

جامعة الجزائر-2 - أبو القاسم سعد الله

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديمغرافيا

الموضوع:

الثقافة الجماهيرية وإشكالية الاستهلاك الثقافي لدى المثقف
الجامعي

دراسة ميدانية لعينة من أساتذة جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة

رسالة مقدمة لنيل شهادة " دكتوراه علوم " في تخصص علم الاجتماع الثقافي

إشراف:

- الاستاذ الدكتور: بوزبرة خليفة

إعداد الطالب:

- شتوي الأخضر

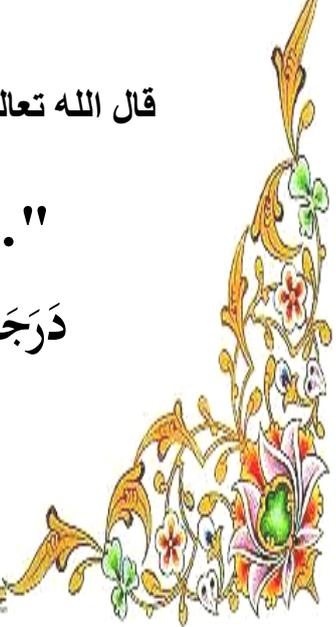
السنة الجامعية: 2016/2015



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

قال الله تعالى:

"... يَرْفَعِ اللّٰهُ الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْ وَالَّذِيْنَ اٰتَوْا الْعِلْمَ
دَرَجٰتٍ وَاللّٰهُ بِمَا تَعْمَلُوْنَ خَبِيْرٌ" (11) سورة المجادلة



كلمة شكر

الحمد لله الذي أنار لنا طريق العلم و وفقنا لإنجاز هذا
العمل و أنعم علينا بالهدى و السداد رغم كل الصعاب.
أشكر كل من ساعدنا في إنجاز هذا البحث من قريب أو من
بعيد و لو بكلمة طيبة أو ابتسامة صادقة من القلب.
نوجه جزيل الشكر إلى الأستاذ المشرف الدكتور "بوزيرة
خليفة"

الذي لم يبخل علينا بإرشاداته و توجيهاته كما نتوجه بالشكر
الجزيل لاساتذة جامعة المدينة على تعاونهم وتفهمهم .

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع :

إلى الوالدين الكريمين . أطال الله في عمرهما .

إلى الأخوة والأخوات العزيزات

إلى كل الأصدقاء

إلى كل الزملاء والزميلات

فتوى الأخضر

Penny Parker Artwork

الفهرس

الصفحة	العنوان
.....	الاهداء.....
.....	شكر وعرهان.....
.....	فهرس المحتويات.....
.....	فهرس الجداول.....
أ.ب.ج	مقدمة.....

القسم النظري

2	الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة.....
3	تهميد.....
3	المبحث الأول: الجانب المنهجي للدراسة.....
3	اولا: الاشكالية.....
6	ثانيا: الفرضيات.....
6	ثالثا: تحديد المفاهيم.....
15	رابعا: الدراسات السابقة.....
20	خامسا: اساسيات الموضوع.....
22	المبحث الثاني: الاجراءات المنهجية للدراسة.....
22	اولا: المنهج.....
23	ثانيا: العينة:.....

24:الثالثا: التقنية المستعملة:
	الفصل الثاني: سوسيولوجيا الثقافة الجماهيرية
26تمهيد
27المبحث الأول: الاتجاه الوظيفي في الثقافة الجماهيرية.
28اولا: منظور التحليل الوظيفي لاشكالية الثقافة.
34ثانيا: استخدام المقاربة الوظيفية في دراسة وسائل الاعلام والاتصال.
40ثالثا: الثقافة الجماهيرية في ميزان الدراسات الوظيفية.
47المبحث الثاني: الثقافة الجماهيرية بين التحليل الماركسي والنقدي.
47اولا: منظور التحليل الماركسي لاشكالية الثقافة.
52ثانيا: الثقافة الجماهيرية من التحليل الماركسي الى الاتجاه النقدي...
57ثالثا: تمثلات ماكس فيبر لاشكالية الثقافة الجماهيرية.
62المبحث الثالث: الثقافة الجماهيرية - اشكالية الخطاب والتاثير....
62اولا : اشكالية الخطاب في الثقافة الجماهيرية.
66ثانيا :تاثيرات الثقافة الجماهيرية.
73المبحث الرابع:تقييم الثقافة الجماهيرية.
74اولا : الابعاد اليجابية للثقافة الجماهيرية
81ثانيا: الابعاد السلبية للثقافة الجماهيرية.
85خلاصة الفصل.
	الفصل الثالث: الدور التثقيفي لوسائل الاعلام.
89تمهيد

90	المبحث الأول: الاعلام الثقافي - المفهوم والبعد الثقافي.....
91	اولا: مفهوم الاعلام الثقافي.....
94	ثانيا: العولمة الثقافية.....
98	المبحث الثاني: وسائل الثقافة الجماهيرية.....
103	اولا: صحافة المكتوبة.....
106	ثانيا: التلفزيون.....
113	رابعا: البعد الثقافي للانترنت.....
122	خلاصة الفصل.....
	الفصل الرابع: الاطار المعرفي للمثقف الجامعي
124	تمهيد.....
125	المبحث الاول : المثقف في ميزان الدراسات السوسيولوجية.....
125	اولا :التجليات العامة للمثقف
141	ثانيا:المثقف في الفكر الغربي.....
150	المبحث الثاني:سوسيولوجية المثقف الجزائري.....
150	اولا:المثقف الجزائري.....
154	ثانيا:الاستاذ الجامعي.....
162	خلاصة الفصل.....
	الفصل الخامس: تقديم ميدان الدراسة
164	تمهيد.....
165	المبحث الاول : التعريف بجامعة المدية.....

164	تمهيد
165	المبحث الاول : التعريف بجامعة المدينة.....
167	المبحث الثاني:مجتمع البحث.....
	الفصل السادس: اتجاه وموقف الاستاذ الجامعي من تاثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية
177	تمهيد.....
178	1. تحديد "قبول" او "رفض"الاستاذ الجامعي لتاثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية.....
193	2. تحديد "قبول" او "رفض"الاستاذ الجامعي للتاثير حسب طبيعة كل وسيلة جماهيرية.....
207	استنتاج الفرضية الاولى
	الفصل السابع:استعمالات الاستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية
208	تمهيد.....
209	1. تحديد"تبني"الاستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية.....
222	2. تحديد "تملك" الاستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية.....
229	استنتاج الفرضية الثانية.....
	الفصل الثامن: السلوك الثقافي الجماهيري للاستاذ الجامعي
233	تمهيد.....
234	1-السلوك الاتصالي للاستاذ الجامعي في ضوء المؤسسات الاعلامية الجماهيري.....

242	2- الممارسة الاتصالية للاستاذ الجامعي في ضوء وسائل الثقافة الجماهيرية.....
256	استنتاج الفرضية الثالثة.....
258	الاستنتاج العام
262	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع.....
	الملاحق.....
258	الاستنتاج العام

قائمة الجداول :

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
167	المجتمع الكلي لأساتذة جامعة المدية	جدول رقم (01)
169	الفروق الجنسية	جدول رقم (02)
170	توزيع المبحوثين حسب تخصصاتهم الدقيقة	جدول رقم (03)
171	توزيع المبحوثين حسب انتماءهم للكلية	جدول رقم (04)
172	توزيع المبحوثين حسب سكنهم الجغرافي	جدول رقم (05)
173	توزيع المبحوثين حسب الحالة العائلية	جدول رقم (06)
174	توزيع المبحوثين حسب السن	جدول رقم (07)
175	توزيع المبحوثين حسب خبرتهم المهنية	جدول رقم (08)
179	مدى قبول المبحوثين لما يستهلكونه من وسائل الثقافة الجماهيرية	جدول رقم (09)
180	تأثير عامل الجنس على مدى قبول المبحوث لما يستهلكه من إعلام	جدول رقم (10)
181	تأثير متغير التخصص على مدى قبول المبحوث لما يستهلكه من وسائل الإعلام	جدول رقم (11)
183	رؤية المبحوث سبب اتجاهه وموقفه من الوسيلة الإعلامية	جدول رقم (12)
184	تأثير القناة المفضلة للمبحوث على سبب اتجاهه من الوسيلة الإعلامية	جدول رقم (13)
185	العلاقة بين القناة المفضلة للمبحوث ورؤيته للدور الثقافي للإعلام والاتصال	جدول رقم (14)
187	تأثير المنطقة السكنية على رؤية المبحوث مدى وجود لوسائل الاتصال والإعلام دور ثقافي	جدول رقم (15)
188	تأثير عامل السن على رؤية المبحوث لكيفية تقديم وسيلة الاتصال القضايا الثقافية	جدول رقم (16)
189	تأثير الحالة العائلية على محاولة تطبيق ما يشاهده من أفكار ولقطات لها صلة بواقع المجتمع الجزائري	جدول رقم (17)

190	العلاقة بين متغير التحدث مع العائلة والأصدقاء مع متغير رؤية المبحوث كون التلفزيون غير القيم	جدول رقم (18)
191	تأثير القناة المفضلة على تغيير التلفزيون للقيم	جدول رقم (19)
194	مدى وجود جريدة مفضلة للمبحوث	جدول رقم (20)
195	مدى تأثير عامل الجنس على مدى قراءة المبحوث للجرائد والمجلات الوطنية	جدول رقم (21)
196	مدى تأثير عامل التخصص على قراءة المبحوث للجرائد والمجلات الأجنبية	جدول رقم (22)
197	ذهاب المبحوث من عدمه لمقاهي الانترنت	جدول رقم (23)
198	تأثير عامل السن على استعمال المبحوث للانترنت	جدول رقم (24)
199	مدى إعجاب المبحوث بمشاهدة الأفلام السينمائية	جدول رقم (25)
200	المكان المحبذ للمبحوث لمشاهدة الأفلام السينمائية	جدول رقم (26)
201	تأثير الحالة العائلية على ذهاب المبحوث إلى السينما	جدول رقم (27)
202	تأثير الخبرة المهنية على مشاهدة المبحوث للعروض المسرحية	جدول رقم (28)
203	مدى استعارة الأشرطة والأفلام من المحلات	جدول رقم (29)
204	تأثير متغير الجنس على الاستماع للقنوات الإذاعية	جدول رقم (30)
205	تأثير السكن الجغرافي على مشاهدة المبحوث للقنوات الفضائية	جدول رقم (31)
210	مدى اقتناء المبحوث للتكنولوجيا الجديدة	جدول رقم (32)
211	تأثير وجود جريدة مفضلة للمبحوث على اقتنائها	جدول رقم (33)
212	تأثير الحالة العائلية على اشتراك المبحوث مع جريدة شهريا أو سنويا	جدول رقم (34)
213	تغيير تأثير السن على الاشتراك في الانترنت	جدول رقم (35)
215	تأثير متغير السكن الجغرافي على طبيعة الانترنت التي تستعمل	جدول رقم (36)
216	اقتناء المبحوث لتذكرة السينما	جدول رقم (37)
217	تأثير متغير الجنس على اقتناء تذكرة المسرح	جدول رقم (38)

218	تأثير الحالة العائلية للمبحوث مع مشاهدة التلفزيون مع الأهل	جدول رقم (39)
219	تأثير التخصص على المشاركة والاتصال بوسائل الثقافة الجماهيرية	جدول رقم (40)
220	الغرض من اتصال المبحوث بوسائل الاتصال والثقافة الجماهيرية	جدول رقم (41)
223	تأثير عامل السن على التحكم الجيد لتكنولوجيا الاتصال	جدول رقم (42)
224	تأثير الخبرة المهنية على الإتقان الجيد للغة الانترنت	جدول رقم (43)
225	تأثير عامل الجنس على التحكم في جهاز التلفزيون	جدول رقم (44)
226	تأثير السكن الاجتماعي على مشاركة المبحوث في مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (45)
227	تأثير متغير الجنس على هوية المبحوث للأفلام السينمائية	جدول رقم (46)
228	العلاقة بين فترة المشاهدة للقناة المفضلة ومشاهدة المسرح عن طريق التلفزيون	جدول رقم (47)
235	تأثير متغير الجنس على البرامج المفضلة للمشاهدة عن طريق التلفزيون	جدول رقم (48)
237	نوع المسلسلات التي تشاهد من طرف المبحوثين	جدول رقم (49)
238	تأثير التخصص على المواضيع التي تقرأ في الجرائد من طرف المبحوثين	جدول رقم (50)
240	تأثير الفروق الجنسية على مشاهدة المسلسلات المدبلجة	جدول رقم (51)
241	رؤية المبحوث لقضايا المسلسلات المدبلجة	جدول رقم (52)
243	تأثير متغير السكن الجغرافي على الاستماع للأغاني	جدول رقم (53)
244	مدى حضور المبحوث للحفلات الغنائية	جدول رقم (54)
245	تأثير متغير الجنس على وجود مغني أو مطرب يمكن أن يقتدي به	جدول رقم (55)
246	تأثير متغير الوسط الجغرافي على وجود ممثل أو ممثلة يمكن أن يقتدي بها	جدول رقم (56)

247	تأثير عامل السن على وجود إعجاب بشخصية عمومية	جدول رقم (57)
248	تأثير الحالة العائلية على وجود إعجاب برمز جماهيري (شخصية عالمية)	جدول رقم (58)
249	تأثير القناة المفضلة على الاهتمام بممثلي الأفلام السينمائية العالمية	جدول رقم (59)
250	تأثير متغير الجنس على هواية المبحوث للأفلام السينمائية	جدول رقم (60)
251	طبيعة الفريق الذي يشجعه المبحوث	جدول رقم (61)
252	تأثير السكن الاجتماعي على زيارة الملعب للتشجيع	جدول رقم (62)
253	الوسيلة المحبذة في تشجيع الفريق	جدول رقم (63)
254	مدى وجود لاعب مفضل في فريق التشجيع	جدول رقم (64)
255	تأثير عامل السن على وجود لاعب عالمي يمكن الاقتداء به	جدول رقم (65)

مقدمة:

شهدت المجتمعات الإنسانية في تطورها عبر العصور عدة مراحل ، و لكن لكل عصر مميزاته و خصائصه التي تميزه عن بقية العصور السابقة أو اللاحقة ، فإذا كان عصر البرونز و عصر البخار و عصر الذرة و عصر الثورة الزراعية ، ثم الصناعة هي أكبر الاكتشافات تأثيرا في حياة البشر ، فغن العصر الذي نعيش فيه اليوم بامتياز تسميته بعصر التكنولوجيا الاتصال و المعلوماتية ، و ما يحدث اليوم في ظل هذه التغيرات الاجتماعية و الثقافية التي يقمها مجتمع و يتقبلها آخر ، فما يرصد في الوقت ذاته دور تلك التأثيرات نجد من بينها مفهوم الثقافة ، التي تنفرد على سواها من الظواهر البنائية بعملية التخلي و الاكتساب .

فمن خلال تطورات وسائل الإعلام و الاتصال انبعثت توجهات فكرية جديدة مقترنة بالتأثير و الممارسة الإعلامية ، أطلق عليها بالثقافة الجماهيرية ، التي برزت كمشروع من خلال عجلة التحديث و الإنتاج الضخمة في مجتمعات المؤسسات ، حيث تعكس في حقيقتها الأنماط و السلع و الخدمات التي تستهدف جماهير السوق ، لصرف النظر عن المعايير الأصلية في ثقافة المجتمع ، كما يصفها الكثير من الباحثين بثقافة المضامين الهابطة أو الوقتية أو الاستهلاكية ، لا غرو أن الثقافة الجماهيرية زادت حدة و تناميا وتأثيرا خلال السنوات على العائلة الجزائرية ، حيث بشكل أو آخر تعددت باتجاهاتها و سلوكياتها إلى بنيتها الثقافية و الإنسجامية ، و هذا ما ذهب إليه أصحاب الاتجاه الوظيفي "مالينوفسكي" ، بأن الثقافة تنشأ و تتطور مرتبطة أساسا بالحاجات الإنسانية العضوية والنفسية ، ثم تتحول من المستوى الفردي إلى المستوى الاجتماعي .

إن الثقافة الجماهيرية مرتبطة بوسائل الاتصال التي تؤثر مباشرة على الأفراد ، وبالأخص التلفزيون هاته الوسيلة التي لها قدرة على التأثير و التغيير للمواقف و الاتجاهات و ما تنفرد به من قدرة على الاستحواذ على قطاع واسع من الجمهور ، غذ أصبح هذا

العلاق الخجول Le Géant Timide قد اكتسح مختلف مجالات الحياة الإنسانية ، وأصبحت مجتمعات هذا القرن تدين إلى هذا الأخير إحدى أهم مصادر الثقافة و المعرفة ، التي أدلت بدلوها في وعاء المجتمعات بشتى الوسائل و خاصة المجتمع المعاصر ، و على هذا الأساس جاءت دراستنا تبحث في الثقافة الجماهيرية و إشكالية الاستهلاك الثقافي لدى المثقف الجامعي ، دراسة ميدانية بجامعة المدية ، و هي في ثمان فصول :

الفصل الأول هو فصل منجي تناولنا فيه إشكالية الأطروحة و فرضياتها مع تحديد المفاهيم و عرض الدراسات السابقة مع أهمية و أهداف الموضوع .

أما الفصل الثاني ، فتناولنا فيه سوسولوجيا الثقافة الجماهيرية بمعنى عرض الثقافة الجماهيرية في مختلف النظريات و المقاربات الخاصة بعلم الاجتماع انطلاقا من النظرية الوظيفية إلى الماركسية إلى النظريات البديلة إلى نظريات الحداثة .

و الفصل الثالث تناولنا فيه الدور التثقيفي لوسائل الإعلام و عليه تم تحديد مفهوم الإعلام الثقافي ثم العولمة الثقافية و منه التطرق إلى الوظيفة الثقافية لوسائل الإعلام مركزين على الصحافة المكتوبة و التلفزيون و القنوات الفضائية .

أما الفصل الرابع فجاء تحت عنوان الإطار المعرفي للمثقف الجامعي أين تم توضيح مفهوم المثقف ، و تقديم مفهومه في إطار الفكر الغربي ثم الفكر العربي لنختم هذا الفصل بتقديم المثقف الجزائري في مختلف المقاربات ثم التعرض إلى كل ما يتعلق إجرائيا بالأستاذ الجامعي .

إن الفصل الخامس تم التطرق للتعريف بجامعة المدية و تقديم مجتمع البحث وكيفية اختيار العينة و عرض خصائصها .

لتأتي الفصول الثلاث المتبقية و هي فصول ترتبك بالفرضيات المطروحات ، فجاء الفصل السادس مرتبط بالفرضية الأولى و الذي يتناول اتجاه الأساتذة نحو الثقافة الجماهيرية

ثم الفصل السابع الذي تناولنا من خلاله استعمالات الأستاذ لوسائل الثقافة الجماهيرية وأخيرا
الفصل الثامن الذي تناولنا فيه السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي .

لنختم الأطروحة باستنتاج عام ثم خاتمة .

القسم النظري

الفصل الأول

تمهيد:

إن الإطار المنهجي للدراسة ينطلق من مبحثين الأول يتعلق بالجانب المنهجي والذي نبدأه بعرض إشكالية الدراسة ثم طرح فرضياتها وتحديد المفاهيم الأساسية مع التركيز على التعريف الإجرائي لنختم الجزء الأول بعرض الدراسات السابقة وأساسيات الموضوع 'أما المبحث الثاني فنعرض فيه الإجراءات المنهجية من تبين طبيعة العينة وتحديد نمط المنهج المستعمل وفي ضوءه تبين التقنية المعتمدة في الدراسة التي نختمها بتبيين أدوات التحليل

المبحث الأول: الجانب المنهجي للدراسة

سنعرض في هذا التحليل إلى عرض إشكالية الدراسة وطرح تساؤلاتها ثم عرض صياغة الفرضيات ومنه تحديد المفاهيم بحيث نركز على التحديد الاصطلاحي ثم التحديد الإجرائي وبعد هذا نعرض أهم الدراسات السابقة التي ترتبط ارتباطا وثيقا بموضوع الدراسة لنختم هذا المبحث بأساسيات الدراسة المتجسدة في أهمية وأهداف الدراسة

أولا : الإشكالية

لم تشهد البشرية تطورا سريعا لوسائل الإعلام و الاتصال كالذي شهدته خلال القرن العشرين و ما بعده فلعل هذا الانفجار في وساءل الاتصال لم يكن يمثل هذا الاتساع و الشمول و قدرة التأثير و المشاركة في أي مرحلة من مراحل التاريخ الإنساني كما هو اليوم. حيث أصبحت جزءا من حياة الإنسان المعاصر بحيث امتد هذا التطور ليؤثر على الجانبين المادي و الفكري من حياته فبفضله ظهرت مفاهيم جديدة لم تكن لتجتمع تراكيبيها من قبل ومن هذه المفاهيم مفهوم الثقافة الذي اتسعت دلالاته و اكتسب بعدا اقتصاديا لم يشهده قبل ذلك فأصبحت العديد من التعبيرات مألوفة بعد أن كانت تبدو متناقضة قبل هذا الزمن مثل السلع الثقافية و الصناعة الثقافية ذلك بعدما اكتسحت وسائل الإعلام والاتصال الميدان الاقتصادي و أصبحت تشكل جزءا هاما من اقتصاديات دول العالم ومصدرا رئيسيا من مصادر دخلها في الوقت الذي كان ينتظر من أن التكنولوجيا الحديثة تعطي دفعا قويا للفعل الثقافي سقطت العديد من الأنشطة الثقافية في ممارسات همشت الثقافة و ابتذلتها من خلال نشر وسائل الإعلام لصور و أعمال العنف و المحتوى الترفيهي ذو المضمون

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

التافه و الإعلانات الكاذبة و الموسيقى التي لا معنى لها و تقديم أعمال جديدة لا فائدة منها و يأتي ذلك في ضل التوجه نحو عدم الفصل بين ثقافة النخبة و الثقافة العامة وقد طرحت إشكالية المفاضلة بين الثقافة النخبوية و الثقافة الجماهيرية (المضامين التي ثبتها وسائل الإعلام و الاتصال) بحيث أثارت جدلا حادا استمر طيلة القرن العشرين ولا يزال.

ففي الوقت الذي يرى فيه أنصار الثقافة النخبوية بقيادة مدرسة فرانكفورت و روادها أن هذا النوع من الثقافة الأصلية التي يجب أن يستفيد إلى أبعد حد من تطور وسائل الإعلام والاتصال و أن تكون لها الريادة.

يرى الفريق الآخر أن الثقافة الجماهيرية التي يعتبرها الفريق الأول دخيلة هي تطور طبيعي للمجتمعات المعاصرة بل يؤكدون على ضرورة دعمها و نشرها على نطاق أوسع باعتبارها ثقافة المتوسط من الناس الذين لا يفهمون تعقيدات الثقافة النخبوية التي يعتبرونها نوع من الترف الفكري المحض ، وقد احتدم هذا الجدل مع نهاية القرن الواحد و العشرين خاصة بعد التحسينات النقدية التي أدخلت على عمل وسائل الإعلام و نظامها و أتاحت التكنولوجيا الحديثة للاتصال الفرصة للاختيار و المفاضلة مما يعني تعدد الأذواق و الميولات و الاتجاهات في ضل الاتصال التلفزيوني الرقمي الجديد و انتشار الانترنت على نطاق دولي واسع و غير مسبوق.

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

لذا كان الجدل لا يزال محتدما حول مضامين هذه الوسائل التي أحدثت أثارا كونها نابغة من محيط ثقافي و اجتماعي و ديني مختلف تماما عن المحيط الذي يتواجدون فيه ، فأحدثت بعض التغيرات في المجتمع الجزائري تمظهرت في السلوكات و الرموز و القيم والعادات. ففي ظل هذا التأثير المتزايد نجد المثقف الجزائري من منطلق الاطار المعرفي الذي ينتمي إليه وهو الإطار الأكاديمي المعرفي العلمي وفق مقاربة جورج غورفيتش في طرحه لنمط الطبقات الاجتماعية ومنظوماتها المعرفية فنجد هناك نوع من التعارض لهذا الإطار المعرفي وخصوصيات هذه الثقافة فتبرز لنا تلك الإشكالية في كيفية تعامل الأستاذ الجامعي من منطلق انتماءه المعرفي مع انتشار وتأثيرات هذه الثقافة وعلى هذا الأساس نتساءل:

إلى أين يتجه موقف الأستاذ الجامعي من الثقافة الجماهيرية ؟

وماذا عن درجة استعمال الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية؟

وهل السلوك الثقافي للأستاذ مرتبط بتأثير وسائل الثقافة الجماهيرية عليه؟

ثانيا: الفرضيات

الفرضية الأول:

« إن موقف الأستاذ الجامعي من الثقافة الجماهيرية يرتبط بمدى تأثير وسائلها عليه .»

الفرضية الثانية:

« يرتبط استعمال الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية من منطلق درجة تأثيرها عليه»

الفرضية الثالثة:

« إن السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي مرتبط أساسا بعملية تأثير وسائل الثقافة الجماهيرية »

ثالثا: تحديد المفاهيم

يعتبر تحديد المفاهيم بمثابة أعضاء مفاتيح للدراسة ومنه تكون هذه الأخيرة بمثابة الأدوات أو الإجراءات التي تساعد على فهم أكثر لمضمون الدراسة، ودراستنا هذه كغيرها من البحوث تنطلق من هذه المفاهيم، والتي هي مستنبطة أساسا من متغيرات الدراسة وإشكالياتها إضافة إلى تواجدها على مستوى الإطار النظري والتطبيقي وهذه المفاهيم هي:

1- الثقافة الجماهيرية:

قبل تحديد مفهوم الثقافة الجماهيرية يجدر بنا أن نقوم بإعطاء تعريف لغوي للثقافة ثم تعريف اصطلاحى، ومنه الانتقال إلى المفهوم السوسولوجي للثقافة الجماهيرية وأخيرا تبين التعريف الإجرائي المعتمد في الدراسة.

أ- تعريف الثقافة:

- لغة: إذا تأملنا لفظ "ثقف" في معاجم اللغة العربية نجدها تعني الحذق والفهم والضبط وسرعة التحكم والفتنة، وهذا تحديد لغوي نفسي تعليمي، في حين تطرح معاجم أخرى

تحديد مادي حسي ومنه تعني تسوية الرمح والتهديب والعود، ومن خلال هذا¹ تطور المفهوم واتسعت دلالاته اللغوية ليصبح مفهوم الثقافة المعرفة بجيد الشيء ورديئه². إن كلمة "ثقافة" في اللغة اللاتينية مرتبط معناها الفكري خلال النصف الثاني من القرن الثامن عشر بأوروبا، فالكلمة الفرنسية كانت تعني في القرون الوسطى الطقوس الدينية لكنها في القرن السابع عشر كانت تعبر عن "فلاحة الأرض" ومع القرن الثامن عشر اتخذت معنى يعبر عن التكوين الفكري عموماً، عن التقدم الفكري للشخص بخاصة، وعمما يتطلبه ذلك من عمل، وما ينتج عنه من تطبيقات وهذا هو المعنى الموجود في المعاجم الكلاسيكية، ولكن انتقال الكلمة إلى الألمانية في النصف الثاني من القرن الثامن عشر أكسبها الأول مرة، وقبل رجوعها إلى فرنسا مضمونا جماعياً، فقد أصبحت تدل بخاصة على التقدم الفكري الذي يتحصل عليه الشخص أو المجموعات أو الإنسانية بصفة عامة، أما الجانب المادي في حياة الأشخاص والمجتمعات فقد أفردت له الألمانية كلمة "حضارة"³.

- اصطلاحاً: تتعدد وتتوعد تعاريف الثقافة من مجتمع لآخر و من تخصص لآخر ومن عالم لآخر، غير أن هناك اتجاه عام موحد لهذا التعريف الاصطلاحي وعليه نوجز بعض التعريفات:

1. تعريف "تايلور" وهو أنثروبولوجي انجليزي وهذا أقدم تعريف وجاء كما يلي: « الثقافة أو الحضارة بالمعنى الإثنوغرافي في الواسع هي كل مركب يشتمل على المعارف

¹- جمال العيفة : الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2003، ص 37.

²- المرجع نفسه، ص 37.

³- عبد الغني عماد: سوسيولوجيا الثقافة، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 2008، بيروت، لبنان، ص 29.

والمعتقدات والفن والقانون والأخلاق والتقاليد وكل القابليات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع¹ .

- تتألف الثقافة من أنماط فكرية وقيم ومعتقدات شائعة بين مجموعة من الأفراد، لا يهم حجم المجموعة هنا، سواء كانت كبيرة أم صغيرة، وسواء أكانت جزءا من "مجتمع" معين أم المجتمع بأكمله، أم حتى إذا كانت المجموعة مرتبطة بمجموعات أخرى خارج حدودها الوطنية، فالثقافة هنا جزء لا يتجزأ من الحياة الكلية لمجموعة معينة من الأفراد² هذا التعريف لي "ديفيد انغليز وجون هيوسون" في مؤلفهما مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة.

2. تعريف "هارلمبس وهوليورن" في كتابه سوسيولوجيا الثقافة والهوية " عرفت الثقافة باعتبارها طريقة كاملة للحياة لدى مجتمع معين، حيث يتم تعلمها وتقاسمها بين أفراد المجتمع ومفهوم الثقافة من المفاهيم المعقدة"³ .

إن تعدد التعاريف لمفهوم الثقافة رافقه تعدد الآراء حول أي من مظاهر الحياة الإنسانية ومعطياتها يعتبر جزءا من الثقافة ومن هذه الزاوية حاول "كريستوفر جنيزان" أن يميز أربع معاني رئيسية لمصطلح الثقافة⁴:

- الثقافة ينظر إليها أحيانا كحالة للفكر، فشخص ما يصبح مثقفا حينما يتجه صعودا نحو فكرة الكمال أو الهدف أو الانعتاق أو انجاز طموح إنساني، ومن هذه الزاوية

¹ - المرجع نفسه، ص 31.

² - ديفيد انغليز وجون هيوسون: مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة (تر) لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، 2013، بيروت، لبنان، ص 17.

³ - هارلمبس وهوليورن: سوسيولوجيا الثقافة والهوية (تر) حاتم حميد محسن، ط1، 2010، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، ص 07.

⁴ - المرجع نفسه، ص 07-08.

تعتبر الثقافة كنوعية تكتسب من جانب الأفراد القادرين على التعلم وتحقيق الصفات المرغوبة لدى الكائن البشري المثقف.

- إن التعريف السابق نخبوي وهو ينظر إلى بعض الأفراد أرقى من الأفراد الآخرين، ومنه التعريف الثاني نخبوي أيضا وهو ينظر إلى بعض المجتمعات أرقى من مجتمعات أخرى وهنا الثقافة مرتبطة بالحضارة.

- إن التعريف الثالث يرى الثقافة كإطار جماعي للفنون والأعمال الذهنية لدى أي مجتمع منفرد، وهذا التعريف يستعمل بشكل واسع باعتباره له إحساس مشترك لدى الأفراد، ووفق هذا التعريف يمكن العثور على الثقافة في المسارح وفي قاعات الاحتفالات وصلالات اللوحات الفنية الجميلة والمكتبات العامة بدلا من الامتداد إلى كل مظاهر الحياة الاجتماعية للإنسان، وبهذا المعنى يطلق على الثقافة أحيانا بالثقافة العليا.

- إن التعريف الأخير يرى أن الثقافة أسلوب كامل في حياة الناس، وعليه نجد "رالف لنتون" يؤكد أن « أن ثقافة المجتمع هي طريقة حياة أفرادها، وهي مجموعة الأفكار والعادات التي تعلموها وساهموا فيها ثم نقلوها من جيل لآخر » وهنا نشير أن التعريف الأخير هو الذي تبناه معظم علماء الاجتماع معاصرين¹.

ب- التعريف السوسيولوجي للثقافة الجماهيرية:

مهما تنوعت واختلفت تعاريف الثقافة الجماهيرية فإنها تصب في منحى واحد وتتطلق من مفاهيم مشتركة هي وسائل الإعلام والاتصال، التأثير، الجماهير، ومن خلال هذا نحاول أن نوجز مختلف التعاريف التي تطلق على الثقافة الجماهيرية ونوجزها فيما يلي:

- تؤدي الثقافة الجماهيرية (Mass,culture) التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيري دورًا مهمًا في تكوين معارف الأفراد واتجاهاتهم وتعرف الثقافة الجماهيرية بأنها البرامج والمواد

¹- المرجع نفسه، ص 08.

والفقرات المختلفة التي تقوم عبر قنوات الاتصال الجماهيري، وهنا نجد أن النقاش يحتدم سواء في البلاد الغربية، العربية حول مدى أثر هذه الثقافة على المتلقين لها¹.

- الثقافة الجماهيرية (بالانجليزية Mass-Culture) هي "محمل التأثير والتوجيه الفكري والإعلامي الذي تمارسه وسائل الإعلام من صحافة وتلفزيون وإذاعة وسينما على الرأي العام"².

- الثقافة الجماهيرية هي "مفهوم يختلف عن أنواع الثقافة الأخرى وهي تعبر عن المواقف الجديدة التي تنشرها وسائل الإعلام والاتصال لدى الجماهير الواسعة وبصفة اصطناعية وتمتاز بأنها ثقافة مصطنعة تخضع لمقاييس السوق وفق مبدأ العرض والطلب وظهرت بظهور وسائل الاتصال الحديثة"³.

- الثقافة الجماهيرية هي "إفراز للمجتمعات الصناعية، وهي بالضرورة إفراز للإعلام الواسع مثال على ذلك الأفلام ذات الطابع الشعبي والمسلسلات التلفزيونية المحلية وأشربة موسيقى البوب وهذا النوع يستهلك فقط من جانب الأفراد وبناء على هذه النظرية يصبح المشاهدون أعضاء سلبيون في المجتمع الجماهيري لا يستطيعون التفكير في أنفسهم"⁴.

- **التعريف الإجرائي للثقافة الجماهيرية:**

من خلال التعاريف السوسولوجية نقصد بالثقافة الجماهيرية في بحثنا كل ما يتعلق بتأثير وسائل الإعلام والاتصال على الأستاذ الجامعي وعليه الثقافة الجماهيرية في بحثنا ترتبط بالوسائل وهي: (الصحافة المكتوبة، التلفاز، الانترنت، السينما، المسرح)، كما ترتبط

¹ - عصام سليمان الموسى: تطوير الثقافة الجماهيرية العربية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2002، ص10.

² - موسوعة الويكيبيديا، 07 ديسمبر 2009، ص 57.

³ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 45.

⁴ - هارلميس وهولبورن: مرجع سابق، ص 10.

الثقافة الجماهيرية بمجمل السلوكيات والممارسات التي تجسد ذلك التأثير (وسائل الاتصال على الأستاذ) ويمكن أن نجمل صنف الممارسات في (التعليم، سماع الأغاني الحديثة، التشجيع الرياضي...).

2- المثقف الجامعي:

قبل إعطاء التعريف الإجرائي لمفهوم المثقف الجامعي يجدر بنا أن نحدد المفهوم الاصطلاحي للمثقف وعلى ضوء ذلك يتضح لنا جليا الأبعاد الإجرائية لهذا المفهوم.

أ- التعريف الاصطلاحي للمثقف:

"إن كلمة " مثقف " وصف و لقب يطلق على شخص و من ثم على فئات معينة في مجتمع ، أو أمة ، و هو وصف أفضلية ، إذ يعطي صاحبه موقعا قياديا في مجتمعه، هذه القيادة منشؤها ليس تميزا عرقيا ، و لا جاها سياسيا ، و لا رياشا ماديا ، و لكنه تفوق معرفي مسخر لصالح الأمة و المجتمع " ¹ .

إن قواميس علم الاجتماع تعرف مفهوم المثقف بطريقة أكثر عمقا ، و تفسيره ينطلق من « إن كلمة مثقف " Intellectuel " حديثة العهد ، تعود إلى قضية دريفوس (Dreyfus) و لكنها تدل في الواقع على فئة اجتماعية تدعى الأنسية : يشار إليها منذ القرن السادس عشر بالأنسية ، و في القرن الثامن عشر بكلمة الفلاسفة ، و بهذا المعنى فإن المثقفين هو الذين يقدمون سمعتهم أو سلطتهم كمبتكرين ، ليساهموا في التعبير عن قيم جديدة ، أو الدفاع عن قيم قديمة ، و نشرها في المجتمع ... » ² .

¹ - عبد الرحمن بن زيد الزيندي : المثقف العربي بين العصور الإسلامية و مقومات الفاعلية الثقافية للمثقف المسلم ، دار كنوز إشبيليا ، المملكة العربية السعودية ، ط1 ، 2002 ، ص 29 .

² - نواره حسين : المثقفون الجزائريون بين الأسطورة و التحول العسير ، دار مونة للنشر ، الجزائر ، 2013 ، ص 61 .

كما نجد قواميس العلوم الإنسانية تقدم مقاربات مختلفة حول مفهوم المثقف :
« إذا كانت العديد من المجتمعات منحت مكانة للكتاب و المثقفين و القانونيين و حتى
للعلماء الذين يضعون معرفتهم للنصوص القديمة تحت تصرف الأقوياء ، و فهم النقدي
وإحاطتهم بأسرار الطبيعة كان لا بد من انتظار نهاية القرن التاسع عشر ، لتصبح ممارسة
النشاط الذهني و العقلي مهنة ممكنة »¹ ، و منه كلمة مثقف تستعمل عندما يتعلق الأمر
بـ " شريحة من فئة اجتماعية معينة " و عليه هي تستعمل للدلالة على² :

- إما ببساطة الفئة الاجتماعية المتكونة من النساء و الرجال الذين يمارسون نشاطا عقليا
ذهنيا ، مثل الكتاب و الفنانين ، و المهن الحرة ، و رجال العلم و العاملين في حقل
التدريس ، و هذا التعريف لا يقوم إلى على المقاييس الاجتماعية المهنية .
 - و إما بصورة أدق المثقفون هم الذين يعملون بهذه الصفة في الحياة السياسية ،
ويضيف هذا التعريف عناصر لها طابع إيديولوجي و سياسي .
- ب- التعريف الإجرائي للمثقف الجامعي :**

« و يقصد بالمثقف الجامعي في دراستنا الأستاذ الجامعي الذي يزاول مهنة التدريس
والبحت في الجامعة الجزائرية من منطلق قوانين رسمية محددة ترتبط بالمهنة وبالجامعة» .

3- الاستهلاك الثقافي :

إن التعرض إلى دراسة و تحليل هذا المفهوم يرتبط في الأصل في تحديد مفهوم
الاستهلاك و هنا نشير إلى أن الاستهلاك ارتبط بمفهوم الثقافة مما أدى إلى التنوع في
إعطاء تعاريف اصطلاحية محددة للاستهلاك الثقافي .

¹- المرجع نفسه ، ص 62 .

²- المرجع نفسه ، ص 63 .

أ- التعريف الاصطلاحي :

كانت كلمة الاستهلاك تحمل دلالات سلبية في الدراسات السوسولوجية الخاصة بالاستهلاك حيث كانت تعني الإهلاك و التبيد و الإسراف ، ثم تغير مفهومها إلى إيجابي فأصبحت مرتبطة بالإيجابيات ، و منه نجد أن التعريفات السوسولوجية الجديدة للاستهلاك تقتصر على عمليات الشراء الشخصية و استخدامات السلع و الخدمات التي كانت بادية في ذلك الوقت ، ذلك أنها تكشف عن العلاقات الاجتماعية التي تهيك الفردية الواضحة .

إن مفهوم الاستهلاك الثقافي برز أكثر من خلال نقد مدرسة فرانكفورت للثقافة الجماعية ، التي ارتبطت أكثر بالاستهلاك المبكر للمواد التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية¹ .

و تطورت مفاهيم الاستهلاك في ربطها بكل ما هو ثقافي من خلال أعمال "بودريلارد" في ثمانينات القرن الماضي ، إذا كان التركيز على صورة الاستهلاك وعلاماته و رموزه مما أدى إلى تجدد الاهتمام بالهوية الشخصية على حساب الممارسات الجمعية .

و نجد تحليل " بياربورديو " الذي يرى أن الاستهلاك يكون مدفوعا بحاجة المجموعات الاجتماعية لتحقيق المكانة من خلال أشكال " التميز " التي تدعم المواقع الطبقية ، و تعد الأحكام الذوقية ، و منه يرتبط الاستهلاك بمفهوم الرأسمال الاقتصادي والرأسمال الثقافي و الرأسمال الاجتماعي² .

¹ - جون سكوت : علم الاجتماع المفاهيم الأساسية ، (تر) محمد عثمان ، الشبكة العربية للأبحاث و النشر ، ط1 ، بيروت ، 2009 ، ص 36 ، 37 .

² - جون سكوت : المرجع نفسه ، ص 39 .

كما نشير أن الثقافة « تتجلى في عمليات الاستهلاك و الإنتاج اليومي لها و هي أيضا جدلية قائمة بذاتها ، فعمليات الإنتاج الثقافي لا تتم دون استهلاك للثقافة ، فالثقافة تتجلى في عمليات إنتاج الكتب و نشر الصحف و إذاعة الأخبار و غير ذلك حيث يتلقى الفرد هذه العملية في صورة استهلاك لمحتوياتها و مضامينها ثم يعاود إخراج هذه المحتويات بنفس الصور السابقة ، و لا سبيل لنا إلا أن نصف كل هذه العمليات بالثقافة، و هي من الصور التي تتجلى فيها الثقافة ، لكن إلا تعني الثقافة في صورها الإبداع ، إلا بعد إنتاج ما استهلك ، إعادة الإنتاج ، و دوران في حلقة مفرغة »¹ .

ب- التعريف الإجرائي لاستهلاك الثقافي :

« هو ذلك الاتجاه الذي يبيده الأستاذ الجامعي لنمط الثقافة المرتبطة بوسائل الإعلام و يكون منحى هذا الاتجاه قبول أو رفض لهذه الثقافة ، و هنا تبدأ عملية الاستعمال للوسيلة الإعلامية من حيث تبنيتها و تملكها و الذي يبنى على أساسه السلوك الاتصالي في بعديه المرتبط بالمؤسسة الإعلامية و المرتبط بالممارسة الاتصالية » .

رابعاً: الدراسات السابقة

أ- الدراسة الأولى: "دافيد فورغاك" و"ستيفن غوندلي" بعنوان الثقافة الجماهيرية والمجتمع الإيطالي.

هذه الدراسة تتوزع بين ثلاث أقسام رئيسية هي: «الاستهلاك الثقافي والحياة اليومية» وهذا القسم من الدراسة مكرس عما يسميه المؤلفان بـ "أنماط الاستهلاك" و"الممارسات الذاتية".

¹- سفيان ميمون : من تجليات الثقافة (مجلة فكر و مجتمع) ، ص 311 .

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

وعنوان القسم الثاني هو " الصناعات الثقافية والأسواق " وهذا القسم مكرس للحديث عن نشر الكتب والمجلات والإنتاج السينمائي وأيضا عن "سوق الفيلم" من توزيعه وغيره. أما القسم الثالث من الدراسة فيتعلق بـ "سياسة الجماهير وثقافتها" ويتم هنا الحديث عن تدخل الدولة فهو النشاط الثقافي وعن المجتمع المدني وآليات تنظيم أوقات الفراغ. كل هذا ينطلق من ملاحظة أساسية وهي التأكيد على أن سنوات الثلاثينات من القرن الماضي وحتى سنوات الخمسينات شهدت إيطاليا زيادة ملحوظة في إنتاج الأفلام السينمائية وفي الإذاعات.

لكن رغم النشاط الكبير الذي عرفته سنوات 1930-1950 في الميدان الثقافي بإيطاليا إجمالا، فإن لمؤرخين يميلون كما يشير المؤلفان إلى القول أن المرحلة الجينية "الحقيقية" لترسخ ثقافة جماهيرية في إيطاليا كانت في سنوات الستينات من القرن الماضي ذلك من خلال "استثمار" آليات السيطرة الثقافية التي كان النظام الفاشي قد استخدمها من أجل دعم مشروعه السياسي.

وعليه تم تجنيد العديد من الأفلام السينمائية كي تكون بمثابة الدعاية له، ومن خلال تحليل آليات تعبئة "الثقافة الجماهيرية" يدرس المؤلفان مظاهر الاستمرار والقطيعة على الصعيد الثقافي خلال فترتي ما قبل الحرب العالمية الثانية و ما بعدها.

ويؤكد المؤلفان أن انتشار الثقافة الجماهيرية وترسخها كان له آثار كبيرة على سلوكيات الإيطاليين وساهم في ذلك النمو الاقتصادي حيث كان الإيطاليون قد استطاعوا أن يعيدوا بناء بلادهم بسرعة كبيرة بعد أن كانت الحرب العالمية الثانية قد دمرتها.

وازدهرت أيضا الثقافة الجماهيرية مع النشاط الاقتصادي باعتبارها نفسها حركة اجتماعية باتجاه المعارف الفنية والثقافية والشروع في إرساء أسس نمط حياة وطريقة في

السلوك، تتم الإشارة في هذا السياق أن إحدى السمات الأساسية التي رافقت النهوض في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية هي أن "الزمن التجاري" استحوذ على المساحة الأكبر من "الزمن الحر".

وتتم في هذه الدراسة عامة ربط انتشار الثقافة الجماهيرية بتطور "الصناعات" المرتبطة بتوسع انتشار الثقافة الشعبية، وفي نفس السياق انتشار المدارس وتسهيل دخول الأطفال إليها، وتخفيف إجراءات الحد من حرية التعبير في عهد الفاشية التي فرضها موسوليني في إيطاليا، والتقدم التقني في آلات الطباعة والتوزيع مع سهولة الانتقال باختراع القطارات وسهولة الاتصال هاتفياً، ومع هذه الأمور كلها زاد انتشار الثقافة الجماهيرية وبالوقت نفسه زاد "التجانس" في المعلومات المقدمة على قاعدة توحيد مصادرها.

ويربط مؤلفاً هذا الكتاب بين زيادة انتشار الثقافة الجماهيرية في إيطاليا وبين تعاضم استخدام لغة "الصورة" في مختلف قطاعات الإعلام من الصحافة المصورة إلى التلفزة وفيما بعد عبر شبكات الانترنت¹.

إن الدراسة بينت أن للصورة وسهولة إعادة إنتاجها سبيلاً لإعادة صياغة رؤية محددة للعالم، وكان للإذاعات دور في نشر الثقافة الجماهيرية في إيطاليا، وفي الوقت الذي لم تكن تمتلك أجهزة المذياع شريحة قليلة جداً في سنوات الثلاثينات والأربعينات من القرن الماضي أصبحت تلك الأجهزة موجودة في جميع البيوت الإيطالية تقريباً بعد عدة عقود.

¹ - المرجع نفسه، ص 213.

وقد لعبت دورا هاما في صياغة المعلومات وتوجيهها ونشرها على نطاق واسع، هذا قبل أن تأتي التلفزة لتحل المرتبة الأولى والأساسية كمصدر للمعلومات ولنشر ثقافة جماهيرية على نطاق واسع.

إن النتيجة النمائية بينت وأكدت أن الثقافة الجماهيرية الإيطالية ساهمت عبر الكتابة والصحف والسينما وغيرها في زيادة معارف المجتمع الإيطالي الذي كانت قد انبثقت منه، وساهمت بذلك أيضا في نوع مع "إدراك الذات" وفي تحديد "الذهنية الجماعية" دون القطيعة مع الثقافة الشعبية، ومن خلال الثقافة الجماهيرية أيضا جرى "التقريب" بين ثقافة النخب وثقافة شرائح العمال والفلاحين، لكن بكل الحالات لا ينبغي إهمال الدور الذي لعبته الدولة من جهة ومجموعات "الماфия" من جهة أخرى في النشاط الثقافي بإيطاليا الحديثة¹.

ب- الدراسة الثانية²:

هذه الدراسة لأطروحة دكتوراه للباحثة ميرهان حسين الحلواني تحت عنوان "الثقافة الرفيعة والثقافة الجماهيرية في برامج التلفزيون المصري" ومنه تتكون هذه الرسالة من ستة فصول هي:

1. مشكلة البحث ومنهجه.
2. دور وسائل الإعلام الجماهيرية السمعية والمرئية في نشر الثقافة.
3. المجالات المختلفة في البناء الثقافي في مصر.
4. الأهمية النسبية من الناحية الكمية والناحية النوعية للبرامج الثقافية بالنسبة للبرامج الأخرى في التلفزيون المصري.

¹- المرجع نفسه، ص 213.

²- ميرهان حسين الحلواني: الثقافة الرفيعة والثقافة الجماهيرية في برامج التلفزيون المصري، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1988، ص 562.

5. الثقافة الرفيعة والثقافة الجماهيرية في برامج التلفزيون المصري.
6. ثقافة التلفزيون ضرورة أمام مشكلة الأمية .

لقد أجرت الباحثة دراسة تحليلية من خلال منهج المسح، واعتمدت الباحثة على عينها قوامها 25 برنامج ثقافي عرضت على القنوات الأولى والثانية خلال الفترة من أول جويلية 1984 وحتى نهاية سبتمبر 1984.

وكانت أهم نتائج الدراسة:

1- جاءت الدراما السينمائية في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوعات الفنون على القنوات بنسبة 02.28% من المساحة الزمنية الكلية للإرسال، وجاء الفن المسرحي في المرتبة الثانية بنسبة 0.72%.

2- جاء الشعر في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوعات الآداب بنسبة 0.58% من المساحة الزمنية الكلية للإرسال، وجاء النقد الأدبي في المرتبة الثانية بنسبة 0.23%.

3- جاءت الأغنية في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوعات الثقافة الجماهيرية بنسبة 0.78% من المساحة الزمنية الكلية للإرسال.

4- جاءت التغطية العالمية في المرتب الأولى بالنسبة لموضوعات الثقافة الرفيعة الخاصة بالآداب وموضوعات الثقافة الجماهيرية الخاصة بالفنون على القنوات.

5- جاءت اللغة الفصحى المبسطة في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوعات الثقافة الرفيعة الخاصة بالفنون على القنوات، بينما جاءت العربية الفصحى في المرتبة بالنسبة لموضوعات الثقافة الرفيعة الخاصة بالآداب، وجاءت العامية في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوعات الثقافة الجماهيرية.

6- جاء الحديث المباشر والقالب التمثيلي في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوعات الثقافة الرفيعة الخاصة بالفنون بينما جاء الحديث المباشر المصاحب بالمادة الفيلمية أو

الفيديو في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوعات الثقافة الرفيعة الخاصة بالآداب، وجاء الحديث المباشر والأغنية المصاحبة بالقالب التمثيلي والمادة الفيلمية في المرتبة الأولى بالنسبة لموضوعات الفنون الخاصة بالثقافة الجماهيرية.¹

خامسا: أساسيات الموضوع

في إطار حرصنا على تعميق الإحساس بمدى أهمية البحث في هذا الموضوع حاولنا الإطلاع قدر الإمكان على أكبر عدد ممكن من الأبحاث والمواضيع ذات الصلة الوطيدة بما يمكن أن يحتوي هذا الموضوع، وعليه تم تحديد أهداف وأهمية الدراسة وفق الأطر المنهجية والسوسيولوجية المتعارف عليها.

أ- أهداف الدراسة:

تعد الثقافة الجماهيرية أحد أهم مظاهر إفرازات وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون نظرا لانتشاره الواسع والقوي، خاصة إذا كانت الثقافة الجماهيرية مرتبطة بأهداف وسائل الإعلام بصفة عامة، وعليه سنحاول من خلال هذه الدراسة تقصي تأثير الثقافة الجماهيرية على الأستاذ الجامعي باعتباره المثقف الذي ينتمي إلى تأطير معرفي يخالف هذه الثقافة، ومنه هذا التأثير يتجلى عملية الاستهلاك الثقافي والتي ستأخذ منحى ثلاث أبعاد وبهذا نحاول الوصول إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المسطرة وهي:

- دراسة وتحليل كل الجوانب التي تتعلق بالثقافة الجماهيرية وعلى كافة المستويات، ومن خلال المؤسسات الثقافية الجماهيرية.
- التعرف على حجم تأثير الثقافة الجماهيرية على المثقف الجامعي.

¹- المرجع نفسه، ص 562 .

- محاولة الوصول إلى حصر نمط موحد للسلوك الثقافي الجماهيري عند الأستاذ الجامعي.
 - حصر أو كشف المفاهيم الثقافية الجماهيرية التي لها تأثير واضح وجلي على المثقف الجامعي.
 - محاولة التعرف على رد فعل المثقف الجامعي لانتشار هذا النمط من الثقافة.
- ب- أهمية الدراسة:

تلعب الثقافة الجماهيرية دورا واضحا وجليا على متلقيها، وهي بهذا تشكل إطار معرفي يعكس الإطار المعرفي للمثقف الجامعي والذي سيكون إجرائيا في دراستنا "الأستاذ الجامعي" ومنه تتبع أهمية هذه الدراسة السوسيولوجية في الكشف عن مختلف جوانب التأثير والتأثير وعليه تظهر الأهمية جانبين أساسيين:

1. هذا الدراسة لها أهمية نظرية فمن خلالها يتم إعطاء المعالجة السوسيولوجية للثقافة بوجه عام وللثقافة الجماهيرية بوجه خاص.

- قلة الدراسات السوسيولوجية التي تتناول مثل هذه المواضيع وذلك في مختلف الجوانب والإشكالات.

- من يمكن أن تحمله هذه الدراسة التي نحن بصدد انجازها من حقائق ومعلومات للباحثين والمهتمين بالطبيعة المعرفية للثقافة الجماهيرية، وطرق وأنماط نشرها وتواجدها عن طريق وسائل الإعلام بالدرجة الأولى، ومنه إعطاء دراسة تفصيلية، تعليمية معرفية تحليلية لحال هذه الثقافة الجماهيرية.

