاهد والمستمع معلومات جديدة ومتواصلة، يصله بكل جديد في مجالات الحياة المختلفة، ويطلع على ما يدور في العالم ومن حوله في شتى ميادين ومجالات الحياة اليومية من منجزات وصراعات.

وإذا كان الإعلام واقعيًا من وظائفه تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة حيث يعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس وترفع من مستواهم فإن الإعلام الثقافي يحتل حيزًا هامًا في مجال العمل الإعلامي.

والإعلام الثقافي المتخصص هو الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية ويتوجه أساسًا إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي ، يظهر الإعلام الثقافي في مرحلة معينة من تطور الحياة الثقافية ، ويسعى لمواكبة هذه الحياة والتفاعل معها كما أن الإعلام الثقافي يعكس مستوى تطور ونضج الحياة الثقافية ذاتها ثم إن مجال الإعلام الثقافي المتخصص هو رصد وعرض وتحليل ونقد النتاج الثقافي بكل مكوناته ذلك أن المفهوم العلمي للثقافة واسع وعريض إذ الثقافة تعني كل ما أضافه الإنسان إلى الطبيعة من فكر وعلم وإبداع وإنشاء في كل مناحي الحياة الإنسانية... الخ ، ولكن المفهوم الأكثر استخدامًا وانتشارًا يكاد يقصر الثقافة على فعاليات محددة مثل الفكر والأدب والفن والمسرح والسينما والموسيقى.

إن مصطلح الإعلام الثقافي يقصد رصد كل ما في الساحة الثقافية من نشاطات ثقافية وتبليغها للمتلقي عن طريق الوسائط الإعلامية المعروفة والمتواجدة كالراديو والتلفاز والنت والهاتف الجوال والمجلات والصحافة المكتوبة فالهدف الأساسي من الإعلام هو مخاطبة الناس والاتصال بهم.

4. البرامج الثقافية:

هي مجموعة البرامج التي تتعرض بشكل مباشر للأنشطة المتصلة بالأدب والنقد الأدبي والفنون التشكيلية، والمسرح، والسينما، والعلوم، والدراسات الإنسانية، والدراسات الدينية وتبسيط العلوم، والمعارف العامة (1)، ويمكن تقسيم البرامج الثقافية حسب المضمون كالتالي:

- البرامج الأدبية: وتتضمن الشعر، والقصة، والرواية، والنقد الأدبي.

- البرامج العلمية: وتتضمن الاكتشافات العلمية، والتكنولوجيا وتبسيطها.

- برامج المعارف العامة: وتتضمن العلوم الإنسانية (علم اجتماع، نفس، فلسفة، تاريخ، دين، اقتصاد، صحة).

- البرامج الفنية: وتتضمن المسرح، السينما، الموسيقى، الباليه، فنون تشكيلية (عبد الغني ، ---- ، ص 30).

لاتزال النظرة إلى الثقافة نظرة قاصرة ، ولا ترتقي إلى مستوى متطلبات الفرد في الحصول على المعلومة الثقافية وفي سلم الأولويات في الموازنات والميزانيات تأتي الثقافة في أسفل السلم ، بسبب النظر إلى الثقافة بوصفها ترفاً وشيئاً زائداً على الحاجة ، وبمقارنة موقع الثقافة مع موقع الإعلام في اهتمامات الحكومات سيتقدم الإعلام ليستحوذ على النصيب الأكبر من الموازنة.

وينظر إلى هذا الاستحواذ أنه أمر طبيعي ، إذ إن الإعلام بوسائله المختلفة هو الطريقة المثلى لتوفير المعلومات والاهتمامات حول حدث أو قضية أو مشكلة ما. ومن المفترض أن الرسائل التي ينبغي لوسائل الإعلام القيام بها ، وفقاً لدوره المنوط به ، وبوصفه «ظاهرة اجتماعية تؤثر وتتأثر بالإطار الاجتماعي والثقافي والمعرفي ، ونظاماً متكاملًا يرتبط ارتباطاً وثيقاً بأهداف المجتمع ومشكلاته وقضاياها» (البطريق ، 1989 ، ص 11). تتحدد في (التعليم والتثقيف والتنمية والتعبئة السياسية والاجتماعية)) بيد أن ما يقدمه بوسائله المختلفة - لا يتجاوز كونه أداة ترويج وتسويق للخطاب الرسمي، سياسياً واقتصادياً وثقافياً واجتماعياً وعلى مستوى السياسة الخارجية. إذ إن الغلبة للأخبار والبرامج الإخبارية والسياسية.