2. ترتبط هذه الدراسة بأهمية تطبيقية وذلك في لفت الانتباه إلى تأثير المثقف الجامعي نوع من الثقافة السائدة اليوم إضافة إلى تأثير الثقافة الجماهيرية على اتجاه واستعمال وسلوك المثقف الجامعي.

كما تكمن الأهمية في لفت الانتباه إلى دور الإعلام وما يفرزه ونتيجته من ثقافة ارتبطت بالتغير الاجتماعي، ومنه محاولة جعل الثقافة الجماهيرية تأخذ البعد الإيجابي في تأثيراتها بصورة عامة على كل فئات المجتمع.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

خلال هذا المبحث سنتعرض إلى الإجراءات المنهجية التي تم وفقها الانطلاق في الدراسة وعلى هذا الأساس سنتعرض إلى تحديد العينة وكيفية اختيارها ثم التعرض إلى المنهج، وفي الأخير سنتعرض إلى تحديد العينة وكيفية اختيارها ثم التعرض إلى الأداة المستعملة في جمع المعطيات.

أولاً: المنهج

يندرج بحثنا ضمن البحوث التفسيرية والتي تبحث : « في مدى صدق تفسيرات الظاهرة من اجل قياس واستكشاف وتحديد العلاقة بين متغير أو أكثر، أي اختيار العلاقة السببية¹ » ونظرا لطبيعة بحثنا اعتمدنا على التحليل الكمي والذي يركز أساسا على التحصيل الرقمي للمعطيات، وفي ظل هذا استعملنا المنهج الوصفي .

نحاول من خلال بحثنا اختيار متغير تأثير الثقافة الجماهيرية بمتغير الاستهلاك الثقافي، وهذا الأخير نقيسه من منطلق ثلاث متغيرات هي: (الاتجاه، الاستعمال، السلوك) وهذه المتغيرات بعد تصنيفها في أبعاد نحاول استخراج مؤشرات الواقعية والميدانية تظهر من خلال الجانب التطبيقي في شكل جداول إحصائية بسيطة أو مركبة في تأثير كل متغير من المتغيرات السابقة الذكر في متغيرات أخرى أفرزتها الدراسة الميدانية.

ثانيا : العينة

¹ - فضيل دليو : أسس البحث وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 17.

نظرا لطبيعة الدراسة كان مجتمع بحثنا من فئة الأساتذة الجامعيين بكل تصنيفاتهم المهنية، بجامعة يحي فارس بالمدينة، وعليه نشير إن العدد الكلي للأساتذة هو 431 أستاذ، وهذا العدد يمثل مجتمع البحث، أخذنا منه نسبة سبر تقدر بـ (3/1) وعليه أصبحت العينة هي (143)، وهنا نشير أن اختيار العينة تم فيها مراعاة تصنيف الأساتذة بغير رتبهم العلمية، إضافة إلى مراعاة فروقهم الجنسية أي الرتبة العلمية والجنس أخذ أيضا انطلاقا من النسبة السبر، وفي الأخير تم مراعاة انتماء الأستاذ النوع التخصص أو الكلية وبالتالي الرجوع أيضا إلى نسبة السبر السبر، أما وحدات العينة فتم اختيارها بطريقة عشوائية انطلاقا من مكان عملهم، بحيث قمنا باختيار أفراد العينة في قاعات الأساتذة مراعين حجم العينة.

إنه من خلال هذا التحليل نجد أن عينة الدراسة هي عينة عشوائية بسيطة بحيث تم اختيار المبحوثين عشوائيا من منطلق الخصائص الإحصائية للعينة.

ثالثا: التقنية المستعملة في الدراسة

إن إتباعنا للتحليل الكمي الذي يعتمد على الحصول على المعلومات من خلال استعمال الاستمارة، هذه الأخيرة التي تمثل لمادلين قرافيتز "وسيلة اتصال بين الباحث والمبحوث"¹.

إن الاستمارة في مجال بحثنا تكون موجهة للأستاذ الجامعي الذي يزاول عمله بصفة منتظمة داخل الجامعة أي الأستاذ يكون دائم داخل المؤسسة، وهنا نشير أن

¹ –Madeline Gravity, Méthode des sciences sociales, 3^{eme} ed, paris, 1976, p 333.

الاستمارة هي شكل من أشكال البحث تستخدم عادة عندما يكون المجيب متعلما وأحيانا غير متعلم، بحيث يكتب الباحث الأجوبة بنفسه نيابة عن المبحوث¹.

وأسئلة الاستمارة تكون حول مؤشرات المتغيرات وملئ الاستمارة يكون عن طريق المبحوث نفسه، وقسمنا محاور الاستمارة إلى خمسة محاور:

- المحور الأول: البيانات الشخصية.
- المحور الثاني: بيانات تتعلق بمتغير الثقافة الجماهيرية.
- المحور الثالث: بيانات تتعلق باتجاه وموقف المبحوث.
- اتجاه الثقافة الجماهيرية.
- المحور الرابع: بيانات تتعلق باستعمال المبحوث لوسائل الثقافة الجماهيرية.
- المحور الخامس: بيانات تتعلق بالممارسة الاتصالية الجماهيرية للمبحوث.

¹- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية، القاهرة، ص 26.

الفصل الثاني

تمهيد:

سنتعرض في هذا الفصل إلى تمثّل النظرية السوسيولوجية للثقافة الجماهيرية ومنه نكون هنا أمام أمرين الأول يتعلق برؤية النظرية لمفهوم الثقافة بصفة عامة والرؤية الثانية تتعلق بتمثّل السوسيولوجية للوسائل الإعلام والاتصال. وكل هذا يكون انطلاقاً من النظرية الوظيفية إلى النظرية الماركسية إلى النظريات البديلة والنقدية ثم نظريات ما بعد الحداثة وفي ظل هذا نركز على بعض المقاربات التي ترتبط بعلماء الاجتماع أنفسهم.

المبحث الأول: الاتجاه الوظيفي في الثقافة الجماهيرية

قبل الحديث عن تمثلات الاتجاه الوظيفي للثقافة الجماهيرية يجدر بنا أن نتحدث رؤية الوظيفية للثقافة «ترى الوظيفة أن الثقافة هي مجموعة من الوسائل المادية (المادية أو المعنوية) يحدثها الإنسان ويستعملها لتحقيق الغاية التي يسعى إليها وهي الحياة أو البقاء على الأرض حيث ينشئ وسائل تقوم بوظيفة الحفاظ على الحياة واستمرارها، كما ترى الوظيفة أن الثقافة ظاهرة شكلية تشمل جميع الأدوات التي يستعملها الإنسان للاستهلاك وجميع الموانيق التي تنظم العلاقات داخل المجموعات المختلفة وكذلك الأفكار والفنون والاعتقادات والتقاليد...»¹، وعليه من خلال هذا التمثل علينا إدخال متغير التطور التكنولوجي الذي يتجلى بصورة واضحة في وسائل الإعلام وربطها بالثقافة، وهذه النظرية تجعل من الثقافة مثلما هي ظاهرة اجتماعية هي نفسها ظاهرة بيولوجية بحيث الإنسان نفسه يخضع للشروط البيولوجية الضرورية من أجل غريزة البقاء في الحياة، وعليه الثقافة هي نشاط بيولوجي جمعي مرتبط بجميع أفراد المجتمع وهذه النظرية ترى أنه لا يكون هناك تغيير في المجتمع ما لم تكن ثقافة ترتبط بالأفراد، ومن أبرز المفكرين في هذا الاتجاه "مالينوفسكي" صاحب كتاب "نظرية جديدة للثقافة"².

إنّ التعرض لهذا الاتجاه ورؤيته للثقافة يجعلنا بالضرورة ننطلق من مقاربتين الأولى تبدأ مع السوسيولوجيا الوظيفية للثقافة والثانية مع رؤية التبادل السوسيولوجي لوسائل الإعلام والاتصال ليكون التركيب بين الرؤيتين حول تمثل علم الاجتماع الوظيفي لمفهوم الثقافة الجماهيرية.

¹ - جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2003، ص 40.

² - المرجع نفسه، ص 41.

أولاً: منظور التحليل الوظيفي لإشكالية الثقافة

لم يتحدث علماء الاجتماع الوظيفيون كثيراً عن الثقافة بمعنى الفنون ولكنهم اهتموا كثيراً بالثقافة في إطار من المعتقدات والقيم وأساليب الحياة، والوظيفيون بشكل عام تناولوا قضية الثقافة الاجتماعية وفق رؤية تطويرية فكان جل تركيزهم على الطبيعة المتغيرة للثقافة والمرتبطة بتطور المجتمع¹، والإشارة إلى هذا التحليل جعلنا نتوقف عند التحليل الذي جاء به "إميل دوركهايم" الذي يرى أن الظواهر الثقافية تسهم في الأداء المنسجم للمجتمع بأكمله، وهنا نشير أن دوركهايم حول توظيف علم الاجتماع في حل المشكلات، من منطلق نموذج سوسيو ثقافي وعليه أكد دوركهايم على أن الثقافة تلعب دورها في تحقيق حالة "اللامعيارية" من أجل المحافظة على النظام الاجتماعي. فوظيفة الثقافة هي ضمان الحفاظ على الأنماط الاجتماعية، وقد رأى أن الثقافة وجدت لخدمة المجتمع²، ويعتبر إميل دوركهايم أن النظم الاجتماعية ذات خاصية إجبارية وإلزامية، أي أنها تفرض نفسها على الأفراد وتجبرهم على طاعتها، فتأثيرها في العقول الفردية يتخذ طابعاً إلزامياً، وهذه الخاصية مستمدة من المجتمع ممثلاً في «العقل الجمعي»، ونظريته في هذا المجال تقوم على أساس التصورات الفردية والتصورات الجمعية وهو بهذا يرى أن الجماعة تفكر وتسلك وتشعر بشكل مختلف تماماً عن أفرادها إذا كانوا منفردين. فالتجمع يؤدي إلى إنتاج كائن جديد إنه "الثقافة" وإن لم يسنها دوركهايم بل فضل استخدام مصطلح «الوعي الجمعي»³ بمعنى آخر يحدد شكل المجتمع طبيعة الثقافة التي تتوافق معه، وبالنسبة إلى دوركهايم فإن ثقافة مجتمع ما تتكون من مجموعة من التمثيلات الجماعية ويستخدم الأفراد في ذلك

¹ - هارلمبس وهولبورن: سوسيولوجيا الثقافة والهوية، (تر) حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر، دمشق، ط1، 2010، ص17.

² - ديفيد انغليز وجون هيوسون: مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة، (تر) لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ط1، 2013، ص53.

³ - عبد الغني عماد: مرجع سابق، ص92.

المجتمع هذه التمثيلات لفهم الواقع من حولهم، ذلك الفهم الذي يستمدونه من الأساليب التي شكلت عقولهم ثقافيا في أثناء عملية التنشئة الاجتماعية التي تبدأ منذ الولادة، وتعد المسؤولة عن جعل كل فرد عضوا حقيقيا في مجتمعه، وما التمثيلات الجماعية إلا عدسات اجتماعية يدرك الأفراد من خلالها العالم والواقع من حولهم¹، فهي الأطر التي يفكرون من خلالها والقواعد التي يتصرفون على أساسها²، ويلتقي مع دوركهايم علماء اجتماع عديدون وبخاصة على فكرة أن لكل مجتمع مخيالا جمعيا يصنع هويته، وأن لهذه الثقافات مؤسساتها وأبوابها بما فيها الدين والطقوس والأساطير والمعتقدات والأعراف والرموز، ويمدنا هذا المفهوم برؤية أساسية حول أسباب اتصاف السلوك الجمعي بالانتظام والخضوع لمنهج معين، والحقيقة أنه لو لا ميل الثقافة لتكوين النماذج الثقافية لكان الانتظام في السلوك الاجتماعي أمرا مستحيلا ولسلك الأفراد في عشوائية وفوضى ما تمليه عليهم دوافعهم البيولوجية والغريزية، ولأصبح المجتمع المنظم مستحيل الوجود³، فالثقافة وهي على شكل تمثيلات جماعية، تحول العالم كما يدركه الأفراد إلى عالم يرتكز على الرموز، وبهذا تتحول الظواهر الطبيعية إلى موضوعات ثقافية ولا يملك البشر مدخلا مباشرا إلى الواقع، وإنما يتم تشكيل واقعهم اجتماعيا بواسطة الثقافة التي تتألف من نظام رمزي ينتشر في التمثيلات الجماعية، ومن هذا المنطلق فإن الثقافة وسيلة لمعالجة الظواهر الطبيعية وإعطائها معنى ومغزى يدركه البشر، وهي وسيلة للتعامل مع الطبيعة وجعلها في متناول العقل البشري⁴.

1- ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص54.

2- المرجع نفسه، ص54.

3- عبد الغني عماد: مرجع سابق، ص92.

4- ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص55.

إن مفهوم النسق الثقافي حسب دوركهايم له قدرة تفسيرية جيدة في هذا المجال، فهو يمثل مجموعة مصالح وأنشطة، وهو يفترض وجود نظام مكون من أجزاء ومظاهر متألّفة في ترتيب منظم يتميز بالتنسيق في العمل والتكامل في البنيان، ويقال النسق الفوقي للدلالة على النسق الثقافي الكلي للسكان ويتكون من اللغة والدين والفنون والأخلاق¹، وهنا يشير "دوركهايم" أن الأنماط الاجتماعية هي التي تولد الأنماط الثقافية بمعنى التقسيم البسيط للعمل ينتج منه ثقافة بسيطة تتألف من المعتقدات الدينية لذلك المجتمع، في حين ينتج من التقسيم المتطور للعمل ثقافة متطورة تتكون من مجموعة من المجالات المستقلة أو شبه مستقلة²، « وعلى الرغم من أنّ الفكرة الرئيسية في أعمال دوركهايم الأولى هي أنّ الثقافة تنتج من المجتمع، فقد رأى منذ البداية أنّ المرء سيشكل فكرة خاطئة تماما بشأن التطور الاقتصادي إذا استخف بالقضايا الثقافية التي تلعب دورا فيه»³.

لقد فرض "دوركهايم" مثل "فيبر" التفريق بين العوامل الثقافية مثل الأخلاق والمعتقدات الدينية والعوامل الاجتماعية والاقتصادية الأكثر مادية لتقسيم العمل، وقد تحول "دوركهايم" في أعماله اللاحقة لتبني وجهة النظر المرتبطة كون الثقافة تشكل المجتمع وليس العكس⁴ « ففي عملية التنشئة الاجتماعية يكتسب الفرد الأنماط الثقافية المناسبة، بدءا بأساليب السلوك المتنوعة وصولا إلى الأنشطة الجماعية وسلوكياتها، ويمكن القول أن لكل مجتمع أو طبقة أو جماعة أنماط ثقافية تتشكل أنساق متكاملة، وتعمل كنماذج تفرض نفسها على الأفراد بما يضمن حد أدنى من التماثل في السلوك، وتعتبر العادات الشعبية

1- عبد الغني عماد: مرجع سابق، ص 92-93.

2- ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص 55.

3- المرجع نفسه، ص 55.

4- المرجع نفسه، ص 56.

وغيرها من المعايير الاجتماعية بمثابة ضوابط تشكل الأساس الأخلاقي لهذه النماذج»¹، وهنا دوركهايم يبدو واضحا في رؤيته للمجتمع بصفته مصدرا لتشكيل الفرد وقولبته كيفما شاء ضمن أطره الثقافية، بحيث أصبحت هذه مهمة علم الاجتماع هي دراسة العلاقات الاجتماعية وتفسيرها، هذه العلاقات التي تؤسس بين مجموعات من الأشياء وتنظم العالم لكي يكون ذا طابع شمولي، وبذلك فإن كل الإدراك يركز على علاقات اجتماعية وفي هذا يقول كوركهايم « بعيدا عن الصواب القول إن العلاقات الاجتماعية للرجال تركز على علاقات منطقيين بين الأشياء، وفي الحقيقة إن العلاقات الاجتماعية هي التي هيأت النموذج للعلاقات بين الأشياء، فالأصناف المنطقية الأولى كانت أصناف اجتماعية وإن الأصناف الأولى للأشياء كانت أصناف للرجال»².

يؤكد دوركهايم أن الثقافة هي ذات أصل اجتماعي، ففي كتابه "الأشكال الأولى للحياة الدينية" نراه يوسع النقاش حول التصنيف البدائي ليشمل الأديان، فالدين هو مقدس وديني، كما مجده يرى أن المجتمعات البسيطة تستعمل الدين كأساس للوعي الجماعي وهذا يرتبط بالعقائد والقيم الأخلاقية في المجتمع، ورغم أن دوركهايم لم يستعمل كلمة ثقافة لتشير إلى الوعي الجمعي إلا أن ما يصفه هو مشابه تماما للطريقة التي استعملت فيها الثقافة من جانب الكتاب الآخرين، فهو يقول: « إن العقائد الكلية والمواطن المشكلة للمواطنين من نفس المجتمع تشكل نظاما مقدرا له حياته الخاصة، ربما يسميه البعض ووعي اجتماعي أو مشترك»³.

¹ - عبد الغني عناد: مرجع سابق، ص 93.

² - هارلمبس وهوليورن: مرجع سابق، ص 19.

³ - هارلمبس وهوليورن: مرجع سابق، ص 19.

ويعتقد دوركهايم أنّ الوعي الجماعي له تأثير قوي جدا على الناس في مجتمعات ما قبل الصناعة، وهذه المجتمعات تميزت بالتضامن الآلي فهم يشعرون بمعنى التضامن لأن لكل فرد منهم يشبه الآخر ، فهناك القليل من يقسم العمل.

إنّ دوركهايم يصف التخصص في العمل بالتضامن العضوي، وفي مجتمع التضامن العضوي تبقى الثقافة أمرا ضروريا رغم أن قيمة وأهمية الثقافة أحسن في المجتمع ذو التضامن الآلي، فالأفراد لا بد أن يختلفوا عن بعضهم كي يمارسوا أدوارهم التخصصية، وبهذا يقترح دوركهايم نظام تعليمي ومهني يساعد في زيادة التضامن الاجتماعي بين الأفراد خاصة في المجتمعات الصناعية.

إنه من خلال كل هذا التحليل لمفهوم الثقافة عند دوركهايم نستخلص أن الثقافة المشتركة هي مفهوم الوعي الجمعي عنده، هذا الأخير لا يتغير بين الأجيال وإنما على عكس ذلك يقوم بربط الأجيال اللاحقة بجيل آخر، وبذلك فهو يختلف كليا عن وعي معين رغم أن الأخير ضروري لتحقيق الوعي الجمعي، والناس يجب أن يخضعوا لثقافة مجتمعهم إذا أرادوا تجنب العقوبة، وإذا كان المجتمع في حاجة إلى ثقافة مشتركة فإن التخصص في تقسيم العمل وسرعة التحول قد يضعان المجتمع تحت تهديد جدي لا بد من اتخاذ تطورات إيجابية لعلاج ذلك¹ .

إنّ منظور التحليل الوظيفي لإشكالية الثقافة لا يرتبط بإسهامات دوركهايم فقط، فهاهو "تالكوت بارسونز" لديه نظرية في الثقافة وهي تأتي مكتملة لما جاء به التحليل الوظيفي من قبل، وهنا يمكن أن نلخص نظرية بارسونز حول الثقافة في ثلاث متغيرات كبرى (النظام الاجتماعي، والتربية والتغير الاجتماعي).

¹ - المرجع نفسه، ص 20-21.

إنّ الثقافة عند بارسونز هي تلك التقاليد التي تعتبر نماذج من القيم، فالثقافة هي اللغة والإعلام والعقائد والفنون والأدب، وكل هذه تعطي تعريف واسع للثقافة وهذه الأخيرة مكوناتها هي مكونات النظام الاجتماعي «فالأفراد يستطيعون أن يتفاعلوا اجتماعيا فقط عندما تسمح الثقافة بإيجاد شكل من الاتصال بينهم، والأفراد يفسرون العالم المادي من خلال الرموز كالكلمات التي هي جزء من ثقافتهم»¹، فالثقافة المشتركة هي أساس وجود النظام الاجتماعي وعن طريقها يتم الاتصال والفهم والعمل باتجاه أهداف مشتركة و بالتالي الثقافة هي شرط وظيفي مسبق، وبهذا يقول بارسونز: « إن نظام متقن للفعل الإنساني غير ممكن بدون نظام رمزي مستقر نسبيا»².

يرى بارسونز أنّ الثقافة تأخذ طريقها إلى الأطفال عبر التربة وخاصة أثناء التربية المبكرة في العائلة، والتربية هي التي تسمح للناس بالتعلم في ما يخص مختلف المواقع والأدوار، وتشير المواقع في المجتمع إلى نوع السلوك المتوقع من الآخر، فمثلا التلاميذ يتوقعون أنّ شخص ما بمنزلة المعلم سوف يعاملهم بطريقة نزيهة حيث يقيم أداءهم الدراسي، أما الأدوار مثل دور الأم والأب فهو يتضمن توقعات معينة منها وكيفية تصرفها وفق ثقافة المجتمع، وعليه انتقال الثقافة إلى الأطفال ليس بالأمر الهين، فالثقافة تقيد وتحدد السلوك وفي هذا يقول بارسونز: «إن الثقافة المشتركة تعمل كضابط أو موجه للسلوك وبالعكس، ولكن الثقافة المشتركة تتطلب أيضا إدامة أو رعاية وإعادة بناء، وهي تتطلب تفاعل حقيقي في زمان ومكان حقيقيين مع جميع الهياكل المادية التي تبنى ولكي تبقى وتستمر بالنمو»³.

¹ - هارلمبس وهولبورن: مرجع سابق، ص22.

² - المرجع نفسه، ص22.

³ - هارلمبس وهولبورن: مرجع سابق، ص22-23.

يعتقد بارسونز أنّ التغييرات الجوهرية الكبيرة في الثقافة تحدث فعلا عندما تتطور المجتمعات تدريجيا، فعندما تتغير المجتمعات من كونها بسيطة إلى كونها معقدة، ستكون هناك تغييرات في القيم المسطرة على النظام الاجتماعي، بمعنى في المجتمعات البسيطة يتم تقييم الأفراد طبقا لانتمائهم، أما في المجتمعات المعقدة تكون قيمة الفرد مرتبطة بدرجة الإنجاز وعليه المجتمعات ذات الثقافة القائمة على الإنجاز هذا أكثر عدالة وأكثر فاعلية من تلك الثقافة القائمة على النسب¹.

ثانيا: استخدام المقاربة الوظيفية في دراسة وسائل الإعلام والاتصال

إنّ دراسات وسائل الإعلام وجمهورها أو المجتمع الواسع تقسم عادة إلى نوعين مختلفين من الدراسات: دراسات التأثير ودراسات ما يسمى بالاستعمالات وإشباع الرغبات، وهذه الأخيرة عادة ما تتضمن مقتربا وظيفيا وما يشار إليه بالاستعمالات والإشباع هو في الواقع تقليد فرعي لبحوث تأثير وسائل الإعلام²، هذا يعني أنّ التحليل الوظيفي يسعى إلى فهم دور نمط السلوك أو التأثير الثقافي والاجتماعي في الحفاظ على توازن النظام وديناميته ويتم تحليل نشاط الأفراد في ضوء أهميته لتنمية النظام العام وصيانته، ويعد دور الوحدات وظيفيا إذا كان يساعد على استقرار النظام وحفظ توازنه، ويحدث الاختلال الوظيفي إذا كان السلوك الذي تمارسه الوحدات يخل باستقرار النظام ويعوق تقدمه³، وعليه البحوث التي تهتم بدراسة الإشباع هي متطورة لأنها تجذب الجمهور باعتبارها ترتبط بوسائل الإعلام، هذه الأخيرة التي تسعى إلى إشباع حاجات اجتماعية نفسية⁴ وعليه دراسة مفهومي الاستعمالات والإشباع في بحوث وسائل الإعلام من بين التقاليد المهمة في

1- المرجع نفسه، ص 23.

2- عبد الرحمن عزي والسعيد بومعيزة: الإعلام والمجتمع، دار الرسم للنشر والتوزيع، القبة، الجزائر، 2010، ص 59.

3- عماد مكاوي وليلى حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصر، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص 127.

4- عبد الرحمن عزي والسعيد بومعيزة: مرجع سابق، ص 59.

الدراسات السوسيو إعلامية، فتاريخه يعود إلى أزيد من سبعة عقود من الزمن كاملة، بدءاً من الأربعينات من القرن الماضي وتأثيره على الباحثين في مختلف البلدان والدراسات والأبحاث الهائلة تدل على ذلك، وهنا نشير أنّ مثل هذه الدراسات ساهمت في فهم العملية الإعلامية بالرغم من الانتقادات العديدة التي توجه له¹. وقبل الخوض في التعرض لاستخدام مفهومي الاستعمالات والإشباع في إطار البحوث الأكاديمية تجدر بنا أن نتعرض بدقة لاستخدام التحليل الوظيفي في دراسة الاتصال وعليه ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، وتأثيرها على الفرد وعلى الحياة الاجتماعية كان لا بد من الاحتياج إلى تفسير علمي، في البداية المشكلة تبدو بسيطة بشكل مضلل، فوسائل الإعلام تثير إعجاب الجماهير، وتزيد الجماهير نوع المحتوى الذي يحصلون عليه، ولهذا تواصل وسائل الإعلام تقديم هذه النوعية لهم.

ولقد أشار عدد كبير من علماء الاجتماع مثل "سكورينا" إلى عدم دقة هذا التفسير كما هو الحال في مشكلة البيضة والدجاجة، وفي أحسن الظروف فإنه من الصعب أن تعرف هل يحدد ذوق الجمهور محتوى وسائل الإعلام؟ أم أنّ محتوى وسائل الإعلام هو الذي يحدد ذوق الجمهور؟ قد تكون الإجابة مزيجا من هذا وذاك لأن كلا من ذوق الجمهور ومحتوى وسائل الإعلام يمثلان السبب والنتيجة، وذلك أنها علاقة دائرية².

وتقدم النظرية البنائية الوظيفية من خلال منظور التحليل الوظيفي نموذجاً لعلاج هذه المشكلة، حيث يبدأ التحليل بمشاهدة الوسيلة الإعلامية بوصفها نظاماً اجتماعياً يعمل ضمن نظام خارجي معين (أي مجموعة الظروف الثقافية والاجتماعية)، ويركز التحليل الوظيفي على ظاهرة متكررة (مجموعة من السلوك) ولتكن محتوى الذوق الهابط داخل هذا

¹ - المرجع نفسه، ص 59.

² - عماد مكاوي وليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص 127.

النظام (الوسيلة الإعلامية)¹، هذا يعطي لكل نظرية فرضياتها ومسلماتها وأساسياتها التي تنطلق منها في تحليل الواقع والخط البحثي الذي تبحث فيه، فالوظيفة في دراسة وسائل الإعلام تسعى إلى أن تتوصل إلى نتائج من خلال دراسات نظرية وامبريقية، وهذا ينطبق على نظرية الثقافة التي تجري أبحاث ودراسات في المجال الاتصالي والإعلامي العام، وبعلاقة الثقافة بالإعلام وبالطبقة، خاصة ما يعرف اليوم بالثقافة الجماهيرية أو صناعة الثقافة، تدرس المضامين الإعلامية والثقافية التي تبثها وسائل الإعلام الحديثة « و هنا يسعى التحليل الوظيفي إلى إيضاح أن لهذه الظاهرة نتائج تساهم في استقرار وبقاء النظام ككل، وقد يكون لهذه الظاهرة تأثير إيجابي فيقال انها "وظيفة" وقد يكون لها تأثيرا سلبيا فيقال: "إن لها اختلالا وظيفيا"، والتحليل هو إستراتيجية ترمي إلى استنباط أو تحديد افتراض يمكن اختباره تجريبيا من خلال الدراسات المقارنة أو طرق البحث المناسبة»²، وهذا ما يعرف ببحوث الاستعمالات والإشباعات وهي بحوث تحاول أن تشرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال، فهي تختلف عن بحوث التأثير التي كانت تنظر إلى العملية الإعلامية من زاوية المهنة/الاستجابة، وهذه الدراسات هي نوعية من حيث تجاوزها التأثير، وهنا نشير إلى دراسات "لازارسفلد" "Lazarsfelds" وزملائه في الأربعينات من القرن الماضي التي مهدت الطريق وحددت الاتجاهات وطورت أساليب البحث وأدواته في ميدان بحوث وسائل الأعلام، في نفس المرحلة ازدهرت البحوث الإعلامية بسبب دوافع سياسية وتجارية وأكاديمية، وكانت هذه البحوث تكشف عن نتائج لم تكن متضمنة في فرضيات الباحثين وبالتالي أصبحت تلك النتائج نفسها موضوع فرضيات أبحاث لاحقة توصلت إليها إلى تنفيذ الاعتقاد السائد آنذاك والذي مفاده أن وسائل الإعلام لها قوة وفعالية في التأثير على

¹ - المرجع نفسه، ص 127.

² - المرجع نفسه، ص 129.

الجمهور¹، وهذا ما يتأكد أكثر مع دراسة الدكتور سعيد بومعيزة في مداخلة حول الأثر السوسيو-ثقافي لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في الجزائر، هذه الدراسة التي نستخلص منها على المستوى الاجتماعي ما يلي²:

- أن البث التلفزيوني المباشر كوسيلة ومحتوى أصبح يشكل شكلا من أشكال التفاعل الاجتماعي.
- أنّ التعرض إلى البرامج يمس جميع الفئات الاجتماعية إلا أن الفئات الدنيا تبقى أقل حظا.
- أنّ البث التلفزيوني المباشر أصبح يشكل مؤسسة تنشئة اجتماعية مثله مثل المؤسسات المحلية.
- أنّ البث التلفزيوني المباشر كمحتوى يساعد على فهم الأدوار الاجتماعية وحل المشكلات المختلفة سواء على مستوى الحياة الفردية أو المهنية أو الاجتماعية.
- أنّ البث التلفزيوني المباشر كمحتوى يساعد على خلق هوة معرفية فيما بين الفئات الاجتماعية و تلعب اللغة دورا هذا المجال .

أما على المستوى الثقافي فيمكن استخلاص ما يلي:

- أنّ محتوى البث التلفزيوني المباشر يمثل مصدرا من مصادر الثقافة.
- أنّ محتوى البث التلفزيوني المباشر يمثل وسيلة ترفيه أساسية.
- أنّ محتوى البث التلفزيوني المباشر يمثل مصدرا للمعلومات.
- أنّ محتوى البث التلفزيوني المباشر يساعد على التأكد من المعلومات.

¹- عبد الرحمن عزي والسعيد بومعيزة: مرجع سابق، ص 60-61.

²- سعيد بومعيزة: الأثر السوسيو-ثقافي لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في الجزائر، (المجلة الجزائرية للاتصال)، العدد 14، 1996، معهد علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ص 201-202.

- أنّ نسبة عالية من المشاهدين الجزائريين يعتبرون أخبار القنوات الفرنسية متحيزة بخصوص تغطيتها لأحداث الجزائر.
- أنّ نسبة معتبرة من المشاهدين الجزائريين يتابعون الحصص السياسية في قنوات البث التلفزيوني المباشر¹ ، وعليه في مقابل هذا يمكن تطبيق التحليل الوظيفي على دراسة الإعلام للتعرف على ظاهرة المضمون خاصة فيما يتعلق بمضمون الذوق الثقافي والذي يعطي إشباعا للجماهير العريضة حتى وإن كان ما يعرف بمضمون الذوق الهابط مثل العنف الزائد وتصوير الأساليب الإجرامية، وموضوعات الرعب والوحشية، والبرامج الإباحية، والميلو دراما الموحشة، والموسيقى المثيرة، وغيرها من المظاهر التي تثير استياء النقاد، وهناك من يقسم المحتوى الإعلامي إلى ثلاث درجات²:
- **المحتوى الهابط:** وهو الذي يثير استياء النقاد بشكل مستمر مثل الدراما التلفزيونية التي تؤكد على العنف، أو البرامج الجنسية الفاضحة التي تصل إلى حد الدعارة، أو الكوميديا المسفة، أو الموسيقى المثيرة، أو أي محتوى يساهم في خفض الذوق وإفساد الأخلاق أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعيا.
- **المحتوى الذي لا يثير الجدل:** ومن أمثلة ذلك تقارير الطقس، والمجلات التي تركز على الاهتمامات المتخصصة، ولا شك أنّ هذا المحتوى لا يرفع مستوى الذوق ولا يحط من قدره، ولا يهدد المستويات الأخلاقية.
- **محتوى الذوق الرفيع:** وهو المحتوى الذي يرقى بالأخلاق والتعليم مثل: الموسيقى الجادة، الدراما الهادفة، والمناقشات السياسية.

¹- سعيد بومعيزة، المرجع نفسه، ص202.

²- حسين عماد مكاوي وليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص129-130.

وفي ضوء تصنيف محتوى وسائل الاتصال الجماهيرية يجدر بنا أن نقف عند خصائص وسمات تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة وهي¹:

- التفاعلية.
- الجماهيرية.
- اللاتزامنية.
- القابلية الحركية.
- قابلية التحويل.
- قابلية التوصيل والتركيب.
- التوجه نحو التصغير.
- الشبوع والانتشار.
- التدويل أو الكونية والعالمية.
- التعقيد وكثافة الاستخدام.
- الاحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها.

إنّ تصنيف محتوى رسائل الاتصال الجماهيرية يجعلنا نقف عندما جاء به الدكتور نصر الدين العياضي «... إنّ التطور التكنولوجي الرهيب في وسائل الاتصال الجماهيري لم يؤثر على الأداة الموصلة للثقافة والإعلام والمعرفة فقط، بل لأثر حتى على مضمون المادة التي ينقلها، فالوسائط المتعددة Multimedia على سبيل المثال أثرت حتى في طريقة كتابة المادة التي تنتجها و التي تختلف بهذا الشكل أو ذاك وعن اللغات المعروفة في وسائل الاتصال

¹- محمد الفاتح حمدي وآخرين: تكنولوجيا الاتصال والأعلام الحديثة، مؤسسة كنوز الحكمة والنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص7-8-9-10.

الجماهيري وبالتالي أثرت في طريقة قراءتها»¹، وهنا نشير إلى أنّ "دراما الاتصال" هي تلك التقنيات والآليات والأشكال المستخدمة في إطار الوسائط الواسعة والمتمثلة في الصور واللقطات الإشهارية والبرامج الترفيهية لأنماط الاستهلاك وقيمها التي عادة ما تندس اندساسا لا شعوريا في ثنايا الدراما الترفيهية و الأفلام و المسلسلات والحصص الخاصة بعرض المنتجات والأزياء وتشمل أيضا النشرات الإخبارية والتصريحات والندوات والزيارات الرسمية والاستقبالات والحفلات والأشرطة الوثائقية ... إلخ².

ثالثا: الثقافة الجماهيرية في ميزان الدراسات الوظيفية

يعتبر مفهوم الثقافة الجماهيرية من المفاهيم المعاصرة لأنها ترتبط بوسائل الاتصال الجماهيري، ويشير هذا المفهوم إلى تلك العوامل الموحدة التي تنمو في مجتمع كبير غير متجانس، كأنماط الاستهلاك الجديدة والأغاني والرقصات والأزياء وأنماط السلوك، تنتشرها وسائل الاتصال الجماهيرية المتسارعة التطور، هذه الثقافة الجماهيرية هي جزء من عملية نمو ترصيد القيم والاتجاهات الثقافية بين الناس في الوحدات الاجتماعية، بل هي اليوم وبفعل التطور المذهل في وسائل الاتصال الجماهيري واندماج الثورة الإعلامية بثورة المعلومات عملية تتم على مستوى العالم، وترسخ اتجاهها للاقتراب من التوحيد الثقافي على المستوى الكوني، وهي اليوم نوع من استهلاك الثقافة الشعبية المعولمة³.

وفي هذا يلاحظ "أدغار موران" الذي أصدر سنة 1962 كتاب «روح العصر»⁴ وهو كتاب يعالج الثقافة الجماهيرية من الناحية السوسيولوجية بحيث المنهجية التي يتبعها

¹ - نصر الدين العيافي: إشكالية وسائل الاتصال، السمي البصري بين «تسليّة الثقافة وثقافة التسليّة»، (مجلة الإذاعات العربية)، العدد 2000، ص8.

² - جمال العيفة، مرجع سابق، ص52.

³ - صامويل بي هنتون: عولمة كثيرة، مكتبة العبيكان، الرياض، 2002، ص22.

⁴ - Morin E: L'esprit du temps, Grasset, paris, 1962, p

هذا الفرع من علم الاجتماع معاكسة لتلك التي تتبناها المقاربة الوظيفية وعليه يمكن اعتبار الثقافة الجماهيرية كنسق خاص يوجد في علاقة مع المجتمع والتاريخ، وليس كأثر للوسائط الجماهيرية إنها نسق متشعب ينطلق من الاقتصادي وسير نحو النفساني وحيث تكون الديناميات الجدلية على مختلف المستويات، وفي هذا الاتجاه يقول لنا موران يجيب نسق الثقافة الجماهيرية على الأسئلة الثلاثة الأولى للاسويل، وذلك بتحديد المصطلحات الثلاث التي تقابلها وهي الإنتاج والأحداث، والموضوعاتية الثقافية والاستهلاك الثقافي، وقد بسط عالم الاجتماع آخر هو "جورج فريدمان" تحليلا تقترب من تلك التي قدمها موران، مع التشديد على أهمية التقنيات و «النسق التقني»، علينا أن نبين الدور الكبير الذي لعبه فريدمان حيث أسس وأدار نركز دراسة الاتصالات الجماهيرية¹، ويشير مفهوم الثقافة الجماهيرية إلى كل ما تعلق بالأدب والفن والموسيقى والرياضة ومواد التسلية المختلفة التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري، والتي تلعب فيها الصورة والدعاية الدور الأبرز²، ولعل هذا ما أشار إليه عبد الله الغدامي في مؤلفه "الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي" إذ يرى أن الصورة جاءت لتكسر ذلك الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي بين الفئات فوسعت من دوائر الاستقبال وشمل ذلك كل البشر لأن استقبال الصورة لا يحتاج إلى إجادة القراءة³، فمفهوم الثقافة الجماهيرية يشير بحد ذاته إلى الثقافة السائدة المنتشرة وسط الجماهير، ولكن الكلمة تميل إلى الدلالة على نمط من الثقافة ينتج من وسائل الاتصال الجماهيرية، وهي في نظر الفيلسوف وعلم الاجتماع الفرنسي "أدغار موران" الثقافة المنتجة حسب المعايير المكثفة للإنتاج الصناعي والمنتشرة بتقنيات التوزيع المكثف "الجماهيري" والموجه إلى جمهور اجتماعي، أي إلى تجمّع ضخم من الأفراد، فالثقافة الجماهيرية هي

¹ - بيرنار ميبيج: الفكر الاتصالي، (تر) أحمد القصور، دار تويقال للنشر، المغرب، ط1، 2011، ص34.

² - سمير إبراهيم حسن: الثقافة المجتمع، دار الفكر، دمشق، 2007، ص74.

³ - عبد الله الغدامي: الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط2، 2005،

مفهوم الحياة، وتشكل تقييم الوجود والإيديولوجيا المعاشة السائدة، وهي بصورة عامة جميع المضامين النفسية الناتجة عن الاستعمال المكثف والحاسم لوسائل الاتصال الجماهيري كما هي مستخدمة في فترة محددة، ويمكن النظر إلى الثقافة الجماهيرية من الزوايا التالية:

1. من حيث مضامينها وأشكالها ووسائلها واتجاهاتها وصلتها بالتغيير أو التطور الاجتماعي.

2. من حيث هي نتائج أو عواقب في مجال الوعي الاجتماعي والفردى السياسى والاقتصادى والأخلاقى والدينى ...

3. بصفتها هدفا يحدد قيمه ويرسم أطره وتوجهاته النظام الاجتماعى، السياسى أو الاقتصادى السائد¹، وهنا نشير «أنّ وسائل الاتصال والثقافة الجماهيرية ظاهرتان مميزتان للقرن العشرين والتاسع عشر، جاءتا تطبيقا للتغييرات التى أحدثتها الثورة الصناعية فى مجال الثقافة، أوجدت بدورها الثقافة الجماهيرية وهى ليست نفسها الثقافة الشعبية، بل هى فى جوهرها أشكال ثقافية خلقتها مسيطرة ثم قامت بنشرها على نطاق جماهيرى، عاكسة على الصعيد العالمى ومجسدة تلك المفارقة الكبرى فى عصرنا وهى اتساع دائرة المعنيين والمستهلكين للمادة الثقافية الجماهيرية، وفى الوقت ذاته ضيق دائرة وعدد المنتجين لهذه المادة، ومنذ نشوءها، لم تكن الثقافة الجماهيرية بريئة أو محايدة، بل كانت تتوجه إلى الجماهير ساعية لتحقيق أهداف تجارية وعقائدية، وقد تمّ استغلال حاجة الجماهير للمعرفة والإطلاع إلى درجة دفعت بعض الباحثين الجادين للتأكيد أنّ الثقافة الجماهيرية تحولت على الصعيدين المحلى والعالمى إلى أداة من

¹ - سمير إبراهيم حسن: مرجع سابق، ص75.

أدوات القمع، وابتعد وربما اختفى نهائيا حلم أن تصبح الثقافة الجماهيرية عنصرا من عناصر التقدم والتحرر الفكري بالنسبة للفرد والمجتمع»¹.

ربما أن وسائل الإعلام الجماهيرية تستهدف العدد الكبير من السكان، فقد كانت موضوع اهتمام جميع الدول والأنظمة وخاصة الأنظمة الشمولية، مما فتح نقاشا واسعا عنها في فترة الستينات من القرن الماضي، ويمكن أن نشير بهذا الصدد إلى "أدغار موران" في فرنسا عندما نشر كتابه "المعالم الجماهيرية الثقافية" بنا آثاره من نقاشات واسعة في فرنسا آنذاك، وهنا يؤكد "أدغار موران" أنّ الثقافة آنذاك تقف على مفترق الطرق بين الفكر الرفيع المستوى والفكر المبسط والشعوري، وهي في الوقت نفسه مهددة بمخاطر ما سمّاه "الصناعة الثقافية" التي ارتبطت منذ ذلك بوسائل الإعلام²، ومهما يكن فإن واحدة من أبرز سمات عصرنا أهمية هي وسائل الاتصال الجماهيري إلى أدوات ثقافية بحيث يمكن القول إنها أصبحت الوسيلة الجماهيرية للحصول على الثقافة وللإطلاع على جميع أشكال الإبداع بالنسبة للقطاعات الواسعة من الجماهير الشعبية، الأمر الذي أتاح إمكانية القول أن وسائل الاتصال توفر في العصر الراهن الزاد الثقافي و تشكل الخبرة الثقافية للملايين من البشر³.

إنّ هذا التحليل للثقافة الجماهيرية يجعلنا ندرك أنّ وسائل الاتصال لم تعد حكرا على نخبة ما بقوة القانون، إذ تحولت مع مرور الزمن إلى وسائل جماهيرية كما يحد القانون من استخدامها بقدر ما تحد من منها الإمكانيات والموارد، فالهاتف والتلكس والفاكس والتلفزة والحاسوب وغيرها أصبحت وسائل اتصال جماهيرية، وأصبح إيصال العموم بشبكاتها ونظمها أمرا عاديا، وتوظيف ما استتجد من التكنولوجيا أضحي مسألة روتينية كتوظيف الحاسوب للتعلم عن بعد وتوظيفه والأقمار الاصطناعية للتطبيب عن بعد،

1- أديب خضور: دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1998، ص9.

2- سمير إبراهيم حسن: مرجع سابق، ص75.

3- أديب خضور: مرجع سابق، ص9.

واستخدام التلفزة التفاعلية للتخاطب عن بعد، واستعمال الهاتف المرئي للمحاورة عن بعد، وتوظيف تكنولوجيا البث المباشر لتتبع أخبار العالم بصورة مستمرة وآنية¹، وعلى هذا الأساس أبدى الكثيرون تخوفهم من القوة التي يمكن أن توفرها وسائل الإعلام الجماهيرية للدولة ومن خطر الاحتواء الثقافي الذي يمكن أن تؤدي إليه، في حين حذر غيرهم من النزعة الرأسمالية التي تنتظر إلى الجماهير كمستهلكين وكسوق يجب كسبها قبل كل شيء وما يؤدي إليه ذلك من نشر ثقافة استهلاكية، فقد أصبحت النزعة الاستهلاكية هي أساس الثقافة الشعبية ومهمة هذه الثقافة هي تشجيع الاستهلاك الثقافي الجماهيري².

وهنا نشير أن النزعة الاستهلاكية أصبحت إيديولوجيا ثقافية جديدة حتى في دول قوية اليوم، فبعد تركيز الاستهلاك الجماهيري في الثمانينات على التكنولوجيا المنزلية المادية اتجه الاستهلاك إلى نشاطات أوقات الفراغ والهوايات وموسيقى البوب والرياضات الجديدة ووسائل الاتصال القمرية وكل ذلك شجع الناس على الاستهلاك السريع، بحيث يمكن الحديث عن آلية لإعادة صياغة شكل تطور الثقافة الشعبية³.

وهناك من أبدوا خوفهم من أن يؤول الأمر مع وسائل الإعلام وثقافتها الجماهيرية إلى نتيجة الثقافة التقليدية (الكلاسيكية) العريقة والرفيعة، ثقافة الكتاب والمحاضرة والمطبوعات العالمية البارزة، ويصبح الإنسان تحت رحمة ما هو آني وعابر من الرؤى والصور والإعلان وألعوبة في مهب الثقافة الاستهلاكية (التوجه المحلوظ نحو صناعة التسلية بدل إنتاج وتوزيع الثقافة بمفهومها النبيل والراقي)، ولقد تغيرت الصورة الثقافية التقليدية وانقضى ذلك الزمن الذي كان فيه الكتاب والمحاضرة والأدب وهم أداة الاتصال الثقافي الرفيعة المعتمدة وحلت محلها صورة أو لوحة ثقافية تشكيلية أخرى لم يعد فيها

¹ يحي اليحياوي: العولمة والتكنولوجيا، دار الطليعة، بيروت، ط1، 2002، ص132-133.

² سمير إبراهيم حسن: مرجع سابق، ص77.

³ المرجع نفسه، ص77.

الفلاسفة والأدباء والعلماء ومنتجو الفكر الرفيع هم قادة الثقافة¹، وعليه بقدر ما نمتنع عن تبني هذا الطرح للقول بأن ما كان نخبويًا البارحة سيصبح جماهيريًا اليوم وما هو نخبوي اليوم سيصبح جماهيريًا غداً، بقدر ما نتجنب المأسسة لخطية التعامل مع التكنولوجيا، فالأمر أعقد من ذلك وهنا نشير أنه حتى في دول العالم الثالث ما كان نخبويًا أصبح جماهيريًا²، والملاحظ أنه في علاقة التطورات التكنولوجية بالبنى الاجتماعية، إنتاجًا واستهلاكًا وفكرًا، في الدول المتقدمة، إنّ من التكنولوجيا ما يصمم خصيصًا لشريحة اجتماعية واقتصادية معينة، فتكون بذلك تكنولوجيا نخبوية كحصر استغلال الإنترنت لمدة طويلة بوزارة الدفاع الأمريكية شأنه من ذلك شأن الهاتف والتلغراف والتلكس في بداياتها الأولى، ومن هذه التكنولوجيا ما يصمم على أساس الرواج الاستهلاكي الواسع كالذي عرفه المنيثيل في فرنسا، أو الهاتف الخليوي في دول أوروبا الشمالية³، والمؤدى القول هو أنّ "الطابع النخبوي" لوسائل الإعلام يخضع لظاهرة الشيوع التكنولوجي.

وهنا نشير أنه كلما ازداد هذا الشيوع واتسع كليًا تراجع الطابع النخبوي لهذه التكنولوجيا، والعكس صحيح وبالتالي فمع تسارع التطورات التكنولوجية تتقلص الفترة الزمنية التي تفصل بين "احتكار الأقلية المترفة" لهذه التكنولوجيا وبين شيوع هذه الأخيرة على مستوى جماهيري نتيجة تحسن إمكانات الفرد المادية، وبفعل الحملات الإعلامية، وكذلك من جراء تجذر التكنولوجيا في الثقافة والمجتمع⁴.

إنّ الواقع هو الذي جعل التكنولوجيا محصورة بعدد محدود من الشرائح الاجتماعية قبل أن تطرح في الميدان العام وتكرس جماهيريًا بمعنى أنّ التكنولوجيا في الغرب لم تخلق

1- المرجع نفسه، ص78.

2- يحيى اليحياوي: مرجع سابق، ص133.

3- المرجع نفسه، ص133.

4- أنطوان زحلان: الطبيعة الشاملة للتحدي الثقافي، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 263، جانفي 2001.

نخبوية وما كان لها أن تكون نخبوية لكن اعتبارات الدولة ومنطق الاحتكار الذي ميّز الشركات المتخصصة الأولى هما اللذان طبعها بذلك، ولما تسارعت المنافسة وأزاح الطابع الاحتكاري عن ممارسات هذه الشركات، كرّس الواقع الجديد الطابع الجماهيري لهذه التكنولوجيا، ومنه انتشار وسائل الاتصال الجماهيرية على نطاق شبه واسع، على الرغم من كون نصيب الفرد من هذه الوسائل في دول العالم الثالث لا يزال ضعيفا، وما كان له أن يترسخ إلا في ظل الثورة التكنولوجية مع بداية الثمانينات من القرن العشرين، بحكم تعدد الوسائط وتشعبها وتراجع المكانة المعنوية لوسائل الإعلام الجماهيرية وبالتالي ترفع النخب عن الركون إلى وسائل لم تعد حكرًا عليها¹.

وبصرف النظر عن صيرورة التلفزة والهاتف من ضمن "السلع الجماهيرية" التي تعمي معظم الشرائح المجتمعية، فقد عملت النخب على "اقتناء" ما جدّ فيها واستجد وعليه هذه النماذج من الرؤى والحوارات بصدد الثقافة الجماهيرية ووسائلها أخذت مساحة واسعة من اهتمامات المفكرين والمثقفين في العالم طوال العقود الثلاث الأخيرة، ولقد رأى البعض أنّ عبارات الثقافة والإعلام أصبحت في مواجهة حتمية، ذلك أنّ استعمال أجهزة الإعلام الحديثة يستبعد الخصوصيات الثقافية، ويعمم النماذج والآراء والأذواق وأنماط الحياة، ويدفع إلى التقليد الأعمى ويبعث بالضمائر من خلال الإعلانات والبرامج الموجهة².

المبحث الثاني : الثقافة الجماهيرية بين التحليل الماركسي والنقدي

في هذا التحليل نتعرض إلى تمثّل الاتجاه الماركسي لإشكالية الثقافة ثم موضع وسائل الإعلام والاتصال من هذا التحليل ليكون لنا في النهاية رؤية الماركسية للثقافة

¹ - يحي اليحياوي: مرجع سابق، ص134-135.

² - سمير إبراهيم حسن: مرجع سابق، ص78.

الجماهيرية وبعد هذا ننتقل إلى تمثل الاتجاه النقدي للثقافة الجماهيرية و هنا نشير ظهور هذه الثقافة مع هذا الاتجاه ، لنختم هذا المبحث بتمثلات ماكس فيبر .

أولاً: منظور التحليل الماركسي لإشكالية الثقافة

استعمل ماركس مفهوم الثقافة بشكل أقل وضوحاً كما فعل دوركهايم من قبل إلا أنّ كتابات مكثفة احتوى على عدد من الأفكار يمكن اعتبارها تشكل نظرية في الثقافة، وهنا نشير أنّ ماركس عالج مفهوم الثقافة بشكل مشابه للوظيفية حيث اعتبر الثقافة الإنسانية ذات أصل اجتماعي¹، وتعتبر أفكار ماركس بالغة الأهمية في دراسة سوسيولوجيا الثقافة خاصة وأنّ المجتمع الحديث يتسم بالبرود والميكانيكية والذي يتسم بالبؤس الاجتماعي ومنه ماركس لم يرحب لهذا الوضع الثقافي الاجتماعي، بل سعى لتدميره وتحطيمه عن طريق تشجيع ثورة الطبقة العاملة، وعليه فالثقافة عند ماركس تأتي من خلق الإنسانية وهياً لها أصل مادي في عمل الإنسان بمعنى أنّ الظروف المادية والفعالية الاقتصادية طبعت الوعي الإنساني وفي هذا يقول ماركس: «وعي الناس لا يرسم حدود وجودهم، بل أنّ وجودهم الاجتماعي هو الذي يرسم حدود وعيهم»² .

وحالما يتجمع الأفراد مع بعضهم ويكونوا مجموعات اجتماعية، ينخرطون في نشاطات إنتاجية حتى عندما لا تدعو الحاجة لها، فيقول ماركس أنّ الإنسان ينتج عندما يتحرر من الحاجة المادية، والإنسان أيضاً يكون أشياء طبقاً لقانون الجمال فهو عندما يشكل مجموعات اجتماعية يبدأ بالإنتاج أكثر مما يحتاج إليه لغرض البقاء المادي المجرد، ويقم بالإنتاج لغرض المتعة الفنية بدلاً من العمل فقط لغرض سد الجوع أو العطش.

¹ - هارلمبس وهولبورون: مرجع سابق، ص 25.

² - ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص 39.

ويرى ماركس أنّ الثقافة تنشأ من الفعالية الإنتاجية للإنسان، وبعد أن يوسع الإنسان نشاطاته إلى ما وراء حاجاته الضرورية فهو يبدأ بتطوير وعيه الذاتي، وهذا يسمح له وبقوة في خلق ثقافته الخاصة، حيث يقول ماركس في كتابه "رأس المال" « إنّ تصورات الإنسان العامل وابتكاراته تختلف نوعياً عن السلوك الميكانيكي لحشرات النحل والحيوانات الأخرى، فالمعماري عندما يقوم ببناء المشروع يمارس البناء في عقله، والنتيجة التي ينتهي إليها بعد عملية البناء تكون حاضرة سلفاً ومنه البدء في تصوراتها بشكلها المثالي »¹.

ولهذا نجد ماركس اتبع منهجية لا ترى في الثقافة على أنها المسؤولة على إنتاج العوامل الاجتماعية، وإنما اتبع منهجية أخرى، تفسر كيفية توليد العوامل الاجتماعية للظواهر الاجتماعية ويجب الإشارة إلى أنّ العوامل الاجتماعية تسمية خاطئة لأن ماركس نظر إلى العوامل الاقتصادية والاجتماعية على أنها أساس كل شيء بما فيها الثقافة، وقد طور ماركس في كتاباته الأول فكرة أنّ البناء الاقتصادي المنظم اجتماعياً لأي مجتمع يشكل ثقافته ثم توسع في هذه الأفكار لاحقاً عندما وصل في كتاباته إلى مرحلة النضج، كانت الصورة التي رسمها ماركس للعلاقة بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية والعوامل الثقافية في كتاباته اللاحقة إحدى الأمور الأكثر إثارة للجدل في دراسته لسوسيولوجيا الثقافة وهي فكرة البنية التحتية والبنية الفوقية الشهيرة²، وهنا نجد أنّ ماركس في أفكاره إلى حدّ جعل الثقافة في المجتمع الطبقي هي تعبير عن إيديولوجية الطبقة الحاكمة، ومن هذه الزاوية تعتبر الثقافة مشوهة من جانب الطبقة المسيطرة عن العالم المتقدم، هي جزء من التركيب الأعلى للمجتمع، وهذا التركيب العلوي يميزه الأساس الاقتصادي أو البناء التحتي والطبقة الحاكمة تستعمل قوتها الاقتصادية لرسم ثقافة المجتمع يقول ماركس: «إنّ أفكار الطبقة الحاكمة هي الأفكار المسيطرة في كل زمان، بمعنى أنّ الطبقة المسيطرة مادياً في

¹ - هارلمبس وهولبورون: مرجع سابق، ص 26.

² - ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص 39.

المجتمع هي في نفس الوقت السيطرة على وسائل الإنتاج الفكرية خاضعة لتلك الطبقة، فالأفكار المسيطرة ليست أكثر من كونها تعبير عن العلاقات المادية المسيطرة»¹، وهنا نشير أنّ الماركسيون المعاصرون استعملوا مثل هذه المقولات كأساس في تطوير نظريات ماركسية في المؤسسات مثل الإعلام الجماهيري، ويأتي من ضمن إدعاءات ماركس حول الإيديولوجيا السائدة الظروف المحيطة لإنتاجها واستهلاكها، وفيما يتعلق بالاستهلاك فإن الطبقات التي تفتقر إلى القوة ماديًا ستفتقر أيضًا إلى القوة ثقافيًا، ونتيجة لهذا لن يكون تمثيل هذه الطبقات القدرة على تأكيد أنّ هذه الإيديولوجيا ما هي إلا تشويه للواقع الاجتماعي الذي يخدم مصالح الطبقة المسيطرة، إضافة إلى هذا فإنّ هذه الطبقات عادة ما تتقبل الوضع القائم، ونفهم من هذا النموذج أنّ الثقافة هي عبارة عن إيديولوجيا².

وهنا تعني الإيديولوجيا تحريف الواقع الاجتماعي أو تشويه لخدمة المجموعة المسيطرة ومن ثم تساعد الثقافة في إعادة إنتاج المجتمع بأساليب تحجب صورته الحقيقية عن أعين الذين ينتمون إليه، وفيما يخص عملية الإنتاج فإنّ الذين ينتجون الإيديولوجيات وينشرونها هم مجموعة معينة من الأفراد الذين ينتمون إلى الطبقة المسيطرة في المجتمع، مثل المفكرين والفنانين والفلاسفة ورجال الدين فدورهم في إنتاج الإيديولوجيا ونشرها لتقبلها وتمارسها القطاعات الأخرى في المجتمع، ومن المهم هنا أن ننوه إلى أنّ ماركس لم يهدف إلى المشاركة في نقاش تأمري، فهؤلاء المنتجون للإيديولوجيات لم يخططوا عمدًا للتضليل والتشويه فهم بشكل عام يؤمنون بما يكتبون ويقولون ولم تكن عملية الإنتاج هذه مقصودة من جانبهم³.

1- هارلمبس وهولبرون: مرجع سابق، ص28.

2- ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص41-42.

3- المرجع نفسه، ص42.

ومن التفسيرات الأخرى لماركس هي تأكيده على الفروقات الطبقيّة بين الثقافات، فمختلف الطبقات يكون بها دائماً مختلف الثقافات وذلك بسبب اختلاف ظروف وجودها المادي. فالتجارب المختلفة في حياة أعضاء الطبقة الحاكمة أو الطبقة العاملة سوف تخلق تصورات مختلفة عن العالم وبالتالي ينتج عنها ثقافات مختلفة فالأدب الذي تفرزه الطبقة العاملة سيكون مختلفاً عن أدب الطبقة الحاكمة نظراً لاختلاف الاهتمامات والعادات والمواقف في كل منهما.

وبهذا يرى ماركس أنّ ثقافة المجتمع ككل سوف تتغير في النهاية، فالوعي الطبقي سوف يتطور لدى الطبقة العاملة وسوف يصبح بإمكانها رؤية الأشياء وفق الإيديولوجيا المشوهة للطبقة الحاكمة، والرأسمالية سوف تستبدل بالشيوعية وفي غياب سيطرة واستغلال الطبقة الحاكمة يصبح بمقدور الأفراد العودة لإنتاج الأشياء المعبر عن وجودهم الإنساني¹.

لقد ارتبط وجود الثقافة الجماهيرية كظاهرة ببروز تحليلات الماركسية الحديثة التي أسهبت وأعطت تحليلاً للثقافة وللثقافة الجماهيرية وهي في كل هذا مستمدة مسلماتها من الماركسية التقليدية، ويمكن أن نجد هذا أكثر في نظرية ريموند وليمس حول الثقافة والمجتمع، هذه النظرية التي تبدأ في ربط متغير الوعي الطبقي بالثقافة ثم تعطي تحليلاً لثقافة الطبقة والطبقة البرجوازية، ثم تتعرض إلى الثقافات المنتمية، الناشئة، البديلة والمعرضة، ومن خلال هذا لم تنكر الماركسية المحدثّة تأثير العوامل الاقتصادية على الثقافة ولكن ليست لها القابلية على صياغة الثقافة بشكل صريح وواضح وبالتالي الثقافة في المفهوم الماركسي الحديث هي طريقة كاملة للحياة وعملية اجتماعية شاملة.

إن تحليلات الماركسية المحدثّة تبدأ مع تحليل ثقافة الطبقة العاملة، فالأساس في هذه الثقافة هو تبني العمل الجماعي لأعضائها وعليه ثقافة الطبقة العاملة ترتبط

¹ - هارلميس وهولبرون: مرجع سابق، ص28.

بالمؤسسات الجماعية ، وهي في هذا تنكر وجود إيديولوجية ذات سيطرة كاملة على المجتمع فوجود الايديولوجية المسيطرة يرافقها دائما التحدي المتمثل بوجود الايديولوجيات البديلة.

إن التحليلات الماركسية المحدثه شجعت الباحثين بطريقة جديدة في الغوص في ثقافة الطبقة العاملة ثم دراستها بعمق، وهؤلاء الباحثون حاولوا الابتعاد عن الصيغة التقريرية الماركسية ويأخذوا بالاعتبار الظروف التاريخية المعينة والنشاطات الإنسانية الخلاقة ، إلا أنهم مع ذلك لم يتمكنوا في الواقع الإجابة عن السؤال المتعلق العلاقات الدقيقة بين الاقتصاد والثقافة هذا ما أشار إليه منطري ما بعد الحداثة عندما رأوا أن ثقافة الطبقة العاملة رغم أهميتها في المجتمعات الحديثة إلا أنهم لم تعد كذلك في مجتمعات ما بعد الحداثة وهنا نشير أن الماركسية المحدثه في تحليلاتها تأثرت بمركز برمنكهام للدراسات الثقافية المعاصرة في فترة السبعينات والثمانينات ببريطانيا وقد توسع المركز في دراساته للثقافة لتشمل ثقافة الشباب مستخدما عناصر الماركسية ضمن التحليل وعليه فالأفراد يولدون ضمن ثقافة معينة وهذه الثقافة تميل إلى تشكيل الطريقة التي فيها يرى الأفراد العالم، فالثقافات ترتبط دائما بالخبرات والظروف المادية وهي تتشكل على الدوام وفي كل هذا لا وجود لثقافة تسيطر على المجتمع.

إن الماركسية المحدثه ترى «أن الأشكال الثقافية الأخرى سوف لن تكون خاضعة فقط للنظام المسيطر، بل إنها سوف تدخل في صراع معها، أو تسعى إلى تغيير وتليين مواقفها، أو التفاوض معها ومقاومتها أو حتى إسقاطها، فالصراع بين الطبقات حول الحياة المادية والاجتماعية يتطلب باستمرار صراعا دائما حول توزيع القوة الثقافية»¹.

ثانيا: الثقافة الجماهيرية من التحليل الماركسي إلى الاتجاه النقدي

¹ - المرجع نفسه، ص 24-28.

تبقى الثقافة الجماهيرية محل نقد انطلاقا من التيار الماركسي وفي الاتجاه النقدي وهذا ما سنبينه في هذا التحليل في المباحث المقبلة، ولعل رؤية مدرسة فرونكفونت للثقافة الجماهيرية تبقى أحسن رؤية تتبنى الاتجاه الماركسي والاتجاهات النقدية ككل، ويبرز هذا أكثر في إسهامات "تيودور أدورنو" حول الصناعات الثقافية والوضع الاعتباري للفن داخل المجتمعات الرأسمالية المتقدمة¹ وهنا نشير أن الاهتمامات الرئيسية ل"تيودور أدورنو" كانت منصبة على مجال الثقافة² والحقيقة أن النقد الثقافي يمثل الإسهام الرئيسي لأدورنو في النظرية النقدية، وهو ما يوضحه في المقام الأول البحث الذي كتبه مع هوركايمر، ونشر بعنوان جدل التنوير عام 1944 « وحيث يظل هذا الوعي العلمي الحديث بمثابة المصدر الرئيسي للانحطاط الثقافي»³ وهنا يقصد بالانحطاط الثقافي الثقافة الجماهيرية في حد ذاتها، وقد أنتج أدورنو على وجه الخصوص كمية معتبرة من الأعمال في الأدب والموسيقى والثقافة الشعبية، والتركيز هنا على التحليل الموجه إلى الطبقات المثقفة وتلك الطبقات الموجهة إلى الطبقات غير المثقفة" ويركز منظرو مدرسة فرانكفورت على الأشكال والأعمال الفنية ولا يقدمون تفسيرات اقتصادية لها كما فعل ماركس⁴ ويقترح أدورنو أن النسق النظام الرأسمالي مازال يولد شعورا بعد الأمان الاقتصادي لذا فقد هيأت الثقافة لإنتاج شعور بديل في حقيقة شعور زائف بالأمان والاستقرار ويتم خلق هذا الشعور بطريقتين:

- توحيد المواصفات القياسية لمنتجات الثقافة سواء أكانت أخبارا أو أشرطة أو أغاني أو تمثيلات حيث تتشابه الحبكات والأنغام والإيقاعات وأدوار اللعب في أسسها الأولية.

¹- بيرنار رمبيج: مرجع سابق، ص34.

²- تومبوتومور: مرجع سابق، ص48.

³- المرجع نفسه، ص49.

⁴- جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2003، ص94.

- ترك الانطباع من خلال هذه المنتجات بحرية الاختيار وبأنها تعبر عن معاني فردية¹.
إن الفكرة الرئيسية لكتاب جدل التنوير تبدأ مع مقولة " تفرق البشرية في نوع جديد من البربرية بدل أن ندخل إلى حالة إنسانية حقيقية ولكن أهمية الكتاب تبدأ مع المقال الثاني المخصص لمفهوم "صناعة الثقافة" أو ما يعرف بـ "التنوير كخداع للجماهير" وكل هذا يرتبط بفرضية ماركس القائلة «الأفكار السائدة في كل عصر هي أفكار الطبقة السائدة، وأن التكنولوجيا الحديثة يجب النظر إليها على أنها زادت التأثير الذي غرست به هذه الأفكار في المجتمع ككل»² ، ففي مقابل هذه النظرية الماركسية يرى أدورنو أن التكنولوجيا والوعي التكنولوجي قد أنتجتا ذاتهما ظاهرة جديدة في شكل ثقافة جماهيرية نمطية ومنحطة، تجهض النزعة النقدية وتخرسها، ويتناقض مفهوم أدورنو عن هذه الثقافة الجماهيرية بشكل لافت مع رأي بنيامين الذي أثرت أعماله بعمق على نظرية علم الجمال في مرحلة أسبق³. كما نشير أن الفصل المعنون بـ "الثقافة باعتبارها صناعة، التنوير التنوير كخداع جماهيري" في كتاب جدلية التنوير يرى أن الثقافة الجماهيرية حجر أساس في أي دراسة، وهذه الثقافة مرتبطة بالمجتمع الحديث، وعلى هذا الأساس هي صناعة مثل الأفلام وبرامج الراديو الصحف والمجلات وبالتالي هي صناعة احتكارية للحياة الثقافية، أكرمت بقوتها المادية والإدارية الأشكال الثقافية الأخرى والإنتاج الثقافي مثل الثقافات الفولكلورية الأصلية من الصورة¹.

إن الثقافة باعتبارها صناعة جزء من عملية القمع الشمولية في المجتمع الرأسمالي الحديث ومع القرن العشرين أصبحت الثقافة جزءا من شمولية متكاملة نجدها متلاحمة بشكل شبه كامل مع الاقتصاد الرأسمالي، وهذا يعني أمرين، أولهما: أن الثقافة أصبحت

¹- المرجع نفسه، ص 94-95.

²- توم بوتومور: مرجع سابق، ص 50.

³- المرجع نفسه، ص 50.

¹- ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص 73.

الآن عبارة عن آلية تعمل لخدمة الوضع الراهن فحسب، وثانيهما أن الثقافة أصبحت عبارة عن سلعة ليس إلا وبالرجوع إلى فكرة "ضمنية السلع الماركسية" أشار أدورنو وهوركهايمر إلى أن المنتجات الثقافية مثل الكتب واللوحات الفنية والعروض الموسيقية لم تكن خاضعة كلياً في القرن التاسع عشر للنظام الرأسمالي بغية صناعة الأرباح، ولكن الآن أصبح مبدأ الربح السريع يسيطر كلياً على عملية الإنتاج الثقافي، فالآن عوضاً من قراءة المنتجات بعناية أو مشاهدتها والاستمتاع إليها، نجد أن المنتجات الثقافية وجدت لتستهلك وأصبحت قيمتها الوحيدة هي القيمة المادية وما تساويه نقدياً بدلاً مما تساويه فنياً وبالتالي أصبحت الثقافة اليوم عبارة عن عملية اقتصادية جامدة وواسعة النطاق، بدلاً من أن تكون نسبياً عن الاقتصاد، وبذلك لم تعد ملاذاً لأفكار المفكرين والفنانين التي تنقد العادات الاجتماعية كما كانت في السابق، وبدلاً من ذلك أصبح الإنتاج الثقافي يتوجه نحو الربح المادي أكثر فأكثر².

وفي هذا الصدد يقول هوركهايمر: "إن الاستخدام المعاصر لإبداعات رسامي عصر النهضة الفنية في الرسوم المتحركة السينمائية، إنه ومنذ وقت طويل أصبحت السماء الزرقاء في لوحات الفنان الإيطالي المشهور رافاييل جزءاً من المشاهد الطبيعية في عالم (والت ديزني) وكأن أشعة الشمس تتوسل أن يكتب عليها اسم نوع صابون أو معجون أسنان إذ لا قيمة لها إلا لأنها خلفية لمثل هذا النوع من الإعلانات".
تتكيف الثقافة باعتبارها صناعة، خصوصاً الجزء الذي يتعلق بالإعلانات مع الأنماط الفنية في العصور السابقة وتوظفها لغايات تجارية، فلا مقدس في هذه العملية وكل شيء معرض للاستغلال¹.

²- المرجع نفسه، ص74.

¹- المرجع نفسه، ص75.

إنه في هذا الصدد يقول هربرت ماركيز في مقاله عن فيبر: « ليس تطبيق التكنولوجيا فحسب بل التكنولوجيا نفسها ، هي التي تمثل تسلطا على الطبيعة والإنسان، بطريقة منهجية علمية ومحسوبة وماكرة ، وأن الأهداف والمصالح المحددة لهذا التسلط لا يتم دسها على التكنولوجيا فيما بعد، ومن الخارج وإنما هذا يدخل في تصميم بناء الجهاز التقني»¹.

إضافة إلى هذا يرى هربرت ماركيز: "لم يعد الفيلم والإذاعة في حاجة إلى تمرير نفسيهما كفن، لقد أصبح مجرد عمل تجاري، هنا تكمن حقيقتهما وإيديولوجيتهما التي يستعملانها من أجل إضفاء الشرعية على البضاعة الرديئة التي ينتجانها عمدا، إنهما يعرفان نفسيهما باعتبارهما صناعة، كما يبطلان جميع الشكوك حول الضرورة الاجتماعية لنتاجاتهما من خلال نشر مجموع عائداتهما".

كما يضيف أن تكنولوجيات الصناعة الثقافية لم تتجح سوى في التقنيين والإنتاج الغزير وهذا نتيجة لوظيفتها في الاقتصاد الراهن، وعليه فالحقيقة الكامنة وراء كل ذلك هي أن سلطة الصناعة الثقافية نابعة من كونها تتماهى مع الحاجة المنتجة ولا تتصدى لها فقط، على الرغم من أن هذا التصدي كان يدل على أنها قوية جدا أو عاجزة².

إن الثقافة الجماهيرية لدى كل منظري التيار النقدي وخاصة مدرسة فرانكفورت يرون أنها تترك آثار سلبية على الفرد والمجتمع ويمكن إجمالها في النقاط الثلاث التالية³:

- ترسيخ قيم الإمتثالية حيث تعمل وسائل الإعلام عن طريق مضامينها على إنتاج نمط من الإنسان يؤدي دوره في المجتمع وفقا للتوقعات السائدة دون أن يشارك بفعالية في مقارعة أو تغيير ما هو قائد في المجتمع.

¹- توم بوتومور: مرجع سابق، ص79.

²- بيرنار ميبيج: مرجع سابق، ص35.

³- جمال العيفة: مرجع سابق، ص97-98.

- القضاء على التنوع الثقافي في المجتمع حيث يصبح إنسان وسائل الإعلام يفكر التفكير نفسه ويسلك سلوكا شبه موحد ، وهذا الواقع قضى تدريجيا على التنوع الثقافي الذي يميز مجتمعات تتنوع في اللغة والعوائد والتجربة والإحساس المشترك والتاريخ.
- خلق مجتمع استهلاكي: حيث تقوم هذه الوسائل بترويج بضاعات ذات طابع تجاري مرتبط بالإنتاج الرأسمالي المربح.

ثالثا: تمثلات ماكس فيبر لإشكالية الثقافة الجماهيرية:

يعتبر "ماكس فيبر" عالم اجتماع ألماني وهو من أصحاب التأثير الأبرز في علم الاجتماع المعاصر، ولد في مدينة ايرفورت عام 1864 وحصل على درجة الماجستير في موضوع شركات التجارة في العصور الوسطى، ودرجة الدكتوراه حول التاريخ الزراعي لروما القديمة، ومنه عمل أستاذ للاقتصاد وللإقتصاد بجامعة فرايبورج وهيدلبرج ومونخ وكان يرفض أن يطلق عليه وصف (عالم اجتماع) حتى توفي عام 1920 إثر إصابته بانهايار عصبى¹.

إن ماكس فيبر في تحليله للثقافة وكأنه ينتمي للمثاليين أكثر من انتمائه إلى الماديين فتعريفه للثقافة بأنها، "شريحة محدودة في فضاء عالمي لا نهائي يفتقر إلى المعنى، ومع ذلك يمنح البشر هذه الشريحة معنى ودلالة" وهو في هذا يسير على خطى الرومانتيكية الألمانية والتقليد المثالي الذي ركز على مغزى الثقافة وبالمثل فإن تعريفه للسوسيولوجيا بأنها "الفهم التفسيري للفعل الاجتماعي" قريب من رأي الكثير من المفكرين الذين يرون أن السوسيولوجيا ينبغي أن لا تكون شبيهة بالعلوم الطبيعية، ولكن يجب أن تشمل منهاجا تفسيريا يدرس كيف يمكن للمعاني الثقافية أن تحفز الفعل الاجتماعي للعمل

¹- توم بوتومور: مدرسة فرانكفورت، (تر) سعد هجرس، دار أويا، ليبيا، ط2، 1999، ص202.

بطريقة معينة، ويشمل فهم الفعل الاجتماعي إعادة بناء السياقات الثقافية لهذا الفعل ، تلك السياقات التي عادة ما تكون مشبعة بالمعاني.

في حين رأى بعض الدارسين أن سوسيولوجيا فيبر تعمدت معارضة المنهج الماركسي فلا بد أن بعض أعمال ماركس بدت له مادية بفضاضة، خصوصا أن أعماله الأولى لم تكن متوافرة لعدم نشرها في ذلك الوقت، وعلى الرغم من ذلك يعد نهج فيبر السوسيولوجي محاولة لصقل أفكار ماركس بدلا من رفضها، خاصة تلك الأفكار المتعلقة بالثقافة، كما صرح فيبر في نهاية أحد أشهر أعماله - الأخلاق البروتستانتية الذي يعد غالبا أكبر مساهماته المثالية في السوسيولوجيا بقوله: « أنا بالطبع لا أهدف إلى أن أستبدل التفسير المادي أحادي الجانب لتطور التاريخ والثقافة بأخر روحاني فكلاهما محتمل، ولكن اعتماد أي منهما كنتيجة وليس كمقدمة للدراسة لن نجد منا كثيرا لنتقص الحقائق التاريخية»¹.

يطبق فيبر مبدأ السوسيولوجيا اللاإرادية حيث يرغب في تبني فكرة أن المرء لا يستطيع افتراض حتمية أن العوامل المثالية أو الثقافية من جهة أو العوامل المادية أو الاقتصادية من جهة أخرى أهم العوامل في تفسير أي حالة اجتماعية، وإنما على المركز أن يدرس بتمعن البيانات التجريبية ثم يقرر على أي من وجهي العملة سيركز، إن الاختلاف الرئيسي بين ماركس وفيبر في هذا الصدد هو افتراض ماركس دائما أن علينا إعطاء العوامل المادية والاقتصادية الأولوية في حين يعترف فيبر بفائدة هذه الفرضية أحيانا، يعني أنها قد تكون مضللة في بعض الأحيان، فبالنسبة لفيبر يتسم واقع أي وضع اجتماعي معين في حين بالفوضوية والتعقيد وكل ما يستطيع السوسيولوجي فعله هو بناء نماذج لاستخلاص بعض المعاني من هذه الفوضى، وينبغي أن تكون هذه النماذج دقيقة

¹- ديفيد انغليز : مرجع سابق، ص 48-49.

ومناسبة للدراسة، لذلك لابد من تجنب فرض نموذج مادي أو مثالي على وضع اجتماعي معين حين نجد ما يسوغ ذلك، ففيبر لا يهتم بتفسير أحادي، إنما يولي اهتمامه للتفسيرات المتعددة الجوانب التي تجسد تعقيدات الوضع المدروس بقدر ما تسمح به الأدلة الامبريقية التجريبية.

إن ماكس فيبر لا يرى بأن هوية المرء في مجتمع طبقي تتحدد بشكل أساسي بناء على الطبقة التي ينتمي إليها، فيمكن أن يكون للمرء هويات ثقافية أخرى كالاعتزاز بالانتماء إلى ناد رياضي، وسيرتبط هذا الانتماء والمشاعر المصاحبة له بالطبقة، إلا أنه ارتباط غير مباشر، لكن يرفض ماركس احتمالية وجود هويات ذات أهمية أكبر من الهوية الطبقة.

إن ماكس فيبر يرى بأن العوامل الثقافية أساسية مثل العوامل الاقتصادية والاجتماعية لأن هذا يزيد من الانقسام بين العوامل الثقافية كالدين وما حدث على الصعيد الاجتماعي الاقتصادي، وقد حاولت دراسات فيبر للديانات العالمية الرئيسية أن تشير إلى أن المعتقدات الدينية محفزة للأفعال الاقتصادية ولو مبدئياً ، فعلى سبيل المثال رأى فيبر أن العقلية المرتبطة بالكونفوشية الصينية جعلت أشكال الفعل الاجتماعي تتسم بالتقليدية والرغبة في الحفاظ على الموروث الاجتماعي كما هو بالمقابل تتمتع بالديانة المسيحية بطبيعتها بالقدرة "التحويلية العالمية" تلك القدرة التي تتوجه نحو تغيير الأوضاع الاجتماعية ولذلك فإن أحد أسباب تطور الرأسمالية الحديثة في الغرب دون الدول الأخرى يعود إلى حد ما إلى الطبيعة الديناميكية للعوامل الدينية والثقافية المرتبطة بالديانة المسيحية¹.

وقد كانت دراسة فيبر الأخلاق البروتستانتية ساعدا في رسم السياق الثقافي للرأسماليين الأوائل الذين حرموا أنفسهم المتعة واستثمروا أرباحهم في سبيل زيادتها، ورأى

¹ - المرجع نفسه، ص50.

فيبر أن الثقافة البروتستانتية وإن لم تكن وحدها لعبت دورا مهما في تطور الرأسمالية، وهي الحقيقة التي غفل عنها ماركس بسبب هوسه بالعوامل المادية وعليه فإن فيبر رأى أن الظاهرة الثقافية كالعقيدة الدينية ممكن أن تكون بحد ذاتها عاملا مهما في تحفيز التطور الاقتصادي والمادي.

يرى فيبر أن العلاقة الخاصة التي تنشأ بين العوامل المادية والمثالية في بعض الحالات والتي تمارس بموجبها كل منها التأثير في الأخرى فعلى سبيل المثال مالت بعض الطبقات الاجتماعية إلى تبني أخلاقيات دينية معينة حتى تتمكن من الحفاظ على نفوذها وثروتها أو زيادتهما، إذ تحافظ الطبقات الأرستقراطية تتجذب إلى الديانات ذات الطابع الشكلي التي تتسم بطقوس دقيقة جدا وتتبناها تاركة وراءها العبادات التي تتصف بالحماسية والانفعالية للطبقات الأدنى في السلم الاجتماعي¹.

يعد هذا التوجه المتطور بمنزلة الأساس الذي بني عليه فيبر تشخيصه للعلل الثقافية والاجتماعية للحدثة، ففي بداية القرن العشرين سيطر على المفكرين الألمان شعور بالتشاؤم حيال الأوضاع الثقافية المعاصرة، فقد شعروا بأن معايير الحياة الثقافية، ومن ثم الحياة بحد ذاتها في انحدار سريع بسبب سطوة الثقافة الجماهيرية التي تتسم بخلوها من المشاعر، وقد وصف "جورج زيمل" الذي عاصر فيبر هذا الوضع بأنه تراجعيا ثقافية، وأشار زيمل إلى أن الثقافة الجماهيرية التي كانت سائدة آنذاك والتي ضمت الصحف والمجلات والروايات الشعبية، شكلت ضغطا قويا ومتزايدا وباتت سيطرة الأفراد عليها في تناقض مستمر، وما أثار هذه الأفكار إلى حد ما هو خوف المفكرين الألمان من أن هذه

¹ - المرجع نفسه، ص 50-51.

الأشكال الثقافية الجديدة تهدد سيطرتهم على النفوذ الثقافي وقدرتهم على تصنيف الثقافة بأنها صالحة أو سيئة لعامة الشعب¹.

كان ماكس فيبر أيضا أحد أولئك الذين نفروا من الثقافة الجماهيرية الجديدة ولم يثقوا فيها، وكانت هذه الثقافة قد بدأت بتغيير شكل المجتمعات الغربية ولكن على عكس زيمل لم يرى فيبر أن هذه المسائل ناتجة ببساطة من الثقافة الحديثة بحد ذاتها، ولم يقر بأن البنية التحتية الاقتصادية للرأسمالية وحدها المسؤولة عن المشاكل التي يعانيتها المجتمع، وأكد وصفه للحدثة بأنها قفص حديدي من السيطرة البيروقراطية وأن لهذه المسألة أبعادا مادية وأخرى مثالية ونجد الأبعاد المادية مستقرة في التنظيم المادي للمجتمع الحديث من خلال البيروقراطية المسيطرة على المجال الاقتصادي المتمثل بالمشاريع الرأسمالية الكبرى والمجال السياسي المتمثل بإدارة الدولة، وعلى المستوى الأكثر مثالية نجد أن هناك توجها يركز على العقلانية ويتوجه نحو تنظيم القضايا الحياتية والقضاء على القيم الروحانية والدينية القديمة واستبدال ما رآه فيبر ومفكرين آخرون عقلية عقيمة علمية بها.

وقد وصف الشاعر قوته هؤلاء الذين يعيشون في مثل هذا السياق الثقافي بأهم "متخصصون بلا روح وشاعريون بلا قلب" ولا يدعي فيبر أن هذه المشكلة ثقافية في ظاهرة فقد، فهي تعني أيضا بالتنظيم المادي للمجتمع من خلال البيروقراطية، كما أنها ناتجة من تغيير العقلية في المجال الثقافي، ومرة أخرى رفض فيبر أن يخضع لما رأى أنه شرح مبالغ في مستوى ببساطته سواء أكان هذا الشرح ماديا أو مثاليا بطبيعته وهو ما ابتليت به السوسيولوجيا حتى ذلك الحين².

¹ - المرجع نفسه، ص 51-52.

² - المرجع نفسه، ص 52.

المبحث الثالث: الثقافة الجماهيرية - إشكالية الخطاب و التأثير

أولاً: إشكالية الخطاب للثقافة الجماهيرية

يمكن أن نستخلص إشكالية خطاب الثقافة الجماهيرية من المقال الذي كتبه " Jean marie peimme" والذي ترجمه الدكتور نصر الدين العيافي في المجلة الدراسية للاتصال وهذه الإشكالية تأتي من الملاحظات الأربع التالية¹.

1. أنه خطاب عام يقع في ملتقى خطب أخرى والثقافة الجماهيرية ترتبط بكل نظريات القانون والاقتصاد وعلم الاجتماع والعلوم السياسية وعلم اللاهوت... وبالتالي الخطاب عن الثقافة الجماهيرية يولد الغموض ويقوم بالانتقاء، وهو خطاب ذا طبيعة علمية وغير متكافئ، وهنا يطرح السؤال هل أن الثقافة الجماهيرية تفتح الطريق إلى الدكتاتورية والاستبداد؟ وهنا الإجابة التلفزيون هو نافذة مفتوحة على العالم، وأن السلطة السحرية للصورة تقود الإنسان نحو الحضارة التي يكون فيها الاغتراب كاملاً، وفي هذا الصدد فإنه ليس لنا سوى أن نفاجأ من الاستخفاف الذي يجعل فكر المثقف يستشهد بكاتب مثل (مارشال ماكلوهان).

2. إنَّ الخطاب عن الثقافة الجماهيرية خطاب مثقفين، يتمتع كل الذين يتحدثون عن الثقافة الجماهيرية بهذا القدر أو ذاك بتكوين ثقافي غير جماهيري، إنه خطاب المثقفين الذين يعيشون في الثقافة الجماهيرية ومنها.

وهنا تنتج علاقتهم الفضولية بالثقافة الجماهيرية، يقصون أنفسهم من تأثيرها لكنهم يشكلون طرفاً في التعايش الذي تثيره، هكذا يتحدثون عن الخير والشر الذي تجلبه الثقافة الجماهيرية للآخرين، وكأن هذه الثقافة الجماهيرية مستقلة تماماً عن الموقع الذي

¹- نصر الدين العيافي: عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، مرجع سابق، ص 228-231.

يحتلونه والأدوار التي يقومون بها وسط تشكيلة اجتماعية محددة، وكن خطبهم عن الثقافة الجماهيرية ليست لها وظيفة أخرى ماعدا شرح ظاهرة خارجة عنهم تلاحظ بموضوعية.

3. إنَّ الخطاب عن الثقافة الجماهيرية نجده يعاني من عدم الدقة، في موضوعه وفي مجال بحثه وبالفعل هو يدخل العديد من الأشياء الأكثر تنوعا على مفهوم الثقافة الجماهيرية إلى درجة أن العديد من المؤلفين يعتقدون ضمنا أن كل قارئ بعرف عن ماذا نتحدث بالضبط، بدل أن يسعوا إلى التحديد بكل صرامة ودقة الواقع الذي يغطيه مفهوم الثقافة الجماهيرية¹ بالإشارة إلى عدم الاختلاف في الخطب عن الثقافة الجماهيرية، غير أن الوحدة التي نتحدث عنها ليست فعلا تلك المتعلقة بالآراء الفردية، لكنها آراء المنظومة لا تنتمي إليها بكل ما تحمله من تشابه واختلاف، إننا لا نطرح من هذه الخطب اختلافاتها وتحتفظ بالعناصر المشتركة فيها، فمثل هذا الإجراء يكون ناقصا مبتورا، إضافة إلى كونه يلغي بدون حق التعارض في المواقف المدافع عنها، بدل تعيينها في الحقل العام الذي يعطي لها المعنى فالوحدة الأساسية في لإشكالية الثقافة الجماهيرية واضحة ومرئية في النموذج النظري الذي لم تكف مختلف الخطب عن تعيينه، فهناك ثقافة جماهيرية يقال عنها هابطة وتعارض الثقافة العليا، كما أنَّ البعض يتحدث عن ثقافة متوسطة. إنَّ الشيء جلي وواضح لدى الذين ينددون بالثقافة الجماهيرية، لكنه ليس أقل وضوحا لدى أولئك المتسامحين معها أو الذين يؤازرونها جهرا، ويتم الدفاع عن الثقافة الجماهيرية باعتبارها ثقافة هابطة وليس كثقافة مغايرة جذريا، فالذين يدافعون عنها نجد لديهم تكاملا نسبيا بينها وبين الثقافة الراقية سواء

¹ - المرجع نفسه، ص 230.

باعتبارها أنّ الثقافة الجماهيرية تبسط الثقافة الراقية، وأنها تقوم بالوظائف التي لا تقوم بها هذه الثقافة، هذه الفرضية يقدمها أساسا منتجو الثقافة الجماهيرية¹.

إنّ ترتيب الثقافات هو تمثيل مؤكد في خطب الثقافة الجماهيرية وإنّ اختيار هذا التفسير يمنع من معالجة إشكالية الثقافة الجماهيرية كإيديولوجية، ويمنع من رؤية نوع الضرورة التي تؤسسها والتي تجعلها موجودة، وأنّ ما يشكل الحقل المرجعي الذي يستند إليه خطاب الثقافة الجماهيرية للحديث عن الثقافة الهابطة لا يختصر في القول.

وإنّ التصور البيولوجي للفن يوحد كل أشكاله الثقافية الجماهيرية، ويحدث سلما في القيم التي تشكل أساس تفكيرنا في الثقافة الجماهيرية سواء بالسلب (هدم القيم الثقافية) والإيجاب (تبسيط الثقافة القديمة)، ظهور إشكالية ثقافية معادلة لها.

إنّ النموذج النظري للثقافة الجماهيرية غير مبرر بواسطة الخصائص الداخلية وحدها للثقافات المطروحة بل مبرر أيضا بواسطة التأثير الذي من المنتظر أن تحدثه على جمهورها².

إنّ التحليل يخلو تماما من الملائمة حيث تبدو الثقافة الجماهيرية واضحة نسبيا الذين يتحدثون عنها، إنها تشمل بصفة عامة منتجات الراديو والتلفزيون والسينما، والكتب والجريدة والمجلة، أي باختصار كل المنتجات المقدمة للجمهور بقنوات جماهيرية، إذ بنوع من الحشو يمكن أن يتحقق الاتفاق الضمني حول ما يحدده مفهوم الثقافة الجماهيرية، ويسمح هذا الحشو بمعرفة الموضوع الذي نتحدث عنه، ويغلق إشكالية الثقافة الجماهيرية في معرفة موضوع وهمي ويقدمه كشيء بديهي.

غير أن الثقافة الجماهيرية تغطي في بعض الأحيان مجالا أكثر تحديدا، وتبدو الثقافة الجماهيرية في بعض الحالات شديدة الارتباط بمفهوم الترفيه، وفي هذه الحال لا

¹ - المرجع نفسه، ص 233.

² - المرجع نفسه، ص 234-235.

تشمل كل المنتوجات الجماهيرية، بل الأفلام، والألعاب، والرياضة فقط وبعبارة أخرى إنها تشمل على ما يخرج على نطاق ما نسميه عادة بالإعلام السيوسيو اقتصادي والسياسي.

لذلك فإن الثقافة الجماهيرية بمعناها الواسع تستند إلى نمط توزيع المنتج، وترتكز بمعناها الضيق على وظيفة مفترقة ممثلة في تلبية حاجة الحاجة إلى الترفيه والحاجة إلى الإعلام، تبرز هاتين الحاجتين الأصليتين وتدعم التميز الذي يحدث عادة بين ميدان الإعلام وميدان الثقافة الجماهيرية.

4. إنه خطاب يتطور بمعية خطاب آخر، خطاب المجتمع الجماهيري، وإن موضوع المجتمع الجماهيري شديد الارتباط بالثقافة الجماهيرية بشكل ضمني أو متستر وهنا تبدو الثقافة الجماهيرية خطيرة على وجه الخصوص سواء اعتبرت كسبب ممكن لقدم المجتمع الاستبدادي أو تم تعيينها تأثير مرئي لمجتمع استبدادي قيد التحقق، هكذا ترتبط الثقافة الجماهيرية بالتحول والتغير في المجتمع، أنها ترتبط على مستوى قرائن التغيير، بالتصنيع وتطور التقنية، وتغيير العلاقات بين الأشخاص، وتغيير المحيط، إنها تشارك في أزمة الثقافة التي تغير في موقعها القانوني وفي طبيعتها، وهي ذاتها ممثلة لأزمة عامة في المجتمع¹.

إن الخصائص العامة الأربع التي ذكرناها لا تكتفي لتوؤها لمعالجة مختلف خطب الثقافة الجماهيرية كأنها موحدة بإشكالية واحدة هي يجب التأكيد على النظام المفهومي هو ذاته الذي يوظف في الهجوم على الثقافة الجماهيرية أو في الدفاع عنها، غير أن هذا التقارب المفهومي لا يسمح لنا

¹ - المرجع نفسه، ص 231.

ثانيا: تأثيرات الثقافة الجماهيرية

في هذا الجزء سنتطرق بالتحليل إلى الآثار التي تخلقها الثقافة الجماهيرية على الإنسان والأمر يتعلق بجدلية الفرد والمجتمع كبعد أساسي في الحياة اليومية للإنسان حيث نجد اليوم متغير التكنولوجيا والتطور الحاصل أصبح له عدة معان ومفاهيم جديدة فرضتها هذه التطورات وهنا نشير إلى أن تأثير الثقافة الجماهيرية يرتبط بـ (القيمة والحقيقة) و(اللغة والمعنى) و(الزمن والمكان)¹.

إنّ أول تأثير للثقافة الجماهيرية على الفرد والمجتمع هو ما يعرف بالاغتراب وهذا الأخير هو مفهوم ماركس وتم تعريفه في قاموس اليونسكو للعلوم الاجتماعية على انه ذلك الانفصال بين أجزاء الشخصية أو الشخصية برمتها وبين جوانب هامة من عالم التجربة وهنا نشير إلى أنّ الظروف الاجتماعية هي التي تصنع الاغتراب ولكن في عالم اليوم أصبحت الثقافة الجماهيرية ثقافة اغتراب، وهنا نجد "تيسمان" يرى أنّ الفرد بفعل الاغتراب فقد خمسة عناصر هامة متعلقة بشخصيته كفرد وهي²:

- فقدان القوة، بمعنى وسائل الإعلام تجعلك تصاب بالشروع والخمول.
- فقدان المعنى: وهو يشير إلى عدم إحساس الفرد بفهم الأحداث التي ترتبط ويصبح غير قادر على الاختيار بين البدائل، وقد أشار العديد من الباحثين إلى أنّ السيولة الإعلامية المتدفقة بكثافة على الفرد تجعله يفقد القدرة على التركيز ويصبح غير قادر على فهم الأحداث وارتباطاتها المختلفة.

¹- جمال العيفة: مرجع سابق، ص115.

²- سامية محمد جابر: الفكر الاجتماعي، نشأته واتجاهاته وقضاياها، دار العلوم العربية، بيروت، 1989، ص319-

- فقدان المعيار: حيث أصبحت المعايير الاجتماعية التي تنظم السلوك الفردي متصدعة أو غير فعالة كقواعد للسلوك وبالتالي يؤثر ذلك على الحقيقة.
 - العزلة: أي عزلة الأفراد وتشتتهم عن بعضهم البعض بفعل تدخل عوامل بسيطة تحول التفاعل المباشر بينهم مثل التلفزيون كوسيط تكنولوجي.
 - عزلة الذات: حيث أنّ الفرد لا يدرك ذاته على أنها إيجابية لقوته و ثرائه، ولكنها باعتبارها شيئاً معتمداً على قوة خارجية عنه¹.
- إنّ للمضامين التي تبثها الوسائط الإعلامية المختلفة العديد من الآثار على الفرد سواء كان طفلاً أو شاباً أو رجلاً أو امرأة، وتتعدى هذه الآثار لقيم المجتمع ككل²، وهنا نشير إلى عديد الدراسات الحديثة التي تبين تأثير وسائل الإعلام على كل الفئات من كل المستويات والأعمار خاصة، ذلك التأثير الذي مس الأسرة في عاداتها وتقاليدها وهنا نجد دراسة "إياد البكري" الذي أشار إلى النقاط السلبية التالية³:
- العلو في اللامنطقية وإلغاء العقل في فهم الأشياء و العلاقات والأحداث ويتمثل ذلك في مجموعة كبيرة من الأفلام العلمية والخيالية مثل أفلام الفضاء والصحون الطائرة.
 - تمجيد المغامرة الفردية والشعور بالعظمة الذاتية وقتل الإحساس بالجماعية.
 - الترويج للعنف والوحشية والقتل، كما أنّ الأفلام الأمريكية التي تمتلئ بها دور السينما، ومحطات التلفزيون في العالم الثالث.
 - النزول بالجرأة من محتواها الإنساني وجعلها سلعة، واقترانها بملذات ونزوات الرجال والانحراف بالأسرة عن غاياتها وأهدافها الاجتماعية.

¹- المرجع نفسه، ص319-327.

²- جمال العيفة: مرجع سابق، ص119.

³- ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، (تر)كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص190.

- نشر أفلام العنف والجنس لهدم سلوك الشباب وطاقتهم بما يجعلهم غير قادرين على التكيف مع الواقع.

وهنا نشير أنّ المرأة تعتبر أحد أهم ضحايا الثقافة الجماهيرية، بحيث نجد تم استغلال المرأة وجسدها بشكل واسع وغير مسبوق في الترويج لمختلف السلع، والمنتجات الاستهلاكية بواسطة الإعلانات التلفزيونية والصحفية وحتى الحائطية في الشوارع الكبرى للمدن والمناطق الحضرية¹.

إنّ الثقافة الجماهيرية ساهمت في عزل أفراد المجتمع عن بعضهم البعض، بحيث يستمعون إلى الكل وليس إلى أنفسهم، كما يتم إعلانهم عن كل شيء ولكن لا يستطيعون إعلام بعضهم البعض على حد تعبير "ماكس هوركهايمر"².

وفي هذا الصدد نجد "آرثر أسابغر" يقول: «عندما نتعامل مع برامج إعلامية فيجب ألا ننسى أننا نتعامل مع شكل من الأشكال الفنية، والشكل الفني عبارة عن ظاهرة بالغة التعقيد، ويجب أن نكون حذرين من تقليص البرنامج إلى مجرد نظام من الإشارات أو وسيلة للتنشئة الاجتماعية، أو التلاعب بوعي الناس...»³.

وهذا ما يؤكد "أوايفير بيرغولان" في حديثه عن تأثير وسائل الإعلام على الأفراد الذين يصيبهم الخمول و الكسل، فمستهلك المادة الثقافية يفتقد تدريجيا المعنى والذوق والقدرة على المبادرة والنشاط، بفعل المداومة المستمرة على مشاهدة الأفلام السينمائية و الاستماع للإذاعة وقراءة الشريط المرسوم ومشاهدة التلفزيون⁴.

¹- جمال العيفة: مرجع سابق، ص121.

²- المرجع نفسه، ص123.

³- آرثر أسابغر: أساليب التحليل الإعلامي، (تر) علي شويل، الدر الدولية للنشر، بيروت، ص164.

⁴- نصر الدين العيافي: وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، دار القصة للنشر، الجزائر، 1999، ص85.

إنّ الضرر الأكبر الذي تتأثر به العلاقات الأسرية هو تقلص فرص الحديث والنقاش والتعبير عن الشكاوى بين الآباء والأطفال والإخوة والأخوات وحول مسار الحياة اليومية وخبرات الواقع الحقيقي التي هي اعقد من تلك التي يراها الأفراد على شاشة التلفزيون¹.

كما نجد الدكتور عزي عبد الرحمن يقول: « قد توحى وسيلة التلفزيون للفرد لأنه ذو شأن وعليك سلطة على العالم الخارجي، فهو مركز العالم أمام الشاشة المرئية فجعل المرئيات تأتي إليه ويقدر على تغييرها والتحكم فيها عن بعد...²»، كما نجده يرى أن الإنسان أضحي يتغذى من المرئي وانتقل بذلك إلى الإنسان الموجه مرئياً³.

ومن أخطر السلبيات التي بها الإنسان جراء الاعتماد شبه الكلي على وسائل الإعلام هو تنامي ظاهرة الفردانية والانعزالية مما يؤدي إلى غياب الروح الجماعية ومزاياها المتعددة المبنية على التفاعل والتعاون بكل مستوياته.

وبفعل هذه الظاهرة يصبح كل فرد يفكر لوحده ولا تهمة مصالح غيره وتأتي كل ذلك في ظل تزايد عدد الأسر النووية المتكونة فقط من الأب والأم وطفلين على الأكثر، وتراجع الأسرة المركبة المتكونة من عدد معتبر من الأفراد، كما تؤثر هذه حتى على العلاقات الاجتماعية، ويمكن ملاحظة ذلك على سكان العمارات الذي لا يكادون يعرفون بعضهم بعضاً وقد لا يلتقون على الإطلاق، وقد بدأت هذه الظاهرة في الانتشار حتى في دول العالم الثالث التي بدأت تتفكك فيها هي الأخرى الروابط التقليدية⁴.

¹ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 127.

² - عزي عبد الرحمن: الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي إلى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، العدد 13، جانفي * جوان 1996، ص 110.

³ - المرجع نفسه، ص 111.

⁴ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 130.

إنه من كل هذا التحليل نجد أن الثقافة الجماهيرية لها تأثير على سلوكيات الأفراد على نمط الأسرة وعلى العلاقات الاجتماعية وحتى التفاعل الاجتماعي.

يرتبط تأثير الثقافة الجماهيرية على الفرد والمجتمع من خلال التأثير على القيمة والحقيقة، فالمضامين الثقافية لوسائل الاتصال الحديثة قد أثرت بشكل أو بآخر على مفهوم القيمة، ومن أبرز القيم التي سيطرة القيمة الفورية بدل القيمة الروحية، هذه الأخيرة التي أخذت في التراجع والانحسار فوسائل الإعلام سحرت عقول الناس وأفقدتهم صلتهم بماضيهم وقدرتهم على رؤية حاضرهم واستشراف مستقبلهم وبالتالي استطاعت تكنولوجيا المعلومات أن تحطم الكثير من الثنائيات الراسخة وتزِيل الفوارق بينها، وأهم الثنائيات: (الواقعي والخيالي، الدال والمدلول، المكتوب والمنطوق، البشري والآلي، الفردي والجماعي...) ¹، وهنا نشير إلى الدراسة الخاصة بالآثار الاجتماعية الثقافية لثورة المعلوماتية التي تبين أن القيم والثقافة هي الغاية وهنا نشير إلى ضرورة بقاء القيم الثقافية هي الرقيب على حدود استخدام وتعظيم الفائدة لأي أداة ويؤدي تجاهل ذلك بالتأكيد إلى اغتراب الإنسان وقوة العمل في وسطهما التكنولوجي، وإلى آثار سلبية على الاستقرار الاجتماعي، ولقد بين التاريخ العديد من فشل تجارب التحديث السريع عندما أهملت القيم الثقافية ².

وعليه إضافة إلى هذا تأثير الحضارة المادية بشقها المتعلق بتكنولوجيات وسائل الاتصال الحديثة على إدراك الأفراد لحقائق الأشياء وماهيتها سواء كانت هذه الأشياء المادية ضرورية أو ثانوية، هذا ما يؤكد أحد الكتاب لما يتكلم عن دور الدراما والكوميديا التي تبثها وسائل الإعلام في صرف الناس عن واقعهم الحقيقي وذلك بتزيين وزخرفة واقع

¹ - نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص 202-203-329.

² - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 137.

جديد مصطنع وقد كتب قائلاً: «...الأوبرا الصابونية والدراما والكوميديا تقدم أشكالاً من الصور المادية التي تتحول إلى نماذج اقتداء بحكم جاذبية الصورة المزخرفة المزينة بصفة الاصطناع، وفي غياب القيمة ينبهر المشاهد بهذه القوالب ويأتيه الظن أن حياة هؤلاء الذين هم على الصورة أكثر أهمية من حياته في الواقع المعاش، فيحيا من خلال تجاربهم ويتقمص شخصيات وأدوار فيصبح مستهلكاً لتجارب الآخرين الوهمية بعيداً عن تجربته الداعية في عالم الحياة»¹.

إنّ تأثير الثقافة الجماهيرية على اللغة والمعنى يرتبط بالتأثير على الدال والمدلول وعلى هذا الأساس نجد الدكتور عزي عبد الرحمن يقول: «لقد عملت الثقافة المعاصرة في الغرب على خنق وكنم العلاقة القائمة بين الدال والمدلول فيرى الراوي من أجل الرواية ويرسم الفنان من أجل الفن ولا يرتبط هذا أو ذاك بأي نظام من لبقين، هذه الثقافة تختزل وتختصر الظواهر الثقافية إلى اللاشيئية في الثقافة المعاصرة ليس عرضياً، فالتوجه العام يقوم على منع الأفراد من التقيين النقدي والمشاركة في إنتاج ثقافتهم...»²، ومن أخطر العوامل التي تؤثر على اللغة والمعنى التجزيئية حيث لا يعطي القائمون على إنتاج الثقافة الجماهيرية ولا من يحركهم حلولاً جذرية وسلمية للمشاكل المطروحة بل يركزون فقط على بعض الزوايا التي تزيد الأمور تعقيداً والمشاكل غموضاً³، هذا ولا ننسى طرح مشكلة الثقافة الجماهيرية على المستوى التربوي خاصة أنّ مختصو التربية اعتبروا أن مشكلة الخمول والسلبية التي تخلفها وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون في تأثيره على مردود التلاميذ، وعليه نثير إلى قول أحد المربين الأمريكيين في هذا الصدد: «إنّ إعطاء واجب منزلي مساء

¹ - عبد الرحمن عزي: الإعلام والبعد الثقافي، مرجع سابق، ص 107.

² - المرجع نفسه، ص 144.

³ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 145-146.

الثلاثاء ليس سوى قضية خاسرة»، إنَّ البرامج قد تتغير من سنة إلى أخرى لكن فتنة التلفزيون تظل كما هي¹.

لقد تعدى تأثير الثقافة الجماهيرية إلى مفهومي الزمان والمكان وإدراك الفرد لهما، حيث أن التكنولوجيات الحديثة للاتصال ومضامينها قلصت الشعور بالزمن كما قاربت بين الأمكنة إلى أن أصبح العالم بمثابة قرية كونية صغيرة على حد تعبير مارشال ماكلوهان.

وهنا نشير إلى وقعة المناهضون للعولمة ضد الاختزال الذي تحدثه الثقافة الجماهيرية للزمان والمكان بشكل سلبي، فهذه الثقافة تجعلك تحس أنك بلا مكان وبلا تاريخ، وكأن تكنولوجيا المعلومات التي سحقت الزمان والمكان قد عمقت لدى أهلها استخفافا بالمكان من ناحية، ممثلا في إضعاف الارتباط بأرض الأهل وفقدان الأمكنة لطابعها الخاص، وبالتالي الإعلام الحديث يعطل الفكر والخيال وغالبا ما يشوه علاقة المشاهدين بالزمان والمكان ذلك أن ذاكرة الإعلام القصيرة تتعارض بصورة جوهرية مع كون الإنسان يتعلم من تاريخه البعيد أكثر مما يتعلم من تاريخه القريب اللصيق بذاكرته، وعليه يتم اختصار كل تلك المضامين إلى مجرد أحداث بلا تاريخ لا يلبث المشاهد أن ينساها بمجرد مغادرته لمكان المشاهدة، أو توقفه عن القراءة بالنسبة للصحيفة أو الاستماع بالنسبة للراديو².