ولأن الإعلام انعكاس للحالة التي يعيشها مجتمعه، وجب عليه أن يقوم بالوظائف التي يتوقعها منه الجمهور، وهو ما يعطي المادة المقدمة قيمة تحوزها حين يلتف حولها الجمهور. من هنا تبرز أهمية قيام وسائل الإعلام بتعزيز الأدوار الثقافية عبر إتاحتها للجميع ببسر وسهولة.

5. الواقع الإعلامي وحال الثقافة:

إبان القرن الماضي كانت غالبية دول العالم الثالث بما فيها الدول العربية تستخدم أساليب الرقابة المسبقة على البرامج و الرسائل الإعلامية التي تطرحها الوسائل السمعية البصرية وحتى المكتوبة، فكانت للقيم المستمدة من الثقافات المحلية سلطة، وللاعتبارات الإقليمية السياسية والثقافية تواجد، ومع بزوغ الألفية الثالثة انفلت عقد حراسة بوابة الانسياب الثقافي إلى جغرافية العالم العربية ، والعولمة الثقافية لن تؤدي دورها دون وسائل الإعلام إن لم نقل أن هذه الأخيرة هي ظل العولمة ومرآتها العاكسة خصوصاً بعد تجذر هذه الوسائل واشتداد فاعليتها بشكل يتناسب و التقدم التقني في مجال الصناعات الإعلامية.

إن المعطيات الإعلامية المعاصرة تنبئ بتحديات ثقافية خطيرة كفيلة حتى بدحض الموقع الريادي و التاريخي للأمة العربية لدى شعوبها. فإيديولوجيا التكنولوجيا الاتصالية الحديثة تفرض حالة من الخوض في المفهوم المثقفة (التبادل) الذي يعني في مفهومه القريب التبادل الحر للثقافات، إلا أن أساس هذا التبادل قد أصابه حال من القصور فالتصور الأحادي الذي فرضته سياسة العولمة زرع نوعاً من التشابه البعيد بين الصور الثقافية مما فرض سياسة الثقافة الإعلامية المحضة. مثلاً تهيمش الكتاب، رواج ثقافة الربح السريع بواسطة الإعلام (المسابقات).

لذلك فإن الدور التثقيفي للإعلام لا يمكن أن يتحقق إلا عبر وسائل إعلامية ملتزمة بقضايا مجتمعتها مدركة لمسؤوليتها الوطنية ودورها التنويري والسؤال المثار دائماً أنه رغم تعدد وسائل الإعلام أفقياً ورأسياً فإن دورها الثقافي تراجع مقارنة بما كان عليه الحال قبل عصر السماوات المفتوحة والإعلام الجديد.

إن المسؤولية المنوطة بوسائل الإعلام في المجال الثقافي كبيرة فهي التي تقوم بالدور الأكبر في اختيار

المنتج الثقافي وتقديمه للجمهور.

6. صناعة الثقافة:

استخدم مفهوم صناعة الثقافة لأول مرة من قبل اثنين من رواد مدرسة فرانكفورت سنة 1947 هما تيودور أدورنو Théodor Adorno وماكس هوركهايمر Max Horkheimer ويشير الى الأنشطة الصناعية التي تنتج وتسوق الخطابات ، الأصوات ، الصور، الفنون وكل القدرات الأخرى والعادات التي يكسبها الانسان بوصفه عضوا في المجتمع والتي تمتلك وبدرجات مختلفة خصائص الثقافة. (عيساوي ، ---- ، ص 18).

وهناك تباين في التعريفات المتعلقة بالصناعة الثقافية فالبعض يجعلها مقتصرة على ما يعرف بالرسالة الثقافية ، أي النظر الى مضمونها وما تنقلها عنه وسائل الإعلام المسموعة والمكتوبة والمسمومة software كالكتب والأشرطة والأسطوانات والجرائد بينما يرى البعض شموليتها للأجهزة المستعملة أيضا اضافة الى رسالتها ومضمونها المستخدم في الانتاج ونشر الرسالة الثقافية كالسينما والتلفزيون والفيديو، بينما يرى البعض الآخر أنها تضم فقط تلك الأعمال الابداعية الفنية المعتمدة على العمل الفردي أو الجماعي والمتمثلة في المسرحيات، الباليات، الأوبرا، ورسومات مشاهير الفن والبعض الآخر لا ينطبق فقط على الجانب الثقافي بل شمل جوانب المعرفة كلها والتي تنمو بمعدلات متزايدة والتي يطلق عليها Knowledge industries وبالتالي تشمل حسب هذا الرأي جميع أنواع المعرفة الواسعة والمتقدمة والتي لا يمكن حصرها لتطورها السريع والمتزايد. (العلالي ، 2006 ، ص 155).