المبحث الرابع: تقييم الثقافة الجماهيرية

لقد أدى التحليل لمفهوم الثقافة الجماهيرية إلى بروز قطبين الأول ينظر إلى هذه الثقافة نظرة إيجابية وبالتالي بروز أنصار لها، أما القطب الثاني على النقيض بحيث ينظر ويعطي تحليلا كلي سلبي لهذه الثقافة، وهنا نشير أنّ الموقف أو الاتجاه من هذه الثقافة

¹ - المرجع نفسه، ص 148-150.

² - المرجع نفسه، ص 151-152.

يرتبط في الأصل بالموقف من أهمية ودور وسائل الإعلام لأنها هي بالدرجة الأولى التي تخرج هذه الثقافة، وهنا نشير أنّ علماء الاجتماع الثقافة وأدوا أنّ فكرة الأذى الذي تسببه الثقافة الجماهيرية للمجتمع لازالت قائمة اليوم وعليه مزيدا من التحليل يجعلنا نجد أنّ الاتجاه الوظيفي البنائي له نظرة إيجابية لهذه الثقافة وعلى العكس من ذلك نجد التيار الماركسي النقدي ينظر لهذه الثقافة نظرة سلبية بالدرجة الأولى لأن الثقافة الجماهيرية جعلت ثقافة الطبقة العاملة والطبقة الوسطى تتحسر وبالتالي هذه الثقافة ليست لديها رسالة ذات معنى، ولكنها أقل ضررا للطبقات الدنيا قياسا بقسوة ووحشية القرون السابقة.

«إنّ علماء الاجتماع أخذوا يتجهون وبشكل متزايد إلى الاعتقاد أنّ الثقافة الجماهيرية ليست سيئة بالدرجة التي يصورها المعارضون لها، بل اعتقدوا أيضا بعدم صواب فكرة تقييم الثقافات ووصفها بالأعلى والأدنى، وهم يؤكدون عدم إمكانية التمييز بين ثقافتين اثنتين فقط، ثقافة عليا وثقافة الجماهير»¹، وتبقى هذه الثقافة تحظى بمؤيديها ومعارضيهما، وحيث تشكل رهان النقاشات المحددة التي تتصادم فيها التنديدات الأنثليجنسا الليبيرالية وديمقراطية المنتجين وأصبحنا نتحدث عن الثقافة الجماهيرية في الصحف والمجلات، وتنتشر عليها المقالات المتناقضة، ونخصص لها الملتقيات والندوات وعليه دخل مفهوم الثقافة الجماهيرية إلى التداول العام، وهي في هذا أسوأ الأحوال تجعل أدواقنا سقيمة وغبية، لكنها تجعل حواسنا فظة وخشنة، في ذات الوقت الذي تعبد فيه الطريق نحو الأنظمة الاستبدادية².

ومهما كان الموقف من الثقافة الجماهيرية سواء مهاجمتها أو تقديم دعم مشروط لها يظل الاتفاق الضمني حول ما يغطيه مفهومها قائما، فالطريقة التي نتحدث بها عن

¹ - هارلمبس وهولبورن: مرجع سابق، ص52.

² - نصر الدين العيافي: عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد14، ديسمبر1996، دار الحكمة، الجزائر، ص227.

الثقافة الجماهيرية أو وجهة النظر التي تعالجها بها هما وحدهما اللتان تختلفان، لكن المفهوم المذكور يبقى مع ذلك هو ذاته، لا يطعن فيه، ولا يكون موضوع شك، بالطبع هناك بعض الكتاب انشغلوا بعدم دقة هذا المفهوم، وفيه من صرح حتى بالتناقض الحاصل بين ضم المصطلحين (الثقافة) و(الجماهيرية)¹، لكن نقدهم للمفهوم يستهدف طابعه الإجرائي أكثر من مشروعية الموضوع، الأمر يقي الذي يعينه، هناك خطب في الثقافة الجماهيرية، وهناك وجهات نظر في الثقافة الجماهيرية، وهذا ما يبين وجود موضوع "الثقافة الجماهيرية" بالمعنى العلمي للعبارة².

أولاً: الأبعاد الإيجابية للثقافة الجماهيرية

ترتبط الأبعاد الإيجابية للثقافة الجماهيرية بتأثير وسائل الاتصال في الثقافة وبالتالي يمكن تلخيص تلك التأثيرات الإيجابية في³:

- تعزيز القيم.
- التنشئة الاجتماعية.
- تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط.
- توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة.
- الوعي بالعالم الخارجي أو توسيع المحيط.
- النظر إلى الذات والمجتمع من زاوية خارجية.
- معايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان.
- الإشباع: التحويل والترفيه.

¹- المرجع نفسه، ص228.

²- المرجع نفسه، ص228.

³- عزي عبد الرحمن: دراسات في نظرية الاتصال، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، 2009، ص112-

- نقد الذات وتغييرها.

- الإعلام والتفسير والتحليل.

يعتبر في الفكر العربي "طه حسين" من بين المثقفين الذين تفاعلوا بالوسائل التكنولوجية المستخدمة ورأوا أنّ لها تأثيرات إيجابية على الفرد ومن ثمة على المجتمع ويتجلى هذا أكثر في كتابه "مستقبل الثقافة" سنة 1932 «نظر إليها على أنها أدوات لتثقيف الشعب وتهذيبه وتصفية ذوقه وتنقية طبعه وتحقيق الصلة بينه وبين غيره من الشعوب»¹.

وهنا نشير إلى النقد الموجهة لهذه الثقافة يختلف حسب الفرضيات المقدمة إذ رأى السوسولوجيون أن مثل هذه الأفكار حول الثقافة الجماهيرية كانت تعتمد على آراء وتخمينات شخصية أكثر من اعتمادها على دراسات تجريبية، وبالتالي استندت أفكار نقاد الثقافة الجماهيرية إلى فرضيات باطلة ذو نتيجة لذلك يمكن أن نقول بأنه لا توجد ثقافة أكثر موضوعية من غيرها، إذ أن تحديد القيم ما هو إلا نتاج الأوضاع الاجتماعية، هذا هو الموقف السوسولوجي المتعارف عليه فيما يتعلق بالقيمة الثقافية وهو موقف مناقض للأفكار التي تبناها المفكرون الأدبيون أمثال "غرنبرغ" و"ماكدونالد"².

«إنّ هذا لا يعني أن السوسولوجيين لا يستخدمون في الكثير من الأحيان تقويمهم الخاص بهم للحكم على ما يبدو انه تحليلات حيادية للثقافة، ولكن يبدو أنّ السوسولوجيين بخلاف نقاد الثقافة الجماهيرية لا يعرفون الثقافة وفقا لمفهوم الفن والجماليات الضيق،

¹- جمال العيفة: مرجع سابق، ص 65.

²- ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص 109-110.

ولكن وفقا لمفهوم أنثروبولوجي أي تلك المجموعة من الأفكار والمشاعر التي يتم التعبير عنها بواسطة رموز خاصة بذلك المجتمع»¹.

ونجد من بين علماء الاجتماع الذين يعطون تحليلا إيجابيا للثقافة الجماهيرية هو "تالكوت بارسونز"، بحيث يفتح المجال لرؤية الثقافة في أمريكا على أنها أكثر من مجرد صراع عظيم بين الثقافة العليا والدنيا وهذا المفهوم أوسع وأكثر "أنثروبولوجية" من تعريف الثقافة الجماهيرية التي هاجمها النقاد، فهو ينظر في ثقافة الأمة كلها عوضا من تقسيم الثقافة إلى معسكرين (ثقافة جماهيرية) و(فن). وهي كذلك من وجهة نظر نقاد الثقافة أكثر نفعا لفهم الحياة الثقافية في أمريكا، ومن هذا المنطلق فإن القيم ليست مهددة كما يعتقد بعض المفكرين لأنها أدركت مرحلة المسلم به، ونسبيا لا تمسها تطورات معينة مثل تطور وسائل الإعلام وخاصة ذلك أن الثقافة الوطنية لا تقتصر على الثقافة الجماهيرية²، ومن جهة يرى "رايت ميلز" أن وسائل الاتصال الجماهيري ظاهرة فعالة تمنح الإنسان شعورا بالانتماء والروح المعنوية العالية من خلال الهروب المؤقت من الواقع الشاق، ويؤكد ميلز أن هذه الوسائل تثري التجارب الإنسانية، فالناس صاروا يستقون أغلب مفاهيمهم وخبراتهم من البرامج التي تبثها وسائل الإعلام وليس من شضايا تجاربهم الخاصة، وهذا الاختلاف في مصدر اكتساب التجارب المعرفية لدى الإنسان المعاصر أصبح له صدى في لغته اليومية والتي لخصها أحد المرضى النفسانيين قائلا: « الآن لا تحتاج أن تقلق بشأن كيفية قضاء وقت فراغك»³ ، وفي هذا الصدد نجد "روبرت ميرتون" أشار إلى أنه من الممكن امتلاك مجموعات معينة الذين ينتمون إلى الطبقات العاملة ويعيشون في المدن الكبرى

¹ - المرجع نفسه، ص110.

² - المرجع نفسه، ص110.

³ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص66.

مجموعة من القيم تختلف عن قيم الثقافة المسيطرة إلى قيم الطبقات الوسطى الثرية نسبياً¹، وفي الإطار نفسه، يدعو الباحث "هرمن بوسنجر" إلى الاهتمام بالثقافة الجماهيرية كبديل ترفيهي وظيفي أصبح يحقق للناس ما يحققه الفولكلور من متعة البرامج ويتأثرون بأداء ذات الأبطال وبالتالي قبول الثقافة الجماهيرية ذات المحتوى الفولكلوري مهما كانت درجة تمثله أو عرضه².

مهنا نشير أنّ واصفوا نظريات وسائل الإعلام الأولون اعتمدوا على منطق دوركهايم في صياغة الرأي القائل بأنّ خليطاً من التعقيد الاجتماعي وتوافق الرأي المحدود وعدم وجود قواعد، والتشويش الشخصي والابتعاد النفسي أو العزلة، هي العوامل التي يمكن أن تصنع وسائل اتصال جماهيرية قوية والمعتقد أنه في مثل تلك الظروف فإنه يمكن إقناع الأشخاص بسهولة وتغيير مواقفهم بواسطة وسائل الإعلام³، كما نشير هنا إلى عالماً الاجتماع "ماتز" و"ساكس" اللذان طرحا نظرية الانحراف وهي تعبر عن أسلوب آخر لدراسة العلاقة بين الثقافة السائدة والمنحرفة إذ رفض الفكرة القائلة إن قيم المجموعات الثقافية الفرعية منفصلة تماماً عن قيم الطبقة الأمريكية الوسطى وعضوا عن ذلك رأياً أن النشاطات المنحرفة تعبير عن قيم خفية وهذا يدخل تحت نظام القيم الاجتماعية الشرعية لأي مجتمع، وتشمل القيم الخفية البحث عن المغامرة والتشويق والإثارة، فالمشكلة التي تواجه الشباب هي أنهم يفتقرون إلى الفرص المؤسسية والترفيهية وعليه شكلت كل من فكرة المستوى الخفي للثقافة وفكرة الثقافات المتعددة بدلاً من ثقافة أمريكية واحدة تحدياً سوسيولوجياً للرأي الذي يقول إن أمريكا تتميز بثقافة جماهيرية منفردة وموحدة ومتجانسة⁴.

1- ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص 111.

2- جمال العيفة: مرجع سابق، ص 66.

3- المرجع نفسه، ص 68.

4- ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص 112-113.

وفي هذا الصدد نجد "إدواردشيلز" أحد السوسيولوجيين الذين تحدوا نقاد الثقافة الجماهيرية معتمدا على أساس تقويم إيجابي لطبيعة ما يسمى "بالمجتمع الجماهيري" الذي هو نظام اجتماعي أكثر شمولية من أشكال التنظيم الاجتماعي السابقة، وعليه وسائل الإعلام أصبحت وسائل جديدة للتعبير عن الذات في المجالين السياسي والفني وذلك بين الطبقات العاملة والوسطى والدنيا، وبالتالي زادت قدرات الفرد في التفكير كما تطور حس المجتمع أي أن الثقافة الجماهيرية في الحقيقة تعبير عن الفرد وأساسا لمزيد من التطور أصبح وضع الجميع في مثل هذا المجتمع يتحسن باستمرار، وأخذت الطبقة العاملة والوسطى والدنيا تكتسب تجارب جديدة تم اختيار بعضها من الثقافة العليا من خلال التعرض للتلفاز ووسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، وكان الأفراد الذين ظلوا يعيشون في حالة من الخمول التام على حد تعبير "شيلز" وليس الأغلبية في المجتمع الجماهيري¹.

ويرى "ماكلوهان" أنه ما دامت الوسيلة جيدة فالرسالة حتما ستكون كذلك جيدة وتسمح للمشاهد بالمشاركة والتفاعل العميق مع جهاز التلفزيون، كما نجد "دانيال بال" يرى أنّ الثقافة الجماهيرية التي تروج لها وسائل الإعلام قد قدمت خدمة كبيرة للمجتمعات الحديثة أو متعددة الأعراف والأجناس إذ أنها وحدت قيمهم وقربت بين معتقداتهم ومواقفه ونجد "دانيال بال" يؤكد على وظيفة الدمج الثقافي.

وفي هذا الصدد نجد "دافيد ريسمان" اهتم بالثقافة الجماهيرية وحاول دراستها من الناحية التاريخية وأكد على وجوب إعطاء هذه الثقافة مكانتها في تطور المجتمع، ويرى أنّ الفرد انتقل من مجتمع التضامن إلى مجتمع الجماهير الذي تبنى فيه العلاقات بين الناس

¹ - المرجع نفسه، ص 113-114.

على أساس المصالح حيث أدت وسائل الإعلام دورا كبيرا في توسيع دائرة الاستهلاك، وأصبحت الوسيلة الإعلامية تؤثر أكثر من الأب والمدرسة¹.

ونجد كذلك "هربرت غانز" درس التنوع الثقافي في المجتمع الأمريكي الذي وجد به لكل عرق ذوقه الثقافي وبالتالي الثقافة الوطنية الأمريكية كانت مجزأة وعليه الثقافة الجماهيرية قبلت بتهور دون أي تمحيص، وطور "غانز" هذه الفكرة بتقسيم الثقافة الجماهيرية إلى ستة تصنيفات مختلفة على أساس طبقي ناسبت كل واحدة منها طبقة معينة²:

- ثقافة عليا أساسها الإبداع (مثل إنتاج الثقافة العليا ونشرها مثل الفنانين وأصحاب المعارض الفنية).
- الثقافة الوسطى العليا (مثل إنتاج الأفلام الفنية).
- الثقافة المتوسطة الدنيا (مثل إنتاج الروايات التي بها بعض الطموح الفني).
- الثقافة العليا أساسها الاستهلاك (مثل إنتاج المجالات وعرض الكتاب).
- ثقافة دنيا (تشمل منتجات تستهدف المستوى الأدنى للطبقة الوسطى والمستوى الأعلى للطبقة العاملة مثل أفلام هوليوود النمطية).
- ثقافة دنيا متدنية (تشمل منتجات لاستهلاك الطبقة العاملة الدنيا مثل أفلام الإشارة البسيطة والصحف الشعبية وكتب الكاريكاتية).

إنه من خلال هذا التصنيف للثقافة الجماهيرية نجد كل تصنيف له جمهوره المعين كتحديد النوع الثقافي الذي تستمتع به مجموعة ما يعتمد على متغيرات متعددة، بما فيها الخلفية، ولكن الأهم من ذلك أنّ مستوى الأفراد التعليمي لا يوجههم نحو شغل موقع

¹ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 69-71.

² - ديفيد انغليز: مرجع سابق، ص 115-119.

محدد في الهيكل الطبقي فحسب، بل يوجه كذلك نحو الرغبة في أنواع محددة من الثقافة والنفور من أنواع أخرى، فالذوق إذا مسألة يحددها الوضع الاجتماعي ولا تعني خلا في التذوق الجمالي¹.

إنه في نهاية هذا التحليل يرى الكثير من السوسيولوجيين أنّ نقاد الثقافة الجماهيرية ارتكبوا خمسة أخطاء رئيسية²:

1. قسموا المنتجات الثقافية كلها إلى تقسيمات مبسطة بين الثقافة العليا والجماهيرية.
2. لم يفكروا مطلقا في إمكانية وجود مستويات مختلفة ضمن الثقافة الجماهيرية.
3. فشلوا في أن يحسبوا حساب حقيقة أن كل مستوى ثقافي ينسجم مع مستوى اجتماعي في الهيكل الثقافية.
4. كل مستوى ثقافي يعبر عن ثقافات مختلفة أساسها النظام الطبقي، بصرف النظر عن أن الثقافة باعتبارها صناعة هي المسؤولة عن إنتاج المنتجات الثقافية بدلا من المستهلكين أنفسهم.
5. يتم اختيار المنتجات الثقافية واستخدامها على أسس ناتجة من الذوق الثقافي للمجموعة وباختصار كانت الثقافة الجماهيرية متنوعة بدلا من أن تكون متجانسة كما كان الحال في المشهد الاجتماعي في المدن الأمريكية الكبيرة، حيث تمت صناعة المنتجات الثقافية وعرضها.

ثانيا: الأبعاد السلبية للثقافة الجماهيرية

ترتبط الأبعاد السلبية للثقافة الجماهيرية بالتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام والاتصال في الثقافة وبالتالي يمكن تلخيص تلك التأثيرات السلبية في¹:

¹ - المرجع نفسه، ص118.

² - المرجع نفسه، ص118-119.

- تحييد القيم.
- جمهرة الثقافة (التبسيط والتشويه).
- تضيق المحيط.
- تقليص المحلي وتوسيع العالمي.
- إضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي.
- إضعاف دور قادة الرأي والفكر.
- تقمص أدوار النجوم السينمائية وغيرها.
- المعيارية والاستهلاكية.
- المزج بين الرمزي والحقيقي.
- إضعاف الحساسية اتجاه الممنوعات الثقافية.
- الإدمان على الوسيلة.
- منع الفرد من نغد ذاته أو تغييرها.
- التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى في الوسائل المسموعة المرئية.

إنّ النقد الموجه إلى الثقافة الجماهيرية جاء من الإسهامات والدراسات الميدانية التي قامت في المجتمع الأمريكي، إضافة إلى إسهامات علماء الاجتماع المهتمين بالثقافة، وهما نشير أنّ النقاد انقسموا إلى تيارين: تيار النقد النخبوي للثقافة الجماهيرية وتيار النقد الثقافي الديمقراطي، وقبل التعرض إلى هذين التيارين يجدر بنا التعرض إلى نقد نظرية الثقافة الجماهيرية خارج مجال هذين التيارين وعليه نشير أنّ "سترناتي Strinati" قام بتقييم نظرية الثقافة الجماهيرية، وأعطى الملاحظات التالية²:

¹- عزي عبد الرحمن: مرجع سابق، ص116-121.

²- هارلمبس وهوليورن: مرجع سابق، ص57-58.

- يعتقد Strinati أنّ نظرية الثقافة الجماهيرية ترتبط بنظرية النخبة رغم أنّ النخبة لا تحترم هذه الثقافة وهو يرى أنّ هذه النظرية تعتمد على افتراضات زائفة باعتبار الجماهير مغفلة ثقافيا تستهلك أي شيء من النفايات القديمة حيث تطرح أمامها بواسطة الإعلام الواسع.
- إنّ الثقافة الجماهيرية ترى جميع الثقافات الشعبية متجانسة وهي ذاتها دائما، وهذا لا يعبر عن الحقيقة في نظر Strinati بعيدا عن الحقيقة، فهناك تنوع واسع في الأساليب والأشكال.
- لم يقبل Strinati بالرأي القائل بإمكانية التمييز بين ثقافة فكلورية أصيلة ومتعالية وثقافة جماهيرية وضيفة، ومثال على ذلك الموسيقى التي يراها تتأثر دائما بالتقاليد الموسيقية.
- إنّ نظرية الثقافة الجماهيرية تفترض وجود حدود فاصلة بين الثقافة العليا وثقافة الجماهير ولكن ذلك لن يثبت في الواقع، حيث هناك دائما تداخل وإعادة رسم لتلك الحدود ولا يوجد ثبات موضوعي أو تاريخي لهما.
- وهذه النظرية هي عمل سياسي بدلا من أن تكون تقييما موضوعيا لمختلف الثقافات، حيث أنها تمثل رد فعل النخبويين حين شعروا بالتهديد من جانب النمو المتزايد في الثقافة الشعبية، فالثقافة الجماهيرية تهدد الترتيب الهيكلي للأذواق لأنها تعطي لكل شخص فرصة اختيار ما يراه الأفضل بين الكتب أو الأفلام أو الموسيقى أو اللوحات الفنية¹.

«لقد تعرضت أغلب المضامين الإعلامية والثقافية التي تبنتها وسائل الإعلام الحديثة إلى انتقادات عديدة من قبل العديد من المفكرين الأكاديميين الباحثين من منطلق أنّ

¹- المرجع نفسه، ص58.

لهذه المضامين آثار سلبية على الفرد وعلى المجتمع وعلى سيرورة الحياة اليومية، وقد تركز النقد في أغلبه على مدرسة فرانكفورت وروادها الذين حاولوا بكل الطرق والوسائل التصدي لهذا النوع من الثقافة إلى جانب بعض المفكرين الفرنسيين وحتى الشرقيين وعرف هؤلاء جميعهم بنقاد الثقافة الجماهيرية»¹ وهما تيارين:

أ- تيار النقد النخبوي للثقافة الجماهيرية، ويتزعمه المؤرخ الفرنسي "دي توكفيل" الذي رصد مجموعة التغيرات التي حصلت في القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر²، هذه التغيرات التي تبدأ من العلاقة بين الزبون والحرفي حيث أصبح بينهما وسط، هذا أثر على إحساس وإبداع الحرفي والأمر انتقل إلى صاحب المصنع فلم يعد يهمه الإلتقان والنوعية بل يهمه الجانب الشكلي الخارجي لإبهار المستهلك معتمدا في ذلك على تقنيات الإشهار والتسويق وذلك من أجل زيادة نسبة الربح، إنه الإنتاج على نطاق واسع³.

ويعمم "دي تو كفيل" هذه الصورة على مجالات الإبداع الفني المختلفة كالأدب والمسرح والشعر والنحت والرسم، منهما الأنظمة الديمقراطية بمسؤوليتها عن التدهور المفجع لأنها بظهور فئات اجتماعية جديدة تحاول الصعود بسرعة في السلم الاجتماعي ولها تطلعات تفوق إمكانياتها المادية والفكرية وتكون بالتالي سوق رائجة لهذا الإنتاج السوقي الهابط⁴، وقد انضم إلى "دي تو كفيل" في مطالبته بالرجوع إلى ثقافة نخبوية استقرائية بعض المفكرين والنقاد والأدباء أبرزهم "ت.س. إليوت" و"أورتيفا أي جاسيت" الذين اعتبروا

¹ - حفناوي بعلي: مرجع سابق، ص 164.

² - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 74.

³ - حفناوي بعلي: مرجع سابق، ص 165.

⁴ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 75.

الثقافة الجماهيرية بمثابة انحطاط للثقافة الراقية أو النخبة، وانعكاس للقوة المتنامية للجماهير¹.

ويذكر "ت.س. إليوت" في كتابه "ملاحظات نحو قرين الثقافة" أنّ ثقافة المجتمع هي الأساس، وذلك أنّ ثقافة الفرد تتوقف على ثقافة فئة أو طبقة، وأنّ ثقافة الفئة أو الطبقة تتوقف على ثقافة المجتمع، ولا ينبغي من وجهة نظر إليوت اعتبار المستويات العليا على حظ من الثقافة أكثر من حظ المستويات الدنيا، ولكن ممثلة الثقافة أكثر وعيا وأكثر تخصصا وعليه نجد إليوت تناول قضايا الثقافة والموروث الحضاري، وهو يعتقد أنه لو مات الكيان الروحي في أوروبا وبقي كيانه المادي لما بقيت أوروبا، بل مجرد كتلة من البشر تتكلم عدة لغات². وفي هذا يقول إليوت مدافعا عن مجتمع النخبة: «فالمهم هو أن يكون للمجتمع بناء تتدرج فيه المستويات الثقافية تدرجا متصلا من القمة إلى القاعدة، ومن المهم أن نتذكر أنه ينبغي أن تعد المستويات العليا، على حظ من الثقافة أكثر وعيا وتخصصا»³.

ب- تيار النقد الثقافي الديمقراطي: من بين رواد هذا التيار "ماكدونالد وايت" و"غرينبرغ كليمينت" و"برنار روزينبرغ" و"إدوارد سيلز" و"لازار سفيلد" و"ماثيو آرنولد" و"أدغار موران" و"بيبار بورديو".

يقول "دوايت ماكدونالد": «إن ثقافة الجماهير مفروضة من فوق، يضعها الفنيون المستأجرون لرجال الأعمال، وجمهورها مستهلك سلبي تنحصر مشاركتهم في الاختيار بين أن يشتروا أو لا يشتروا وأن سيادة (الكيتش) يشغلون الاحتياجات الثقافية للجماهير، من

¹ - حفناوي بعلي: مرجع سابق، ص 165.

² - المرجع السابق، ص 165-166.

³ - ت.س. إليوت: ملاحظات نحو تعريف الثقافة، (تر)شكري محمد عياد، المؤسسة العامة للتأليف والنشر، 1975، ص 91.

أجل تحقيق الأرباح أو استمرار سيطرة طبقتهم»¹، هذا يعني أنّ الثقافة الجماهيرية هابطة واستغلالية، ونجد ماكدونالد تحليلاته تنصب أغلبها في نقد الثقافة الجماهيرية ومن الثقافة الجادة وهو يشير إلى انتصار الحقيقة عن الثقافة الجماهيرية، لأنها ثقافة تركز على البيانات، والإعجاب الواضح بالمعلومات، والازدراء العسير للخيال والحساسية والتأمل². كما نجد دواليث ماكدونالد يقول: «...وقد كانت هوليدو بالنسبة لي إنما تعني مثالا للاستغلال أكثر مما كانت تلمي أنواق الناس...»³.

لقد اهتم "إدوارد شيلز" بالموضوع نفسه مقدما تسميات جديدة لتصنيفات ماكدونالد، فاعتبر أنّ الثقافة العليا تتسم بجديتها وعمقها وشمولية تحليلاتها وأبعادها في مجالات الفكر أو الفنون أو العلوم، أما الثقافة ضحلة المستوى فهي تحاول تقليد الأولى لكنها لا تتمكن من الوصول إلى نفس المستوى الإبداعي وتتسم في أغلب الأحيان بالانمطية والتكرار، أما المستوى الأخير فتمثله الثقافة العنيفة والتي تركز على العنف مثل برامج المصارعة والملاكمة وسباق الخيول...، ويحتوي هذا الصنف الثقافي على أقل قدر من الرموز ولا يحتاج إلى جهد فكري على الإطلاق من طرف المستهلك⁴، في حين يرى "لازار سفيلد" و"ميرتون" أنّ وسائل الإعلام والمضامين التي تبثها سواء كانت راقية أو هابطة، ستتعاذل في النهاية ولن يكون لها تأثير بالغ في أي من الاتجاهات شريطة ألا تكون محتكرة بشكل تام من طرف جهة معينة⁵.

¹ - راسل جاكوبي: نهاية اليوتوبيا: السياسة والثقافة في زمن اللامبالاة، (تر) فاروق عبد القادر، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص95.

² - حفناوي بعلي: مرجع سابق، ص166.

³ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص78.

⁴ - المرجع نفسه، ص78-79.

⁵ - Armand Mattelart, Jean Marie Piemme: Télévision en jeux sans frontières, (presses universitaire de Grenoble, 1980), p38.

ونجد "ماثيو آرنولد" يعطي نقدا للثقافة الجماهيرية لأنها مارست ذلك التأثير القوي في الثقافة الأمريكية وعلى الدولة الأمريكية لأن تتولى أمر الثقافة عن طريق تعليم عام قوي ومساوي للجميع¹.

إنّ "إدغار موران" يرى أنّ الثقافة الجماهيرية ظاهرة اجتماعية شاملة ونجد هذا في كتابه "روح العصر"، وركز هنا على دراسة السينما والصورة، وتأثيرهما على الإنسان، وخلص إلى أنهما ينصفان بنوع من التخدير، ويكون بالتالي في الإنسان موقفا ثقافيا².

وفي هذا الصدد نجد "بورديو" في كتاب "العنف الرمزي" يقوم بثورة على الثقافة الفرنسية التي رآها أنها تنتج نفسها خاصة لما يتكلم على تلك العلاقة بين النظام التعليمي والطبقات الحاكمة³، بل إنّ بوديو له موقف معادي لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون وهذا ما نلمسه في كتابه "التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول".

كما يمكن تصنيف كتاب "ريتشارد هوقارت" "فوائد معرفة القراءة والكتابة" على أنها عمل رائد في الدراسات الثقافية في القرن العشرين، حيث هاجم ثقافة الجماهير بشدة بقوله: «إنّ معظم ما يقدم للجماهير في النهاية معادي للحياة فهو مملوء بالبريق الفاسد والدعوات غير الملائمة والمراوغات الأخلاقية... وهي تميل إلى رؤية للعالم يكون النقد فيها مرهونا بالبحث عن التملك المادي والمساواة هي التسطيح الأخلاقي والحرية أساسا لمتع غير مسؤولة بغير نهاية... وهي تميل نحو التماثل... والرجال العاملون تقدم لهم باستمرار حوافز تدفعهم نحو التماثل اللاشعوري...»⁴.

¹ - راسل جاكوبي: مرجع سابق، ص 113.

² - حفناوي بعلي: مرجع سابق، ص 168.

³ - بيير بورديو: العنف الرمزي، (تر) نظير جامل، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1994، ص 44.

⁴ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 80.

وفي هذا نجد "أوزالد غاريسون فيلارد" يتحدث عن تحويل المنتج الإخباري إلى سلعة تجارية والتغيير المستمر للصحف من وسيلة إعلامية صرفة وناشرة للأخبار إلى أداة للترفيه كذلك، وعن وصفه للثقافة الجماهيرية كتب "جون كاتزا" الناقد الإعلامي «هي ثقافة جديدة من المعلومات وأخبار جديدة مهجنة، وهي عجيبة ومراهقة، وغير مسؤولة ولا تخاف و مخيفة وقوية»¹.

خلاصة الفصل:

يختلف مفهوم الثقافة الجماهيرية من نظرية لأخرى و هذا الاختلاف يرتبط أساسا برؤية كل نظرية لمفهوم الثقافة و وسائل الإعلام ، أما نستنتجه من التحليل الأول أن النظريات الكبرى في علم الاجتماع ليس لها موقف تقييمي لهذه الثقافة بالدرجة الأولى في حين نجد الاتجاه النقدي و نظريات الحداثة تعطي آراء تقييمية لهذه الثقافة مبينة آثارها السلبية و الإيجابية ، إن الثقافة الجماهيرية واقع حتمي ارتبطت برهانات التغير الاجتماعي كما ارتبطت بالتنظير العلمي و التقني الذي شهدته البشرية خاصة فيما يتعلق بوسائل الإعلام و الاتصال و هنا كانت النظريات السوسيولوجية تحاول أن تجيب على تلك العلاقة التي نشأت بين الفرد و وسائل الإعلام .

¹ - المرجع نفسه، ص 81.

الفصل الثالث

تمهيد:

ترتبط وظائف وسائل الإعلام بأربعة مجالات حسب جل الدراسات الأكاديمية وهذه الوظائف هي الوظيفة الإعلامية و الوظيفة التربوية و الوظيفة الإخبارية ، و الوظيفة الثقافية هذه الأخيرة تتراوح أهميتها حسب نمط و طبيعة الوسيلة الإعلامية و الاتصالية ، و عادة ما نجد الوظيفة الثقافية هذه الأخيرة تتراوح أهميتها حسب نمط وطبيعة الوسيلة الإعلامية والاتصالية أو عادة ما نجد الوظيفة الثقافية تغطي على الوظائف الأخرى بل أن بعض وسائل العلم و الاتصال أصبح لها طابع الخصوصية أي وسائل الإعلام مجالها الرئيسي الثقافة و عليه في هذا الفصل سنتعرض إلى مبحثين رئيسيين الأولى تتعلق بتحديد مفهوم الإعلام الثقافي و منه مجالات تطوره ليبيرز لنا مفهوم العولمة الثقافية الذي هو نتاج الدور العام لوسائل الإعلام ، أما المبحث الثاني يتعلق بالبعد الثقافي لوسائل الإعلام و نركز على ثلاث وسائل إعلام في الصحافة المكتوبة ، التلفزيون و القنوات الفضائية .

المبحث الأول: الإعلام الثقافي (المفهوم والبعد الثقافي)

سنعرض في هذا المبحث إلى محاولة حصر مختلف المفاهيم للإعلام الثقافي ، وهذا الأخير يجمع بين مفهومين أساسيين هما الإعلام و الثقافة و عليه تحديد المفهوم يرتبط أليا بتحديد (الإعلام والثقافة) و منه بعد هذا التحديد يأتي التطور الذي شهده هذا المفهوم و الطي ارتبط أصلا بتطور مفهومي الفعل الإعلامي و الفعل الثقافي ، ليتجلى لنا في النهاية مفهوم العولمة الثقافية و هي ظاهرة اتصالية بامتياز رغم ارتباطها بالجوانب السياسية و الاقتصادية ، و منه سنحاكي هذا المفهوم الذي أنتج عن طريق التطور التقني و الثقافي لوسائل الإعلام و عليه هذا المفهوم يجرنا للحديث عن الخصوصية الثقافية ، وعن الوطنية و اللغة و الهوية الاجتماعية بصفة عامة .

إن هذا المبحث يركز على نقطتين الأولى تتركز على مفهوم الإعلام الثقافي والثانية تتركز على العولمة الثقافية .

أولاً: مفهوم الإعلام الثقافي

يعرف الإعلام الثقافي بأنه ذلك المجال العلمي الذي يدرس العلاقة المتداخلة بين كل من الإعلام والثقافة القائمة والمتبادلة كبنية متكاملة أي دراسة تأثير النظام الإعلامي على الثقافة وتأثير النظم الثقافية على الوظائف الإعلامية .

هذا التعريف لا يجرّد العملية الثقافية والإعلامية سياقها الاجتماعي، الإنساني، القيمي لأن الأفراد أو المجتمعات ليسوا حاملين للقيم الثقافية بصورة اعتباطية كما أنهم أيضاً ليسوا مستهلكين للمضامين الإعلامية بصورة اعتباطية، كذلك معنى ذلك أن موضوع الإعلام الثقافي أو الإشكال الذي يبنى عليه هذا العلم موضوعه (الفعل الثقافي) والفعل الإعلامي .

-**الفعل الإعلامي:** لا نقصد به فقط استهلاك الفرد للوسيلة، بل هناك أداء إعلامي_فعال في المجتمع مقصودة تظهر في النظم الإعلامية وهذه الأفعال تختلف باختلاف المجتمعات بمعنى¹ :

الفعل الإعلامي يساوي النظم الإعلامية زائد الإستراتيجيات الإعلامية، وعليه فالنظام الإعلامي هو قراءة للحدث الإعلامي في المجتمع. فالنظم الإعلامية متبادلة في المجتمع وهذا راجع للقيم .

-**الفعل الثقافي:** يرتبط بالفعل الممارس على إخراج كل ما يتعلق بالاستهلاك الثقافي للجمهور مثل المعرض الدولي للكتاب، وعليه فالثقافة ليست حضارة والحضارة ليست معتقد² .

¹ خالد بن عبد الله القاسم : العولمة الثقافية و أثرها على الهوية ، كلية التربية ، جامعة الملك سعود ، ص 05 .

² - المرجع نفسه ، ص 06 .

إن الحديث عن مفهوم الإعلام الثقافي يجرنا للحديث عن تاريخية الإعلام الثقافي، وعليه نشير أن تخصص الإعلام الثقافي يعود إلى خمسينيات القرن الماضي، والباحث الذي أسهم في هذا التخصص «روبرت إسكافيد» وكتاباتة كانت في عام 1976، ناقش هذا الباحث إشكالية الأنثروبولوجيا، ومن بعد جاء إسهام الباحث "إدغار مورغان" الذي تحدث عن سيمولوجيا الثقافة والإعلام وخرج بنتائج تشبه كثيرا التي وصل إليها .

إنه في كل هذا الحديث عن الإعلام الثقافي لابد من طرح الأسئلة التالية:

- هل تنتمي الظواهر الإعلامية الثقافية إلى مجموعة من الحقول المعرفية أم يمكن حصرها في مجال مستقل بسيط ؟

- ما هي علاقة قطاع المعلومات بالإعلام الثقافي ؟

- ما هي علاقة العولمة بالإعلام الثقافي ؟

- ما هي علاقة مجتمع المعلومات بالإعلام الثقافي ؟

- هل الرسائل الإعلامية تحافظ على المنتج الثقافي وتقوم بنشره أم أنها تبني ثقافة جديدة؟

هذه الأسئلة طرحت جدلا كبيرا في أوساط الباحثين وناقشها الباحث "إسكافيد"

1970 . وفي عام 1986 ناقشها الباحث الفرنسي "إدغار مورغان" الذي قال: « الإعلام

الثقافي فرصة تواصل وتفاهم بين البشر في مختلف الثقافات »¹ .

ولهذا نجد منظمة اليونيسكو تشير في أحد تقاريرها² : « أن وسائل الإعلام هي

أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها ، وعلى تعزيز ونشر الأنماط

¹- المرجع نفسه ، ص 07 .

²- حجام الجمعي : المتقفون و الصحافة الخاصة في الجزائر ، مذكرة ماجستير ، جامعة الجزائر ، 2006-2007 ، ص 204 .

السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي وعليها أن تلعب دورا أساسيا في تطبيق السياسات الثقافية وفي إضفاء طابع ديمقراطي على ثقافة وسائل الإعلام، وهي تشكل نسبة للملايين من الناس، وهي الوسيلة الأساسية للحصول على الثقافة وعلى جميع أشكال التعبير الخلاق فللاتصال والإعلام دور في المعرفة وتنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع وبخاصة جمع المعلومات العلمية ومعالجتها واستخدامها، وهو يستطيع إعادة صياغة القالب الثقافي للمجتمع .

ومع ذلك فإن في هذا المجال كما في سائر المجالات الأخرى فإن التطور السريع للتكنولوجيا الجديدة ونمو البنيات المصنعة التي تمتد سيطرتها على الثقافة والإعلام، هذا الواقع يخلق مشكلات وأخطار¹ .

إن الحديث عن الإعلام الثقافي هو بالدرجة الأولى الحديث عن معنى الاتصال الثقافي الذي هو وسيلة التماس التي تحدث بين ثقافتين حيث يصبح أخذ العناصر الثقافية وردّها متاحا بينهما أو تحدث هذه العملية نتيجة تجاوز أو التقاء جماعات بشرية مختلفة ثقافيا، وهذا النوع من الاتصال يعرف بالاتصال المباشر لأن الأفراد يتبادلون عناصر الثقافة بصفة مباشرة وكثيرا ما يحدث هذا خلال التبادلات السياحية أو غيرها.

ويمكن أن نصنف هذا النوع من الاتصال بالتقليدي، لأنه من سمة المجتمعات القديمة أو البدائية وأن كان حدوثه في المجتمعات الحديثة واردا أيضا، ولكن المجتمعات الحديثة يسودها نوع آخر من الاتصال الثقافي يمكن أن يوصف بالاتصال غير المباشر لأنه لا يعتمد على اتصال الأفراد جسديا ببعضهم البعض، ولكنه يعتمد وسائل أخرى كالتكنولوجيا مثلا وتسويقها، فقد لعبت الصناعات المختلفة دورا كبيرا في تغيير الذهنيات والأفكار و الرؤى على مر الزمن، وتبقى وسائل الإعلام الحديثة كأحدى صور التكنولوجيا

¹- المرجع نفسه ، ص 204 .

أهم وسائل التغيير الثقافي على الإطلاق ذلك أن الفرق بين الإعلام وصور التكنولوجيا الأخرى، بحيث التكنولوجيا هي صورة الصناعات المختلفة تحدث نوعا من التأثير على الأفراد حيث قد تدفعهم وتجبرهم على التفاعل معها، والتغيير الثقافي الذي يحدث نتيجة هذا التفاعل يؤدي إلى زيادة معرفة الأفراد بكيفية التعامل مع هذه الصناعات، ورغم أن هذا يؤدي إلى زيادة تنظيم الرفاهية الاجتماعية الذي يخلق جواً ثقافياً آخر يختلف عن الحالة التي يخاطب عقول الأفراد ومشاعرهم بكيفيات يسيرة القبول . وعليه كان الإعلام أحد أهم وسائل الاتصال الثقافي التي تيسر عملية التغيير الثقافي¹.

ويساهم الإعلام بصورة كبيرة في عملية الانتشار الثقافي الذي يعد أهم العوامل المهمة في إحداث عملية التغيير الثقافي. فهو عملية " انتقال عناصر ثقافية داخل الثقافة نفسها من جزء إلى أجزاء أخرى لتشمل كل الثقافة أو انتقال هذه العناصر الثقافية من ثقافة مجتمع إلى ثقافة مجتمع آخر"².

ثانياً : العولمة الثقافية

لقد أصبح مصطلح العولمة من أكثر المفاهيم تداولاً وشيوعاً في السنوات الأخيرة لما فرضه من تحديات وأفرزه من آثار وفي تسارع حدثها وتعدد مظاهرها: سياسياً وثقافياً واقتصادياً، وتعرف العولمة في المجال الثقافي بالثقافة العالمية، فالعولمة في هذا المجال تنمو إلى فرض أنماط ثقافية سيطرة وتصدير الثقافة الغربية الرأسمالية من خلال منتوجاتها الاستهلاكية وتدفق معارفها وتقنياتها التي تشمل مختلف مناحي الحياة الاجتماعية التي تعني في النهاية سيادة الحضارة الغربية .

¹ - سفيان ميمون: من تجليات الثقافة، (مجلة فكر ومجتمع)، العدد 18 ، أكتوبر 2013 ، ص 307 .

² - منير المرسي سرحان: في اجتماعات التربية ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، بيروت لبنان ، ط 3 ، 1981 ، ص 148 .

كما يستعمل في هذا المجال مفهوم الثقافة الذي يقول بشأنه الأمريكي "ميلفن سكوفيتش" أنه التزاوج الثقافي بين المجتمعات المختلفة والأمم بوصفه جوهر العلاقات التبادلية وتفاعل تسوده المشاركة في صياغة الراهن المؤسس للمستقبل، أي تفاعل الثقافات. فتاريخ البشرية مليء بالعقبات التاريخية والتي تتداخل فيها الثقافات والهويات والحضارات المقولات والمفاهيم المختلفة ذات الأصول والمنابع الفكرية والفلسفية والاقتصادية والبيئية المتباينة، فالثقافة والتلاحح الحضاريين يعطينا أنماطا جديدة من الثقافة دون أن يغير من أصوله¹.

تمثل الهوية الثقافية الخصوصية التي تميز جماعة بشرية عن غيرها كالعيش المشترك، العقيدة، اللغة ، التاريخ والمصير المشترك ومن هنا فان الهوية الثقافية تحمل دلالتها من المحددات الأساسية للثقافة الأمة ، التي عبر عنها مونتيكيو بـ " روح الأمة " لأنها تمثل رمز وحدتها واستمراريتها ، بحيث تتفاعل عناصر هذه الهوية ضمن هوية مركزية أو أرضية مرجعية وتتخذ وفق مرجعيين التاليين:

- **الثقافة:** إن الثقافة هي التي تمكن الفرد من التكيف والتوافق مع الجماعات الاجتماعية وتحقيق ذاته في إطار الجماعة والمؤسسات المجتمعية وذلك كما هو وارد في مفهوم الثقافة.

- **الوطنية:** تعبر الدولة الحديثة عما يسمى " الهوية الوطنية " كأرضية مرجعية تشمل كل السمات الثقافية للأمة ، وتصبح بالتالي احد الدلالات الأساسية لهوية شعب يعيش ضمن

¹- خالد حامد: مدخل إلى علم الاجتماع، مطبعة الجسور للنشر والتوزيع الجزائر، ط1 ، 2008، ص 171.

إقليم جغرافي محدد ، إذا أصبح مفهوم المواطنة من رموز وحدة واستقرار الأمة وبإمكانه أن يستوعب كل الثقافات الفرعية¹.

وضمن هذا السياق يعرف احمد بن نعمان هوية أي امة بمجموع الصفات أو السمات الثقافية العامة التي تمثل الحد الأدنى المشترك بين جميع الأفراد الذين ينتمون إليها والتي تجعلهم يعرفون ويتميزون بصفاتهم تلك عن سواهم من أفراد الأمم الأخرى ، ويحدد الهوية الوطنية ضمن ثلاث مستويات² :

1-العموميات: وهي النظم ذات العلاقة الوطيدة بالهوية الثقافية التي يشترك فيها جميع المنتسبين لهذه الثقافة ويخضعون ويلتزمون بها مثل: العقيدة الدينية، اللغة، الانتماء والمصير المشترك.... والتي تمثل ما عبر عنه دوركهايم "بالأنا الجمعي" الذي يعكس ثقافة المجتمع، وكل مؤسساته الدينية والتربوية، والقضائية والسياسية وبخاصة مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي يتحول بموجبها الفرد من كائن بيولوجي إلى شخص يحمل ثقافة مجتمعة ويمتثل لقيمه وضوابطه .

2-البدائل: وهي مجموعة من النظم أو السمات الثقافية التي لا تطبق أو تميز كافة أفراد المجتمع وبنفس الكيفية وإنما هي نظم وأنماط ثقافية اختيارية مثل: نظام بناء السكن واختيار مكان الإقامة أو الحرفة .

3-الخصوصيات: إذا كانت النظرة الخارجية للمجتمع تعطينا صورة عن طابعه الثقافي العام وتتسم هويته الوطنية بطابع خاص. فإن النظرة إليه من الداخل تكشف لنا عن وجود خصوصيات ثقافية ذات علاقة قوية ببعض الفئات الاجتماعية التي تحدد حسب السن والجنس والمهنة والمنطقة الجغرافية ...

¹ - خالد حامد: المرجع نفسه، ص168.

² - خالد حامد: مرجع سابق، ص 168-169 .

ومن هنا فإن كان أفراد المجتمع يلتقون في العموميات الثقافية أو في بعض البدائل فإنهم قد يختلفون في الخصوصيات التي تظهر بوضوح في المجتمعات الكبيرة المتمدنة حيث تتعدد الحياة وتتعدد الأدوار وتتعدد العلاقات تمثل ما عبر عنها دوركايم بالمجتمعات الفوضوية التي تتميز بتقسيم العمل والتمايز ، محققة في النهاية عملية التكامل ضمن النسق الاجتماعي الكلي¹ .

واستنادا إلى ما سبق ذكره تختلف الهويات الثقافية تبعا لخصوصيات الأمم والشعوب إذ نجد هويات ثقافية تتطابق تماما مع الوطن والأمة كما هو الحال على سبيل المثال في ألمانيا ، ويمكن أن تشمل الهوية الثقافية عدة أوطان كما هو الحال في الوطن العربي المنتمي للحضارة العربية الإسلامية، كما نجد الوطن الواحد قد يجمع شتاتا ثقافيا مختلفا من حيث المعتقدات واللغات والأعراق ، بحيث تشكل الهوية الوطنية مرجعية أساسية كما هو الحال في أمريكا، وهو ما تسعى إليه أوروبا حاليا لتجعل المواطنة الأوربية المرجعية التي توحد فسيفسائها الثقافية ، وهذا ما يقودنا إلى إدراك حقيقة أساسية وهي أن تمسك الأفراد واعتزازهم بهويتهم يتفاعل مع الأوضاع التي يعيشها المنتسبين إليها وعن مدى ما تحققه من قيم العدل والحرية والمساواة وكذا على قدرتها في تمكينهم من تحقيق ذواتهم وإشباع حاجاتهم وضبط سلوكياتهم وتنظيم شبكة علاقاتهم لأنها تمثل محصلة الأفكار والمعتقدات والقيم والاتجاهات التي يكونها كل فرد عم ذاته وعن الآخرين وعن بيئته وعن مجتمعه² .

لذلك فإن بروز ما يعبر عنه بالوظائف اللاوظيفية ضمن النظم والأنساق الاجتماعية قد تؤدي بدورها إلى بروز أنماط وقيم ثقافية سلبية .

¹ - خالد حامد: مرجع سابق، ص 159 .

² - المرجع نفسه: ص 170 .

إن التحليل السابق يجعلنا نرجع إلى مفهوم الهوية الاجتماعية الذي صاغه ريجارد جنكز بحيث يقول: « هي تصورنا حول من نحن ومن الآخرون وكذلك تصور الآخرين حول أنفسهم وحول الآخرين » والهوية هي شيء قابل للنقاش وتأتي إثر عمليات التفاعل الإنساني، هي تستلزم عمل مقارنات بين الناس كي تؤسس أوجه الاختلاف بينهم فأولئك الذين يعتقدون بوجود التشابه بينهم وبين الآخرين يشتركون في هوية تتميز عن هوية الناس الذين يعتقدون أنهم مختلفون ولا يشتركون بذات الهوية .

المبحث الثاني : وسائل الثقافة الجماهيرية

ترتبط وسائل الثقافة الجماهيرية بوسائل الإعلام والاتصال التي تجسد بالدرجة الأولى في المؤسسات الإعلامية بأنواعها كالصحف والتلفزيون والإذاعة وحتى الانترنت، وهنا نشير إلى أن وسائل الإعلام الجماهيري أطلقت على وسائل الإعلام الحديثة والمؤثرة أكثر من غيرها لأن الإعلام ظاهرة متجذرة في عمق التاريخ الإنساني وتتمثل الجماهيرية في عملية نشر المعلومات والمعارف والأحداث والقيم الروحية والأخلاقية بواسطة الوسائل التقنية كالصحافة والسينما، والإذاعة والتلفزيون، على أعداد كبيرة جدًا من الناس في العالم، ويعرف الباحث الألماني أتوجروت الإعلان بأنه: « اتصال جماهيري، وهو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماعة وروحها، وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت »¹ وعليه من خلال هذا التعريف نجد أن أسلوب الإعلام الجماهيري له أهمية كبيرة في المجتمع بحيث يهدف إلى تحقيق هدفين على المستوى الداخلي، يرتبط الأول على بث الوعي السياسي في الجماهير، والهدف الثاني يتمثل في نشر الحقائق والوقائع بجوانبها السلبية والإيجابية

¹ - ثريا التيجاني: القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري، دار الهدى، ع ين مليلة، الجزائر، ط1، 2011 ،

في مختلف الميادين، ومنه إبراز الوضعية الحقيقية التي يكون عليها المجتمع والتطور الذي يحدث فيه على كل المستويات¹ .

إنه قبل عرض وسائل الثقافة الجماهيرية التي تتمثل أساسا في وسائل الإعلام، يجدر بنا التعرض إلى خصائص جمهور وسائل الاتصال والذي نجده يتميز بأربعة سمات²:

أولاً: فهو غير متجانس الترتيب، لأن أعضائه ينحدرون من جميع الطبقات الاجتماعية .

ثانياً: يتكون من أفراد لا يعرفون بعضهم البعض .

ثالثاً: أعضاء الجمهور تفصل بينهم المسافة، وذلك من حيث التجارب المتبادلة .

رابعاً: الجمهور ليس له قيادة معروفة، إذ يتميز بالتنظيم شديد التفكك إذ لم تقل المنعدم³ .

وهذا لا يعني أن أفراد جمهور وسائل الإيصال معزولين تماما عن بعضهم فكونهم يتلقون وسائل متشابهة هذا أن دراسة وسائل الإعلام والاتصال تبين لنا أن هناك خمس مراحل تقوم عليها عملية الاتصال الجماهيري⁴:

1- تتم صياغة الرسالة بواسطة القائم بالاتصال المحترف .

2- ترسل الرسالة بطريقة سريعة ومتواصلة نسبيا من خلال وسائل الاتصال (صحافة، إذاعة، تلفزيون، سينما).

1- غريب سيد أحمد: علم الاجتماع والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص 74 .

2- محمد الأمين موسى: العامل النفسي والاتصال، دار النور للخدمات، الرباط، ط1، 1994، ص 96.

3- المرجع نفسه : ص 96-79 .

4- المرجع نفسه: ص 98 .

3- يتلقى الجمهور العريض الذي ينكب على الوسائل بطرق اختيارية -الرسالة بصورة متباينة نسبيا-

4- يقوم عضو الجمهور بتفسير الرسالة .

5- نتيجة لتفسير الرسالة يتأثر أعضاء الجمهور بعدة طرق ذلك أن الاتصال له تأثير¹. إن هذا التحليلين لنا وسائل الاتصال الجماهيري ترتبط بمفهوم المؤسسة الإعلامية وهي على غرار باقي المؤسسات في المجتمع هي تنظيمات، أو آليات البنية الاجتماعية تضبط سلوك فردين أو عدد أكثر من الأفراد، وهنا نشير إلى أن هناك فرق بين وسائل الإعلام كمنظمة إعلامية تقوم بوظيفة الإنتاج والتوزيع وبين وسائل الإعلام كمؤسسة تشترط الإشارة إلى المبادئ والقواعد والقانون والاصطلاحات ووسائل الرقابة والتنظيم ومجتمع ما، فالمؤسسة الإعلامية بهذا المفهوم الأخير هي التي تغنينا².

إن المؤسسات الإعلامية هي حديثة مقارنة بالمؤسسات الاجتماعية الأخرى، ورغم ذلك تملك هذه المؤسسات خصائص المؤسسات القديمة الموجودة في المجتمع، وهنا نشير إلى أن المؤسسة الإعلامية في الوقت المعاصر هي مجموعة النشاطات المتميزة المتمثلة في إنتاج في توزيع المعرفة والمعلومات والأفكار والثقافة، وتكمن هذه المعرفة الناس من بناء معنى العالم الذي يحيط بهم، كما تشكل إدراكهم له، وتساهم في مخزون المعرفة السابق واستمرارية فهم الحاضر³ وهي بهذا لها تأثير على أفراد المجتمع من خلال تقديمها للمعلومات بشتى الطرق ، وبما أن وسائل الاتصال الجماهيري متنوعة ووسائلها متعددة، كما أن أفراد الجمهور لهم السمة نفسها، فإن حاجيات الفرد واتجاهاته وقيمه ومعتقداته الأولية وحالته المعرفية والعاطفية تقوم بدور بارز في غرلة واختيار الرسائل التي سيتلقاها

1- محمد الأمين موسى: مرجع سابق، ص 98 .

2- عبد الرحمن عزي وآخرون: الإعلام والمجتمع، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010 ، ص 142-143 .

3- غريب سيد أحمد: مرجع سابق، ص 144 .

ويفسرها، إلا أن هذا التأثير لا يكون في الغالب على شكل تغيير جذري للمعتقدات والأداء والاتجاهات السائدة، إنما في الأساس على شكل ترسيخ ودعم لهذه الاتجاهات¹.

أن المؤسسات الإعلامية هي وساطة إعلامية ويتجلى مدلول الوساطة في أن المؤسسة الإعلامية تقف بيننا وبين المؤسسات الأخرى أو أنها توفر الترابط، فمعارفنا حول المسائل السياسية والاقتصادية والأمر الأخرى أو أنها توفر الترابط، فمعارفنا حول المسائل السياسية والاقتصادية والأمر الأخرى تتشكل عن طريق المعرفة التي نحصل عليها من المؤسسة الإعلامية².

إن مؤسسات الإعلام هي وساطة للانتماء الاجتماعي، ووسائل الإعلام مؤسسات تدرج الإعلام الذي تنقله في منطقتي الانتماء السياسي أو الثقافي أو الإيديولوجي، وعليه فالمؤسسة الإعلامية تعنى بإنتاج المعلومة ونشرها في الفضاء العمومي وبهذا فهي وساطة بين البعد الجماعي للمجتمع وبين البعد الفردي³.

إن هذا التحليل يبين لنا أن للوساطة الإعلامية أنماط وتتجسد هذه الأنماط في⁴:

1. إعلام حول الأحداث: ويرتبط بالتعليق والتحليل والتفكير، وتتميز العملية هنا بمظهرين في آن واحد، المظهر الأول له صلة بإنتاج المعرفة والمظهر الثاني له علاقة بالرأي .

¹ - محمد الأمين موسى: مرجع سابق، ص 99-100 .

² - عبد الرحمن عزي: مرجع سابق، ص 145 .

³ - المرجع نفسه: ص 146 .

⁴ - Bernaer Lamizet : « **Médiation culture et société** » in introduction aux sciences de l'information et de la communication, 'Denis Benoit les Edition d'organisation.Paris.PP129-186..

2. الإعلام النقدي: ويكون مصحوبا برأي الذي يقدمه و يعترف له بصفة قائد الرأي أو الخبير، ويشمل الإعلام السياسي وأنشطة أوقات الفراغ ووقائع المجتمع كالترفيه والصحة .

3. الإعلام المساعد على اتخاذ القرار: ويرمي إلى مساعدة مستعمل الوسيلة على تكوين رأيه الخاص للقيام بالفعل، بناءا على عدة خيارات مطروحة أمامه، لأنه في العصر الحالي أصبح لوسائل الإعلام دورا متزايدا في المساعدة على اتخاذ القرارات¹ .

إنه بالرغم من أنه المؤسسة الإعلامية تتميز بجل الخصائص التي هي من طبيعة المؤسسات الاجتماعية تقريبا، إلا أنها تنفرد ببعض التي قد لا توجد في مؤسسات غير إعلامية، وعليه فإن أهم الخصائص من المنظور السوسيولوجي هي² :

- * يقتصر عمل المؤسسة الإعلامية على المجال العام .
- * ليس لها أي سلطة في المجتمع .
- * ترتبط المؤسسة الإعلامية باستعمال التكنولوجيا الحديثة .
- * المؤسسة الإعلامية ترتبط بمجال تكوين الصحفيين والتقنيين والفنيين الإداريين .
- * الحاجة إلى التمويل خاصة المادي والتي ترتبط بسوق المشترين وبيع المنتج إضافة إلى سوق الإشهار، والمساعدات والامتيازات المتنوعة .
- * ترتبط المؤسسة الإعلامية بسلطة الدولة من خلال الآليات القانونية¹ .

¹ – IBID

² – عبد الرحمن عزي: مرجع سابق، ص 152-162 .

إن وسائل الثقافة الجماهيرية ترتبط بوسائل الإعلام القديمة كما ترتبط بالوسائل السمعية البصرية، وعليه فوسائل الإعلام القديمة هي الوسائل الإعلامية المكتوبة والتي تتمثل في الكتب و الرسائل والصحافة وهذه الأخيرة يمكن أن نطلق عليها الوسيلة الأولى للثقافة الجماهيرية وتكمن أهميتها في أنها عبارة عن اتصال يومي مباشر بالجمهور، هدفها نقل الخبرة والرأي مع التحليل والصورة للقارئ .

أما الوسائل السمعية البصرية فتتلخص في المسرح والإذاعة والتلفزيون والسينما، لأنه بعد ظهور الطباعة وازدهار الصحافة كوسيلة إعلام قوية ومستقرة في المجتمعات، اتضح أن الصحافة يشترط فيها مستوى معين من التعليم والثقافة وقدر من النضج. حتى يستطيع الفرد أن يقرأ ويفهم الأخبار الصحافية، وتطور وسائل الإعلام في العصر الحديث وظهور التقنيات الإعلامية الحديثة مثل الإذاعة والتلفزيون والانترنت وغيرها. وبالتالي السيطرة على كل المجتمعات لأنها لا تشترط أي مستوى تعليمي ولا حد أدنى من النضج².

أولاً: الصحافة المكتوبة

تمتد الملامح الثقافية الأساسية المرتبطة بالصحيفة الجماهيرية في أنه أعماق التاريخ، والصحيفة الحديثة تمثل تجمعا لعناصر من مجتمعات وفترات زمنية عديدة، وكان الرومان يعلقون في الأماكن العامة نشرات أطلق عليها اسم "Acta Diurna" وكان الصينيون والكوريون يستعملون نوعا من الخشب المحفور عليه والورق للطباعة، وذلك قبل قرون عديدة من ظهور الطباعة في أوروبا، وفي القرن السادس عشر طبعت

¹- المرجع نفسه: ص 152-162 .

²- ثريا التيجاني : مرجع سابق، ص 20-22 .

حكومة البندقية بإيطاليا نشرت صحيفة كان يمكن شراؤها مقابل "غازيتا **Gazeta**" وهي عملة معدنية صغيرة وقد استمر إلى يومنا هذا استخدام كلمة "غازيتا" بمعنى صحيفة .

أما أول صحيفة شعبية ظهرت في نيويورك عن "**The New York Sun**" أسسها «بنيامين داي» وهو أحد رجال الصناعة المغمورين في نيويورك وذلك في 03 ديسمبر 1833 تحت شعار " إنها تشع وتضيء للجميع " وكانت تهتم بالأخبار المحلية والقصص الإنسانية وحتى التقارير المثيرة والأحداث المروعة، وقد إستجرتها بنيامين محررا للحوادث اليومية وكان يكتبها بطريقة هزلية وبأسلوب فكاهي لتجذب القراء، وقد جاء في كتاب الصحافة وأمريكا **The press and America** لمؤلفيه « إدوين إييري Edwin Emrery » و « هـل، سميث H.L Smith » الصادر سنة 1954 عن الصحافة الصفراء: « أغلق الصحفيون الصفر كل قنوات الأخبار التي كان المواطن العادي يعتمد عليها بتجاهل صريح ومباشر للقيم والمسؤوليات الصحفية، كان كل هدفهم هو الإثارة والبهرجة مهما كانت سقيمة الذوق...»¹.

وقد أساءت الصحافة الصفراء استغلال أساليب الكتابة والصور والطباعة التي كانت مثار فخر الصحافة الجديدة وحولتها بعيدا عن هدفها الأصلي، حيث استخدمتها كوسيلة للإفساد والتضليل، لقد حولت هذه الصحافة الصفراء دراما الحياة الراقية إلى ميلودراما رخيصة، وقمت بلوي عنق الحقائق كل يوم لتحولها إلى أي شكل قادر على زيادة مبيعات بائع الجرائد الصغير الذي يصرخ عند نواحي الشارع وتقاطعات الطرق، والأسوأ من كل ذلك أن هذه الصحف بدلا من أن تقدم لقراءها القيادة الفعالة والمؤثرة قدمت لهم مجرد مسكنات من الخطيئة والجنس والعنف.

¹- ثريا التيجاني : مرجع سابق، ص 14 .

وقد استمرت الصحف في تحقيق شعبية متزايدة خلال العقود الأخيرة بفضل تنوع مضامينها واهتماماتها وحادثة الطرق الفنية في الإعداد والإخراج والطباعة، وعن مختلف الطرق والحيل التي تستعملها الصحف لشعبية وغير الشعبية في تضليل الرأي العام والتأثير عليه كتب « أدورنو Adorno » دراسة طويلة عن عمود النجوم في «لوس أنجلس تايمز» (اجعل مظهرك أكثر جاذبية مبكرا ثم اتصل بالعاملين معك وضع خططا أكثر كفاءة وترتيبات أكثر انسجاما لعملك الروتيني في المستقبل) هذا ما اقتبسه عن التنبؤ لبرج الحمل في 1953، وحسب «أدورنو» فإن النجوم تتصح دائما في اتجاه أكثر عملية وتماثلا، وبرغم أن المؤرخين قاموا بدراسة التنجيم إلا أن أدورنو النخبوي الأصيل يغوص في تنبؤات « لوس أنجلس تايمز» ثلاثة شهور كاملة كي يشير إلى ما تعنيه منشورات التنجيم¹.

وقد أصبح الترفيه يمثل جوهر المادة الصحفية المنشورة في أغلب الصحف، فقد توصلت لجنة «هاتشر» الشهيرة في الأربعينيات من القرن الماضي في تقرير لها حول تقييم وسائل الإعلام: « أن الصحيفة الأمريكية هي الآن وسيلة للترفيه والمعلومات المتخصصة والإعلان بقدر ما هي إخبارية...² ، ومن ثمة فإن كلمة أخبار باتت تعني شيئا مختلفا كثيرا عن المعلومات الجديدة المهمة، ومن جهة أخرى تشير «آن ويلز برانز كومب» الباحثة المشاركة في برنامج: «سياسة موارد المعلومات» بكلية الحقوق بجامعة هارفرد إلى قيمة الترفيه لوسيلة فعالة للتعليم، وهي تقول: « إن " المعلوترفيه Info Tainment " أي الجمع بين المعلومات والترفيه هو الإتجاه الصحيح لبذي ينبغي السير فيه فيما يتعلق برفع مستوى الناس³ » .

¹ - ثريا التيجاني : مرجع سابق، ص 15.

² - المرجع نفسه، ص 16.

³ - المرجع نفسه، ص 17.

ثانيا : التلفزيون

إن للتلفزيون مكانة خاصة في حياتنا المعاصرة ، فقد دخل كل بيت و أصبحنا مدمنين على مشاهدة البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية ، و التلفزيون اليوم أصبح وسيلة إعلامية لها مميزات و خصائص كثيرة منها انتشاره الواسع إضافة لما يقوم به من تقديم المتعة و الترفيه و إمكانيته على التأثير على الجميع كون من يساعده كافة فئات المجتمع من فقير و غني ، من متعلم و أمي ، من كبير و صغير ، و تزداد مشاهدة التلفزيون في الدول النامية عنه في الدول المتقدمة و خاصة بين الشباب بسبب زيادة الأمية و الظروف الاقتصادية الصعبة و البطالة و وقت الفراغ الكثير و عدم توفر وسائل اللهو الأخرى مما يدفع بهم إلى الجلوس طويلا أمامه ، و هو قد أصبح وسيلة مهمة للتوجيه و تزويد المواطنين بالخبرات و المهارات و القيم الإنسانية و الروحية و لنقل الثقافة إلى المجتمع ككل ، و هو وسيلة للإنتاج الثقافي ، و أن كل ما يبثه له تأثير ثقافي معين سواء كان هذا التأثير سلبيا أم إيجابيا .

فلم يعد التلفزيون وسيلة للترفيه و اللهو و قضاء الوقت فقط ، فالיום التلفزيون وسيلة لا غنى عنها تستخدم لإيصال ما نريد إيصاله للجماهير ذات الثقافة المحدودة أو المنعدمة من قين ثقافية جمالية جديدة سواء من خلال الترفيه أو من خلال برامج جادة بأسلوب يسهل عليهم متابعته ، فالتلفزيون من أكثر أدوات التثقيف فعالية¹ .

لقد ارتبط مضمون التلفزيون بثقافة الصورة ، حيث تعمل المواد المصورة على نقل و تكوين قيم ثقافية للمشاهدين .

¹ - حصار الثقافة بين القنوات الفضائية و الدعوة الأصولية ، بيروت ، المركز الثقافي العربي ، 1998 ، ص 12 .

لقد عرف مصطفى حجازي الصورة بأنها « الثقافة التي تتوسل لغة جديدة هما لغة الصورة ، و أبجدية الحواس ، مما يكاد يشكل قطعة فعلية مع الثقافة المكتوبة وعقلانيتها ، و ثقافة الصورة التي تقدمها محطات كبريات الشركات الإعلامية الخاصة تحولت الثقافة إلى مشروع ربحي أساسا »¹ .

بينما يعرف محمد الجابري ثقافة الصورة بأنها « ثقافة إخبارية إعلامية سمعية وبصرية تصنع الذوق الاستهلاكي - الإشهار التجاري - ، و الرأي السياسي - الدعاية الانتخابية - ، و تشيد رؤية خاصة للإنسان ، و المجتمع ، و التاريخ ، إنها ثقافة الاختراق، التي تقدمها العولمة بديلا من الصراع الأيديولوجي ... إنها تسعى إلى تسطيح الوعي بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك ، لنوع معين من المعارف و السلع والبضائع »² .

إن ثقافة الصورة اليوم من خلال القنوات الفضائية و التي تبثها بمضامين و أشكال متنوعة ذات تأثير عميق في كافة الاتجاهات على الجمهور المتلقي ، فهي تستفيد من التطور الهائل الذي حصل و يحصل باستمرار بالوسائل التقنية و لكن للأسف ليس دائما إيجابيا .

إن عصرنا بلا شك جعل الإنسان متعبا من قسوة الحياة و شد الصراع و الركض لتأمين لقمة العيش ، فنحن مرهقون عصبيا متوترين من نمط الحياة الجديدة ، و هذا ما يجعلنا نلجأ إلى التلفزيون لساعات طويلة و نقلل من المطالعة التي كانت أساس ثقافتنا لقرون عديدة .

¹ - المرجع نفسه، ص 12 .

² - محمد عابد الحابري : العولمة و الهوية الثقافية ، مجلة المستقبل العربي ، 1998 ، العدد 02 ، ص 18 .

يعتبر التلفزيون من أبرز الاكتشافات في القرن العشرين في ميدان الاتصال، وذلك للمزايا الشكلية التي يتفوق بها على وسائل الاتصال الأخرى، حيث يجمع بين الصوت والصورة خاصة بعدما أصبحت ملونة، واستطاع أن يحقق انتشارا واسعا في كل أنحاء العالم، ومما زاد من الإقبال عليه أنه وسيلة للقطات المقربة تصلح أكثر للكشف عن الشخصية وملاحها أكثر منها لنقل الأحداث¹.

وبالمقابل فهو وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والصوت لتوليد الانطباعات وإثارة الأفكار عند الناس².

وقد أجريت دراسة³ أثناء الأيام الأولى لظهور التلفزيون من قبل «كورت لانغ " kurt lang» و «غلايس انج لانغ Gladys Engel lang» تتناول مقارنة تفصيلية بين تصوير الحدث في التلفزيون وحقيقة الحدث كما جرى فعلا استنتج من خلالها الباحثان أن التلفزيون وجهة نظر فريدة من نوعها فهو يختار المناظر و زوايا الكاميرا بعناية وبحيث يضاعف من إثارة المشاهدين وهذا ما أكدته أبحاث أخرى* حيث توصلت إلى أن العالم الحقيقي والعالم الذي تقدمه وسائل الإعلام قد يكونا مختلفين إلى حد كبير .

وقد كتب « جيمس ب . تويشل James B.Twitchell» في كتابه ثقافة الكرنفال Carnival culture عن التلفزيون: أن ثقافة التلفزيون هي ثقافتني... لقد شاهدته طول حياتني... وفطمت عن (أبوي) على ذلك الأوج (الذي بلغه حضوره في حياتنا) فعند نقطة

¹- ثريا التيجاني : مرجع سابق، ص 18 .

²- المرجع نفسه، ص 19.

³- المرجع نفسه، ص 20.

غامضة في عقد الخمسينيات كف التلفزيون عن أن يكون شيئاً إضافياً لا أهمية له ودخل في مجرى الدم ،لقد أصبح نحن وأصبحنا نحن ما هو...¹.

فهذه نظرة تؤكد الحضور القوي للتلفزيون في المجتمعات الغربية وإسهامه بشكل كبير في تزويد الفرد في هذه المجتمعات بالأخبار والمعلومات ، حيث يستولي على 30 و40 % من وقت الأشخاص الشاغر أو الحر، كما أن التلفزيون موجود لدى حوالي 80 و95 % من الأسر في العالم الغربي².

ولذلك فإن قطاعاً معتبراً من المثقفين الغربيين يعتبر أن التلفزيون يقدم منفعة تلهي عن القلق في حياة الوحدة والعزلة ،وعن سأم الحياة الزوجية وتخفف النزاعات العائلية، وتغطي الشعور بالعجز أمام تطور العالم، من خلال دفع الأفراد إلى تقمص أبطال وعبر منحنا وجبة يومية من إيماءات وحركات الكبار في هذا العالم، فتوحي بشكل وهمي بالقوة،... كما أنه يمس فئات السكان التي تجاهلتها وسائل الإعلام إلى حد الآن. ويشكل أداة للديمقراطية واستطاع أن يكون خميرة العلاقة الاجتماعية بين الأشخاص، كما أنه في نظرهم أبعد من أن يشجع العزلة بل هو أداة للحوار³.

كما أن للتلفزيون مزايا خاصة من خلال تركيزه الاستثنائي على المتعة الحسية في كم واحد من التجربة، الصور المتحركة والأصوات الجذابة والمثيرة مقترنة بالطابع المتكرر لهذه المثيرات على الشاشة والمعززة بالمغريات الإدراكية للأصوات ولا صور الإنسانية المألوفة، ربما وفر تجربة فريدة في الإمتاع تمنح إشباعاً لا يقاوم، وقد أصبحت نشرة الأخبار التلفزيونية محط أنظار العديد من فئات المجتمع إما كفرع إخباري من أجل متابعة آخر الأحداث المهمة، أو كنوع من التسلية والترفيه بالنسبة للآخرين، وقد تعاملت محطات

¹ - المرجع نفسه، ص 21.

² - ثريا التيجاني : مرجع سابق، ص 22.

³ - المرجع نفسه، ص 23.

التلفزيون التجاري مع نشرات الأخبار كمادة تعتمد على التسلية بالدرجة الأولى فقدمتها في كل روائي ممتع « Fictionalisation of The News » ومما يزيد من هذا الانطباع لدى المشاهد أن مذياعي الأخبار في التلفزيون أصبحوا بمثابة نجوم وفنانين ويعاملون على هذا الأساس من قبل الجمهور ومن المشرفين على المحطات الذين لا يترددون أن يدفعوا لهم أكثر من مليون دولار سنويا¹.

ولا يقتصر الأمر في التلفزيون على الأخبار بل أن الدراما التلفزيونية أضحت لها مصداقية عالية لدى الكثيرين، ويمكن أن تصبح مصدرا هاما لمعلوماتهم ورافدا أساسيا لثقافتهم العامة، فكثير من المشاهدين مثلا لم يدخلوا طوال حياتهم قاعة محكمة أو غرفة عمليات في مستشفى أو قسما للشرطة وتكون معلومات محدودة جدًا إن لم تكن منعدمة حول هذه المواضيع المختلفة التي لها علاقة بحياتهم اليومية فمسلسلات مثل الطبيب «كوينسي Quency» أو مسلسل المفتش «كوجاك Kojak» أو «كولومبو Colombo» ستكون مصدر معلوماتهم الأساسية وسيعتبرون أن أغلب الأفكار والنماذج والتصرفات التي تقدم لهم في هذا الإطار تعكس بأمانة الواقع المعاش.

يضاف إلى كل ذلك عنصر الإبهار الذي تتميز به الأعمال التلفزيونية، حيث تبدو الصورة التي يعرضها التلفزيون أجمل من الواقع الحقيقي خاصة في ظل التطورات المتسارعة التي شهدتها الصورة حيث يعتمد البث التلفزيوني الآن على الرقمي الذي يعرض الصورة بشكل جذاب.

ولذلك فإن الجانب الايجابي لوسائل الإعلام والذي يتميز بطابعه المبهر الجذاب المثير في الوقت نفسه دفع العديد من المفكرين والأكاديميين والمتخصصين إلى الدفاع عن

¹- ثريا التيجاني : مرجع سابق، ص 24.

هذه الوسائل كأدوات أو كمضامين واعتبارها ضرورة من ضرورات العصر يجب التعامل معها بواقعية والكف عن كيل الانتقادات والتهم لها جزافا .

ويتخذق مارشال ماكلوهان ضمن المدافعين عن هذه الوسائل بحد ذاتها معتبرا أنها ساهمت في تقريب البشر من بعضهم البعض، ومقابل ذلك هناك من دافع بقوة عن مضامين هذه الوسائل معتبرا أن لا فرق بينما وبين الثقافة الراقية، بل ولا يرى مانعا في خلط الترفيه والتسلية بالأخبار والمعلومات .

ثالثا : القنوات الفضائية

يشكل البث الفضائي اليوم عصب الاتصالات الدولية ، فقد ألغيت المسافات وهذا الإعلام الفضائي يشكل قضية سياسية في عصر تكنولوجيا الاتصال ، حيث أتاحت الأجهزة الاتصالية المتطورة اليوم الاتصال السريع و المباشر و معايشة الأحداث ، أولا بأول ، و قد أصبحت القنوات الفضائية من الموضوعات التي تشغل اهتمام صناع القرار و الرأي العام و القادة ، كونها وسيلة من أنجح الوسائل و أضمنها و أكثرها تأثيرا لتحقيق الاتصال المطلوب ، و بلا شك فإن القنوات الفضائية اليوم تمثل أكبر و أخطر انعطاف في ثورة الاتصالات .

و إزاء هذه التطورات المتواصلة في تكنولوجيا الاتصالات ، بدأت العديد من القنوات الفضائية العامة و الخاصة تلعب في أوتار المكبوت العاطفي ، و نجحت في اجتذاب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج الترفيهية و أخرى أخذت تعمل على عنصر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الإثارة في العرض و التقديم ، في الوقت الذي تغتد فيه القنوات الفضائية العربية الرسمية قدرتها على المنافسة¹ .

¹- يحي اليحياوي : كونية الاتصال ، عولمة الثقافة ، المملكة المغربية ، ص 105 .

اعتادت العديد من القنوات الفضائية العربية أن تقدم برامج ثقافية خالصة موجهة إلى الصفوة المثقفة التي قد لا تناسبها البرامج الثقافية التي تقدمها المحطات العامة ، و إذا كانت الوظيفة الإعلامية تتمثل في نقل التراث الثقافي و تنشئة الأجيال الجديدة في المجتمع من أجل تحقيق التآلف بين أفراد المجتمع و تطويره و تنميته حيث يكتسب الفرد ثقافة جماعته أي أساليبها الاجتماعية ، و التنشئة الاجتماعية هي عملية مستمرة من الطفولة حتى الشيخوخة ، إن أبرز المضامين التي تؤكد عليها البرامج الثقافية هي الأدب و فنونه و القضايا و النشاطات الأدبية من شعر و قصة و رواية و نثر و مسرح و مناهج النقد و التراث الأدبي ، القديم و الحديث ، كما كان لدراسة تجارب الشعوب الأخرى في مجال الأدب حصة ضمن العديد من البرامج الثقافية¹ .

تضمنت العديد من البرامج الثقافية مواضيع متنوعة المضامين و الأشكال ، بدء من المواضيع المعنية بالثقافة الرفيعة إلى الثقافة الخفيفة عبر مختلف أشكالها كالسينما والمسرح و الموسيقى و الغناء و الفن التشكيلي و الرقص و الباليه ، كما ساهمت بعض البرامج المتنوعة إلى نقل القيم و أنماط السلوك الإيجابية و بأشكال فنية مختلفة ، كما كان للجوانب النقدية في شتى الفنون المذكورة نصيب جيد ، لكن كل ذلك ظل مرهونا بعدد ضئيل من القنوات الفضائية العربية² .

إن نجاح البرامج الثقافية يتطلب تخليصها من الطابع الإخباري و معالجة نوعيتها، و أن تطويرها يرتبط بتطوير مضمونها و تحقيق التكامل بين الشكل و المضمون ، و يحتاج من مخرج و معد البرامج أن يحدد بدقة الأفكار التي يراد توصيلها للمتلقي وتحديد الأهداف و بالتالي تعيين المصادر التي يمكن أن يستخدمها و يستفاد منها معدو البرنامج الثقافي .

¹ - المرجع نفسه ، ص 106 .

² - المرجع نفسه ، ص 107 .

البحث يحاول من خلال الاستبيان الذي حدده أن يحدد المصادر التي يعتمد عليها القائم بالاتصال ، كما أن البرامج الثقافية الموجهة إلى النخبة كانت تقدم مضامين تراعي التقاليد الجمالية و كان الجمهور المنتبِع لها و هو عادة ما يكون من المثقفين يستجيب لها و يتابعها في حس نقدي ، و هذه البرامج تصل أحيانا إلى درجة من الحرفية الدالة على الموهبة و العبقرية في مجال الاختصاص ، لاسيما إذا كان من يعد أو يقدم هذا البرنامج من الصفوة الثقافية أو يتم تحت إشرافها و هؤلاء قمم في مجال الجماليات و الثقافة والترفيه ، و يمكن القول أن ثقافة الجماهير قد استمدت أساسياتها من ثقافة الصفوة التي كانت هي الأساس في بناء صرح الثقافة المعاصرة ، و الخوف أن تبتعد الثقافة الجماهيرية عن ثقافة و إشراف الصفوة و بالتالي تعم الثقافة السطحية و الساذجة و التي تحرم المتلقي من التفكير أو البحث أو الاستنتاج ، و غالبية المضمون الثقافي تنقله اليوم وسائل الاتصال الحديثة و خاصة الفضائيات ، و تترك هذه البرامج أثرها الثقافي في المشاهد بطرق مباشرة و غير مباشرة .

رابعا : البعد الثقافي للانترنت

تعتبر الانترنت كوسيلة لنشر قيم العولمة بجدارة، وتحقيق غاياتها الخاصة في المجال الثقافي. فلا توجد وسيلة إعلامية في عصرنا الحالي أهم وأنفع للعولمة بكل أشكالها -ولاسيما الثقافي والإعلامي- فهي العربة التي تنقل عدة ثقافات وقيم وأنماط سلوكية ومضامين لعدة متلقين في كل أنحاء العالم، بكل سهولة وبتكلفة قليلة¹ .

وعليه فإن شبكة "الانترنت ليست كغيرها من وسائل الإعلام، فهي كونية وعالمية (8 Mondial et (universel)، وهذه الخاصية تجعلها جديرة بنقل قيم العولمة وتجسيد أهدافها .

¹- أديب خضور ، التلفزيون و ثورة الاتصالات ، دمشق ، سوريا ، 1997 ، ص 95 .

ويقول: « Baylon و Migont » بأننا نعيش في حضارة اتصال une 9 civilisation de communication ، أي أن العصر الحالي يتميز بالاتصالات المتعددة الأشكال والوسائل والتقنيات الحديثة، وبالتالي فإن الوسائط متوفرة لنقل كل أشكال المضامين والمحتويات والمعلومات الثقافية، وبطبيعة الحال تكون هذه الثقافات مرتبطة غالبا بمصنع هذه الوسائل الاتصالية، ولذلك كثيرا ما نشهد تعالي أصوات تنادي بإعادة النظر في النظام الدولي للإعلام، الذي يتسم التدفق الأحادي والأفقي للمعلومات والمضامين الإعلامية، من الضفة الأخرى (الغرب والعالم المتقدم عموما) ¹ .

من بين الأمور التي تزيد حدة سلبية وسائل الإعلام الجديدة وخطورة مضمونها، قضية التدفق الأحادي للمعلومات، وهو يساعد على تحقيق أهداف الإعلام الغربي فيما يخص الغزو الفكري والاختراق الثقافي، وهو التدفق الذي يصدر من الدول الغربية المالكة لأغلبية أو أهم وأكبر وسائل الإعلام على المستوى الدولي .

وفي ظل الغياب العربي في مجال الإعلام على المستوى الدولي وحتى المحلي، أصبحت القيم المحلية عرضة للتهديد من طرف السيل الجارف ن القيم العالمية الغربية على الخصوص، التي تتدفق من جهة واحدة وتغمرنا بدرجة لا نقدر فيها لا على المواجهة ولا على الحفاظ على أدنى نسبة من قيمنا وثقافتنا، خاصة في عصر الانفجار المعلوماتي و التطور اللامتناهي لتقنيات الاتصال الحديثة، التي تضخ كميات كبيرة من المضامين الإعلامية ² .

وفي سبعينيات القرن الماضي طغى النقاش حول التدفق غير المتكافئ للمواد الثقافية والإعلامية على المجتمع الدولي، وكانت اليونسكو المنبر الأساسي للتعبير عن

¹ - المرجع نفسه ، ص 96 .

² - المرجع نفسه ، ص 97 .

الموضوع، لكن تدخلت العديد من العوامل إفشال المناقشات حول خلل التدفق غير العادل والمتكافئ، حيث أن الموقف الأمريكي كان يريد فرض أطروحة حرية تدفق المعلومات والإعلام ، وذلك لضمان الاستمرار على الوضع الراهن، والذي يخدم الأهداف الامبريالية وغايات العولمة الثقافية.

ورغم هذه المعاداة والعرقلة من طرف الغرب وأمريكا، إلا أن الأصوات التي تنادي بضرورة التغيير والتعديل في النظام الإعلامي الدولي لم تسلم أمرها، ولا تزال تدعوا لإيجاد بديل للتدفق الأحادي للمعلومات، وتتمثل هذه الأطراف في منظمات المجتمع المدني والمنظمات الدولية والإقليمية .

وفي العقد الأخير من القرن العشرين اتسعت النقاشات الكثيفة في المؤسسات الدولية المختلفة، أمثال منظمة اليونسكو، ومنظمة التجارة العالمية للملكية الفكرية والاتحاد الأوروبي، وظهر التباين واضحا بين مشاريع النظام الإعلامي الجديد، ذلك مع حرص المجتمع المدني المنظم على إسماع صوته ووعيه بأهمية المسألة التقنية بالنسبة لمصير الديمقراطية. لذا فإن دلالات العديد من المفاهيم، مثل الحق في الاتصال، والمشاركة،.... أصبحت تشكل رهانات سياسية وفكرية .

ولذلك فإن تنامي استعمال تكنولوجيا الاتصال جعل المطالبة بنظام إعلامي دولي جديد ضرورية أكثر، خاصة إذا علمنا أن معظم هذه الوسائل والتقنيات مملوكة من طرف الدول الكبرى أو مسيرة من قبلها، عبر مؤسساتها و شركاتها الضخمة، مما يجعل عامل التدفق الأحادي عاملا جوهريا في تحديد طبيعة التأثير الثقافي وحدته، فمن الطبيعي أن يكون التأثير الثقافي من طرف منتج الوسيلة الإعلامية ومضمونها معا، وبالتالي سيتبع ذلك اختراقا ثقافيا وهيمنة ثقافية لصالح القوى الإعلامية الكبرى المالكة لوسائل الاتصال جديدها وقديمها.

الانعكاسات المختلفة على المستعملين¹ :

تعتبر الاتصالات التي تتم عبر الانترنت، ذات آثار وانعكاسات على عدة مستويات، وعلى مختلف الجوانب (الاجتماعية، النفسية، المعرفية والسلوكية...)، وهي إما انعكاسات ايجابية أو سلبية، وهذا شيء طبيعي لأن الانترنت كغيرها من وسائل الإعلام والاتصال، لابد وأن تحدث أثرًا على مستعمليها وتغييرا، سواء كان في الجانب الثقافي ، الإجتماعي ، السلوكي، اللغوي، أو السيكولوجي، إلى غير ذلك من الجوانب التي يمكن أن يلحقها هذا التأثير، ولهذا يتساءل الأستاذ: «سعيد بومعيزة» في معرض حديثه عن تأثير وسائل الإعلام على الأسرة والأطفال قائلا: «إذا كان هذا التأثير إبان محدودية وسائل الأعلام، فما هو الوضع في عصر التفتح والتكنولوجيا والدعائم الالكترونية؟ لأن تأثيرها سيكون أعمق من قبل، نظرا لتطورها ولتعدد تقنياتها وخدماتها، فمن دون شك كلما تطورت وسائل الإعلام والاتصال كلما زادت حدة تأثيرها ووقع انعكاسها² .

الانعكاسات الاجتماعية:

يمكن القول أن الأثر الأساسي للاستخدام المفرط لتطبيقات الانترنت الالكترونية، يتمثل في علاقة الفرد بمحيطه الاجتماعي، ونسبة احتكاكه به، حيث أن العديد من الدراسات التي تناولت هذه الجوانب بينت أن هؤلاء الأفراد يحدث أهم نوع من العزلة والانفراد، وتراجع مدة جلوسهم مع أفراد عائلاتهم وأصدقائهم .

ففي دراسة قام بها «كريستفور سانديرز» نشرت في صيف سنة 2000، تبين أن هناك علاقة بين استعمال الانترنت ومشاعر العزلة الاكتئاب ، وقد بينت دراسة أخرى أن الاستعمال الزائد للانترنت كانت له علاقة مع انخفاض الاتصالات العائلية، ونقص حجم

¹- سمير إبراهيم حسن ، الثقافة و المجتمع ، دار الفكر ، دمشق ، 2007 ، ص 106 .

²- المرجع نفسه ، ص 106 .

الدائرة الاجتماعية المحلية للعائلة، مع زيادة مشاعر الاكتئاب والوحدة، فالتقنيات الاتصالية للانترنت تجعل الفرد يشعر بمتعة وانبساط، نظرا لإمكانية الحديث مع أشخاص من كل أنحاء العالم وفي الوقت الآني المتزامن، وهذا ما يجعله يستغرق في النقاشات ويقضي أوقاتا دون أن يشعر، وبالتالي «ينفصل عن المجتمع ويدخل في مجتمعات افتراضية» ، ويصبح شخصا غريبا عن مجتمعه، وينقص اهتمامه بقضايا وبأحداث محيطه الاجتماعي، ومع مرور الوقت يتحول إلى شخص منعزل تماما عن بيئته الاجتماعية، ويصيبه ما يسمى: «بالانعزال الذاتي **le repli sur soi** ، ويزداد ارتباطه بأصدقائه الافتراضيين، إلى درجة أن الارتباط الشديد بالجماعة الافتراضية وبمنتديات المحادثة الإلكترونية، إلى كون هذه المنتديات توفر بيئة يقوم فيها الأفراد بتطوير شعور الانتماء والهوية الاجتماعية، (social identity) ،وتوفر بنى اجتماعية موجودة في المجتمع الحقيقي بالإضافة إلى الأثر المحتمل على العلاقة الزوجية، والتي قد تتدهور بشكل كبير وتؤدي حتى الطلاق، خاصة إذا انغمس أحد الطرفين في علاقات افتراضية غير شرعية¹.

ولهذا فإن الاستعمال المتواصل لشبكة الانترنت والخدمات الاتصالية يهدد الأفراد، مما يؤدي إلى زوال النسيج الاجتماعي التقليدي، وحلول نسيج اجتماعي افتراضي محله يتميز "بانعدام خميمية الجوار والتقارب .

وكنتيجة لهذا الانعزال والانفصال الاجتماعي، يحدث نوع من التفكك الاجتماعي، وتطغي النزعة الفردية على الجماعية ويتراجع الاهتمام بقضايا الجماعة، لكن هذا الانعزال لا يجب أن يجعلنا نغفل عن العلاقات الجديدة التي يكتسبها الفرد مع أفراد من كل الأنحاء، فهو يتعرف على أفراد جدد كل يوم، ورغم ذلك فإن هذه العلاقات لا يمكن أن تحل محل العلاقات الواقعية مع محيطنا الاجتماعي، ويمكن كذلك لهذه الاتصالات أن تقرب بين

¹ - المرجع نفسه ، ص 107 .

شعوب العالم، وتعرف بعضهم بتقاليد البعض الآخر، وتقرب بين آرائهم وأفكارهم، ويمكن أن تؤدي كذلك إلى حصول "التجانس الثقافي" ، الذي يجعل ثقافات الأفراد تتعايش وتتقارب فيما بينها، وتتمازج لتأخذ كل واحدة عن الأخرى ما يناسبها ويخدمها، ومن الانعكاسات التي تحدث كذلك من جراء استخدام منتديات المحادثة الإلكترونية باعتبارها وسيلة اتصال، "الاغتراب الثقافي والتنميط الاجتماعي"، الذي يجعل الفرد يشعر وكأنه لا ينتمي إلى ثقافة مجتمعه، وتبدأ أعراض التملص من عادات مجتمعه وتقاليده، وتبدوا أعراض التشبث بالقيم الغريبة، وأنماطهم الثقافية الناتجة عن كثرة الاحتكاك بهم والاتصال معهم¹ .

الانعكاسات المختلفة على السلوكات والمواقف:

يمكن لمستعملي الانترنت ولاسيما تطبيقاتها الاتصالية الالكترونية، يتأثروا بالأشخاص الذين يتواصلون معهم، فيحدث جراء ذلك تغيرا في سلوكهم وتصرفاتهم، كما تتغير كذلك مواقفهم واتجاهاتهم المختلفة، لأن "اكتساب الاتجاهات الاجتماعية لدى الفرد يتم عن طريق التفاعل الذي يحدث بين الفرد وغيره من أفراد المجتمع" .ونظرا لاندماج الفرد كلية في الاتصال مع أشخاص آخرين، يحدث له نوع من الشعور بالولاء والانتماء، والالتزام بمعايير جماعته الافتراضية، وبالتالي تبنى مواقفهم وأفكارهم واتجاهاتهم، بالإضافة إلى ذلك فإن المحادثة لأوقات طويلة يجعل الفرد يتخلى عن سلوكات كان يقوم بها لتحل محلها سلوكات غيرها، ولهذا يحذر المختصون من أخطار انعكاسات الاتصالات الالكترونية على الأطفال والمراهقين، ومن إمكانية انحراف سلوكياتهم وأخلاقهم² .

الانعكاسات على الجانب الديني والأخلاقي:

¹ - المرجع نفسه ، ص 108 .

² - المرجع نفسه ، ص 109 .

من أخطر الانعكاسات التي يمكن أن تنتج عن الاستعمال المفرط للخدمات الالكترونية، تلك المتعلقة بالجانبين الديني والأخلاقي، حيث أن مناقشة مواضيع تافهة وانحرافية، و لاسيما المتعلقة بالجنس، قد تؤدي إلى تدهور منظومة القيم، وانحطاط أخلاقي لدى الأفراد، لأن الحديث الالكتروني قد يكون مع أشخاص جديين ومتخلفين كما قد يكون مع أشخاص منحرفين لا قيم لهم ولا مبادئ، وهذا ما يشكل خطرا خاصة بالنسبة للأطفال والمراهقين، لأنهم دائما ينادون وراء ما هو غامض ومجهول نظرا لفضولهم الكبير، ومحاولة اكتشاف كل شيء، ولهذا فإنهم قد يتعرضون لنقاشات إباحية تؤدي إلى انحراف سلوكياتهم بشكل كبير، بالإضافة إلى هذا فإن استغراق أوقات طويلة في استعمال الانترنت قد يؤدي إلى تهاون في أداء الواجبات الدينية مثل الصلوات في المسجد، إلى غير ذلك من العواقب التي تنجر عن الإدمان الأنترنتي، وهناك من يستعمل بعض الخدمات للقدح في الأشخاص وانتهاك خصوصياتهم، أو لاستقزاز طرف معين، أو لإجراء نقاشات عنصرية، وهذا ما يجعل العديد من الجهات تطالب بوضع قوانين تلزم مسيري ومصممي هذه المنتديات ومزودي خدمة الانترنت بمراقبة محتوى النقاش، وللإشارة فإن هناك كثير من البلدان التي تملك تشريعات وقوانين في هذا المجال، تعمل على وضع حدود وإجراءات ردية وتنظيمية¹.

الانعكاسات النفسية:

من بين الآثار التي تسببها الأوقات المتواصلة أمام الشبكة الالكترونية الإصابة بالإحباط النفسي، والإحساس بالقلق بسبب قضاء أوقات طويلة ولاسيما إذا كان هذا الاستعمال عشوائيا أي دون هدف محدد مسبقا، أو إذا أجرى نقاشا في موضوع تافه لا

¹ - المرجع نفسه ، ص 110 .

ينفع كالمواضيع الإباحية، فإنه من دون شك سيشعر في الأخير بالذنب وتضييع المال والوقت، وهو ما يؤدي به إلى الشعور بالإحباط النفسي والمعنوي¹.

الانعكاسات الثقافية:

يمكن القول أن الانعكاسات الثقافية لوسائل الاتصال الجديدة على المستعملين هي الانعكاسات الأهم والأخطر في نفس الوقت، فمما لاشك فيه أن استعمال الانترنت كوسيلة اتصال لا يخلو من تأثير وتأثر بثقافات الغير، فالشخص الذي يتحادث ويتفاعل مع شخص آخر مختلف عن ثقافته ومجتمعه، لابد وأن ينقل كل واحد منهما أفكارا للآخر، ويسوق له ثقافته وقيم مجتمعه، فالاتصال أصبح ملازما للثقافة وكما يقول « فلاح كاظم»: «فإن التكافل والتفاعل بين الثقافة والاتصال قد غدا في عصرنا الراهن أكثر وضوحا في أي وقت مضى» ، بسبب التطور الحاصل في التقنيات الاتصالية وتطبيقاتها المختلفة، ومن الأخطار المحتملة على المستعملين، خطر التغريب الثقافي، والذي بمس الشباب بالخصوص ويجعلهم يتخلون عن ثقافتهم وخصوصيتهم، ويتنكرون من عاداتهم وحضارتهم متشبثين بالقيم الغربية، وينجر عن هذا الانخداع بالثقافة الغربية، اهتمام بالغ بكل ما يفعلونه (سلوكات، عادات، لباس،...) واهتمام بلغتهم إلى درجة إهمال اللغة الأم، بسبب الركض وراء استعمال اللغات الأجنبية قبل اللغة الوطنية، وينجر عن كل هذا تفكير للغة المستعملة ((Appauvrissement du langage courant وبالتالي يحدث عجز في القدرة على الاصطلاح ((Capacité a conceptualiser والتفكير الحر، وهناك من يرى على العكس من ذلك، أن هذا التنوع الثقافي عبر تطبيقات وخدمات الانترنت الالكترونية هو عامل إيجابي من الناحية الثقافية إذا أحسن استغلالها خاصة من ناحية تعلم اللغات الأجنبية، والتعرف على ثقافة الشعوب والأمم، واكتساب معلومات ومعارف جديدة، كما

¹ - المرجع نفسه ، ص 111 .

تقول «Elizabeth Reid» : « تعتبر منتديات المحادثة الالكترونية فضاءا خصبا للأفكار الجديدة» ، حيث تطرح مختلف الأفكار والآراء من طرف أشخاص لهم مستويات علمية وثقافية متعددة، فيمكن للفرد أن يكتسب معلومات ومعارف كثيرة¹.

ويرى الكاتب «Chevalier J-M» وآخرون أن: «الانترنت قد أحدث وأوجد حقلا جديدا للتفاعل وشكلا من أشكال نقل المعلومات»³⁵، حيث أن الأفراد بإمكانهم تبادل المعارف المختلفة، والحصول على المعلومات (خاصة بالنسبة للأفراد غير القادرين لاقتناء مصادر المعلومات المختلفة) ، وجعل ثقافتهم تنتشر بين شعوب العالم، وهذا ما يؤدي إلى تلاقح وتزواج هذه الثقافات، ولهذا يعتبر «Wolton» أن الاتصال بين الوسائل التي تساهم في التقريب بين الأفراد والقيم والثقافات .

وحسب بعض المختصين، فإن الاستخدام المتواصل والمفرط لخدمات الانترنت له آثار على القدرات الذهنية والإدراكية للفرد، حيث أنه يصاب بتعب وإنهاك، ويقلل من قدرته على التركيز، كما أن الوقت الذي يخصص للدراسة والمطالعة سيتراجع بنسبة كبيرة بسبب قضاء أوقات طويلة في الإبحار بالإضافة إلى الدردشة الالكترونية باللغة الإنجليزية بدرجة كبيرة يؤدي إلى المساهمة في هيمنة هذه اللغة على الشبكة العالمية وبالتالي تهميش اللغات الأخرى (كالعربية)، وهو ما يؤدي بدوره إلى تقليص إمكانية التعبير وبالتالي تحصل لهم حالة من الاغتراب الثقافي، بفعل ارتباطهم بثقافات الغير وعاداتهم عبر التعرض لمضامين إعلامية أعدت خصيصا لذلك².

خلاصة الفصل:

¹- المرجع نفسه ، ص 112 .

²- المرجع نفسه ، ص 113 .

في النهاية يمكن القول أن وسائل الإعلام الجديدة ليست كلها شر ، فلها انعكاسات و آثار سلبية كما لها آثار إيجابية ، فمثلا لا يمكن إغفال الوظيفة التثقيفية لوسائل الاتصال الحديثة ، الوظيفة التعليمية ، فالיום نجد أكبر الجامعات و المدارس تعتمد بنسبة كبيرة على تكنولوجيا الاتصال لتحديث العملية التعليمية ، كما لا يمكن كذلك إغفال دورها في البحث العلمي و إتاحة مصادر المعرفة و الثقافة .

إن الدور التثقيفي لوسائل الإعلام ينطلق من مفهوم الإعلام الثقافي ، هذا الأخير الذي يجمع بين مفهومي الإعلام و الثقافة ، و منه الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام الذي يستقبله الجمهور بمختلف شرائحهم ، وفي النهاية ينفي أهم استنتاج هو ما ورد على لسان أحد المختصين : « حيث يسعى الإعلام الثقافي إلى رأب الصدع في المجتمع المعاصر الذي تطفئ فيه المنافع المادية على حياة الناس ، و ذلك فيما يسعى الإعلام الثقافي إلى القيم الجمالية بين الجماهير ... و الوظيفة الثانية للإعلام الثقافي وظيفة اجتماعية أو كما يذهب دوركهايم الذي يرى أنه يخلق من مشاهديه و المعجبين به وحدة اجتماعية متماسكة ... » .

الفصل الرابع

تمهيد:

في هذا الفصل سنقوم بتقديم المثقف بصفة عامة و المثقف الجزائري بصفة خاصة، و هنا نشير أن هناك اختلافات متعددة لهذا المفهوم ، و يرتبط هذا التعدد منذ نشأته (المثقف) التي ارتبطت بالفكر الغربي خاصة عند الفرنسيين ليبدأ هذا المفهوم يتطور ليتبلور مفهوم المثقف في الفكر العربي ، و هنا نشير أن هناك خطوط مشتركة بين فكر وآخر ، ليتم عرض هذا أكثر في المفهوم الجزائري من خلال بعض الدراسات و المقاربات و عليه تقديم المثقف الجزائري إجرائياً وفق الدراسة في صورة الأستاذ الجامعي ، و هذا الأخير هو لب الدراسة أين سنحاول أن شريط استهلاكه للثقافة الجماهيرية .

المبحث الأول: المثقف في ميزان الدراسات السوسولوجية

تحتل الدراسات السوسولوجية حول المثقف موقعا مميزا في المجال الأكاديمي ولعلّ تخصص علم الاجتماع الثقافي أعطى المزيد من الاهتمام للدراسات الخاصة بالمثقف، هذا الأخير يحتل موقع متميز ضمن مواقع الفئات الأخرى وتبقى أهم الدراسات تلك التي عالجت المثقف والتغيير الاجتماعي وهنا ندخل في لب الإشكالية والتي تتعلق باستخدام المثقف لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وبالتالي الحديث عن تلك العلاقة الجدلية بين تأثير المثقف على هذه الوسائل وتأثر بها، وخارج هذا نستعرض في هذا التحليل صورة وتمثلات مختلف العلماء لمفهوم المثقف ووضعه ودوره في المجتمع .

أولا: التجليات العامة للمثقف:

خلال هذا التحليل سوف نتعرض إلى مفهوم المثقف في المجتمعات العربية وفي الفكر العربي ثم عرض واقع المثقفين عند الكثير من العلماء الاجتماعيين والغربيين وبالطبع الفكر الغربي حول المثقف يرتبط ويستند بالأساس إلى واقع المثقفين في هذه المجتمعات .

1- المثقف في الفكر العربي:

استخدام مفهوم المثقف عند العرب انطلاقا من الدور الذي يلعبه هذا الأخير، وهنا نشير أن هذا الدور ارتبط بأهل الرأي والفقهاء ورجال الدين، كما نشير أن استخدام مفهوم المثقف هو استخدام حديث بالنسبة للغة العربية، أي نجده محلّ ألفاظ عديدة نجدها في التراث العربي مثل الفقيه، الإمام، المتصوف، العالم، المتكلم، الفيلسوف، الشيخ، وهذا ما نجد عند الدكتور محمد عابد الجابري في بحثه "المثقفون في الحضارة العربية" . كان الأمراء هم العلماء وكان الصحابة أمراء وعلماء في الوقت نفسه يحكمون بالشرع ويشرعون

الفصل الرابع: الإطار المعرفي للمثقف الجامعي

للحكم، ثم حصل خلاف حول الحكم، فاستأثر العلماء بالسلطة وتمسك العلماء بالرأي، وحصل استبداد بالأمر أدى إلى استقلال الرأي فانفصل العلم والثقافة عن السياسة وبدأت فئة المثقفين الأوائل في الإسلام في الظهور¹.

هذا يجزنا إلى عرض تعريف المثقف عند بعض المفكرين العرب وهنا نشير أنه هناك من اتخذ عدة أسس لهذا التعريف غير أن غالبيتهم اشترط توفر معيار التعليم وهناك من اشترط ضرورة أن يكون المثقف يسعى إلى التغيير وهناك من يرى أنه لا بد من أن يركز على نقد السلطة ويضل دائما ناقدا لها وليس مبررا لسلوكها² وهنا سنعرض أهم التعاريف:

-تعريف «إدوارد سعيد» للمثقفين بأنه: «فرد يتمتع بموهبة خاصة تمكنه من حمل رسالة، أو تمثيل وجهة نظر، أو موقف، أو فلسفة، أو رأي وتجسيد ذلك الإفصاح عنه إلى مجتمع وتمثيل ذلك باسم هذا المجتمع». ويعرفه إليا حريف بأنه: «شخص يتعاطى الأفكار خلقا، واستهلاكا وترويجا وتأثيرا بها في الآخرين». كما تعرفه «شهيذة الباز» بأنه: «الذي يلتزم بموقف حيال قضايا مجتمعه، ويشارك في تغيير هذا المجتمع»³ ونشير أن الدكتور «زكي ناجيب محمود» من أكثر الكتاب الذين اهتموا بموضوع المثقف فهو يرى «أن المثقف هو الشخص الذي يروج للقيم العليا وهنا يكون الفرق بين المتخصصين الذي وقف عند تخصصه في فرع من العلوم، والمثقف الذي ينشر الفكر ليس لمجرد أنه فكر وكفى

¹ - محمد عابد الجابري: المثقفون في الحضارة العربية محنة بن حنبل ونكبة بن رشد، دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، 2000، ص 13.

² - جمال علي زهران: تأثير الأوضاع المجتمعية على دور المثقف العربي، الرباط، المجلس القومي للثقافة (مجلة الوحدة)، السنة 4، العدد 40، جانفي 1988، ص 35.

³ - عبد الرحمن بن زيد الزبيدي: المثقف العربي بين العصرية والإسلامية ومقومات الفاعلية الثقافية للمثقف المسلم، دار كنوز إشبيلية للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، ط1، 2009، ص 33-34.