ويقول أدورنو في هذا السياق: « يعتبر علماء الاجتماع أن اختفاء السند الذي تقدمه تقليديا الديانة الوضعية وانحلال بقايا الرأسمالية والتمايز التقني والاجتماعي والتخصص الدقيق، كل ذلك قد جعل من قطاع الثقافة قطاعا فوضويا. (هوركهايمر ت كتورة ، 2006 ، ص 141).

وهذا يعني أن الثقافة بمختلف نواحيها الفنية قد فقدت أصالتها وشموليتها وفعلها المباشر في القلوب والعقول بحيث أصبحت مجرد «شيء» يقصد به الاستمتاع السطحي والتسلية في أوقات الفراغ ولم يبق أثر للعلاقة الحية بالعمل الفني وللفهم المباشر لوظيفته بوصفه تعبيراً عما كان يسمى يوما ما باسم الحقيقة. (مكاوي ، 2005 ، ص 26).

فالثقافة بهذا المعنى صارت خاضعة تماما لقانون العرض والطلب الذي يفرضه منطق السوق ، وفي هذا السياق يقول أدورنو: « إن الثقافة عبارة عن سلعة ظاهرة التناقض ، فهي لا تخضع كليا لقانون التبادل مع أنه لا يمكن تبادلها بحد ذاتها، إنها سلعة تذوب بشكل أعمى في الاستهلاك رغم عدم قابليتها لذلك، لذلك فهي تذوب مع الإعلان الذي يصبح أكثر فأكثر حضورا حتى يبدو احتكارها نوعا من العبث في مجتمع تغلب عليه المضاربة وتصبح وظيفة الاعلان الاجتماعية توجيه المستهلك الى السوق وتسهيل الاختيار (المحمودي ، 2012 ، ص 79).

7. واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية:

إن تتبع واقع المشهد الثقافي العربي من خلال ما تبثه الفضائيات العربية يعكس بوضوح وجود خلل كبير في العلاقة بين الثقافة العربية وفضائياتها رصدها عبد القادر طاش من خلال النقاط الآتية (طاش ، 2019) :

- ضموir الاهتمام بالثقافة الجادة النافعة الجادة النافعة في الفضائيات العربية ويتمثل هذا في ضالة نسبة البرامج الثقافية فيها قياسا الى نسب المواد والبرامج الترفيهية والرياضية وغيرها، ويضاف الى ذلك أن البرامج الثقافية المحدودة التي تقدمها الفضائيات تفتقر-في الغالب- الى الرؤية الشاملة والمتكاملة مما يجعلها مجرد

أشأت من الثقافة العامة التي لا يجمعها اطار فكري محدد أو توجهها غايات استراتيجية سواء أكانت اسلامية أو قومية أو وطنية.

- هزال المضمون الثقافي الذي تقدمه الفضائيات العربية وافتقاره الى الشمول والتنوع ، ويغلب عل هذا المضمون الموضوعات التقليدية وقضايا التراث المستهلكة ويندر -مثلا- أن نرى في هذه الفضائيات برامج متقنة تستهدف تسهيل الثقافة العلمية ونشرها ، ويقل اهتمام هذه الفضائيات بالبرامج التي تعنى بالثقافة السياسية والاقتصادية، وليس مجرد العروض الاخبارية الآنية، كما يشتكي رجال الأدب والإبداع من محدودية البرامج التي تهتم بالتيارات الأدبية ونتاجات المبدعين في الحقول المختلفة.

-الميل الى التسطيح واللجوء الى الاثارة في الخطاب الفضائي الذي تقدم به المادة الثقافية، ويتم هذا بدعوى جعل هذه المادة أكثر جماهيرية، مما ينتج عنه مسخها وتفتيتها، لتكون أقرب الى المواد الاستهلاكية الرخيصة التي تقتات منها الفضائيات لزيادة حجم جمهورها.

- غلبة الاتجاه التغريبي في نسبة عالية من البرامج والمواد الثقافية والترفيهية التي تقدمها الفضائيات العربية، سواء في توجهاتها أو مضامينها أو حتى في أساليب عرضها.