ولكن لأن هذا الفكر يتيح لنا حياة أفضل « كما يعرفه » الشخص الذي يحمل في ذهنه أفكار من إبداعه هو أو من إبداع سواه، وهو يرى أن هذه الأفكار تجد طريقها إلى التطبيق في حياة الناس فيكسر جهده لتحقيق هذا الأمل « وعرفه أيضا » بأنه هو من أدرك مثلا للحياة الإنسانية ثم لا يقف عند مجرد الإدراك بل حاول تغيير الحياة وفق ما أدركه شريطة أن يجيء هذا التغيير في الاتجاه الذي يسير فيه التاريخ»¹. أما «أحمد موصللي ولؤي صافي» فقد عرفا المثقف بأنه: « الشخص الذي يهتم بتفكيك وإظهار التناقضات الاجتماعية موظفا في ذلك هواجسه واهتماماته »² أما الباحث «حيدر إبراهيم» فيرى في المثقف أنه «ذلك الشخص الذي يتحلى بالمعرفة مضافا إليها العمل والممارسة وفقا للثقافة المكتسبة، فالمثقف هو متعلم أو متخصص وزيادة، بمعنى أنه صاحب قضية اجتماعية وسياسية يعمل لأجلها وفق رؤية للعالم، ولذلك يعتمد تحديد معنى المثقف على التطور التاريخي أو مستوى المحددات الاقتصادية والاجتماعية لكل مجتمع ، كذلك يتغير دور المثقفين حسب هذه المعطيات »³ ونجد مفهوم المثقف عند «برهان غليون»: «هو الذي يجعل من التفكير في واقع مجتمعه ومصالحه العامة أحد همومه الرئيسية، ويشارك في الصراع الاجتماعي من أجل دفع الواقع نحو الأفضل». ويرى «هشام شرابي»: « أن ما يحدد المثقف هو خاصيتين هما:

- الوعي الاجتماعي الذي يجعله يتصور المجتمع من زاوية شاملة ويحلل قضاياها على مستوى نظري متماسك.

¹- زكي نجيب محفوظ: هموم المثقفين، دار الشروق، بيروت، 1998، ص11-12 .

²- أحمد موصللي: جذور أزمة المثقف العربي، سلسلة حوارات القرن الجديد، دار الفكر، دمشق، ط1، ص86.

³- حيدر إبراهيم علي: المثقف العربي و السلطة، المجتمع الثقافي العربي، بيروت، 1996، ص88 .

- والدور الاجتماعي وهو النشاط الذي يؤديه صاحب هذا الوعي الاجتماعي في الواقع مستثمرا كفاءته وتخصصه المعرفي»¹ .

إن هذه التعريفات تبرز لنا أكثر واقع المثقف في المجتمع العربي هذا الواقع الذي يرتبط بأبعاد ثقافية واجتماعية بالأساس، وهنا نشير أن المفهوم العربي المعاصر يرى أن المثقف العربي يعاني أزمة متعددة الأبعاد تعكس حالة التفكك الموجود في المجتمع العربي، أنه مجتمع فاقد للفاعلية وهذا ما يتجلى في المثقف في حد ذاته، فهذا الأخير لم تعد تميزه خصوصية ولم يعد ينتج المعرفة، إنه أصبح في مؤخرة المجتمع². لذا فإن التحدي الأساسي أمام المثقف العربي في الوقت الراهن هو سعيه إلى التغيير وهنا لا بد من إزالة تلك الصورة التي لحقته لسنوات عديدة ولا يزال يعيش ضليعا وغربة، فلم يستطع إيجاد السبل الكفيلة للتغلب عليهما أو الحد من تفاقمهما بما يعيد نوعا من التوازن للمثقف القادر على مسايرة التطور العلمي والمعرفي دون نوبان كلي في شراك مظاهر زائفة أو انكفاء سلبي إلى منجزات تاريخية ماضية استنفذت إجراءاتها ولم تعد قادرة على حل مشاكل اليوم الأكثر تعقيدا أو الأكثر خطورة ولا أدل على ذلك من هذا السجال الممتد بين فئات من المثقفين العرب حول التراث والمعاصرة والذي استغرق حينًا طويلا من الزمن واستنفذ جهدا متواصلا من المواجهة غير المنتجة في وقت تعمقت فيه الهوة بين المثقف العربي الذي وقف عند السجال اللفظي غير المنتهي حول قضايا مكررة، أو التزم الصمت حول قضايا التغيير الحقيقية³ .

¹ - عبد الرحمن بن زيد الزنديني: مرجع سابق، ص 34 .

² - جمال علي زهران: مرجع سابق، ص 36 .

³ - حسن مسكين: أزمة النخب العربية، دار القروين، المملكة العربية، ط 1 ، 2007، ص 110 .

إن المثقف العربي يوصف اليوم بالشخص المثالي لأنه يعتمد في مشاريعه على الخطاب الثقافي المجرد والبعيد عن ثقافة مجتمعه الأصيل فهو ليس ذلك الشخص المؤثر في الحياة العامة وفي القضايا الكبرى التي تخص المجتمع وموجهاً لأفكاره ورمزاً لتطلعاته المستقبلية¹ لذا فإن التحدي الأساسي أمام المثقف العربي في الوقت الراهن هو الارتفاع فوق ذاته وفوق الموقف الذي يحمله حيال مجتمعه لتحقيق واسترجاع صورة الثقافي العربي القادر على إحداث توازن بين ما هو اجتماعي وما هو معرفي ولا يتحقق له ذلك إلا بالتخلص من الأوهام التي تسيطر على فكره وتصورات، فالمثقف بقدر ما تعامل مع نفسه بوصفه ينتمي إلى النخبة الممتازة المختارة صار في عزلة عن الناس والمجتمع وانتهى به المآل إلى المصادقية والفاعلية، ومشكلته ثانياً تكمن في طريقة تعامله مع أفكاره. فالمثقف تعامل مع مقولاته على نحو دوغمائي أو أحادي تبسيطي، لقد غلبت عنده إرادة العقيدة على إرادة المعرفة، وتكمن مشكلته ثالثاً في رؤيته الماورائية للحقيقة أي تعامله مع الواقع كموضوع يمكن القبض عليه عن طريق التصورات فحسب².

إنما يجعل دور المثقف هاما خاصة في عصرنا الحالي كونه الضمير الحي لهذه الأمة التي لازالت تراهن على هذا العامل الحاسم في مرحلتها الانتقالية العصبية رغم كل العوائق المنتصبة هنا وهناك، لكن إذا تعطل دور هذا المثقف نهائياً إنهار طموح الأمة بكاملها ولن يبقى لها أي منفذ تطل منه على الأمل الذي بإمكانه تغيير مصيرها سياسياً واقتصادياً واجتماعياً ومعرفياً .

¹-M.Teitler et Autres. Elites. Pourvir et légitimité au maghreb Edition du centre national de la recherche Scientifique . Paris.1973.P14 .

²- علي حرب: الفكر والحداثة، دار الكنوز الأدبية، بيروت، ط2، 1997، ص120 .

إن لنا في واقع هذه الأمة أمثلة شاهدة على أن هناك خلايا بنويًا جليًا في عمل هذا المثقف الذي أصبح يكتفي إما بدور المتفرج أو المكرس أو الحالم بعيدا عن الواقع فلم تعدله القدرة على ابتكار حلول و إبداع تصورات أو إنتاج رؤية بإمكانها تحويل الأحلام إلى مشاريع وخطط مدروسة ممكنة التحقق¹.

إن هذه الوضعية التي أصبحت تميز الفئة المثقفة يمكن إرجاعها إلى اللغة العنيفة التي بحت تميز كتابات المثقفين ولهجاتهم الحادة القائمة على التجريح والرفض فقط إلى جانب الصراع القائم فيما بينهم الذي يقوم على الانتماء إلى الأفكار مما جعلهم يرتبطون وفق منطلقاتهم لاتجاهاتهم الفكرية والإيديولوجية التي يعتقدونها، وهنا نجد الدكتور «معن خليل عمر» يعطي تصنيفا للمثقفين تمثل في²:

أ- **صنف أرياف المثقفين:** يشير هذا الصنف إلى الجمود الفكري والمعرفة السطحية والضيق في الرؤية الثقافية بسبب الانعزال وعدم القدرة على التحدي والدخول في العمليات الصراعية والتفاعل معها بسبب الخوف من التغيير مما تجده يقبل بالتبعية والاستسلام ويحافظ على الأفكار الجامدة ويدافع عليها وهي أربع نماذج:

1/ نموذج منطوق موقفي: وهو المتميز بمواقفه الدقيقة اتجاه ثقافة مجتمعه واتجاه ثقافات أخرى والتي من خلاله يحدد هدف المثقف ومركزه الخاص من المثقفين من مجتمعه فإن كان اتجاهه استعلائيا عن عناصر ثقافة مجتمعه بسبب انحطاطية اتجاهه الثقافي إزاء الثقافات الأخرى فإن هذا الصنف سيقوم بطرح سلبيات ثقافة مجتمعه المحلي والعام ويبالغ

¹ - حسن مسكين: مرجع سابق، ص 112 .

² - معين علي خليل: نماذج من المثقفين في المجتمع العربي، (مجلة الوحدة)، المجلس القومي للثقافة العربية، الرباط، سنة 4، العدد 40، جانفي 1988، ص 50-51-52 .

فيها فضلا عن انتقاصه من مواقع مثقفي مجتمعه مما قد يؤدي إلى إعاقة النمو الثقافي داخل مجتمعه .

2/المثقف ذو المنطق السلطوي: هذا الصنف ينتشر بكثرة في المجتمعات العربية بحيث يعمل على استحواذ أعمال وتجارب الآخرين وبنسبها لأفراد لم يساهموا في طرحها أو استعمالها دون الإشارة إلى أصحابها ونجد هذا لدى بعض المثقفين ممن يقومون باقتباس الأعمال والتجارب والأفكار والمراجع والمصادر التي ظهرت في مجتمعات أجنبية وقدموها على أنها أفكارهم وأعمالهم الخاصة، وتنتشر هذه الظاهرة خاصة في الوسط المسرحي والجامعي بسبب انعدام الأمانة العلمية وما الصراع الموجود بين ممتهني الفن بأشكاله إلا دليل على انتشار هذا النوع من أشباه المثقفين .

3/المثقف ذو المنطق الإدعائي: يعبر هذا النموذج على المثقفين الذين يدعون إلى التخصص في ميادين أخرى دون تخصصهم الأصلي خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمواقع الحيوية في البناء المعرفي وذلك باستعمال جميع الوسائل اللاأخلاقية من أجل إثبات هذا الانتماء ما يجعل تميزه قار و واضحا في عطائه المعرفي بحيث يصبح يتقلب من نظرية معرفية إلى أخرى ومن منهج إلى آخر وذلك بحسب حاجته إلى هذا الموقف المعرفي .

4/المثقف ذو المنطق الموقعي: وهو يعرف باسم المثقف المختص الذي يداهم المواقع الإدارية والمعرفية لكي يصل لمستويات إدارية ومعرفية رفيعة مدافعا عن السلطة تابعا لأوامرها دون أن يفيد مجتمعه أو يثري المعرفة بشيء بل يصبح بوق من أبواق السلطة ومستغلا لهذه المواقع ليحقق أهدافه وبالتالي يصبح موظفا في المعرفة وليس مختصا فيها .

ب/صنف خواطر المثقفين: وهم أصحاب المنطلقات الصريحة والقادرين على الدخول في العمليات الصراعية والإسهام فيها وقيادتها عن طريق كتاباتهم وتوجيه الصراع للمصالح

العام وليس الخاص بما تملكه من رؤية واسعة للأحداث الفردية والاجتماعية وهم أربعة نماذج:

1/ نموذج ذو منطلق تفاعلي: وهو المثقف المطلع على ثقافات غير ثقافة مجتمعه مقترنا ذلك مع ثقافة مجتمعه مبرزاً أوجه الاختلاف والتشابه بينهما وحقق تفاعلاً بين خبرتهما وأهدافهما .

2/ نموذج ذو منطلق نقدي: أي الشخص الذي يرصد المشكلات والظواهر والوقائع الاجتماعية والسياسية والثقافية وثبت سلبياتها وقدم علاجاً لها ثم قومها ولم يكتفي بنقدها .

3/ نموذج ذو منطلق إنساني: وهم المثقفين الذين تحرروا من عصبياتهم الضيقة وتحيزاتهم وخصوصياتهم الشخصية، المحلية وعبروا عن مجتمعهم .

4/ نموذج ذو منطلق إجرائي: أي المثقف الذي يخدم الناس من خلال موقعه دون تقديس المناصب الإدارية ويعمل على إزالة المعوقات البيروقراطية لكي تتحقق أهداف وغايات الناس .

وهنا نجد أن الباحث يرى أن هذه النماذج الأربعة تنتعش كلما قل الوعي الثقافي في المجتمع وتتحصر كلما زاد الوعي الثقافي داخله لأن الوعي الثقافي يرتفع مستواه كلما زاد احتكاك المجتمع مع المجتمعات المغايرة له في الثقافة المدنية والأكثر تقدماً وتطوراً منه، وهنا نجد أنه يرى أن هذه الأصناف لا تمثل حالات إبداعية بل تمثل حالات جامدة ومنعزلة تعمل على عزل وإقصاء المثقفين الحقيقيين أصحاب المواقف الواضحة والصريحة

الفصل الرابع: الإطار المعرفي للمثقف الجامعي

في مواجهة مشكلات المجتمع عن طريق الموضوعية والتحليل والتقييم والالتزام بعيدا عن الغنى المادي السريع وتقديس المواقع الإدارية والسلطوية¹.

إنه من خلال هذا التحليل تبرز لنا تلك العلاقة الجدلية بين الثقافة والمثقف وبين كليهما من جهة أخرى ونواحي أخرى في الحياة الإنسانية، فالثقافة شاملة لجميع المجالات وهي في تفاعل دائم معها وهي متبدلة من مجال إلى مجال، فالثقافة والمثقف وجهان لشيء واحد بحيث لا يمكن فصل أحدهما عن الآخر وذلك أن المثقف إما يحصل ثقافة وبها يعمل ويسعى لتوجيه هذه الثقافة ذاتها أو أن يمارس عملية النقد الثقافي أو أن يكون رسولا ناشرا لها، أو يتخذ موقفا، فالثقافة إذن هي عملة المثقف في التعامل والتعاطي مع مختلف الظواهر في المجالات كلها. وجملة القول أنه لا ثقافة بدون مثقف كما أنه لا مثقف بدون ثقافة فكلا الطرفين دعامة لقيام الآخر والحياة اليومية تدلنا على مختلف تجليات الثقافة وموقع المثقفين في ذلك على المستويين النظري والعملي².

إنه من خلال هذا التحليل نجد أن هناك فئة من المثقفين تدعي امتلاكها للحقيقة كاملة فيتم إقصاء الفئة الأخرى أو استبعادها ونعتها بنعوت ومسميات دنيئة في الحوار الذي يستثمر تنوع الأفكار وغني التعارف الكفيلة بخلق مشروع ثقافي عربي تنموي فيه من التنوع والاختلاف الخصب والمنتج ما يسمح بتأسيس تصور تكاملي خلاق تنعكس آثاره الإيجابية على سائر المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية³.

¹ - مرجع سابق: ص 52 .

² - سفيان ميمون: من تجليات الثقافة (فكر ومجتمع)، طكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، العدد 18، 2013، ص 309 .

³ - حسن مسكين: مرجع سابق، ص 113 .

إن هذا التحليل يجرنا إلي دور المثقف في ضل الظروف التي تحيط بهذا الواقع الذي لا ينكره أحد فهو مصدر للأفكار والقيم ولكن المكيف لها بشكل مباشر إنما هو المفكر والنظر والثقف وعليه كان الفكر أيضا مصدرا هاما للإبداع الفكري وإنتاج القيم وعليه برز من يقول بأسبقية البنية الفوقية في الإنتاج الفكري والثقافي حيث المثقف هو صانع الوجود والمكيف له¹. ورغم هذا نجد هناك فئة من المثقفين تبخل بفكرها وثقافتها على المجتمع منطلقة من تصور خاص يرى أنه لا ضرورة لتنزيل هذه الأفكار وتوسيعها لأنها لن تستوعب من لدن هذه الشرائح وبالتالي تختار هذه النخب التفكير والتنظير والإنتاج خارج اهتمام الشعوب بعيدا عن آمالهم وأخلاقهم وكأنها تعيش وتفكر لذاتها فقط دون أن نجسد طموحات مواطنيها فيكون تعطيل هذه الغاية تعطيل لمشروع مجتمعي كامل تسري نتائجه على باقي المناحي سلبا لا إيجابا².

وبهذا التحليل سوف نتعرض إلى أسباب تدهور المثقف في المجتمعات العربية وهنا نشير أن هناك نباين للآراء لهذا التدهور، فهناك من يرى أن هذا التدهور يرتبط بانعدام فضاء حر للكتابة والتعبير ومنها ما هو متعلق بالمستوى التعليمي للمجتمع في حد ذاته إضافة إلى بعض العوائق الاقتصادية والمادية التي تعوق المثقفين دون نشر أفكارهم وتحصيل أفكار جديدة بسبب عدم توفر إمكانيات النشر والترجمة وقد كانت مساهمة العديد من المفكرين في تحديد هذه الأسباب واضحة، فالباحث «حامد ربيع» يعتقد أن من بين هذه الأسباب نجد:

« هروب المثقفين من وظيفتهم الحقيقية في التقييم والنقد والرفض إلى جانب عدم القدرة على التعمق والتحليل وفهم المشاكل والنقل الأجوف عن الفكر الغربي دون فهم حقيقي لفهم

¹ - سفيان ميمون: مرجع سابق، ص 310 .

² - حسن مسكين: مرجع سابق، ص 113 .

هذا الفكر إلى جانب تباعية المثقف للسلطة....»¹ . ويرى الدكتور «سليمان العسكري» أن أزمة المثقف العربي مرتبط بالجمود والتخلف الذي يعرفه الواقع الثقافي في الوطن العربي بشكل خاص.

ومن أسباب هذا الجمود والتخلف أهمها² :

- 1- غياب الديمقراطية في كافة المجالات السياسية والثقافية والاجتماعية .
- 2- ضعف الترجمة .
- 3- عدم توفر الكتب بالقدر الكافي خاصة الكتب غير المدرسية الخاصة بالأطفال .
- 4- ضعف الصناعة الورقية .

أما عالم الاجتماع اللبناني «سمير خلف» فقد أرجع أزمة المثقف العربي إلى:

- 1- انعدام الحوار الحقيقي وغياب تقليد راسخة للاجتماع في حلقات ثقافية منظمة نتج عنه تفتت وتفرق طبقة المثقفين .
- 2- ارتباط المثقف العربي بتفكير الأجداد والمراكز التقليدية لأنها تجعل لهم قيمة اجتماعية وتشعرهم بالأمن والطمأنينة أكبر من أي منظمة أخرى .
- 3- انعدام حرية التفكير في المجتمعات العربية .
- 4- زحف جماعات التكنوقراطيين على مواقع السلطة في المجتمع مما أدى إلى ضعف تأثير فئة المثقفين في المجتمع³ .

¹ - حامد ربيع: الثقافة العربية بين الغزو الصهيوني وإرادة التكامل القومي، دار الموقف العربي، القاهرة، 1983، ص40 .

² - سليمان العسكري: الثقافة والإنسان العربي إطلالة على المشهد الراهن، مجلة العربي، وزارة الإعلام، الكويت، العدد509، سنة2001، ص11-12 .

³ - جمال علي زهران: مرجع سابق، ص40 .

وهنا نجد الدكتور «علاء الدين هلال» يشير إلى أن من بين أسباب هذه الأزمة هو «مشكلة انقسام الجماعات الثقافية إلى جماعتين: جماعة ذات تعليم ديني وجماعة ذات تعليم مدني مما يؤدي إلى الاقتراب الفكري، إلى جانب مشكلة العلاقات مع السلطة وأزمة التعبير ومشكلة العلاقة مع المجتمع الذي ينتهي إليه¹.

أما المفكر فيرجع هذه الأزمة إلى طبيعة الوضع الاقتصادي واهتمام الناس بالعيش أكبر من أي شيء آخر، في حين نجد الدكتور «أحمد خليفة» فيجد السبب الرئيسي لعدم قيام المثقفين بدورهم يرجع إلى «أنه لا يمكن الحديث عن مثقفين داخل مجتمع غير مثقف بسبب انعدام صلة الفهم والتفاهم التي تمكنهم من القيام بدورهم»².

واستنادا إلى الأسباب التي عرضها هؤلاء المفكرين يتضح أن عوامل تدهور دور المثقفين في المجتمعات يعود لمجموعة من العوامل الداخلية المرتبطة بالبيئة السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يعيش فيها المثقف والعوامل الخارجية الوافدة من خارج هذه البيئة³.

*العوامل الداخلية:

1/ تصنيف الحريات العامة (حرية التعبير، حرية البحث العلمي، حرية التنقل، حرية الإعلام والاتصال،.....).

2/ انعدام الممارسة الديمقراطية في المجتمعات العربية سواء تلك المتعلقة بالحاكم والمحكوم أو تلك المتعلقة بالمعاملات اليومية بين الأبناء والأولياء.

¹ - مرجع سابق، ص 41 .

² - المرجع نفسه: ص 41 .

³ - عبد الفتاح العلمي: واقع ومستقبل المثقف العربي في ظل التحديات التي تعيشها البلاد العربية،..... ص 165-

3/ شعور أغلبية المثقفين بالإحباط والعزلة نتيجة التهميش المقصود من طرف السلطة الحاكمة.

4/ الرغبة لدى بعض المثقفين في الحصول على مراتب في السلطة أو الاقتراب من مواقعها أدى إلى عدم الالتزام والوفاء العلمي والفكري لدى بعض المثقفين .

5/ تعفن المناخ السياسي وسيادة الفوضى الثقافية .

6/ التباين في المستويات المعيشية بين المجتمعات العربية أدى إلى عدم توازن الطبقة الثقافية حتى الوقت الذي يعاني بعض المثقفين من الحرمان والعجز أمام تلبية حاجاتهم الاجتماعية، يعيش البعض منهم في بلدان أخرى في رفاهية مترفة أدت إلى زيادة السلوك الاستهلاكي مقابل ركود فكري وثقافي .

7/ هجرة المثقفين من كتاب وفنانين وجامعيين إلى الدول الغربية لتحقيق طموحاتهم الفكرية والعلمية وتحسين واقعهم المعيشي.

8/ انتشار الأمية وغياب الوعي لدى فئات كبيرة من المجتمع العربي صعب في دور المثقف وعقد مهامه.

9/ سيادة الأفكار والقيم التقليدية في الأوساط الاجتماعية العمدة جعل صنف المثقفين بالخبرة هم السواد في المجتمع .

10/ عدم الالتزام والولاء للثقافة المحلية لدى بعض المثقفين ولد أزمة أخلاقية بينهم وبين المجتمع الذي ينتمون إليه مقابل التمسك بالقيم والأفكار الغربية واتهام الأفكار والقيم الموروثة بأنها سبب تخلف هذه المجتمعات.

*العوامل الخارجية:

1/الضغوط الخارجية التي هي ذات طابع سياسي واقتصادي مثل ضغط المؤسسات المالية والسياسية والثقافية الدولية و بمحاولة فرض القيم والنماذج الغربية على المجتمع العربي مما يؤدي إلى استئصال الأفكار والأبحاث المحلية.

2/الغزو الثقافي في إطار العولمة عن طريق فتح المدارس الوطنية الأجنبية وتدعيمها مقابل اتهام المدارس الوطنية بالتخلف والفشل في مسايرة الغيرات العالمية .

3/الإغراءات التي تقدمها المؤسسات للطبقة المثقفة المحلية من باحثين وجامعيين من أجل الاستفادة من خدماتهم وتحسين صورتها لدى هذه الشعوب .

4/الاهتمام الأجنبي بكتابات وأبحاث المفكرين العرب وتقديم تسهيلات مالية للنشر والترجمة وحوافز تشجيعية مقابل تدعيم نموذجها الاستغلالي .

إن التعرض لأسباب تدهور المثقف في الوطن العربي يجرنا إلى الحديث على الدور المستقبلي لهذا المثقف ومستقبل الثقافة في المنطقة العربية وعليه تبقى الأداة الأساسية لمعالجة الثقافة هي الثقافة ذاتها إذ أن بعث ثقافة الجد مقابل الهزل وثقافة المسؤولية مقابل ثقافة اللامسؤولية هي الكفيلة بإعادة الثقافة إلى مكانها الصحيح¹.

إن استعادة المثقف لدوره يرتبط أساسا بتشريح الأزمة، وهنا نقصد بالأزمة الشاملة التي يعدُّ المثقف جزءا منها « إن أزمة المثقف انعكاس لأزمة مجتمعه لأنه عامل فعال في المجتمع يستطيع إما أن يخفف من الأزمة المجتمعية بدراسة أسبابها وإظهار سبل الخروج منها وإما أن يضيفها بأزمة ذاتية تهمة هو ويلهي بها ذهنه وأذهان قارئيه، إنني أخصص

¹ - سفيان ميمون: مرجع سابق، ص 312 .

الكلام على أزمة المثقف الذاتية التي تجعل أزمة المجتمع أعمق أغوص¹ «¹ معنى ذلك زمن عزلة المثقف قد ولى وأنى بقاءه في برجه العاجي لم يعد مجدي ومفيد وإنما انخراطه الفعال المنتج هو الكفيل بإظهار مكانته الحاسمة في التأسيس لنهضة حقيقية تابعة من قلب نخبها والعاملين على ترسيخها في المجتمع .

نعم إن هذا طموح جائر ومبتغى محمود يطمع في تحقيقه كل مثقف عضوي مهموم بوطنه الكبير غير أن هذا المسعى المشروع يبقى رهين العديد من المعطيات مرتبطاً بالحسم مع السلوك الإتكالية أو اللامبالاة التي تميز العديد من المثقفين العرب الذين لم يستطيعوا حتى اليوم المراهنة على مشروع عربي تنموي شامل ينطلق أولاً وقبل كل شيء من إنجاز نقد ذاتي عربي صريح وجريء غير مهادن ولا مخادع²، إن مهمة المثقف حسب الباحث «محمد محفوظي» هي: «وقف حالات الانهيار وتحديد مواقع العجز ومنع امتدادها الأفقي والعمودي حتى يتسنى للواقع العربي والإسلامي أن يسترد أنفاسه وتوازنه ويبدأ بترتيب أوراقه الاجتماعية والحضارية»³.

وهذا ما يؤكد الدكتور محمد عابر الجابري في كتابه المسألة الثقافية في الوطن العربي حيث يرى أن التنمية العربية تستدعي قبل كل شيء ارتكازها على العلم كقاعدة مؤسسة لها، ذلك أن أية تنمية ترجى بعيداً عن العلم.

لا يمكن لها أن تسلم من الانحراف وهو جوهر الأوضاع التي تعيشها مجتمعات الدول المتخلفة حينها تعمد إلى تمويلات معينة للتدليل على سعيها لتطوير الثقافة، لكن

¹ - عبد الله العروي: ثقافتنا في ضوء التاريخ، المركز الثقافي العربي لدار البيضاء، ط2، 1982، ص172.

² - حسن مسكين: مرجع سابق، ص115 .

³ - محمد محفوظ: الحظور والمثاقفة، المركز الثقافي العربي لدار البيضاء الغرب، ط1، 2000، ص84.

هذه الثقافة يؤسس لها بعوارض معينة من مصالح وأهواء دون العلم الذي يرقى بها إلى أعلى الدرجات، وعليه العلم هو السبيل الوحيد للارتقاء بالثقافة¹.

وعلى هذا الأساس نجد الباحث «خليل أحمد خليل» يقول: «... إن المثقف وهم آخر يضاف إلى أرصدة الواهمين الذين يصنفون مثلاً على أنهم ينتجون ثقافة فيما هم يفعلون سوى استهلاك بعضها سواء من المحلي أم الوطني وصولاً إلى العالمي وهو في أصله وواقعه محلي وطني معولم بوسائل الهيمنة الأخرى كالإيديولوجيا والآلات والتقنيات أو الغزوات والحروب»². بمعنى أن المثقف يجب أن يعود ليمارس دوره في التوعية والمبادرة والتوجيه وأن لا يكتفي بدور المتفرج وأن ينتقل من ثقافة الاستهلاك إلى ثقافة الإنتاج وعليه التصور المستقبلي الذي ينبغي على المثقف أن يؤديه هو أن يكون القدوة كإنسان وذلك في قلمه وفي موقفه وسلوكه قادراً على المواجهة والتغيير مؤمناً بدوره تعالیه فكرة النجاح لا منفصلاً عن ما يحدث في مجتمعه ليعيش بين الموتى وذكريات الماضي لأجل حل مشاكل الحاضر بل مندمجاً في مجتمعه ومشاركاً في نقد وتقييم أنظمتها فدوره في الأساس مرتبط بنواتج النظام التعليمي والاجتماعي والثقافي وما توفره من فضاء ديمقراطي حر يساهم في إبداع المثقف، ولذلك فإنه مطالب أكثر من لأي وقت مهني بفرض أفكاره وتصورات التي تخدم مصلحة المجتمع الذي ينتمي إليه، أن المسؤولية الملقاة على الطبقة المثقفة من أساتذة وجامعيين وصحافيين وكتاب ومحامين ونواب وغيرهم تحتم عليهم أن يكونوا وسطاء بين المجتمع النظام الحاكم للتعبير عن رغباته وانشغالاته والدفاع عن مصالحه عن طريق تقييم السلطة وفضح الممارسات المشبوهة وأشكال الفساد المنتشرة، وعليه التحدي الحقيقي الذي يواجهه المثقف في الحاضر يجعله أمام خيارين: إما الخضوع لضغوطات المجتمع

¹ - سفيان ميمون: مرجع سابق، ص 313.

² - خليل أحمد خليل ومحمد علي الكبسي: مستقبل العلاقة بين المثقف والسلطة، سلسلة حوارات القرن الجديد، دار الفكر، دمشق سوريا، ط1، 2001، ص 13.

التي قد تُحد من دوره وفعاليته وتهدد وظيفته دون خوف أو تردد، فالمثقف عليه أن ينزل من برجه العاجي إلى الشارع والواقع ويحتك بالجماهير ليعيش قضاياها ويبحث عن علاج ولا يكتفي بتوصيف المشاكل والرجوع إلى أصولها التاريخية فهو مطالب بأن يقترح حلا، ومن هنا يأتي دور المثقف الذي ينبغي أن يعمل وأن يدعوا إلى تكوين ثقافة ذات مضمون وطني ترتبط بالحياة المعيشية للمجتمع الذي ينتمي إليه¹.

المثقف في الفكر الغربي:

إن الحديث عن مفهوم المثقف في الفكر العربي يحيلنا إلى الحديث عن هذا المفهوم في المجتمعات ذاتها وإلى الحديث عن مفهوم المثقف لدى الكثير من المفكرين بإنتمائهم الفكرية سواء ليبرالية أو اشتراكية وعليه نقول إن الاستخدامات الأولى لكلمة مثقف كانت في أواخر القرن 19 عندما صدرت جريدة لورور الفرنسية بعنوان: إعلان المثقفين وذلك بمناسبة اعتراض أصحابه على الاعتداء على الإجراءات الشكلية المتعلقة بحماية المواطن أثناء محاكمته وذلك أثناء النظر في قضية "دريفوس الشهيرة" والتي كانت من نتائجها إضفاء صفة الشرعية على وجود المثقفين² بمعنى أن المثقف مفردا وجمعا ولفظا أم يوجد في منظومات التسميات الشائعة التي يميز بدلالاتها الناس فضائهم الاجتماعي بمواقعه ومراتبه ومستوياته كلها لا في الحضارة الشرقية القديمة ولا في الحضارة العربية الكلاسيكية ولا في أوروبا في القرون الوسطى ولم يوجد هذا اللفظ إلا في الأزمنة الحديثة في أوروبا الغربية بعد أن قطعت مع عالمها القرسطي ومجتمعها الانقسامي القائم على أساس التضامن الآلي بتعبير دوركايم لتبني مجتمعا حديثا يعرف تضامنا عضويا وتقسима للعمل الاجتماعي لا يتوقف على الاتساع والتعمق والتطور وتمايزا اجتماعيا كبيرا

¹ - عبد الفتاح العلمي: مرجع سابق، ص 166-167 .

² - Jacqueline Russ: les théories du pouvoir, librairie générale français, paris 1994, p225.

الفصل الرابع: الإطار المعرفي للمثقف الجامعي

متزايدا مقصيا إلى استقلال الحقول الاجتماعية عن بعضها نسبيا ومن بينها الحقل الثقافي¹. وبهذا لفظ المثقف قد ظهر في اللغة الفرنسية منذ بداية النصف الثاني من القرن الثالث عشر في حين وجد منذ القرن الثامن عشر لفظ المثقف في اللغة الإنجليزية، وفي القرن التاسع عشر أصبح اسما يدا على موضوع قائم بحد ذاته² الأمر الذي يعني أن هذا اللفظ له تاريخ ولكن ليس طويل وهو يرتبط بتجارب وخبرات بشرية وبمدلولات متعددة ومتنوعة والأمر الذي يظهر أكثر عند تحليل المحتوى المفهومي للفظ مثقف ومثقفين³ فالمثقف كمفهوم لم يرى النور إلا في الأزمنة الحديثة وفي اللغة الفرنسية حصرا قبل أن تنتقل عدوى المفهوم إلى اللغات الأخرى بما فيها العربية، فحتى الربع الثالث من القرن التاسع عشر لم تكن كلمة مثقف قد دخلت في حقل التداول وقد خلى منها أكبر قاموسين للغة الفرنسية في حينه "القاموس العام الكبير لبيار لاروس" (1866-1878) و"معجم لينريه" (1876) والواقع أنه كان لابد من انتظار إصدار الكاتب الروائي «إميل زولا» بيانه المشهور «إنني أتهم» في صحيفة الفجر في 13 جانفي 1898 حتى يرى مفهوم «المثقف» النور أو على الأقل يكتسب دالته السياسية والاجتماعية الفعلية ذلك أن بيان زولا قد تبعه توقيع عريضة تحمل أكثر من النظر في محاكمة دريفورس⁴، وقضية دريفورس هذا حدثت في سنة 1894 حين حكم عليه في باريس وهو ضابط فرنسي من أصل يهودي اسمه "الفريد دريفورس"، فتم نفيه إلى غويانا بتهمة التجسس لصالح ألمانيا وهذه التهمة كان مشكوكا فيها من طرف الجميع لأن الوثائق التي تدينه كانت مزيفة وكانت مطالبات إعادة المحاكمة واستطاعوا أن يجندوا شخصيات مرموقة من عالم الفكر والأدب في فرنسا

¹ - عبد السلام حيمر: في سوسولوجيا الثقافة والمثقفين، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط1، 2009، ص 51-50 .

² - Louis Bodon: les intellectuels escistent-ils ! société(paris), Boyard édition ,1997, p24.

³ - عبد السلام حيمر: مرجع سابق، ص 51 .

⁴ - سمير إبراهيم حسن: الثقافة والمجتمع، دار الفكر، دمشق، 2007، ص 106 .

يتقدمهم "إميل زولا" وتم توقيع بيان بمجموعة من المفكرين عام 1898 حمل عنوان "بيان المثقفين" وهنا نشير أن الرأي العام الفرنسي انقسم إلى معسكرين: يساري اشتراكي يكالب بإعادة المحاكمة ومعسكر جمهوري يرفض ذلك، وهنا نشير أنه تم إعادة المحاكمة وخفض الحكم إلى 10 سنوات ثم أعيد مرة أخرى وأطلق سراح الضابط، وما يهمنا من هذه الحادثة هو أنها تعتبر في فرنسا المرجعية التاريخية السياسية والفكرية لمقولة المثقفين ذلك أن اللفظ إنما أستعمل لأول مرة لاسم في عبارة مثقفين¹.

وعليه هذا المفهوم قد رأى النور في خضم معركة سياسية وإيديولوجية هي الأعنف من نوعها في تاريخ فرنسا الحديث غير أنه الأهم أصبح يقتصر لفظ مثقفين في الفرنسية على الدلالة على من نسبتهم إلى الذهن والفكر أي إلى العمال الذهنيين أو الفكريين، أولئك الذين ينحصر نشاطهم في النشاط الذهني والفكري فأصبح العمل الذهني ضمن تقييم العمل الاجتماعي يختص به المثقفون وعمل يدوي يختص به سواهم من أفراد المجتمع². إن بروز كلمة المثقف في خضم هذا الصراع الطاحن أصبحت له دلالتين متعاكستين إيجابية وسلبية، فالإيجابية لدى روادها جعلوا من الكلمة عنواناً وعلامة هوية لهم وأصبح هناك للفظ المثقف مرادفاً هو « ضمير العالم » وأسسوا أنفسهم من حيث هم مثقفون في تراث يبدأ مع "دريفوس" قبل الأوان بتبنيه قضية الدفاع عن «كلاس» التاجر التولوزي الذي كان عذب وأعدم شنقا لاتهامه زورا بأنه قتل ابنه حتى يمنعه من الارتداد من البروتستينية إلى الكاثوليكية ويتكامل مع الثورة الفرنسية التي كانت بالدرجة الأولى ثورة مثقفين ضمنيين إلى قيم المساواة والمواصلة والحرية، في مقابل هذا نجد عدد من المثقفين اللامعين من أمثال موريس باريس وليون دودي اتخذوا من مفهوم المثقف موقفاً سلبياً بل هجائياً باعتبار أن المثقف هو التعريف بإنسان ثرثار ومتبجح يتدخل فيما لا يعنيه ويدفع به غروره إلى الشذوذ

1- محمد عابر الجابري: مرجع سابق، ص 23 .

2- عبد السلام حيمر: مرجع سابق، ص 51 .

عن روح الأمة وتراث الأسلاف، هذا إن لم يكن انتمائه إلى الطابور الخامس في جسد هذه الأمة وهي تهمة لم يتردد موريس بلريس في توجيهها إلى إميل زولا نفسه مدعياً أن أصوله الإيطالية هي دافعه الخفي إلى الانتصار لعميل أجنبي¹.

في بريطانيا لم تتحقق للمثقفين تلك الهيبة الاجتماعية التي تحققت لهم في فرنسا كما لم يكن لهم ذلك الدور البارز في الحياة السياسية سواء فيما يتعلق بعضوية البرلمان أو النشاط الاجتماعي في مجال النقد والفكر الاجتماعي، وهناك فرص نادرة جداً أتاحت لجماعات مثقفين فيها اكتساب اهتمام عام وتكوين نفوذ سياسي مباشر²، وقد لاحظت مارغريت ناتشر نفسها في أثناء زيارتها الرسمية لفرنسا لحضور احتفالات مرور مائتي 200 عام على الثورة الفرنسية أن هذه الأخيرة كانت محاولة طوباوية لقلب النظام التقليدي قادها مثقفون يهونون الأفكار المجردة وانتهت وما ذلك قبل الصدفة بعمليات تطهير ومجازر جماعية وحروب، وفي هذا السياق لاحظ بول جونسن في كتابه عن «كذبة المثقفين الكبرى» أن جرائم إبادة الجنس البشري التي اقترفها نظام بول بوت في كمبوديا كانت الوليد الإيديولوجي³ لتصور المثقفين الفرنسيين اليساريين وفي مقدمتهم سارتر عن الدور الضروري للعنف في التاريخ وعن الالتزام السياسي الذي لامناص أن يوجه أي مشروع للكتابة الأدبية والواقع أن فيلسوفا ملتزما مثل «بيترا ند راسل» وشريكا لسارتر نفسه في مشروع "المحكمة الدولية" قد تبرأ من الانتساب إلى طبقة «المثقفين المحلقة فوق التاريخ» وبدوره أعلن جورج أورويل أنه « لا وجود لإنجلترا لمثقفين»، فالمثقف بالنسبة للإنسان الإنجليزي العادي هو «الأجنبي» وأن كلمة مثقف التي تم استيرادها من الضفة الأخرى

¹ - سمير إبراهيم حسن: مرجع سابق، ص 106-107 .

² - بوتومور: الصفوة والمجتمع، (تر)، محمد الجوهري وآخرون، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988، ص 91 .

³ - سمير إبراهيم حسن: مرجع سابق، ص 109 .

للمانش بقيت مرتبطة دلاليا بالثورة والشيوعية وبالتالي ليس فقط بالأجنبي بل كذلك بالخطر¹.

إن الولايات المتحدة الأمريكية قد ورثت الحذر البريطاني من مفهوم المثقف وأخذت إجماعاً بالتصور الذرائعي الذي يعتبر المثقفين مجرد خبراء معرفين ومهنيين خلاقين وموزعين للسلع الثقافية هذا ورغم وجود مثقفين فيها مثل إميل زولا وساتر².

كل هذا التحليل يجرنا إلى الحديث عن المثقف الغربي، وهذا الأخير الذي أصبح ينتمي إلى طبقة، ففي القرون الوسطى كانت طبقة المثقفين تتألف من القساوسة، وأعضاء الهيئة التدريسية والأساقفة الذين كانوا يصنعون الفكر والروح السائدة في المجتمع وكان هؤلاء يتمتعون بمزايا اجتماعية راقية ونفوذ كبير وامتيازات سياسية واقتصادية كبرى، وكانوا يتحكمون بمصير الناس، أما الطبقة المثقفة في الوقت الحالي لا نجد فيها القساوسة وإنما نجد فيها المبدعون والمفكرون بالدرجة الأولى³. كل هذا يجرنا إلى الحديث عن خصوصيات المثقف الأوربي سواء في القرون الوسطى أو الوقت الحاضر وهذه الخصوصيات هي⁴:

1- اللادينية: بعد حصر رجال الكنيسة كل التفكير في المسائل الأخروية والميتافيزيقية وشحب كل تفكير في المسائل الدنيوية كان من الطبيعي أن يبدي المثقف تلقائياً ردة فعل على أسلوب التفكير هذا لأن هذا يؤدي إلى عدم فهم الطبيعة بل هذا التفكير

¹ - المرجع نفسه، ص 109 .

² - بوتومور: مرجع سابق، ص 110 .

³ - فيروز راد وأمير رضاتي: *تطور الثقافة*، (تر)، أحمد الموسوي مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، بيروت، 2009، ص 333-334 .

⁴ - مرجع نفسه، ص 335-336-337 .

عند المثقفين يؤدي إلى التعاسة والجوع والتخلف والجهل والانحطاط فأصبح المثقف لديه نزعة مادية.

2-**العلماوية:** (النزعة العلمية أو العلمانية) وهي أيضا إحدى الخصوصيات المنطقية للمثقف إزاء ما كان يدور في القرون الوسطى من استخفاف بالعلم وازدراء ومنع كل اكتشاف علمي، والعلماوية عند المثقف الأوربي تمنحه الصناعة والقوة والتطور والاستمتاع.

3-**النزعة القومية:** مثلما جاهر المثقف الأوربي «بلا دينيته» جاهر أيضا بقوميته وهذا كان بسبب الظروف الموضوعية لمجتمعه .

4-**الشعباوية ومناوءات الأستقرائية:** بمعنى أن المثقف يختار الديمقراطية بدلا من الحكومة الأستقرائية والدينية الباباوية وهو يعارض النظام الإقطاعي .

إن كل هذا التحليل يجدر بنا أن نعطي بعض التعريفات لبعض الباحثين والمفكرين الغربيين خلال القرن 20 وتعريفهم هذا ثمرة بحوثهم حول مفهوم المثقف.

يقول إدوارد شيلر: « المثقفون هم قطاع من بين المتعلمين يسعون إلى صياغة ضمير مجتمعهم ليتجه اتجاها راشداً ويؤثرون على القرارات الكبرى لهذا المجتمع » .

ويقول «ماكس فيبر»: « هم مجموعة من الأشخاص الذين تمكنهم قدراتهم ومواهبهم الخاصة من النفاذ إلى منجزات ذات قيمة ثقافية » .

ويقول «لويس فوير»: «إن المثقف هو الشخص الذي تمتد أفكاره إلى نطاق أبعد من مهنته ويهتم بالقضايا والمشكلات الحقيقية» .

وعند «تالكوت بارسونز»: « المثقفون هم المختصون في أمور الثقافة التي يضعونها فوق الإعتبارات الإجتماعية اليومية المعتادة » .

ويصفهم «مانهاين»: «بأنه شخص يسهم مع أمثاله في تقديم تفسير للعلم لمجتمعه»¹.

هذه التعريفات الإجرائية لباحثين لهم ارتباط واضح بعالم السوسيولوجيا غير أن هذا يجرنا أيضا إلى الحديث عن تمثلات الكثير من المفكرين والباحثين الأوربيين لمفهوم المثقف بمعنى تمثلات نظرية سوسيولوجية وبالأخص المقاربة الاجتماعية للمثقف، كما أن هذا يجرنا إلى الحديث عن أهم الإشكاليات التي أصبحت ترتبط اليوم بالمثقف كدوره في المجتمع وعلاقته بالسلطة وهنا نبدأ من مرجعين أساسيين هما غرامشي وسارتر .

وقد ميّز غرامشي بين صنفين من المثقفين:

***المثقف العضوي**: وهو المثقف الذي يعمل على إنجاح المشروع السياسي والمجتمعي الخاص بالكتلة التاريخية المشكلة من الفلاحين والعمال مقابل المثقف التقليدي الذي يوصف أدواته الثقافية للعمل على استمرار الهيمنة الثقافية لهذه الكتلة².

إن إسهامات غرامشي هذه تدل على تأثره بالمفكر النابوليتاني " فيكو " صاحب كتاب «العلم الجديد» الذي يرى فيه أن الإنسان هو صانع تاريخه وأنه لا يعرف حق المعرفة إلا ما يعلمه، وعليه فالإنسان هو الذي يستطيع أن يخلق تاريخا حضاريا راقيا معقولا نهضويا وفي رأي «غرامشي» أن «فيكو» في دراسته للوقائع التاريخية والحضارية يطلق اسم الفقهاء على جميع المؤرخين والنقاد الذين درسوا كل ما يتعلق بمعرفة اللغات والثقافات والأعمال عند الشعوب أي الأعراف والشرائع في الداخل والخارج، الحروب ومعاهدات السلام والعقود والأحلاف والأسفار والرحلات³ وعليه كان لمساهمة المفكر

¹ - عبد الرحمن بن زيد الزبيدي: مرجع سابق، ص 33 .

² - Jem marc piotte: la Pensée Politique de Gramsci, édition électronique chicontiml, Guebec, 2002, P17 .

³ - جاك طاكسة، غرامشي: دراسة ومختارات، (تر) إبراهيم محمول، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، 1972، ص 14 .

الإيطالي «أنطونيو غرامشي» أهمية معترف بها من الجميع في هذا المجال، فهو يقول بصدد إجابته عن كيفية التمييز بين المثقفين وغير المثقفين: «يخيل لي أن الخطأ المنهجي الأكثر شيوعاً هو أن معيار التمييز ذلك قد جرى البحث عنه في باطن النشاطات الفكرية لا في منظومة العلاقات التي نجد فيها هذه النشاطات وبالتالي الفئات التي يجسدها المثقفون وقد صارت في المجتمع العام للعلاقات الاجتماعية»¹. بمعنى أن " غرامشي " أعتد معايير جديدة تقوم على الوظيفة والمكانة الاجتماعية التي يشغلها المثقفون في البيئة الاجتماعية وقد وسع انطلاقاً من تلك المعايير مفهوم المثقفين بقوله: «إن كل إنسان هو إنسان مثقف ولكن ليس لكل إنسان في المجتمع وظيفة المثقف»².

إن لكل طبقة مثقفوها الذين يضمنون استمرارها بما يضيفون عليها من وعي وانسجام ويكسبونها القدرة على المواجهة فهكذا أجاب أنطونيو غرامشي عن السؤال الذي طرحه في عصر تكوين المثقفين من كتابه «قضايا مادية تاريخية»³.

وهل يشكل المثقفون طبقة اجتماعية قائمة بذاتها أم أن لكل طبقة اجتماعية فئة متخصصة من المثقفين؟⁴.

إن غرامشي يرجع العناصر المكونة لمفهوم المثقف إلى نقطتين الأولى أن لكل طبقة اجتماعية تفرز وتنتج شرائح من المثقفين لا يقومون بوظيفة تمثيلها فقط بل يرتبطون بها عضويًا حيث أن لكل طبقة اجتماعية مثقفها الذين يرتبطون بها عضويًا وينشرون

¹ - حنفاوي بعلي: مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن، منشورات الإختلاف، الجزائر، ط1، 2007، ص152 .

² - المرجع نفسه، ص152 .

³ - أنطونيو غرامشي: قضايا مادية تاريخية، (تر) فواز طرابلسي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ط1،

1971، ص127 .

⁴ - المرجع نفسه، ص127 .

وعينا وتصورها عن العالم¹ وهنا يرى «غرامشي»: « أنه مع ولادة كل طبقة اجتماعية تقوم أصلا على ممارسة وظيفة مخصوصة في عالم الإنتاج الاقتصادي تولد عضوية مجموعة أو أكثر من المثقفين الذين يضافون على هذه الطبقة انسجامها ووعينا لوظيفتها ليس في المجال الاقتصادي وحسب، وإنما في المجالين السياسي و الاجتماعي أيضا² وهكذا ربط غرامشي المثقف بصفتين أساسيتين هما: صفة المثقف العضوي والمثقف التقليدي، فالمثقف العضوي هو الذي يرتبط وجوده بتكون طبقة متقدمة فهو بالتالي مثقف في الكتلة التاريخية الجديدة، والمثقف التقليدي الذي يشكل مصدر خطر على سيادة ووجود الطبقة³. ويرى غرامشي: « أن من أهم مميزات كل طبقة تتطور باتجاه السيطرة على الحكم نضالها من أجل استيعاب المثقفين التقليديين وغزوها إيديولوجيا وبالقدر الذي تتمكن فيه الطبقة الاجتماعية من توليد مثقفيها العضويين خلال إطلاعها بعملية الاستيعاب والهضم بذلك القدر تتسارع وتيرة هاتين العمليتين و تزداد فعاليتها⁴ وأهم ما يميز نظرية غرامشي تموقع المثقفين بين الدور الذي يؤديه والوضع الذي يحتلونه نظريا وواقعا، فنشاط المثقف ودوره في التنظير وتعزيز القيم المرتبطة بالطبقة التي ينتمي إليها ويرتبط بها ويعزز بقاء هذه الطبقة ويعمل على تقويتها وبالتالي تقوية وتدعيم مركزه ووضعها داخلها فيكون لدوره الأثر الواضح في موضعه داخل هذه الطبقة وفي طبيعة علاقته معها ومع مختلف الطبقات الأخرى⁵.

المبحث الثاني : سوسيولوجيا المثقف الجزائري

¹ - حفناوي بعلي: مرجع سابق، ص 153 .

² - أنطونيو غرامشي: مرجع سابق، ص 127 .

³ - سفيان ميمون: مرجع سابق، ص 315 .

⁴ - أنطونيو غرامشي: مرجع سابق، ص 133 .

⁵ - سفيان ميمون: مرجع سابق، ص 316 .

في هذا التحليل سنقوم بوضع المثقف الجزائري في إطار بعض المقاربات السوسيولوجية من أجل اكتشاف أهم الجوانب التي ميزته و عليه المثقف الجزائري و الذي سنحدده إجرائيا في الأستاذ الجامعي له صيرورة تاريخية ترتبط أكثر بالإطار العام للمجتمع الجزائري " ... انطلاقا من تطور مجتمعنا إلى طبيعة و مكانة المجموعة التي تتكون من المثقفين أي معنى و درجة تمثلهم الاجتماعي ، و تحديد المواقف المختلفة التي لتخذوها إزاء المؤسسات و في الحياة العامة ، و كذا مستوى مساهماتهم السياسية و عليه عدنا في الواقع إلى التأويل الحر للأشخاص الذين يعتبرون مثقفين ، و الذين كانوا أطرافا تفاعلية في الحقل الثقافي و الروحي الجزائري من خلال التعبير الشفهي و الكتابة و الأفكار و الأحكام و الميول ... " ¹ ، و منه التعرض لواقع الأستاذ الجامعي الذي يرتبط أكثر بالواقع المهني و الاجتماعي .

أولا : المثقف الجزائري

إن التعرض إلى المثقف الجزائري يجب وضعه في السياق الاجتماعي التاريخي و عليه لا بد تتعدد تلك المقاربات الموضوعية فنقول أن المثقف الجزائري هوية تمييزية وتستمر لتكون شمولية بمعنى أنه ملتزم و منخرط في الإطار العام المثقف عليه ، إن الملامح المميزة للمثقف الجزائري ترتبط أكثر بالسياق اللغوي كما ترتبط بنمط تكوين الانتيليجانسيا انطلاقا من الجامعة و عليه ترتبط الأصول التاريخية للمثقف الجزائري بنوع التيار الفكري الذي يرتبط بمشروع اجتماعي معين ، فهناك الميل الاشتراكي ، و الميل الليبرالي ، و الميل الإسلامي .

إن الحديث عن المثقف الجامعي يجرنا إلى الحديث عن انخراط المثقفين الجزائريين في المطلب الوطني في الماضي و في الحاضر ، و طبعا هذا يرتبط بأصوله

¹ - نوارة حسين : مرجع سابق ، ص 160 .

الاجتماعية و الثقافية لأنه لديه علاقات وثيقة و معقدة يمارسها مع مختلف الاندماج في الحياة المدنية " ... إن المثقف الجزائري المعاصر ظهر في المجتمع في سياق استثنائي جدا من حياة الأمة ، في فترة تتميز بإعادة هيكلة المجتمع من أسسه العميقة فوجد نفسه من ثم في مواجهة عدة حواجز خارجية و داخلية على حد سواء ، حاول أن يقدم مساهمته على طريقته تبعا لقناعاته و تكوينه و تطلعاته و يبقى التاريخ وحده الذي يحكم على الدور الذي لعبه في ميلاد الجزائر المستقلة..."¹ . انه من خلال هذا سنتعرض الى اهم الإسهامات السوسيولوجية والفكرية للمثقف واهم المعالجات والتحليل التي تحيط بالانتليجانسيا الجزائرية وسنركز على أطروحات عبد القادر جغول .

نبدأ في هذا مع إسهامات الدكتور عبد القادر جغول الذي لديه عدة مقالات في هذا و هي جاءت للنقاش وكانت تعني الجامعيين ، الفنانين ، الصحافيين ، و هذا لإثراء النقاش حول الانتليجانسيا في الجزائر ، و قد جمعها و ترجمها عمار بلحسن و أضاف نص تمهيدي حول الإيديولوجية و المثقفين عند غرامشي ، ثم ختم الكتاب بمقال تركيبي .

يلاحظ عبد القادر جغول أنه لا يوجد لفئة اجتماعية منظمة أي الانتليجانسيا رغم وجود خطابات ، ففي الأصل أعيد إنتاجها ، فالمثقفون يعيدون إنتاج مخططات التفكير ، السلوك ، القيم ، و الممارسات المحددة من طرف الدولة² .

ينتقد عبد القادر جغول من خلال عمله هذا التمثيل الجاري الذي كان يركز على التناقض بين المثقفين المعربين و المتفرنسين من جهة ، و المجتمع المستعمر من جهة أخرى ، و هذا خاصة في البدايات الأولى للحركة الوطنية

¹ - نوارة حسين : مرجع سابق ، ص 217-218 .

² - باكارية جودي : المثقفون و إشكالية التاريخ في الحقل الثقافي الجزائري ، رسالة لنيل شهادة الماجستير إشراف عبد الغني مغربي ، جامعة الجزائر ، 2008-2009 ، ص 80-93 .

يرى أن المثقفون المتفرنسون درسوا اللغة العربية و حفظوا القرآن ، و التثاقف الموجود بين المتفرنسين و المعريين فقد فشلوا في تشكيل " مثقف جماعي " يستطيع إعادة تشكيل قيم جديدة للمجتمع ، هذا ما أدى إلى عجزهم على تشكيل الأمة الجزائرية كقوة ثقافية ، و قد استعمل الاستعمار كل الوسائل للقضاء كلياً على كيان الأمة الجزائرية ، ففشلهم هذا أدى بدوره إلى تهميشهم و السيطرة عليهم من قبل قادة الحركة الوطنية ، والخوف و عدم الثقة بهم ، هذا ما خلق عقدة تأنيب غير واعية لدى المثقفين قبل و بعد الاستقلال¹ .

وهذا ما نجده أكثر في إسهامات عمر بلحسن الذي حاول بناء محاور للنقاش من خلال التساؤلات التالية : هل هناك الانتليجانسيا في الجزائر تعمل كمجموعة اجتماعية منسجمة و عضوية؟ هل هناك نمطية للمثقفين الجزائريين على أساس معايير محددة ، التفريق بين الشغل الذهني و المثقف الذهني ؟ ما هي علاقة المثقف بمحيطه الاجتماعي ، السياسي ، الثقافي

في الأخير يقدم عمار بلحسن بعض الملاحظات النقدية بعد التعرض الشامل لمحتوى النقاش و تتمثل هذه الملاحظات في² :

- أ- الانتليجانسيا هي الإطار التنظيمي الاجتماعي الفكري الأعلى للمثقفين ، فوجود فئات المثقفين هي المادة الأولى لظهور الانتليجانسيا كمجموعة منسجمة .
- ب- المثقف هو منتج القيم الثقافية و مبدعها ، و هو ذلك الشخص الباحث والمضيف لرصيد الثقافة الإنسانية في مختلف تنوعاتها .

¹ - المرجع نفسه ، ص 99 - 105 .

² - المرجع نفسه ، ص 99-100 .

تبقى من بين أحسن الدراسات حول المثقف الجزائري دراسة نوارة حسين بعنوان المثقفون الجزائريون بين الأسطورة و التحول العسير ، سنوات من الجمر لسنوات من النار ، و تم تقديم هذا الكتاب من طرف الأستاذ محفوظ قداش ، و هو كتاب تم تقديمه باللغة الفرنسية و تم ترجمته إلى اللغة العربية ، تتعرض الأستاذة في هذا الكتاب إلى جزأين الأول يتعلق بمفهوم المثقف التكوين و الخصوصية و الثاني و هو الأهم يتعلق بتعريف موضعي للمثقف في السياق الاجتماعي التاريخي الجزائري ، و خلال هذا الجزء الثاني تم التعرض إلى المثقف الجزائري من كل الجوانب تاريخيا و اجتماعيا ، وتبقى أهم نقطة في هذه الدراسة ما تم طرحه في عنوان الجامعة و تكوين الأنتيليجانسيا الجزائرية " و يبقى من جهة أخرى أن فكرة الجامعة تظل غامضة و هذا من الأصل ذلك أن مجموعة من العلماء الذين يديرون بأنفسهم كل معرفة يوحون فعلا بأنهم يدافعون عن صلاحيات انطلاقا من حوافز نقابية لكن النية الأصلية كانت مغايرة تماما ... زد إلى ذلك أن استقلالية الجامعة ليست بحاجة إلى توقع حتى تبعد أو تؤدي إلى إخفاق مصالح خارجة عن العلم ... و إحرار العلم و اقتسامه عوامل تمثل قوة المستقبل أكثر من أي وقت مضى ... " ¹ .

و نجد في هذا المختص في علم الاجتماع علي الكنز يطرح تساؤل " اليوم لم يعد حامل الشهادة من الجامعة الجزائرية مباشرة في عداد المثقفين ، لأن هذا اللقب ينسب بطريقة انتقائية مطردة إلى فئات محدودة من الأشخاص ... و هكذا فقدت الشهادات التي تسلمها الجامعة من هيبتها ، و لم تعد تفتح الباب تلقائيا للدخول إلى فئات المثقفين ، و إن استمرت في إكساب الحق في مكانة اجتماعية معينة " ² .

¹ - نوارة حسين ، صميرج سابق ن ص 175 .

² - المرجع نفسه ، ص 176 - 177 .

ثانيا: الأستاذ الجامعي

يعتبر الأستاذ في الجامعة بمثابة الرأس من الجسد ، نظرا لكونه اللبنة الأساسية التي تتم بها عملية تلقين المعارف و العلوم إلى الطلبة ، فهو يعمل على ضمان حسن سير العملية التعليمية و توجيهها بطريقة علمية وسليمة ، حتى تؤدي الرسالة التي تعمل الجامعة على تحقيقها ، و المتمثلة في تكوين الإطارات البشرية المؤهلة علميا و معرفيا لحمل مشعل التطوير و البناء و التنمية .

تعريف الأستاذ الجامعي :

" أستاذ " كلمة فارسية معربة معناها العالم و المعلم و البارع في كل صنعة ، جمعها أستاذون ، أساتيد و أساتذة¹ ، أما في العصر التركي فقد كانت كلمة " أستاذ " تطلق على رب النعمة و وليها و أطلقت أيضا على الصانع ، و الأرجح أن لقب " أسطى " الذي يطلق على بعض الصانع هو تحريف لكلمة أستاذ ، أما الآن فيشيع استخدامها للمدرسين عامة ، و المدرسين في الحقل الجامعي بصفة خاصة² ، فالأستاذ في الجامعة يعتبر مصدرا أساسيا و ركيزة مهمة جدا في قيام الصرح الجامعي ، و تمكين الجامعة كمؤسسة علمية أكاديمية من إنجاز المهمة الموكلة إليها ، و هي خدمة البحث العلمي وإعداد الكفاءات البشرية المؤهلة ، بتزويدها بمختلف العلوم و المعارف و المهارات اللازمة، و لذلك يعمل الأستاذ على تلقين الطلبة هذه المعارف بشكل منتظم و منهجي ، إذن فمهمة الأستاذ هي ذات أهمية بالغة في إعداد الكفاءات ، و تخريج أفراد بمستوى علمي راق يؤهلهم لحمل راية البحث و التقصي ، و كذا تحمل تبعات الحياة المختلفة بما يخدم مصلحته كفرد و مصلحة المجتمع بصفة عامة ، لهذا يجب على الأستاذ الجامعي أن

¹ - مجدي ، محمد فريد : دائرة معارف القرن العشرين ، بيروت ، دار الفكر ، ج1 ، 1979 ، ص 258 .

² - الموسوعة العربية العالمية ، الرياض ، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر و التوزيع ، 1999 ، ص 145 .

الفصل الرابع: الإطار المعرفي للمثقف الجامعي

يكون مزودا بالمهارات و القدرات التي تضمن إلى حد ما التفوق و النجاح في مختلف مناحي الحياة الثقافية و الفكرية ... إذ أنه يجب عليه أن يكون مطلعاً و مثقفاً و مزوداً بكم لا بأس به من الذخيرة العلمية و المعرفية ، فهو ليس مجرد مواطن مثقف يتعلم لنفسه فقط، بل واجب عليه تلقين مهاراته و معلوماته إلى الطلبة ، ليكون منهم إطارات المستقبل حاملي مشعل التنمية و تطوير البحث العلمي ، فالأستاذ إذن يؤدي وظيفة أساسية في تلقين المعرفة كما يؤدي أيضا وظيفة البحث العلمي خاصة بعد على حصوله على الدراسات العليا¹ .

فئات الأستاذ الجامعي :

يتم تقسيم أعضاء هيئة التدريس على مستوى الأسلاك التابعة للتكوين و التعليم العالين وفقا لمستوى الشهادة العلمية (المؤهل العلمي) و كذا طبقا للمهام الموكلة إليه ، و يمكن من خلال المرسوم التنفيذي رقم 89-122 المؤرخ في 18 جويلية 1989 والمرسومين 362/90 ، 48/92 المتممين و المعدلين للمرسوم السابق تقسيم الأساتذة الجامعيين وفق الفئات التالية :

الأستاذ المساعد :

يتم توظيفهم عن طريق المسابقة بناء على الشهادات من بين الحاصلين على دبلوم الماجستير أو شهادة معادلة لها ، كما يمكن أيضا توظيف الحاصلين على شهادة دكتوراه دولة ، أو شهادة معادلة حسب الشروط التي يحددها التشريع المعمول به ، كما يدمج أيضا المسجلون في دكتوراه دولة و ذلك بعد تقييم المجلس العلمي لأطروحاتهم ، توكل إلى هذه الفئة من الأساتذة المهام التالية :

¹ - الهجرسي ، سعد محمد : المكتبات و المعلومات في المدارس و الكليات ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 1993، ص 270 .

الفصل الرابع: الإطار المعرفي للمثقف الجامعي

- ✓ تأطير و متابعة الإفراج التربوية لإنجاز الأعمال التطبيقية و الموجهة .
 - ✓ الإشراف على الأطروحات و الرسائل الجامعية .
 - ✓ تصحيح الامتحانات و الحراسة .
 - ✓ المشاركة في أشغال اللجان العلمية ، و الأفواج التربوية مع إمكانية تولي أشغال الدراسات و الخبرات و ضبط المناهج .
- أستاذ محاضر :

يوظف في هذه الرتبة الأساتذة على أساس الشهادات و الأشغال بعد التسجيل في قائمة التأهيل السنوية و تقييم اللجنة الجامعية الوطنية ، كما يوظف أيضا في هذا السلك الأساتذة المساعدون بأقدمية ثلاث سنوات بهذه الصفة و الحاصلون على شهادة دكتوراه دولة أو شهادة معادلة ، و يتولى الأستاذ المحاضر المهام التالية :

- ✓ ضمان تغطية مدة التدريس و المقدرة بـ 09 ساعات أسبوعية / درسين غير مكررين .
- ✓ إعداد الدروس و تحديثها بالإضافة إلى مراقبة الامتحانات و تصحيح الأوراق .
- ✓ المشاركة في أشغال الأفواج التربوية و أشغال لجان المداولات .
- ✓ إثراء و تنويع أشغال البحوث و تأطير الأفواج التربوية ، مع استقبال الطلبة و توجيههم بمعدل أربع ساعات أسبوعيا .
- ✓ الإشراف على المذكرات من الدرجة الأولى و الثانية .
- ✓ يمكن دعوته إلى المشاركة في أشغال اللجان الوظيفية ، أو أي أشغال أخرى بمؤسسة تابعة للدولة في ميدان تخصصه .

- أستاذ التعليم العالي :

يتم التوظيف في هذه الصفة الأساتذة الذين لديهم شهادة دكتوراه دولة و أقدمية خمس سنوات كأستاذ محاضر ، كما يتم التوظيف أيضا على أساس الشهادات و الأشغال

بعد التسجيل في قائمة التأهيل السنوية بعد تقييم اللجنة الجامعة ، كما يمكن ترقية أستاذ التعليم العالي إلى أستاذ محنك و ذلك بعد 15 سنة أقدمية في الصفة السابقة و تأليف نشرات و كتب ذات طابع علمي و تربوي ، و القيام بأشغال البحث و الإشراف على رسائل و أطروحات دولة ، و اكتساب سمعة وطنية و دولية ، و ذلك بعد أخذ رأي اللجنة الجامعية الوطنية ، أما فيما يخص المهام المنوطة بأستاذ التعليم العالي فنوجزها في النقاط التالية :

- ✓ ضمان تغطية 09 ساعات تدريس أسبوعا درسين غير مكررين .
 - ✓ المشاركة في أشغال اللجان التربوية و لجنة المداولات ، و كذا في أشغال اللجان الوطنية .
 - ✓ مراقبة التسيير الحسن للامتحانات و تصحيح الأوراق .
 - ✓ استقبال الطلبة و توجيههم مع العمل على تأطير الأطروحات و الرسائل الجامعية من الدرجة الأولى و الثانية .
 - ✓ إثراء أشغال البحوث و تنويعها مع القيام بتحضير الدروس و تحديثها .
- وظائف الأستاذ الجامعي :

لا تختلف وظائف الأستاذ الجامعي على اختلاف أنواعها باختلاف الجامعات عبر العالم بأسره ، و لكن الفرق يكمن في مدى ما يتوفر عليه من إمكانيات شخصية ، وأخرى مادية في سبيل تأديته لكل تلك الوظائف ، و يمكن الجمع بين مختلف هذه الوظائف المختلفة التي يقوم بها الأستاذ الجامعي في النقاط التالية¹ :

¹ - ريجان المولودة معمر جميلة : البحث العلمي في الجامعة الجزائرية و دور تكنولوجيا المعلومات و الانترنت في تطويره ، مع دراسة ميدانية بجامعة منتوري بقسنطينة ، رسالة ماجستير ، علم المكتبات ، قسنطينة ، 2001 ، ص 2 .

الفصل الرابع: الإطار المعرفي للمثقف الجامعي

- **التدريس** : تتطلب هذه الوظيفة واجبات أخرى ، و هي لقاء الطلبة في قاعات الدراسة، تحضير المحاضرات و إلقاءها ، بالإضافة إلى إعداد الامتحانات و البحوث و حتى الإطلاع على نتائج الطلبة ، و يمكن القول أن من بين العناصر الأساسية التي تدخل ضمن مهمة التدريس التي تضطلع بها الأستاذ الجامعي المحافظة على بقاء الطلبة في مستوى معين من السلوك الحسن و الآداب داخل قاعات الدراسة .
- **البحث العلمي** : يقوم الأستاذ بالإطلاع على ما يتوفر من معرفة في موضوعات تخصصه و إيصالها للطلبة ، كما يشارك في عملية توزيع البحوث على الطلبة والإشراف عليها .
- **اكتشاف أصحاب المواهب** : و هم قادة المستقبل و يكتشفهم الأستاذ في مرحلة مبكرة من عمرهم ، من أجل العمل على ترقية قدراتهم و مواهبهم .
- **مهام إدارية** : في بعض الأحيان يطلب من الأستاذ أن يتراأس القسم الذي يعمل به ، أو ينصب عميدا لكليته في حال نظام الكليات .
- **العلاقات الإنسانية** : على الأستاذ أن يبقى على علاقات طيبة مع الطلبة و الأساتذة الآخرين في مجال عمله .

و نظرا للوظائف المذكورة أعلاه ، فالأستاذ الجامعي يتناوب على العمل كمدرس و باحث و إداري و مفسر للمعرفة و منمي للمجتمع ، فهو إذن يساهم في تحقيق أهداف الجامعة التي ينتمي إليها ، و يقوم بالتالي بمسؤوليته الأساسية اتجاهها .

القوانين الخاصة بالأستاذ الجامعي :

تعتبر الجامعة مؤسسة عمومية و بالتالي فهي تخضع لقوانين و تشريعات العمل المعمول بها في الجزائر و ذلك لضبط و توجيه مختلف الفاعلين داخلها و العمليات

التكوينية بها ، و على اعتبار الأستاذ الجامعي فاعلا ناشطا داخلها فهو يسير و يسير بموجب هذه القوانين و التي تجمع بين العامة و الخاصة :

1- القوانين العامة : و هي تلك القوانين التي تخص كل عامل جزائري و تتمثل في :
❖ **القانون الأساسي العام :** و المتمثل في القانون رقم 78-12 الصادر في 05 أوت 1978 ، و الذي يعتبر بمثابة الإطار القانوني العام لكل العمال العاملين في القطاعين العام و الخاص داخل التراب الوطني ، حيث تم تحديد حقوق و واجبات العامل ، على اعتبار هذا الأخير و ما يقدمه من جهد شرط أساسي للتنمية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية للبلاد و مصدر لرزقه و الذي يؤمن به وسائل عيشه¹ .

❖ **القانون الأساسي النموذجي للجامعة :** تعتبر الجامعة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تساهم في نشر المعارف و إعدادها و تطويرها و تكوين الإطارات اللازمة لتنمية البلاد² .

و اعتبارا مما سبق فقد تم إدراج الجامعة تحت وصاية الدولة في خدمة الأهداف السياسية المنشودة من تنمية و تطوير للبلاد ، كما حدد هذا القانون الأجهزة المركزية للجامعة و المتمثلة أساسا في مجلس التوجيه ، و المجلس العلمي ، و إدارة الجامعة ، حيث يتم تسييرها عن طريق مجالسها و التي يتولاها الأساتذة حسب مراتبهم العلمية .

❖ **القانون الأساسي النموذجي لعمال المؤسسات و الإدارات العمومية :** ظل الأستاذ الجامعي خاضعا للقانون الأساسي العام للعمال دون تمييز بين ما يقدمه العمال

¹- الاتحاد العام للعمال الجزائريين ، القانون الأساسي العام للعمال ، قانون رقم 79-12 المؤرخ في 05 أوت 1978 ، ص 96 .

²- الجريدة الرسمية الجزائرية ، مرسوم رقم 83-544 المؤرخ في 24 سبتمبر 1983 ، العدد 40 .

بمختلف القطاعات التي ينتمون إليها حتى سنة 1985 ، حيث صدر القانون الأساسي النموذجي لعمال المؤسسات و الإدارات العمومية الذي بدأ العمل به طبقا للمرسوم التنفيذي 58-60 المؤرخ في 23 مارس 1985 حيث تم طبقا لهذا المرسوم إلغاء مختلف المراسيم السابقة ، كما تم من خلاله تحديد أسس و شروط التوظيف في المؤسسات و الإدارات العمومية ، كما حدد حقوق و واجبات العاملين بها ¹ .

2- القوانين الخاصة : و التي يمكن إجمالها فيما يلي :

❖ القانون الخاص بأساتذة التعليم العالي الاختصاصي الصادر بمقتضى المرسوم 68-333 و المؤرخ في 30 ماي 1968 .

❖ القانون الأساسي الخاص بالأساتذة المحاضرين الصادر بمقتضى المرسوم 68-249 و الصادر بتاريخ 30 ماي 1968 .

❖ القانون الأساسي الخاص بالأساتذة المساعدين الصادر بموجب المرسوم رقم 68-295 المؤرخ في 30 ماي 1968 .

حيث استمر تطبيق هذه القوانين حتى تم صدور المرسوم التنفيذي 77-144 المؤرخ في أوت 1977 و الذي تضمن شروط ممارسة مهام التدريس و المهام الإدارية لأساتذة المحاضرين في المعاهد الطبية و الأساتذة المساعدين في الجامعات و المؤسسات التابعة للتعليم العالي ، كما حدد هذا القانون مختلف واجبات و مهام القائمون على التدريس داخل الجامعة ، من تحضير و إعداد للدروس و استقبال الطلبة ، المشاركة في الامتحانات و تصحيحها ، و كذا المشاركة في اللجان التربوية ، و بالرغم من هذا كله إلا أن مهام الأستاذ الجامعي لم تكن واضحة فعلا بحيث لم تحدد الصور النموذجية لهذه المهام ، إلى

¹ - الجريدة الرسمية الجزائرية ، مرسوم رقم 85-60 المؤرخ في 23 مارس 1985 ، خاص بالقانون الأساسي لعمال المؤسسات و الإدارات العمومية .

الفصل الرابع: الإطار المعرفي للمثقف الجامعي

أن صدر المرسوم التنفيذي رقم 89-122 و المؤرخ في جويلية 1989 ، المتضمن للقانون الأساسي الخاص للعمال المنتمين للأسلاك التابعة للتعليم و التكوين العالين¹ .

خلاصة الفصل :

ان تحديد مفهوم المثقف انطلق من الفكر الغربي وبالضبط من الثقافة الفرنسية ليطنى هذا المفهوم على الفكر العربي وهنا نشير ان تحديد المفهوم لم يرتبط في البداية بتحديد مفهوم الثقافة .

ان المثقف الجزائري هو نتاج صيرورة اجتماعية تاريخية وعليه اختلفت ادواره ومهامه حسب كل مرحلة تاريخية.

ان الاستاذ الجامعي هو المثقف الذي يمكن ان نعطيه تحديد اجرائيا باعتباره يملك ذلك المستوى المعرفي والاكاديمي والذي من خلاله يمكن ان يواجه كل تاتير خاصة اذا تعلق الامر بانتشار الثقافة الجماهيرية

¹- الجريدة الرسمية الجزائرية ، مرسوم تنفيذي رقم 89-122 المؤرخ في 18 جويلية 1989 .

القسم التطبيقي

الفصل الخامس

تمهيد :

في هذا الفصل سنقوم بتقديم ميدان الدراسة ، و الذي نبدأه من التعريف بجامعة المدينة ، ثم تقديم مجتمع البحث و تبين طريقة اختيار العينة ، و في الأخير عرض خصائص العينة في جداول إحصائية .

المبحث الأول : التعريف بجامعة المدينة

انطلق التعليم العالي بالمدينة خلال السنة الجامعية 1988 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89/48 المؤرخ في 1989/11/04 بالهيكل الإدارية التي احتضنت المعهد الوطني للتعليم العالي في الإلكترونيتني عندما كان معهدا 1989 تكنولوجيا تابعا لإكالمالية "الفارابي" من أجل توفير التعليم العالي في الشعب التالية :

- جذع مشترك تكنولوجيا .
- تكوين في المدى القصير في الإلكترونيتني .
- و في شهر جويلية من سنة 2000 و بمقتضى المرسوم رقم 2000/198 المؤرخ في 2000/07/25 رقي المعهد الوطني للتعليم العالي إلى مركز جامعي ، فقد ازداد تطورا حيث عرف المركز فتح أربعة معاهد :
- معهد العلوم و التكنولوجيا .
- معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير .
- معهد العلوم القانونية و الإدارية .
- معهد الآداب و اللغات .

و قد تم ترقية المركز الجامعي يحي فارس إلى جامعة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 07 محرم 1430 هـ الموافق لـ : 04 جانفي 2009 ، فيما حددت كليات الجامعة حسب نفس المرسوم كما يلي :

- كلية العلوم و التكنولوجيا .
- كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير .
- كلية الآداب و اللغات و العلوم الاجتماعية و الإنسانية

- كلية الحقوق .

و بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 403/13 المؤرخ في 27 محرم 1435 الموافق لـ 01 ديسمبر 2013 يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 07 محرم 1430 هـ الموافق لـ 04 جانفي 2009 فيما حددت كليات الجامعة حسب نفس المرسوم كما يأتي :

- كلية الآداب و اللغات .

- كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية .

- كلية العلوم و التكنولوجيا .

- كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير .

- كلية الحقوق .

الفصل الخامس: تقديم ميدان الدراسة

المبحث الثاني : مجتمع البحث

جدول رقم (01) : يبين المجتمع الكلي لأساتذة جامعة المدينة

المجموع	أستاذ مهندس		أستاذ مساعد (ب)		أستاذ مساعد (أ)		أستاذ محاضر (أ-ب)		أستاذ التعليم العالي		الأستاذ / التخصص	
	ذ	أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ	أ		
130	29	01	00	01	00	88	29	37	00	03	00	التكنولوجيا
41	14	00	00	00	00	30	14	10	00	00	00	العلوم الاقتصادية والتسيير
22	04	00	00	00	00	18	04	04	00	00	00	العلوم التجارية
42	18	00	00	00	00	37	18	05	00	00	00	الحقوق
14	15	00	00	00	00	14	15	00	00	00	00	العلوم والاتصال
17	04	00	00	00	00	17	04	00	00	00	00	العلوم الاجتماعية
35	11	00	00	00	00	31	11	04	00	00	00	أدب عربي
14	21	00	00	00	00	13	20	00	00	00	00	اللغات الأجنبية
315	116	00	00	00	00	248	115	60	00	03	00	المجموع

الجدول التالي يبين مجتمع البحث من منطلق التخصص لتكيف لكل أستاذ و درجته العلمية و المهنية و ما يلاحظ أن المجموع الكلي للأساتذة (431 أستاذ) أغلبهم ذكور ، (315 أستاذ) و (116 أستاذة) ، كما يلاحظ أن عدد أساتذة التكنولوجيا أكثر بكثير من الأساتذة الآخرين و ذلك نظرا لكون هذا التخصص أقدم في جامعة المدينة ، و الملاحظ هو كثرة الأساتذة المساعدين (أ) و هؤلاء من الأساتذة لم يتحصلوا بعد على الدكتوراه .

أولاً : كيفية اختيار العينة

تم اختيار العينة من منطلق مجتمع البحث الذي هو (431) أستاذ و عليه قمنا باختيار نسبة السبر (3/1) و منه تحصلنا على عينة 143 أستاذ ، و تم اختيار هؤلاء بطريقة عشوائية مراعين في ذلك تخصصاتهم و فروقهم الجنسية .

مجتمع البحث: هو 431 أستاذ

العينة: $143=3/431$

نسبة السبر (3/1)

ثانيا : خصائص العينة

في هذا التحليل سنبين خصائص العينة من منطلق الفروق الجنسية و التخصص الدقيق و الانتماء للكلية إضافة إلى السكن الجغرافي ، و أخيرا الحالة العائلية .

الجدول رقم (02) : يبين الفروق الجنسية

الجنس	ك	%
ذ	105	73.42%
أ	38	26.58%
المجموع	143	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 73.42% من المبحوثين ذكور، بالمقابل نجد نسبة 26.58% من المبحوثين إناث.

الفصل الخامس: تقديم ميدان الدراسة

الجدول رقم (03): يبين توزيع المبحوثين حسب تخصصاتهم الدقيقة

التخصص	ك	%
التكنولوجيا	53	37.06%
العلوم الاقتصادية والتسيير	18	12.58%
العلوم التجارية	09	6.29%
الحقوق	20	13.98%
العلوم والاتصال	09	6.29%
العلوم الاجتماعية	07	4.91%
أدب عربي	15	10.48%
اللغات الأجنبية	12	8.41%
المجموع	143	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 37.06% من المبحوثين ينتمون لكلية التكنولوجيا والعلوم، بالمقابل نجد نسبة 30.09% من المبحوثين ينتمون لكلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية، ونسبة 18.90% من المبحوثين ينتمون لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ونسبة 13.98% من المبحوثين ينتمون لكلية الحقوق.

الجدول رقم (04): يبين توزيع المبحوثين حسب انتماءهم لكلية

الانتماء لكلية	ك	%
التكنولوجيا والعلوم	53	37.06%
الحقوق	20	13.98%
العلوم الاقتصادية	27	18.90%
العلوم الاجتماعية - أدب - فرنسية	43	30.09%
المجموع	143	100%

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 37.06% من المبحوثين ينتمون لتخصص كلية التكنولوجيا والعلوم ، ونسبة 30.09% من المبحوثين ينتمون لكلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية و الاجتماعية ، و نسبة 18.90% من المبحوثين ينتمون لكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، و نسبة 13.98% من المبحوثين ينتمون لكلية الحقوق .

خصائص العينة :

الجدول رقم (05): يبين توزيع المبحوثين حسب سكنهم الجغرافي

السكن الجغرافي	ك	%
حضري	83	58.04%
شبه حضري	42	29.37%
ريفي	18	12.58%
المجموع	143	100%

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 58.04% من المبحوثين يسكنون المناطق الحضرية ، بالمقابل نجد نسبة 29.37% من المبحوثين يسكنون المناطق شبه حضرية ونسبة 12.58% من المبحوثين يسكنون المناطق الريفية .

الجدول رقم (06): يبين توزيع المبحوثين حسب الحالة العائلية

الحالة العائلية	ك	%
أعزب	62	43.35%
متزوج	70	48.95%
مطلق	07	04.89%
أرمل	04	02.79%
المجموع	143	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 48.95% من المبحوثين متزوجين، بالمقابل نجد نسبة 43.35% من المبحوثين عزاب، ونسبة 04.89% من المبحوثين مطلقين ونسبة 02.79% من المبحوثين أرامل.

الفصل الخامس: تقديم ميدان الدراسة

الجدول رقم (07): يبين توزيع المبحوثين حسب السن

السن	ك	%
أقل من 30 سنة	13	09.09%
31-140	80	55.94%
150-411	45	31.46%
أكثر من 50 سنة	05	03.49%
المجموع	143	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 55.94% من المبحوثين يتراوح سنهم ما بين [31-40] سنة، بالمقابل نجد نسبة 31.46% من المبحوثين يتراوح سنهم ما بين [41-50] ونسبة 09.09% من المبحوثين سنهم أقل من 30 سنة ونسبة 03.49% من المبحوثين سنهم أكثر من 50 سنة.

الجدول رقم (08): يبين توزيع المبحوثين حسب خبرتهم المهنية

الخبرة المهنية	ك	%
[10-0]	75	52.44%
[20-11]	28	19.58%
أكثر من 20 سنة	40	27.97%
المجموع	143	100%

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 52.44% من المبحوثين خبرتهم المهنية تتراوح من [10-0] سنوات، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، بالمقابل نجد نسبة 27.97% من المبحوثين تتراوح خبرتهم المهنية أكثر من 20 سنة، ونسبة 19.58% من المبحوثين خبرتهم المهنية ما بين [20-11] سنة.

الفصل السادس

تمهيد:

في هذا الفصل سنتعرض إلى تحليل الفرضية الأولى ومؤداها" إن موقف واتجاه الأستاذ الجامعي مرتبط بتأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية عليه".

وعلى هذا الأساس سنقوم في تحليلنا لهذه الفرضية انطلاقاً من متغير "الموقف أو الاتجاه" وذلك اعتماداً على بعدين أساسيين هما:

- بعد الرفض (رفض كل ما يتعلق بالثقافة الجماهيرية)

- بعد القبول (قبول تأثيرات الثقافة الجماهيرية).

1- تحديد "قبول" أو "رفض" الأستاذ الجامعي لتأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية:

خلال هذا التحليل سنقوم بعرض المؤشرات التي ترتبط ببعدي "القبول" أو "الرفض" في شكل معطيات مجدولة إحصائيا سواء هذه الجداول بسيطة ذات متغير واحد أو مركبة ذو متغيرين ونستند في تركيبها من خلال الأبعاد السوسولوجية والتي تتجسد أساسا في : (الفروق الجنسية، الخبرة المهنية، التخصص، السن، السكن الجغرافي إضافة إلى الحالة العائلية).

جدول رقم (09) يبين مدى قبول المبحوثين لما يستهلكونه من وسائل الثقافة

الجماهيرية

%	ك	
58.04%	83	يلقى قبول
41.95%	60	لا يلقي قبول
100%	143	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 58.04% من المبحوثين لديهم قبول لما تعرضه وسائل الإعلام، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، بالمقابل نجد نسبة 41.95% من المبحوثين ليس لديهم قبول لما تعرضه وسائل الإعلام.

تبين هذه النتيجة أن الأستاذ الجامعي يرتبط أكثر بتكوينه المعرفي و هو التكوين الأكاديمي بالدرجة الأولى ، و هذا لا يمنع تأثيره بوسائل الإعلام بل نجد انه يشاهد كل ما تعرضه هذه الوسائل و لكن لا يتقبله ، المعنى أن الأستاذ لا يتصف بالسلبية بحيث لا يقبل كل ما يرد إليه من رسائل محلية أو أجنبية ، و إنما نجده يتفاعل معها ، أي ينتقي ما يتلاءم و خصائصه المعرفية أو عليه عند تعرضه إلى رسائل منافية لا يحاول أن يستوعبها و تفسير ذلك أنه مستوعب للتوجهات القيمة الموجودة في البيئة الاجتماعية التي تنعكس في استعدادات شخصيتهم النفسية و في اكتمال أناهم و ذواتهم الاجتماعية و بنائهم الدافعي ، و هذا بفضل عوامل التنشئة المختلفة و على الخصوص الأسرة ، التي تعتبر إحدى أهم ميكانيزمات الدفاع أمام أي تأثيرات مفترضة لوسائل الإعلام .

جدول رقم (10) يبين تأثير عامل الجنس على مدى قبول المبحوث لما يستهلكه من

إعلام

المجموع	إ	ذ	
83 %58.04	20 %52.63	63 %60	يلقى قبول
60 %41.95	18 %47.36	42 %40	لا يلقي قبول
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 58.04% من المبحوثين لديهم قبول لما تعرضه وسائل الإعلام، وتتدعم هذه النسبة بـ 60% من المبحوثين ذكور ونسبة 52.63% من المبحوثين إناث بالمقابل نجد نسبة 41.95% من المبحوثين ليس لديهم قبول لما تعرضه وسائل الإعلام، وتتدعم هذه الإجابة بـ 47.36% من المبحوثين إناث ونسبة 40% من المبحوثين ذكور.

يمكن تفسير هذه النتائج بكون الإناث يقضين في البيت وقتاً أطول مما يقضيه الذكور ، و هذا بحكم التقاليد التي مازالت تمارس الضبط الاجتماعي على الإناث من ناحية ، و من ناحية ثانية ، فإن الإناث ليس لديهم الوقت (خاصة الأستاذات) ، حتى وإن تحررنا من التقاليد ، فوسائل الإعلام هي وسائل قضاء الوقت و خاصة عنصر الإناث.

إن إقبال الذكور الأستاذة هو إقبال يفسر بطغيان نوع من البرامج التي تعرض عبر وسائل الإعلام ، و هي برامج تروق للذكور أكثر مثل برامج الرياضة و الأخبار .

جدول رقم (11) يبين تأثير متغير التخصص على مدى قبول المبحوث لما يستهلكه من

وسائل الإعلام

المجموع	الآداب والعلوم اجتماعية	العلوم الاقتصادية	الحقوق	التكنولوجيا والعلوم	
83 %58.04	32 %74.41	18 %66.66	10 %50	23 %43.39	يلقى قبول
60 %41.95	11 %20.75	09 %33.33	10 %50	30 %56.60	لا يلقي قبول
143 %100	43 %100	27 %100	20 %100	53 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 58.04% من المبحوثين لديهم قبول لما تعرضه وسائل الإعلام، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، وتتدعم هذه النسبة بـ 74.41% من المبحوثين ينتمون لكلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية ونسبة 66.66% من المبحوثين ينتمون لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ونسبة 50% من المبحوثين ينتمون لكلية الحقوق ونسبة 43.39% من المبحوثين ينتمون لكلية التكنولوجيا والعلوم، بالمقابل نسبة 41.95% من المبحوثين لا يقبلون قبول لما تعرضه وسائل الإعلام وتتدعم هذه النسبة بـ 56.60% من المبحوثين ينتمون لكلية التكنولوجيا والعلوم ونسبة 50% من المبحوثين ينتمون لكلية الحقوق ونسبة 20.75% من المبحوثين ينتمون لكلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية.

نستنتج أن متغير التخصص له علاقة ترابطية مع قبول برامج وسائل الإعلام ، وهذا كون التخصص يشكل اهتمام و حاجيات الأستاذ التي قد تكون فيما تعرضه وسائل

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

الإعلام ، و ما نجده أن أصحاب تخصصات العلوم الاجتماعية و الإنسانية و الآداب أكثر المبحوثين الذين يرون القبول فيما تعرضه وسائل الإعلام ، و هذا مدده كون هذا التخصص يمتاز بالإطلاع على ثقافات و تاريخ الشعوب و هذا ما تجسده أكثر الثقافة الجماهيرية عكس مثلا التكنولوجيا و العلوم ، فتأثرهم بتخصصهم يبقى محدود و لا يرتبط بتأثيرات الثقافة الجماهيرية ، بل أن أصحاب التخصصات التكنولوجية ليس لديهم قبول لهذه الثقافة ، و عليه نقول أن التخصص له دور في دعم اتجاه المبحوث نحو تأثيرات وسائل الإعلام .

جدول رقم (12) يبين رؤية المبحوث سبب اتجاهه وموقفه من الوسيلة الإعلامية

المجموع	ك	
69.23%	99	البرنامج
12.58%	18	الوسيلة في حد ذاتها
18.18%	26	شيء آخر
100%	143	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 69.23% من المبحوثين يتحدد اتجاههم وموقفهم من الوسيلة الإعلامية من خلال البرنامج، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، بالمقابل نجد نسبة 12.58% من المبحوثين موقفهم يتحدد من خلال الوسيلة في حد ذاتها. النتيجة تبين أن البرنامج هو من يلقي القبول على حساب الوسيلة في حد ذاتها ، بمعنى نوع البرنامج (سياسي ، اقتصادي ، ثقافي ، رياضي ...) هو المصدر الذي يتجه نحو المبحوث على حساب الوسيلة ، فالمبحوث يتابع البرامج السياسية مثلا سواء كانت في التلفزيون أو قراءة في الجريدة أو متابعة في الانترنت ، لكن نجد الكثير من المبحوثين قد

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

يدمنون وسيلة معينة و إدمانها يرتبط بمتابعتهم البرنامج الذي يميلون إليه ، مثلا هناك من المبحوثين يتابعون إقناة التلفزيون و متابعتهم للقناة ترتبط ببرنامج محبذ و هذا ما تبين في إجاباتهم " شيء آخر " ، و هنا نشير إن الإدمان على الوسيلة انتقل من التلفزيون أو الإذاعة إلى متابعة البرامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (13) يبين تأثير القناة المفضلة للمبحوث على سبب اتجاهه من الوسيلة

الإعلامية

المجموع	القنوات العربية والأجنبية	القناة الوطنية	
99 %69.23	51 %87.93	48 %56.47	البرنامج
18 %12.58	07 %12.06	11 %42.30	الوسيلة في حد ذاتها
26 %18.18	/	26 %12.94	شيء آخر
143 %100	58 %100	85 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 69.23% من المبحوثين موقفهم مرتبط بالبرنامج وتتدعم هذه النسبة بـ 87.93% من المبحوثين يفضلون القنوات العربية والأجنبية، ونسبة 56.47% من المبحوثين يفضلون القناة الوطنية، بالمقابل نجد نسبة 12.58% من المبحوثين موقفهم مرتبط بالوسيلة في حد ذاتها وتتدعم هذه النسبة بـ 42.30% من المبحوثين يفضلون القناة الوطنية ونسبة 12.06% يفضلون القنوات العربية والأجنبية.

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

يميل أكثر الباحثين إلى تفضيل البرنامج على حساب الوسيلة و عليه هذا التفضيل يرتبط أكثر بمتابعة القنوات العربية و الأجنبية ، لأن هذه الأخيرة تعطي برامج متنوعة و متجددة و تقدم البرامج التي تشكل الرأي و الرأي الآخر و عادة هذا لا نجده في القناة الوطنية ، فهذه الأخيرة و إن ارتبط بها المبحوث نظرا لخصوصيتها المرتبطة بواقع المبحوثين أكثر و لعملها المحلي و الجوّاري الذي يلقي قبول في الأصل ، و هنا نشير إلى أن هناك بعض المبحوثين لا ترتبط اتجاهاتهم لا بالبرنامج و لا بالوسيلة و إنما ترتبط بهما معا فالعبرة في ما تقدمه وسائل الاتصال و العبرة في طبيعة الوسيلة الإعلامية .

جدول رقم (14) يبين العلاقة بين القناة المفضلة للمبحوث ورؤيته للدور الثقافي للإعلام

والاتصال

المجموع	القنوات العربية والأجنبية	القناة الوطنية	
101 %70.62	49 %84.48	52 %61.17	لها دور ثقافي
42 %29.37	09 %15.51	33 %38.82	لا يوجد لها دور ثقافي
143 %100	58 %100	85 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 70.62% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام

لها دور ثقافي ، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام وتتدعم هذه النسبة بـ 84.48% من المبحوثين يفضلون القنوات العربية والأجنبية، ونسبة 61.17% من المبحوثين يفضلون القناة الوطنية، بالمقابل نجد نسبة 29.37% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام ليس

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

لها دور ثقافي وتتدعم هذه النسبة بـ 38.82% من المبحوثين يفضلون مشاهدة القناة الوطنية ونسبة 15.51% من المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات العربية والأجنبية. تبين لنا النتيجة أن الدور الثقافي للوسيلة الاتصالية يرتبط بالقنوات العربية والأجنبية على حساب القناة الوطنية لأن هذه الأخيرة بها حدود و برامج إخبارية بالدرجة الأولى في حين القنوات الأخرى متعددة و متخصصة و عالمية و بالتالي ارتبط بها أكثر الدور الثقافي ، و هنا نجد العكس أن الدور الثقافي عند المبحوثين لا يرتبط بالقناة الوطنية.

جدول رقم (15) يبين تأثير المنطقة السكنية على رؤية المبحوث مدى وجود لوسائل

الاتصال والإعلام دور ثقافي

المجموع	ريفي	شبه حضري	حضري	
101 %70.62	03 %16.66	38 %90.47	60 %72.28	لها دور ثقافي
42 %29.37	15 %83.33	04 %09.52	23 %27.71	لا يوجد لها دور ثقافي
143 %100	18 %100	42 %100	83 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 70.62% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام لها دور ثقافي، ونجد هذه النسبة تتدعم بـ 90.47% من المبحوثين يسكنون المناطق شبه حضرية ونسبة 16.66% من المبحوثين يسكنون المناطق الريفية بالمقابل نجد نسبة 29.37% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام ليس لها أي

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

دور ثقافي وتتدعم هذه النسبة بـ 83.33% من المبحوثين يسكنون المناطق الريفية ونسبة 09.52% من المبحوثين يسكنون المناطق شبه حضرية.

يرتبط الدور الثقافي بالوسيلة الإعلامية كالمبحوثين الذين يقطنون المناطق شبه حضرية على حساب المناطق الحضرية و الريفية في حين نجد أن المبحوثين لا يرون دور ثقافي للوسيلة الإعلامية خاصة الذين يقطنون المناطق الريفية ، و هذا مرده إلى تأثير العوامل البيئية و الجغرافية على سلوك و معتقدات المبحوثين .

جدول رقم (16) يبين تأثير عامل السن على رؤية المبحوث لكيفية تقديم وسيلة

الاتصال القضايا الثقافية

المجموع	أكثر من 50 سنة	[41-50]	[31-40]	أقل من 30 سنة	
70 %48.95	03 %60	22 %48.88	36 %45	09 %69.23	تقدم بشكل إيجابي
23 %16.08	01 %20	04 %08.88	15 %18.75	03 %23.07	تقدم بشكل سلبي
50 %34.96	01 %20	19 %42.22	29 %36.25	01 %07.69	تقدم بشكل متوازن
143 %100	05 %100	45 %100	80 %100	13 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 48.95% من المبحوثين يرون وسائل الإعلام تقدم القضايا الثقافية بشكل إيجابي وتتدعم هذه النسبة بـ 60% من المبحوثين منهم أكثر من 50 سنة، بالمقابل نجد نسبة 34.96% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام تقدم القضايا الثقافية بشكل متوازن وتتدعم هذه النسبة بـ 42.22% من المبحوثين يتراوح سنهم

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

ما بين [41-50] سنة ونسبة 36.25% من المبحوثين يتراوح سنهم ما بين [31-40] سنة وبالمقابل نجد نسبة 16.08% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام تقدم القضايا الثقافية بشكل سلبي، وتتدعم هذه النسبة بـ 23.07% من المبحوثين سنهم أقل من 30 سنة. و قد تؤثر الثقافة الجماهيرية تأثيرا إيجابيا أو سلبيا على الأسرة و الطفل ، و يكون هذا التأثير إيجابيا بشرط حسن اختيار البرامج و ملاءمتها للجمهور المستقبل ، و هنا نشير إلى أن وسائل الإعلام لها القدرة على اكتساب أفراد المجتمع اتجاهات جديدة أو التعديل من الاتجاهات التقليدية ، كما قد تكون للثقافة الجماهيرية تأثير سلبي خاصة إذا ارتبط الأمر بالأسرة ، فهذه الأخيرة تتعرض للتفكك فتتأثر العلاقات الأسرية ، و يكون هناك خلل في التنشئة الاجتماعية .

جدول رقم (17) يبين تأثير الحالة العائلية على محاولة تطبيق ما يشاهده من أفكار

ولقطات لها صلة بواقع المجتمع الجزائري

المجموع	أرمل	مطلق	متزوج	أعزب	
40 %27.97	02 %50	03 %42.85	10 %14.28	25 %40.32	نعم
60 %41.95	02 %50	01 %14.28	40 %57.14	17 %27.41	لا
43 %30.06	/	03 %42.85	20 %28.57	20 %32.25	أحيانا
143 %100	04 100%	07 %100	70 %100	62 %100	المجموع

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 41.95% من المبحوثين لا يحاولون تطبيق ما يشاهدونه، وتتدعم هذه النسبة بـ 57.14% من المبحوثين متزوجين ونسبة 50% من المبحوثين أرامل، بالمقابل نجد نسبة 27.97% من المبحوثين يحاولون فعلا تطبيق ما يشاهدونه من أفكار ولقطات لها صلة بالواقع الجزائري، ونجد هذه النسبة تتدعم بـ 50% من المبحوثين أرامل ونسبة 42.85% من المبحوثين هم مطلقون.

ارتبط تقليد كل ما يعرض في الإعلام بجمهور الأطفال و هم لا يمثلون الاستثناء بل الأمر يتعدى المبحوثين قيد الدراسة ، فمثلا حسب إجابات بعضهم كالتقليد في مراسيم الزواج و عاداته التي أصبحت تشبه النمط الغربي ، و الأمر يتعدى التقليد حتى الإشهارات بالنسبة للمبحوثين خاصة فيما يتعلق بالاستهلاك .

جدول رقم (18) يبين العلاقة بين متغير التحدث مع العائلة والأصدقاء مع متغير رؤية

المبحوث كون التلفزيون غير القيم

المجموع	لا أتحدث	نعم أتحدث	
93 %65.03	35 %44.87	58 %89.23	نعم غير القيم
50 %34.96	43 %55.12	07 %10.76	لم يغير القيم
143 %100	78 %100	65 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 65.03% من المبحوثين يرون أن التلفزيون غير القيم، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، ونجد هذه النسبة تتدعم بـ 89.23% من المبحوثين

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

يتحدثون مع عائلاتهم وأصدقائهم حول ما يشاهدونه، بالمقابل نجد نسبة 34.96% من المبحوثين يرون أن التلفزيون لم يغير القيم، وتتدعم هذه النسبة بـ 55.12% من المبحوثين لا يتحدثون مع عائلاتهم حول ما يشاهدونه في وسائل الإعلام.

من خلال النتيجة تبين لنا الدلالة السيسولوجية " ... بين المشاهدة الجماعية التي يشترك فيها أعضاء الأسرة ، و المشاهدة الانفرادية التي ينعزل فيها الأستاذ ... و عليه نقول ببساطة أن أشكال الاتصال الاجتماعي داخل الجو العائلي كانت تخضع للاتصال الإعلامي لمقتضياتها ، و الأمر لم يعد على ما هو عليه اليوم أمام التحديات الجديدة التي برزت جراء الانفتاح السمعي البصري ... " ¹ .

جدول رقم (19) يبين تأثير القناة المفضلة على تغيير التلفزيون للقيم

المجموع	القنوات العربية والأجنبية	القناة الوطنية	
93 %65.03	23 %39.65	70 %82.35	نعم غير القيم
50 %34.96	35 %60.34	15 %17.64	لم يغير القيم
143 %100	58 %100	85 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 65.03% من المبحوثين يرون أن التلفزيون غير القيم، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، وتتدعم هذه النسبة بـ 82.35% من المبحوثين قناتهم

¹ - مصطفى مجاهدي ، مرجع سابق ، ص 110 .

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

المفضلة هي القناة الوطنية، بالمقابل نجد نسبة 34.96% من المبحوثين يرون أن التلفزيون لم يغيّر القيم، وتتدعم هذه النسبة بـ 60.34% من المبحوثين قناتهم المفضلة هي القنوات العربية والأجنبية.

تبين لنا النتيجة أن المبحوثين يرون أن الثقافة الجماهيرية غيرت القيم و ذلك سواء بالإيجاب أو السلب ، و هنا يرون أن التأثير على تعبئة الأطفال بالدرجة الأولى ، فلا عجب من أن النسبة الكبيرة ترتبط بمشاهدتها القناة الوطنية ، أنها تدعم الرصيد الثقافي بل أصبحت الثقافة الجماهيرية أداة تثقيفية كبيرة جدا ، فهذه الثقافة ارتبطت بالبرامج التعليمية و ظهر ما يعرف بالتعليم الذاتي .

2- تحديد "قبول" أو "رفض" الأستاذ الجامعي للتأثير حسب طبيعة كل وسيلة جماهيرية:

خلال هذا التحليل سنواصل بعرض المؤشرات التي ترتبط ببعدي "القبول" و"الرفض" ولكن في ربط هذه المؤشرات مع نوع كل وسيلة إعلامية ثقافية جماهيرية والتي تتجسد أساسا في (الجريدة، التلفاز، الإذاعة، الانترنت، السينما، المسرح).

جدول رقم (20) يبين مدى وجود جريدة مفضلة للمبحوث

ك	%	
98	68.53%	نعم
45	31.46%	لا
143	100%	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 68.53 من المبحوثين لديهم جريدة مفضلة، وبالمقابل نجد نسبة 31.46 من المبحوثين ليس لديهم جريدة مفضلة. نجد من خلال هذه النتيجة أن المبحوثين لديهم جريدة مفضلة ، و عليه نرى أن المستوى الثقافي العالي للمبحوثين جعلهم يلتزمون بجريدة معينة ، هذه الأخيرة تفضيلها يكون مرتبط بعامل اللغة (الفرنسية أو العربية) أو بعامل الاحتراف أو الأقدمية أو حتى التوجه الفكري و الإيديولوجي .

في حين نجد بعض المبحوثين ليس لديهم جريدة مفضلة من منطلق لا يقرأون الجرائد أو من منطلق قراءتهم لا ترتبط بجريدة محددة لأنهم لا يتأثرون بأي جريدة نظرا لمستواهم المعرفي و الثقافي .

جدول رقم (21) يبين مدى تأثير عامل الجنس على مدى قراءة المبحوث للجرائد

والمجلات الوطنية

المجموع	أ	ذ	
40 %27.97	04 %10.52	36 %34.28	لا أقرأ
70 %48.95	20 %52.63	50 %47.61	نعم أقرأ يوميا
33 %23.07	14 %36.84	19 %18.05	أحيانا
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 48.95% من المبحوثين يقرأون الجرائد يوميا، وتتدعم هذه النسبة بـ 52.63% من المبحوثين إناث ونسبة 47.61% من المبحوثين ذكور، بالمقابل نجد نسبة 27.97% من المبحوثين لا يقرأون الجريدة، وتتدعم هذه النسبة بـ 37.28% من المبحوثين ذكور، كما نجد نسبة 23.07% من المبحوثين يقرأون الجرائد أحيانا وتتدعم هذه النسبة بـ 36.84% من المبحوثين إناث.

إن القراءة اليومية للجرائد ترتبط بجنس الإناث على حساب الذكور و هي ميزة غير معروفة بحيث أن قراءة الجرائد في الجزائر ترتبط أكثر بالرجال لأن قراءتها عادة ما تكون في المقاهي ، و هذا ما يفسر تأثير المستوى التعليمي العالي للإناث في قراءتهن للجرائد بصفة يومية ، و هو ما نجده العكس عند المبحوثين الذكور .

جدول رقم (22) يبين مدى تأثير عامل التخصص على قراءة المبحوث للجرائد والمجلات الأجنبية

المجموع	الآداب والعلوم اجتماعية	العلوم الاقتصادية	الحقوق	التكنولوجيا والعلوم	
41 %28.67	13 %30.23	13 %48.14	05 %25	10 %18.86	لا أقرأ
12 %08.39	02 %04.65	02 %07.40	05 %25	03 %05.66	أقرأ يوميا
90 %62.93	28 %65.11	12 %44.44	10 %50	40 %75.47	أحيانا
143 %100	43 %100	27 %100	20 %100	53 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 62.93% من المبحوثين يقرأون الجرائد والمجلات الأجنبية "أحيانا" وهذه النسبة تمثل اتجاه عام وتتدعم بنسبة 75.47% من المبحوثين ينتمون لكلية التكنولوجيا والعلوم ونسبة 65.11% من المبحوثين ينتمون لكلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية، بالمقابل نجد نسبة 28.67% من المبحوثين لا يقرأون الجرائد والمجلات الأجنبية وتتدعم هذه النسبة بـ 48.14% من المبحوثين ينتمون لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير كما نجد نسبة 08.39% من المبحوثين يقرأون يوميا الجرائد والمجلات الأجنبية وتتدعم هذه النسبة بـ 25% من المبحوثين ينتمون لكلية الحقوق.