ويضاف الى ما ذكر من ملاحظات:

- تعطيل قيم الابداع الايجابية لحساب قيم التقليد والمحاكاة السلبية وذلك بسبب هيمنة تصور نموذجي مقلوب يقتضي أن السيادة في الوجود في الآخر فإننتاج البرامج الثقافية في بعض القنوات الفضائية أكثر محاكاة للمواد التلفزيونية الأجنبية، فالمتتبع لبرامج الموضة والبرامج الشبابية وبعض البرامج الحوارية والمسابقات يجد أنها استنساخ كربوني لبرامج غربية يغيب فيها عنصر الإبداع والبصمات الشخصية للمقلدين فهناك الآن نسخ من «أوبرا» و «د فيل» ونسخ من برامج التفتيش عن النجوم التائهة من قنوات BBC و CBS و SBC وفي كل هذه البرامج تستنسخ حتى طرائق التقديم والديكورات والأزياء وأساليب الاخراج(مقبول ، 2019).

- تفتقر معظم البرامج الثقافية التي تقدمها القنوات العربية الى الرؤية الشاملة المتكاملة مما يجعلها نسيجا غير متجانس من الثقافات المختلفة يعكس تشتتا واضحا في مفهوم الهوية.

- ما تقدمه الفضائيات العربية من برامج ثقافية يختزل مفهوم الثقافة في مفهوم ضيق يستثني مجالات عديدة يشملها مصطلح الثقافة، حيث يسيطر اللهو والاستعراض على شكل هذه البرامج ما يجعل مضمونها يتناسب تماما مع هذين العنصرين.

خاتمة:

ضمن التصور الشامل لمفهوم الثقافة والذي لا يختزلها في قوالب وفنون محدودة يمكن رصد حالة من الغياب والتشويه تعكسها مضامين البرامج الثقافية في الفضائيات العربية تحاكي حال المنتج الاعلامي الثقافي في العالم عموما، والذي صير المادة الثقافية شكلا من أشكال الصناعة يخضع تماما لمبدأ العرض والطلب، الذي يفرض بشكل مستمر على المصنع مراعاة المطلوب تجاريا وتصنيعه لرفع رقم المبيعات، وهو ما شوه واختزل وظيفة أساسية من وظائف وسائل الاعلام وهي وظيفة التثقيف لتغدو أداة لإنتاج برامج نمطية تختزل الابداع في أرقام المشاهدة.

قائمة المراجع:

1. رضا انور طاهر ،الثقافة :سبق الورقة والشاشة ، ط1، دار القلم، لبنان،2006 .
2. عبد الله تايه، الاعلام الثقافي في الاذاعة والتلفزيون ،دط، دار الماجد للطباعة والنشر ، رام الله ، 2006.
3. حسين أبو شنب، دور التلفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في أقطار الخليج العربي دراسة تطبيقية على تلفزيون الكويت رسالة ماجستير ،جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، 1982.
4. تهاني الكيال، الثقافة والثقافات الفرعية ، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1997 م)،ص 30 .
5. بوزيان عبد الغني، استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأراضية و الإشباع المتحققة منها -دراسة ميدانية -، رسالة ماجستير ، قسم علوم الإعلام والاتصال ،جامعة باجي مختار عنابة.
6. نسمة أحمد البطريق: نظرية الإعلام المرئي والمسموع (دراسة في المدخل الاجتماعي) ، ط 2 ، دد، 1989.
7. العلالي الصادق، العلاقات الثقافية الدولية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2006، ص 155.
8. ماكس هوركهaimer، تيودور أدورنو، جدل التنوير، ترجمة جورج كتورة، ط1، دار الكتاب الجديد، بيروت، 2006.
9. مكايي عبد الغفار النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت، حويات كلية الأدب، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ع13، 2005، ص26.
10. علي عبود المحمودي، اسماعيل مهنانة، مدرسة فرانكفورت: النقدية جدل التحرر والتواصل والاعتراف، ط1، دار ابن النديم، وهران، الجزائر، 2012.
11. عبد القادر طاش، الدور الثقافي للفضائيات العربية، موقع اسلام واب، www.islamwab.net.
12. إدريس مقبول ، الفضائيات العربية أي غرس ثقافي وأي إبداع؟ ، موقع شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات والأبحاث، www.Diae.net.
13. شير خلف، الإعلام الثقافي في الصحافة المكتوبة، www.diwanalarab.com.