تبين لنا النتيجة أن التخصص له تأثير على قراءة الجرائد و خاصة لدى تخصص العلوم و التكنولوجيا ، و ما يلاحظ أن هذه القراءة ليست يومية بل تكون " أحيانا " و يرجع

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

ذلك لطبيعة الوقت المخصص للقراءة ، و عليه طبيعة التخصص تؤثر على طريقة و نمط قراءة الجرائد .

جدول رقم (23) يبين ذهاب المبحوث من عدمه لمقاهي الانترنت

%	ك	
25.17%	36	نعم
74.82%	107	لا
100%	143	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 74.82% من المبحوثين يذهبون إلى مقاهي الانترنت، بالمقابل نجد نسبة 25.17% من المبحوثين يذهبون فعلا إلى مقاهي الانترنت.

تبين لنا النتيجة أن المبحوثين لا يرتدون كثيرا مقاهي الانترنت و هذا راجع لعدة أسباب من بينها توفر الانترنت بصورة بسيطة في الهواتف سواء السلكي أو الهواتف النقالة، و هذا ما أدى بمقاهي الانترنت لا تستقبل الكثير ، و هنا نشير أن المبحوثين عدم لجوءهم إلى المقاهي لا يعني تواصلهم بشبكة الانترنت دائما بل الوسيلة هي التي تغيرت

جدول رقم (24) يبين تأثير عامل السن على استعمال المبحوث للانترنت

المجموع	أكثر من 50 سنة	[50-41]	[40-31]	أقل من 30 سنة	
15 %10.48	03 %60	02 %04.44	10 %12.50	/	لا أستعمل الانترنت
87 %60.83	01 %20	31 %68.88	43 %53.75	12 %92.30	أستعملها يومية
41 %28.67	01 %20	12 %26.66	27 %33.75	01 %07.69	استعملها أحيانا
143 %100	05 %100	45 %100	80 %100	13 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 60.83% من المبحوثين يستعملون الانترنت يوميا، وهذه النسبة مثل اتجاه عام ونجدها تتدعم بنسبة 92.30% من المبحوثين سنهم أقل من 30 سنة، ونسبة 68.88% من المبحوثين سنهم يتراوح ما بين [50-41] سنة، بالمقابل نجد نسبة 28.67% من المبحوثين يستعملون الانترنت "أحيانا" وتتدعم هذه النسبة بـ 33.75% من المبحوثين يتراوح سنهم ما بين [40-31] سنة، كما نجد نسبة 10.48% من المبحوثين لا يستعملون الانترنت إطلاقا وتتدعم هذه النسبة بـ 60% من المبحوثين سنهم أكثر من 50 سنة.

نجد أغلب المبحوثين يستعملون الانترنت بصفة يومية وهذا يرتبط أكثر بأصحاب السن الصغيرة ، فكلما كان سن المبحوث صغيرا فإن الاستعمال يومي و العكس صحيح ،

و هذا مرده إلى كون توفر الانترنت بهذا الشكل ارتبطت بالجيل الحالي وهو جيل مادون الثلاثينات.

و هنا نشير إلى أن أغلب الدراسات وجدت أن الانترنت تستخدم بكثرة من طرف جنس الإناث على حساب جنس الذكور ، و منه الانترنت لا تهدم الروابط الاجتماعية بقدر ما تساهم في بناء علاقات جديدة أي استخدامها يكون على حساب العلاقات العامة والبرامج التلفزيونية ، و كما أن استخدام الانترنت بشكل مفرط يؤدي إلى إدمانها خاصة في الفترات الأولى لاستعمالها لها .

جدول رقم (25) يبين مدى إعجاب المبحوث بمشاهدة الأفلام السينمائية

%	ك	
60.83%	87	نعم
39.16%	565	لا
100%	143	المجموع

يبين لنا الجدول أن نسبة 60.83% من المبحوثين لديهم إعجاب بمشاهدة الأفلام السينمائية، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، بالمقابل نجد نسبة 39.16% من المبحوثين ليس لديهم إعجاب بمشاهدة الأفلام السينمائية.

تبين النتيجة أن أغلب المبحوثين لديهم إعجاب بمشاهدة الأفلام السينمائية و هذا راجع لكون هذه الأفلام لم تبقى رهينة قاعات السينما ، بل هناك في القنوات الفضائية قنوات متخصصة سينمائية مما سهل مشاهدة الأفلام بكل اللغات و حتى الأفلام العالمية والحديثة.

جدول رقم (26) يبين المكان المحبذ للمبحوث لمشاهدة الأفلام السينمائية

%	ك	
%41.95	60	التلفزيون
%18.18	26	قاعة السينما
%01.14	01	شيء آخر
%100	*87	المجموع

* العدد الحقيقي للمبحوثين الذين يشاهدون الأفلام السينمائية

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 41.95% من المبحوثين يحبذون مشاهدة الأفلام السينمائية في التلفزيون، بالمقابل نجد نسبة 18.18% من المبحوثين يحبذون مشاهدة الأفلام السينمائية في قاعة السينما ونسبة 01.14% من المبحوثين يحبذون مشاهدتها عبر شيء آخر وهو عبر الانترنت.

إن هذه النتيجة تبين أهمية التلفزيون في إعطاء قيم و تقاليد في مشاهدة الأفلام السينمائية التي كانت رهينة القاعات ، و لكن هناك من المبحوثين من يحبذ مشاهدتها في القاعات لأن هذه الأخيرة تعرض الأفلام الجديدة و الحديثة ، و بالتالي يبقى التلفزيون أهم مصدر في مشاهدة الأفلام السينمائية .

جدول رقم (27) يبين تأثير الحالة العائلية على ذهاب المبحوث إلى السينما

المجموع	أرمل	مطلق	متزوج	أعزب	
66 %46.15	01 %25	02 %28.57	40 %57.14	23 %37.09	لا أذهب
20 %13.98	01 %25	03 %42.85	/	16 %25.88	نعم أذهب
57 %39.86	02 %50	02 %28.57	30 %42.85	23 %37.09	أحيانا
143 %100	04 100%	07 %100	70 %100	62 %100	المجموع

يبين لنا الجدول أن نسبة 46.15% من المبحوثين لا يذهبون إلى السينما وتتدعم هذه النسبة بـ 57.14% من المبحوثين متزوجون بالمقابل نجد نسبة 13.98% من المبحوثين يذهبون بالفعل وتتدعم هذه النسبة بـ 42.85% من المبحوثين هم مطلقون.

تبين النتيجة ان ليس هناك اهتمام لجل المبحوثين نحو الذهاب الى السينما وهذا راجع لعدة اسباب من بينها اسباب تتعلق بوجود قاعات السينما في حد ذاتها بحيث لاتوجد قاعات سينما وان وجدت فهي تؤدي وظائف اخرى ومايلاحظ هو تركيز عدم الذهاب الى السينما لدى فئة المتزوجين وذلك راجع لاعتبارات شخصية اجتماعية .والملاحظ كذلك هناك من يذهب للسينما في فترات معينة ولكن متى توفرت الظروف التي تسمح ونجد الامر يتركز اكثر عند المتزوجين ويبقى في الاخير نقول انه ليس لدينا في الجزائر تقاليد تتعلق بمشاهدة السينما.

جدول رقم (28) يبين تأثير الخبرة المهنية على مشاهدة المبحوث للعروض المسرحية

المجموع	أكثر من 20 سنة	[20-11]	[10-0]	
40 %27.97	02 %05	15 %53.57	23 %30.66	لا أشاهد
13 %09.09	05 %12.50	05 %17.85	03 %04	نعم دائما
90 %62.93	33 %82.50	08 %28.57	49 %65.33	أحيانا
143 %100	40 %100	28 %100	75 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 62.93% من المبحوثين يشاهدون العروض المسرحية "أحيانا" وهذه النسبة تمثل اتجاه عام وتتدعم بنسبة 82.50% من المبحوثين تتراوح خبرتهم المهنية أكثر من 20 سنة، بالمقابل نجد نسبة 09.09% من المبحوثين يشاهدون العروض المسرحية وتتدعم هذه النسبة بـ 17.85% من المبحوثين خبرتهم المهنية تتراوح ما بين [20-11] سنة.

ان مشاهدة العروض المسرحية تختلف من وسيلة لآخرى وفي الفترة الاخيرة يبقى التلفزيون اهم وسيلة للمتابعة ومايجب الاشارة اليه انه لا تتوفر لدينا قاعات مسرح بشكل واضح وان توفرت فهي قليلة النشاط وفي هذا يجب الاشارة الى ان كلما كانت خبرة المبحوث قليلة كان اهتمامه اكثر بمشاهدة العروض المسرحية.

جدول رقم (29) يبين مدى استعارة الأشرطة والأفلام من المحلات

المجموع	ك	
%34.96	50	نعم
%55.94	80	لا
%09.09	13	أحيانا
%100	143	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 55.94% من المبحوثين لا يستعيرون الأشرطة والأفلام، بالمقابل نجد نسبة 34.96% من المبحوثين يستعيرون فعلا الأشرطة والأفلام من المحلات ونسبة 09.09% من المبحوثين يستعيرون أحيانا الأشرطة والأفلام.

ارتبطت محلات بيع الأشرطة والأفلام بانتشار هذه الأخيرة في فترة معينة أين كان لا يوجد انترنيت ولا توجد قنوات فضائية. ومع انشاز الانترنيت والفضائيات تقلص عملها وهذا ماتبينه النتيجة انه نادرا ما يلجا الباحث لهذا الاقتناء والامر هنا يتعلق بتوفر الافلام في الفضائيات بل ان هناك قنوات متخصصة الا في عرض الافلام

جدول رقم (30) يبين تأثير متغير الجنس على الاستماع للقنوات الإذاعية

المجموع	أ	ب	
60 %41.95	25 %65.78	35 %33.33	استمع
23 %16.08	09 %23.68	14 %13.33	لا أستمع
60 %41.95	04 %10.52	56 %53.33	أحيانا
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 41.95% من المبحوثين يستمعون للقنوات الإذاعية وهذه النسبة تتدعم بـ 65.78% من المبحوثين إناث، وهنا نشير أن النسبة نفسها (41.95%) من المبحوثين يستمعون للقنوات الإذاعية "أحيانا" وتتدعم بنسبة 53.33% من المبحوثين ذكور، بالمقابل نجد نسبة 16.08% من المبحوثين لا يستمعون للقنوات الإذاعية وتتدعم هذه النسبة بـ 23.68% من المبحوثين إناث.

تبقى عملية استماع الاذاعة مهمة ومنتشرة رغم انتشار وسائل اعلامية منافسة كالتلفزيون والانترنت وعليه نجد يتركز هذا عند جنس الذكور لان هذا الاخير يرتبط سماعه للاذاعة اثناء قيادته للسيارة .

جدول رقم (31) يبين تأثير السكن الجغرافي على مشاهدة المبحوث للقنوات الفضائية

المجموع	ريفي	شبه حضري	حضري	
118 %82.51	14 %77.77	25 %59.52	79 %95.18	أشاهد
25 %17.48	04 %22.22	17 %40.47	04 %04.81	لا أشاهد
143 %100	18 %100	42 %100	83 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 82.51% من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية، وتتدعم هذه النسبة بـ 95.18% من المبحوثين يسكنون المناطق الحضرية، بالمقابل نجد نسبة 17.48% من المبحوثين لا يشاهدون القنوات الفضائية وتتدعم هذه النسبة بـ 40.47% من المبحوثين يسكنون المناطق شبه حضرية.

النتيجة تبين لنا أن أغلب المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية و هذا يتركز أكثر على القاطنين في المناطق الحضرية و حتى الريفية ، و يمكن إرجاع هذه النتيجة إلى جملة من الأسباب الاجتماعية كون المحيط الحضري و الريفي لا يتوفر على أماكن يمكن أن يعتاد عليها المبحوث كقاعات السينما أو المسرح أو المكتبات و عليه تبقى مشاهدة القنوات الفضائية الملاذ الوحيد .

إنه من خلال هذا نجد أن مشاهدة الفضائيات يرتبط أكثر بهدف و منه الكشف عن طرق المشاهد وحده ، كونه هو الفاعل في العملية الاتصالية ، و بالتالي مشاهدة

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

الفضائيات يمكن وصفه لعملية تفاعلية بين ما يعرض و بين الاحتياجات و الإدراكات والأدوار حيث يوجد الشخص ، و إن التجربة الاجتماعية تخلق بعض الاحتياجات التي بعضها موجه نحو وسائل الإعلام للإشباع .

استنتاج الفرضية الأولى:

يبدأ نص الفرضية الأولى كون « أن موقف الأستاذ الجامعي مرتبط بتأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية عليه » ومنه بدأنا التحليل لهذه الفرضية من متغير "الموقف" الذي يحمله الأستاذ الجامعي من الثقافة الجماهيرية، وعليه ارتبط هذا المتغير ببعدي "الرفض" و"القبول" ومنه شمل التحليل في البداية تبين أوجه هذا القبول والرفض بصفة عامة، ثم التعرض إلى الموقف الذي يحمله الأستاذ الجامعي بسبب طبيعة كل وسيلة ثقافية جماهيرية، وعليه كانت النتائج كالتالي:

- هناك قبول للأستاذ الجامعي لما يستهلكه من وسائل الثقافة الجماهيرية، وهذا ما يؤكد التأثير الواضح والجلي لهذه الوسائل على موقف الأستاذ الجامعي منها، ولكن نشير أن نسبة القبول في حدود 58.04% ، هذا ما يؤشر أن هناك نسبة معتبرة ليس لديها قبول ولكن من الناحية السوسولوجية هذا لا يعني عدم وجود التأثير، فعدم القبول مرتبط أساسا بتأثير وسائل الثقافة الجماهيرية على الأستاذ الجامعي.
- يتدعم قبول الأستاذ الجامعي لما يستهلكه من وسائل الثقافة الجماهيرية عند جنس الذكور على حساب جنس الإناث وهنا نشير إلى أن هذا التدعيم يرتبط أيضا في مؤشر "لا يلقى القبول" وهذا ما يفسر سوسولوجية أن جنس الذكور أكثر ارتباط بوسائل الثقافة الجماهيرية.
- يتدعم قبول الأستاذ الجامعي لما يستهلكه من وسائل الثقافة الجماهيرية عند تخصص الأساتذة المنتمين إلى الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية ثم يليه الأساتذة المنتمين إلى تخصص العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ويقل هذا التدعيم عند الأساتذة المنتمين لتخصص التكنولوجيا والعلوم. وكل هذا

- يؤشر لتأثر الأساتذة المنتمين لتخصص العلوم الإنسانية والاجتماعية أكثر من تأثر الأساتذة المنتمين لتخصص التكنولوجيا والعلوم.
- إن المعطيات الواردة في التحليل بينت أن البرنامج هو المعيار الأساسي في رسم وتحديد موقف عند الأستاذ الجامعي من وسائل الثقافة الجماهيرية وذلك على حساب الوسيلة في حد ذاتها، خاصة لدى الأساتذة المتابعين لبرامج القنوات العربية والأجنبية.
 - إن موقف الأستاذ الجامعي من وسائل الثقافة الجماهيرية ينطلق من كون أن لهذه الأخيرة دور ثقافي وذلك سواء للمتابعين للقنوات الوطنية أو العربية والأجنبية، نجد هذا يتدعم أكثر عند الأساتذة المقيمين في المناطق الحضرية وشبه حضرية.
 - وسائل الثقافة الجماهيرية تقدم بشكل إيجابي القضايا الثقافية حسب رؤية الأستاذ.
 - إن تأثير وسائل الثقافة الجماهيرية لا يصل لحد ذلك على مستوى السلوك مهما كانت الوضعية العائلية للأستاذ الجامعي.
 - يرتبط موقف الأستاذ الجامعي من تأثير التلفزيون كونه غير القيم وهذا ما يجعله في حوار دائم مع أفراد العائلة.
 - يزداد تأثير الأستاذ الجامعي من وسائل الثقافة الجماهيرية كون له جريدة مفضلة يستهلكها.
 - هناك قراءة يومية للجرائد والمجلات الوطنية خاصة لدى جنس الإناث مما يؤشر تأثير هذه الوسيلة الإعلامية الجماهيرية على المبحوثين، ويتجسد هذا أكثر عند المنتمين إلى تخصص التكنولوجيا والعلوم.
 - تبين المعطيات أنه ليس هناك تفاعل مع مقاهي الانترنت غير أن هذا لا يؤشر كون المبحوث لا يستعمل الانترنت.

الفصل السادس : اتجاه وموقف الأستاذ الجامعي من تأثيرات وسائل الثقافة الجماهيرية

- يتحدد موقف الأستاذ الجامعي عن تأثير وسائل الثقافة الجماهيرية من خلال مشاهدته للأفلام السينمائية خاصة المعروضة على جهاز التلفاز وذلك رغم كون المبحوثين لا يقصدون بصورة واضحة دور السينما.
 - ترتبط مشاهدة المبحوث للعروض المسرحية من خلال لتلفزيون وهنا نشير أنه لا تأثير لعامل الخبرة المهنية على ذلك.
 - تبين المعطيات أن للأستاذ موقف سلبي من استعارة الأشرطة والأفلام من المحلات.
 - هناك تأثير واضح وجلي للقنوات الإذاعية على الأستاذ الجامعي.
 - إن القنوات الفضائية لها تأثير على موقف الأستاذ الجامعي من وسائل الثقافة الجماهيرية وذلك مهما كانت خلفيته الاجتماعية.
- إنه من خلال هذه النتائج يتبين لنا أن موقف الأستاذ الجامعي من وسائل الثقافة الجماهيرية يتجه إلى القبول أكثر من الرفض، ومهما كان تحديد هذا الموقف (قبول+رفض) فإن التأثير يبقى واضح وجلي، وعليه نقول أن الفرضية الأولى قد تحققت.

الفصل السابع

تمهيد:

في هذا الفصل سنقوم بتحليل الفرضية الثانية والتي جاءت: « يرتبط استعمال الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية من منطلق درجة تأثيرها عليه »

وعلى هذا الأساس سنقوم في تحليلنا لهذه الفرضية انطلاقاً من متغير "الاستعمال" وذلك اعتماداً على بعدين أساسيين هما :

- بعد التبني (تبني الوسيلة الثقافية الجماهيرية)
- بعد التملك (شراء واقتناء وامتلاك الوسيلة) .

1- تحديد "تبني" الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية :

خلال هذا التحليل سنقوم بعرض المؤشرات التي ترتبط ببعد "التبني" في شكل معطيات مجدولة إحصائياً، وهنا نشير أن هذه المؤشرات ترتبط بالدرجة الأولى بـ (الشراء، الاستهلاك، التعبير عن طلب اجتماعي مقابل عرض صناعي...).

جدول رقم (32) يبين مدى اقتناء المبحوث للتكنولوجيا الجديدة

%	ك	
51.74%	74	نعم أقتني
48.25%	69	لا أقتني
100%	143	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 51.74% من المبحوثين يفتنون كل ما يتعلق بالتكنولوجيا الجديدة، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، بالمقابل نجد نسبة 48.25% من المبحوثين لا يفتنون كل ما يتعلق بالتكنولوجيا الجديدة.

تبين لنا النتيجة أن أغلب المبحوثين يفتنون كل ما يتعلق بالتكنولوجيا الجديدة و هنا التكنولوجيا الجديدة هي كل ما يمكن أن يتعلق بوسائل الاتصال و الإعلام ، و حتى الأجهزة الكهرو منزلية .

" ... إن الحديث عن التكنولوجيا و ارتباطها بعملية الاستهلاك ، نجد هذا الارتباط هو ارتباط معقد لا بد له من بحث ، و بالتالي الحديث هنا يتعلق بنقل التكنولوجيا ، و عليه هذه التكنولوجيا ترتبط بمن يصنعها و آخرين يستهلكونها و هم نحن ... و يستنتج من هنا أن التكنولوجيا إنا تتكون بمجرد ظهورها ، و إن الاقتصاد و المجتمع إنما ينضبطان آنيا أو تدريجيا بقوة " العدو " التي من شأنها أن تنتشر من جراء المعطي التكنولوجي الجديد ... و لما كانت التكنولوجيا إنتاج واقع اقتصادي و اجتماعي و ثقافي ، و بالتالي جزءا من سلوك و نمط إنتاج و توزيع و استهلاك ، فإن ما يترتب على نقلها بين فضاءين من ردود و فعل ، لا يرتبط ضرورة بالتكنولوجيا بقدر ما يرتبط بطبيعة التبادل و بميكانيزمات وطرق النقل ... فإذا تم نقل التكنولوجيا في فضاء صناعي و تقني غير قادر صنعها و توظيفها ، فإن النتيجة ستكون لا محالة أقرب إلى الرفض منها إلى القبول ، حيث أن مشروع النقل

التكنولوجي جزء من اللعبة الصناعية ، و التكنولوجيا متغير استراتيجي فيها ... و على هذا الأساس فزرع " المنقول التكنولوجي " في أرضية معينة قد يحالفه النجاح ، و قد يلاقي الفشل و تحد منه العراقيل ... و ما يصدق على نقل " التكنولوجيا البسيطة " يصدق إلى أبعد حد على نقل المعقدة منها ، باعتبار أن النظام التكنولوجي لا ينجح إلى بانخراطه في النظام الإنتاجي و تفاعله العميق منه ...¹

جدول رقم (33) يبين تأثير وجود جريدة مفضلة للمبحوث على اقتنائها

المجموع	لا توجد جريدة مفضلة	نعم هناك جريدة مفضلة	
76 %53.14	35 %77.77	41 %14.83	نعم أقتني يوميا
67 %46.85	10 %22.22	57 %58.16	لا أقتني يوميا
143 %100	45 %100	98 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 53.14% من المبحوثين يقتنون الجرائد يوميا وتتدعم هذه النسبة بـ 77.77% من المبحوثين لا توجد لديهم جريدة مفضلة ونسبة 14.83% من المبحوثين لديهم جريدة مفضلة، بالمقابل نجد نسبة 46.85% من المبحوثين لا يقتنون الجرائد يوميا وتتدعم هذه النسبة بـ 58.16% من المبحوثين لديهم جرائد مفضلة للاستهلاك والقراءة.

¹ - يحي اليحيوي ، مرجع سابق ، ص 112 ، 113 .

إن الأساتذة المبحوثين رغم اقتنائهم اليومي للجرائد إلا أنهم معظمهم لا توجد لديهم جريدة مفضلة ، و هنا نشير أن الأساتذة يتعاملون مع جريدتين أو ثلاث حسب توفر هذه الجرائد ، و حسب الأحداث ، كما نشير أن عملية الاقتناء تأثرت اليوم بالتطور التكنولوجي المتمثل في انتشار الانترنت حيث أصبحت الجريدة لها موقع إلكتروني ، هذه المواقع الإلكترونية أصبحت تتيح للجميع قراءة الصحف ، و بالتالي نجد المبحوثين لا يقتنون الجريدة بل أصبح ليس هناك جريدة مفضلة ، و في الأخير حسب تصريح أحد المبحوثين أن اقتناء الجريدة الورقية لها نكهة خاصة تتعلق بقراءتها في الفترة الصباحية سواء في المقهى أو في موقع الشغل .

جدول رقم (34) يبين تأثير الحالة العائلية على اشتراك المبحوث مع جريدة شهريا أو

سنويا

المجموع	أرمل	مطلق	متزوج	أعزب	
12 %08.39	01 %25	04 %57.14	02 %02.85	05 %08.06	نعم هناك اشتراك
131 %91.60	03 %75	03 %42.85	68 %97.14	57 %91.93	لا يوجد هناك اشتراك
143 %100	04 100%	07 %100	70 %100	62 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 91.60% من المبحوثين لا يوجد لديهم اشتراك شهري أو سنوي مع جريدة معينة، وتتدعم هذه النسبة بـ 97.14% من المبحوثين هم متزوجون ونسبة 91.93% من المبحوثين عزاب، بالمقابل نجد نسبة 08.39% من

الفصل السابع : استعمالات الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية

المبحوثين لديهم اشتراك سواء سنوي أو شهري مع جريدة معينة وتتدعم هذه النسبة بـ 57.14% من المبحوثين حالتهم العائلية أنهم مطلقون.

إن أغلب المبحوثين ليس لديهم اشتراك مع الجريدة سواء أسبوعي أو شهري ، وهنا نشير إلى أن هذه العملية كانت قديما بحيث نجد القارئ يشترك في جريدة و تصله كل أسبوع أو يوميا أو شهريا ، لكن رغم ذلك هناك بعض المبحوثين لديهم اشتراكات و كان مفهوم الاشتراك يختلف من أستاذ لآخر ، و مهما يكن فإن الحالة العائلية ليس لها تأثير على عملية الاشتراك .

جدول رقم (35) يبين تغيير تأثير السن على الاشتراك في الانترنت

المجموع	أكثر من 50 سنة	[50-41]	[40-31]	أقل من 30 سنة	
60 %41.95	02 %40	18 %40	30 %37.50	10 %76.92	نعم
83 %58.04	03 %60	27 %60	50 %62.50	03 %23.07	لا
143 %100	05 %100	45 %100	80 %100	13 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 58.04% من المبحوثين ليس لديهم اشتراك في الانترنت وهذه النسبة تمثل اتجاه عام ونجدها تتدعم بـ 62.50% من المبحوثين سنهم يتراوح ما بين [40-31] سنة، بالمقابل نجد نسبة 41.95% من المبحوثين لديهم اشتراك في الانترنت وتتدعم هذه النسبة بـ 76.92% من المبحوثين سنهم أقل من 30 سنة.

تبين النتيجة الإحصائية المعروضة أن معظم الأساتذة يرون أن استخدام شبكة الانترنت سهل و متاح للجميع ، باستثناء بعض الصعوبات التقنية التي تتعلق بالأجهزة أو المعرفة ، و عليه عرف الاشتراك في الانترنت استخدام متواصل نظرا لتوفر الانترنت بالجامعة و نظرا للتحسن المستمر على مستوى أسعار الارتباط و كذا سرعة البث المتقدمة.

إن الاشتراك في الانترنت لا يرتبط أساسا بعامل السن و ذلك نظرا لمساهمة شبكة الانترنت في الرقي بمستوى الأستاذ الجامعي ، و جعله يواكب التطورات الحاصلة في ميدان التعليم و البحث العلمي ، و ذلك لكون الانترنت شبكة عالمية تسمح بعملية التواصل و تبادل الخبرات بين مختلف زملاء المهنة و الاستفادة من الأعمال المنشورة عبر الشبكة ، و كذا المشاركة في الملتقيات و المؤتمرات التي تتم عبرها ، و ما تتيحه من معلومات على العالم الخارجي و يجعلهم يشاركون في تبادل المعلومات و المعارف كما تعرفهم الشبكة أيضا بالطرق الحديثة في التدريس و تسألهم في إعداد الدروس والمحاضرات باستخدام المراجع المتاحة عبر الشبكة خاصة في بعض المواقع المتخصصة، كما تسمح لهم بإمكانية الانتقال الافتراضي إلى مختلف الأرصدة المكتبية عبر الشبكة .

جدول رقم (36) يبين تأثير متغير السكن الجغرافي على طبيعة الانترنت التي تستعمل

المجموع	ريفي	شبه حضري	حضري	
03 %02.09	/	/	03 %03.61	عن طريق الهاتف
60 %41.95	11 %61.11	19 %45.23	30 %36.14	عن طريق الجهاز المحمول
80 %55.94	07 %38.88	23 %54.76	50 %60.24	في المنزل
143 %100	18 %100	42 %100	83 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 55.94% من المبحوثين يستعملون الانترنت في المنزل وهذه النسبة تمثل اتجاه عام وتتدعم هذه النسبة بـ 60.24% من المبحوثين يسكنون المناطق الحضرية، بالمقابل نجد نسبة 41.95% من المبحوثين يستعملون الانترنت عن طريق الجهاز المحمول وتتدعم هذه النسبة بـ 61.11% من المبحوثين يسكنون المناطق الريفية، كما نجد نسبة 02.09% من المبحوثين يستعملون الانترنت عن طريق الهاتف وتتدعم هذه النسبة بـ 03.61% من المبحوثين يسكنون في المناطق الحضرية.

النتيجة تبين أن المبحوثين يستعملون الانترنت في منازلهم و هنا الأمر يركز أكثر عند القاطنين في المناطق الحضرية ، لأن هذه المناطق مزودة بالانترنت في المنازل عكس المناطق الريفية أين نجد المبحوثين يلجأون إلى الأجهزة المحمولة أو الهواتف النقالة، و كل هذا نجد أن التكنولوجيا المرتبطة بالانترنت تقوم على اعتبار الفرد و هو العنصر الرئيسي في هذه المنظومة و بالتالي تمنحه القدرة على التفاعل و التشارك و بالتالي أصبح

الإنسان هو أساس الشبكة بحيث أصبح عنصرا بنائيا بدلا من أن تستمر وضعيته مستهلكا أو منتفعا بخدماتها.

جدول رقم (37) يبين اقتناء المبحوث لتذكرة السينما

المجموع	ك	
%38.46	55	نعم
%61.53	88	لا
%100	143	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 61.53% من المبحوثين لا يشترون تذكرة السينما وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، بالمقابل نجد نسبة 38.46% من المبحوثين يشترون تذكرة السينما.

تبين النتيجة أنه ليس هناك تقاليد لدى المبحوثين في اقتناء تذاكر السينما وغياب هذه التقاليد يرجع لعدة أسباب حيث أن دور السينما غير موجودة و إن وجدت فهي مستعملة ، إضافة إلى أن التطور التكنولوجي المتمثل في ظهور الفضائيات أدى إلى تراجع الإقبال على دور السينما ليس في الجزائر فقط بل في دول العالم ، لأن الفيلم السينمائي أصبح يشاهد في التلفزيون ، و عليه التقاليد التي دأب عليها العالم في يوم من الأيام في إقبال الناس على السينما تضاءلت بشكل واضح .

جدول رقم (38) يبين تأثير متغير الجنس على اقتناء تذكرة المسرح

المجموع	إ	ذ	
43 %30.06	07 %18.42	36 %34.28	نعم
100 %69.93	31 %81.57	69 %65.71	لا
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

نلاحظ أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 69.93% من المبحوثين لا يقتنون تذاكر المسرح وتتدعم هذه النسبة بـ 81.57% من المبحوثين إناث بالمقابل نجد نسبة 30.06% من المبحوثين يقتنون تذاكر المسرح وهذه النسبة تتدعم بـ 34.28% من المبحوثين ذكور. إن الإقبال على اقتناء تذاكر المسرح يكاد يكون منعدما و ذلك راجع لعدة أسباب والأمر هنا يتعلق سواء بجنس الذكور أو جنس الإناث ، و عليه يمكن أن نعطي تفسير سوسيولوجي لهذه النتيجة من موقع أن المسرح منعدم أو يكاد يكون في البيئة الجزائرية ، وبالتالي توجد تقاليد راسخة و واضحة في الاعتياد على المسرح إضافة إلى انتشار الفضائيات مما أدى إلى إقبال المبحوثين على مشاهدة المسرح من خلال التلفزيون .

جدول رقم (39) يبين تأثير الحالة العائلية للمبحوث مع مشاهدة التلفزيون مع الأهل

المجموع	أرمل	مطلق	متزوج	أعزب	
70 %48.95	03 %75	05 %71.42	20 %28.57	42 %67.74	أشاهد وحدي
73 %51.04	01 %25	02 %28.57	50 %71.42	20 %32.25	أشاهد مع العائلة
143 %100	04 %100	07 %100	70 %100	62 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 51.04% من المبحوثين يشاهدون التلفاز مع العائلة وهذه النسبة تتدعم بـ 71.42% من المبحوثين متزوجين، بالمقابل نجد نسبة 48.95% من المبحوثين يشاهدون التلفاز بمفردهم وتتدعم هذه النسبة بـ 75% من المبحوثين أرامل.

نلاحظ من خلال هذا أن استعمال التلفزيون من طرف الأستاذ الجامعي ليس عرضيا و إنما مخطط له لتحقيق هدف ، و هذا لا يحدث دائما ، بحيث يمكن أن يتعرض الفرد للتلفزيون بصفة غير مقصودة ، ثم أن تأثير الحالة العائلية تختلف باختلاف وضعية كل أستاذ كما نشير إلى أن مسألة التعرض لا نعتقد أنها تخضع للتخطيط في المجتمعات الانتقالية حيث نمط العائلات الممتدة هو السائد بالإضافة إلى أزمة السكن التي تقلص الحميمية إلى أدنى درجاتها ، و اعتبار استعمال التلفزيون لعملية تفاعلية تتدخل فيها عدة عوامل مهمة خاصة من زاوية القيم و الهواتف التي تعترض فيها أنها تتدخل تعامل يؤثر على التعرض و الاستعمال ، و هذا ما نحاول الكشف عنه .

الفصل السابع : استعمالات الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية

إنه من خلال هذا نشير أن التلفزيون يعتبر المصدر الأساسي للمعلومات بالنسبة للكثير من الأساتذة ، و ربما المصدر الوحيد للبعض منهم ، و بالتالي فما تقدمه وسائل الإعلام و ما تتميز به من تنوع في المحتوى قد يكون له أثر على أفراد الجمهور على المستويات المعرفية و الوجدانية و السلوكية .

جدول رقم (40) يبين تأثير التخصص على المشاركة والاتصال بوسائل الثقافة

الجماهيرية

المجموع	آداب ولغات وعلوم اجتماعية	علوم اقتصادية وتجارية	الحقوق	تكنولوجيا وعلوم	
68 %47.55	30 %69.76	15 %55.55	08 %40	15 %28.30	نعم
75 %52.44	13 %30.23	12 %44.44	12 %60	38 %71.69	لا
143 %100	43 %100	27 %100	20 %100	53 %100	المجموع

نلاحظ كم خلال الجدول أن نسبة 52.44% من المبحوثين ليست لديهم صلة أو مشاركة مع وسائل الثقافة الجماهيرية، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام، وتتدعم بـ 71.69% من المبحوثين ينتمون لتخصص التكنولوجيا والعلوم، بالمقابل نجد نسبة 47.55% من المبحوثين لديهم اتصالات ومشاركات مع وسائل الثقافة الجماهيرية، ونجد هذه النسبة تتدعم بـ 69.76% من المبحوثين ينتمون لتخصص الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية.

الفصل السابع : استعمالات الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية

تبين النتيجة أن معظم المبحوثين لا يتفاعلون مع وسائل الثقافة الجماهيرية (صحافة مكتوبة، تلفزيون، انترنت) و يتركز عدم هذا التفاعل في الأساتذة أصحاب تخصص التكنولوجيا و الحقوق و ذلك نظرا لأن وسائل الثقافة الجماهيرية **مدتها** الخام في بعض الأحيان كل ما يتعلق بالمجتمع و الإنسان ، و **في** الاقتصاد و عليه التخصص له تأثير في التفاعل مع وسائل الثقافة الجماهيرية .

جدول رقم (41) يبين الغرض من اتصال المبحوث بوسائل الاتصال و الثقافة الجماهيرية

المجموع	ك	
35.29%	24	طلب برنامج أو أغنية
39.70%	27	طلب النصح أو الإرشاد
14.70%	10	التعبير عن إعجاب
10.29%	07	إجابة أخرى
100%	*68	المجموع

* الذين أجابوا بأنهم يتصلون بوسائل الثقافة الجماهيرية .

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 39.70% من المبحوثين الغرض من اتصالهم بوسائل الثقافة الجماهيرية هو طلب النصح والإرشاد بالمقابل نجد نسبة 35.29% من المبحوثين الغرض من اتصالهم بوسائل الثقافة الجماهيرية هو طلب برنامج أو أغنية. إن هذه النتيجة تبين أن استعمال وسائل الإعلام تحمل دلالات متعددة منها التعرض الذي يعني مجرد فعل الإدراك ، و لكن في سياقات أخرى قد يعني أكثر تعقيدا ، حيث يتم استهلاك محتوى ما في ظل شروط محددة ، و يؤدي بعض الوظائف التي تفرق

الفصل السابع : استعمالات الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية

بها بعض التوقعات من أجل الإشباع ، و مجرد فعل الاستعمال هذا يمكن أن يوصف على أساس حجم المحتوى المستعمل ، و العلاقة مع وسائل الإعلام المستعملة ، و طرق استعماله .

2- تحديد "تملك" الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية:

إنه من خلال هذا التحليل سنقوم بعرض المؤشرات التي ترتبط ببعد "التملك" في شكل معطيات مجدولة إحصائياً، وعليه تتجسد هذه المؤشرات من خلال: (التحكم التقني والمعرفي في الوسيلة إضافة إلى اندماج التحكم من النشاط اليومي للمستعمل كالتبديل، التعديل...).

جدول رقم (42) يبين تأثير عامل السن على التحكم الجيد لتكنولوجيا الاتصال

المجموع	أقل من 30 سنة	[31-40]	[41-50]	أكثر من 50 سنة	
80 %55.94	09 %69.23	43 %53.75	27 %60	01 %20	أتحكم
63 %44.05	04 %30.76	37 %46.25	18 %40	04 %80	لا أتحكم
143 %100	13 %100	80 %100	45 %100	05 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 55.94% من المبحوثين يتحكمون بطريقة جيدة في تكنولوجيا الاتصال وتتدعم هذه النسبة بـ 69.23% من المبحوثين سنهم أقل من 30 سنة ونسبة 20% من المبحوثين منهم يتجاوز الخمسين سنة، بالمقابل نجد نسبة 44.05% من المبحوثين ليس لديهم تحكم جيد في تكنولوجيا الاتصال، وتتدعم هذه النسبة بـ 80% من المبحوثين تجاوز سنهم الخمسين ونسبة 30.76% من المبحوثين سنهم أقل من ثلاثين سنة.

إن جل المبحوثين يتحكمون جيدا في تكنولوجيا الاتصال ، و هذا يختلف من فئة عمرية لأخرى و هنا نشير أن هذا التحكم يختلف من وسيلة لأخرى ، فالتحكم في تقنيات التلفزيون ليس هو التحكم في تقنيات الهاتف النقال لأن هذا الأخير أكثر تعقيدا ، و عليه كلما كان السن متقدما ينقص التحكم في تقنيات الاتصال ، و بهذا نقول أن عامل السن له تأثير على التحكم الجيد في تقنيات الاتصال .

جدول رقم (43) يبين تأثير الخبرة المهنية على الإتقان الجيد للغة الانترنيت

المجموع	أكثر من 20 سنة	[20-11]	[10-0]	
83 %58.04	14 %35	14 %50	55 %73.33	نعم
60 %41.95	26 %65	14 %50	20 %26.66	لا
143 %100	40 %100	28 %100	75 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 58.04% من المبحوثين لديهم إتقان جيد للانترنيت وهذه النسبة تمثل اتجاه عام ونجدها تتدعم بنسبة 73.33% من المبحوثين خبرتهم المهنية لا تتجاوز عشر سنوات بالمقابل نجد نسبة 41.95% من المبحوثين ليس لديهم إتقان جيد للانترنيت وتتدعم هذه النسبة بـ 65% من المبحوثين خبرتهم المهنية أكثر من 20 سنة.

إن جل المبحوثين يتقنون استعمال الانترنيت مهما كانت خبرتهم المهنية ، و هذا راجع لتأثير محتوهم العلمي و تخصصاتهم ، فالانترنيت اليوم جزء من عمل الأستاذ وبالتالي لا بد من الإتقان الجيد ، و بالتالي يبقى للخبرة دور في إتقان لغة الانترنيت .

جدول رقم (44) يبين تأثير عامل الجنس على التحكم في جهاز التلفزيون

المجموع	إ	ذ	
103 %72.02	28 %73.68	75 %71.42	نعم
40 %27.97	10 %26.31	30 %28.57	لا
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 72.02% من المبحوثين يتحكمون في جهاز التلفزيون وتتدعم هذه النسبة بـ 73.68% من المبحوثين هم "إناث"، بالمقابل نجد نسبة 27.97% من المبحوثين ليس لديهم التحكم في جهاز التلفزيون وتتدعم هذه النسبة بـ 28.57% من المبحوثين ذكور.

تبين النتيجة أن المبحوثين لديهم تحكم واضح لجهاز التلفزيون من حيث برمجته واختيار البرامج و الأمر سيان عند الذكور و الإناث و بالتالي لا تأثير لعامل الجنس على التحكم في جهاز التلفزيون ، و هذه النتيجة المرتفعة راقية لسهولة تقنيات التحكم في جهاز التلفزيون .

جدول رقم (45) يبين تأثير السكن الاجتماعي على مشاركة المبحوث في مواقع التواصل

الاجتماعي

المجموع	ريفي	شبه حضري	حضري	
98 %68.53	13 %72.22	21 %50	64 %77.10	نعم
45 %31.46	05 %27.77	21 %50	19 %22.89	لا
143 %100	18 %100	42 %100	83 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 68.53% من المبحوثين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي، وتتدعم هذه النسبة بـ 77.10% من المبحوثين يسكنون في الوسط الحضري ونسبة 72.22% من المبحوثين يسكنون في الوسط الريفي، بالمقابل نجد نسبة 31.46% من المبحوثين لا يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي وتتدعم هذه النسبة بـ 50% من المبحوثين يسكنون المناطق شبه حضرية.

تبين النتيجة أن معظم المبحوثين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي و نسبة كبيرة من المبحوثين لديهم اشتراك في الفيسبوك إضافة إلى اشتراك بعضهم في المنتديات ، و هنا لا تأثير للبيئة السكنية على الاشتراك في هذه المواقع .

جدول رقم (46) يبين تأثير متغير الجنس على هواية المبحوث للأفلام السينمائية

المجموع	إ	ذ	
79 %55.24	15 %39.47	64 %60.95	نعم
64 %44.75	23 %60.52	41 %39.04	لا
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 55.24% من المبحوثين هوايتهم تتعلق بمشاهدة الأفلام السينمائية وتتدعم هذه النسبة بـ 60.95% من المبحوثين ذكور، بالمقابل نجد نسبة 44.75% من المبحوثين ليست لديهم هواية متابعة الأفلام السينمائية وهذه النسبة تتدعم بـ 60.52% من المبحوثين إناث.

إن جل المبحوثين لديهم هواية متابعة الأفلام السينمائية و نجد هذا أكثر عند جنس الذكور ، و انتشرت هذه الهواية مع انتشار الهوائيات ، إضافة إلى انتشار بيع هذه الأفلام و لكن في المقابل نجد فئة من المبحوثين لا تحبذ الأفلام السينمائية خاصة لدى جنس الإناث هذا الأخير الذي نجد لديه هواية متابعة المسلسلات بالدرجة الأولى .

جدول رقم (47) يبين العلاقة بين فترة المشاهدة للقناة المفضلة ومشاهدة المسرح عن طريق التلفزيون

المجموع	كل الأوقات	بعد منتصف الليل	الليل	المساء	بعد الظهر	الصباح	
113 %79.02	22 %59.45	04 %100	44 %86.27	39 %84.78	02 %100	02 %66.66	نعم
30 %20.97	15 %40.54	/	07 %13.72	07 %15.21	/	01 %33.33	لا
143 %100	37 %100	04 %100	51 %100	46 %100	02 %100	03 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 79.02% من المبحوثين يشاهدون المسرح عن طريق التلفزيون وهذه النسبة تتدعم بـ 100% من المبحوثين يفضلون متابعة قناتهم المفضلة بعد الظهر وفي نفس الوقت بعد منتصف الليل، بالمقابل نجد نسبة 20.97% من المبحوثين لا يشاهدون المسرح عن طريق التلفزيون وتتدعم هذه النسبة بـ 40.54% من المبحوثين يشاهدون قنواتهم المفضلة في كل الأوقات.

تبين النتيجة أن المبحوثين مولعون بمتابعة المسرح عن طرق التلفزيون و الأمر لا يتأثر بفترة المشاهدة ، و لكن تبقى الفترة المسائية فما فوق أحسن الفترات في المتابعة ، وعليه لا يمكن أن نجزم بأن فترة المشاهدة تؤثر على مشاهدة المسرح عن طريق التلفزيون.

استنتاج الفرضية الثانية:

جاءت الفرضية الثانية تحت صيغة : « يرتبط استعمال الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية من منطلق درجة تأثيرها عليه »، ومنه بدأنا في التحليل لهذه الفرضية من متغير "الاستعمال" الذي يتجه نحوه الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية، وعليه ارتبط هذا المتغير ببعدي "التبني" و"التملك" ومنه شمل التحليل في البداية المؤشرات الخاصة بالتبني في ارتباطها مع مختلف المتغيرات الاجتماعية، ثم الانتقال إلى تحليل المؤشرات المرتبطة بالتملك وذلك في ارتباطها أيضا مع مختلف المتغيرات الاجتماعية وعليه كانت النتائج كالتالي :

- يبقى اقتناء الأستاذ الجامعي للتكنولوجيا الجديدة متوسط هذا ما بينته المعطيات المتحصل عليها والتي جاءت في حدود 51.74% وهنا نشير أن هذا يحمل عدة دلالات سوسيولوجية تتعلق بالدرجة الأولى كون التكنولوجيا الجديدة تكون في بدايتها باهظة الثمن ومع مرور الوقت ينقص ثمنها مما يدفع بالمستهلك إلى اقتنائها بعد فترة من خروجها في السوق ، وبعد الاقتناء تأتي عملية التبني هذا ما نجده في المعطيات التي تبين أن للأستاذ الجامعي جريدة مفضلة يتم اقتنائها يوميا، وذلك رغم أنه لا يوجد اشتراك شهري أو سنوي للجريدة المفضلة، وهنا الأمر يتعدى نمط الحالة العائلية التي يتواجد فيها المبحوث.
- إن عملية التبني لوسائل الثقافة الجماهيرية ليست متكاملة هذا ما تبينه المعطيات الخاصة بعملية الاشتراك في الانترنت وعليه كلما تقدم المبحوث في السن نجد عملية الاشتراك في الانترنت ناقصة.

- إن الاشتراك في الانترنت عند المبحوثين يرتبط بالمنزل أو البيت على حساب الاشتراك في الهاتف أو عن طريق الجهاز المحمول وخاصة إذا كانت البيئة السكنية حضرية.
- هناك عدم حماس المبحوثين لاقتناء تذاكر السينما وهذا ما يدل على عدم تأثير هذه الوسيلة الجماهيرية للمبحوث وبالتالي عملية التبني تتجه نحو السلب فيما يتعلق بدور السينما.
- إن عدم حماس المبحوث لاقتناء تذاكر السينما هو نفسه فيما يتعلق باقتناء تذاكر المسرح، خاصة إذا تعلق الأمر بجنس الإناث وهذا يدل على الوضع الذي توجد عليه مثل هذه المؤسسات الجماهيرية.
- إن عملية التبني تزداد خاصة لما يتعلق بمشاهدة المبحوث للتلفزيون مع الأهل، وهنا الأمر يتدعم أكثر مع فئة المتزوجين.
- إن عملية الاتصال بوسائل الثقافة الجماهيرية تبقى تحت المتوسطة مما يؤشر أن عملية التبني اتجه هذه الوسائل تتجه نحو السل، وهنا نشير أن لا تأثير لتخصص المبحوث على هذا الاتصال.
- يبقى الغرض من اتصال المبحوث بوسائل الاتصال الجماهيرية يتأرجح بين طلب النصح والإرشاد أو طلب برنامج وحتى مجرد التعبير عن إعجاب .
- تبين المعطيات أن هناك تحكم جيد للمبحوث في التكنولوجيا الجديدة، والأمر يزداد بصورة واضحة عند الأقل سنا، وهذا ما يؤثر أن التكنولوجيا الجديدة ترتبط بالجيل الجديد.
- إن التحليل السابق يتأكد أكثر مع المعطيات المرتبطة بالإتقان الجيد للغة الانترنت خاصة مع ذو الخبرة الجديدة.

- إن المعطيات تبين أن هناك أيضا تحكم في جهاز التلفزيون وهذا سواء عند جنس الذكور أم الإناث.
 - إن عملية "تملك" المبحوث لوسائل الثقافة الجماهيرية تزداد أهمية خاصة مع استعمال مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتجاوز المتوسط، والأمر هنا يتجاوز أيضا السكن الاجتماعي الذي ينتمي إليه المبحوث.
 - تعبر الأفلام السينمائية عن هوية لكثير من المبحوثين، خاصة لدى جنس الذكور، وهذا ما يؤشر لتملك هذه الأفلام.
 - إن عملية تملك المبحوث للمسرح تكون عن طريق التلفزيون فقط وذلك بدرجة كبيرة ولا دخل لعامل الوقت أو المشاهدة في ذلك.
- إنه من خلال هذه النتائج تبين لنا أن استعمالات الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية ليس مرتبط بالضرورة بدرجة التأثير عليه فنجد أن الأستاذ الجامعي لا يتجه إلى تبني الوسيلة ولكن لديه اتجاه إلى امتلاكها، وعليه نقول أن الفرضية الثانية لم تتحقق.

الفصل الثامن

تمهيد:

في هذا الفصل سنتعرض إلى تحليل الفرضية الثالثة والتي جاءت : « إن السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي مرتبط أساسا بعملية تأثير وسائل الثقافة الجماهيرية ». وعلى هذا الأساس سنقوم في تحليلنا له الفرضية انطلاقا من متغير "السلوك الثقافي الجماهيري" وذلك اعتمادا على بعدين أساسيين:

- بعد السلوك الذي يرتبط مباشرة بالمؤسسة الإعلامية الجماهيرية.
- بعد السلوك الذي يرتبط بنوع الممارسة الاتصالية الجماهيرية.

1- السلوك الاتصالي للأستاذ الجامعي في ضوء المؤسسات الإعلامية الجماهيرية

خلال هذا التحليل سنقوم بعرض المؤشرات التي ترتبط ببعده السلوك الاتصالي في شكل معطيات مجدولة إحصائياً، وهنا نشير إلى أن هذه المؤشرات ترتبط بالدرجة الأولى بـ: (مقرونية الصحافة المكتوبة، مشاهدة التلفزيون، القنوات الفضائية، التركيز على برامج معينة، استعمال الانترنت ومختلف خدماتها، الاستماع للإذاعة الوطنية والجهوية...).

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

جدول رقم (48) يبين تأثير متغير الجنس على البرامج المفضلة للمشاهدة عن طريق

التلفزيون

المجموع	أ	ذ	
07 %04.89	02 %05.26	05 %04.76	برامج علمية
14 %09.79	01 %02.63	13 %12.38	برامج إخبارية
17 %09.79	04 %10.52	13 %12.38	حصص دينية
04 %02.79	01 %02.63	03 %02.85	برامج طبية
06 %04.19	/	06 %05.71	برامج تعليمية
09 %06.29	03 %07.89	06 %05.71	حصص اجتماعية
23 %16.08	/	23 %21.90	حصص رياضية
05 %03.49	/	05 %04.76	برامج سياسية
10 %06.99	05 %13.15	05 %04.76	حصص ترفيهية
01 %0.69	/	01 %0.95	رسوم متحركة

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

08 %05.95	03 %07.89	05 %04.76	مسرحيات
39 %27.27	19 %50	20 %19.04	أفلام ومسلسلات
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 27.27% من المبحوثين برامجهم المفضلة هي الأفلام والمسلسلات وتتدعم هذه النسبة بـ 50% من المبحوثين إناث، بالمقابل نجد نسبة 0.69% من المبحوثين برامجهم المفضلة هي الرسوم المتحركة وتتدعم هذه النسبة بـ 0.95% من المبحوثين ذكور.

نستنتج أن الإناث يستعملون التلفزيون من أجل الترفيه في المقام الأول بمعنى أنهم يتعرضون إلى برامج الخيال (الأفلام و الرياضة و المسلسلات و المنوعات) و يهتمون بها أكثر من برامج الواقع (البرامج الدينية و الإخبارية و الثقافية و العلمية) ، فهذه الأخيرة تأتي في المقام الثاني و أن الذكور يقبلون على برامج الرياضة أكثر من الإناث ، و يفضل الإناث المسلسلات أكثر من الذكور ، و أن الذكور و الإناث على حد سواء يتعرضون إلى البرامج الدينية و الإخبارية في التلفزيون الجزائري أساسا .

كما أن البرامج الدينية تلقى القبول لدى الأساتذة سواء الذكور أو الإناث .

جدول رقم (49) يبين نوع المسلسلات التي تشاهد من طرف المبحوثين

%	ك	
05.12%	02	خيالية
10.25%	04	بوليسية
41.02%	16	اجتماعية
10.25%	04	المغامرات
10.25%	04	حربية
23.07%	09	هزلية
100%	*39	المجموع

* الذين أجابوا أن المسلسلات والأفلام هي التي يشاهدونها فقط.

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 41.02% من المبحوثين يشاهدون المسلسلات الاجتماعية بالمقابل نجد 23.07% من المبحوثين يشاهدون المسلسلات الهزلية ونسبة 10.25% من المبحوثين يشاهدون المسلسلات البوليسية وهي النسبة نفسها من المبحوثين يشاهدون المسلسلات الحربية إضافة إلى مسلسلات المغامرات وفي الأخير نجد نسبة 05.12% من المبحوثين يشاهدون المسلسلات الخيالية.

تبين النتيجة أن المسلسلات الاجتماعية تحتل المكانة المميزة في عملية المشاهدة و هذا طبيعي نظرا لارتباط الأمر بالواقع الحقيقي للمشاهد ، كما أن هذا النوع يعبر عن إعادة إنتاج لنمط الحياة التي يعيشها المبحوث ، و هنا نشير أن نوع المسلسلات الهزلية تحتل مكانة في عملية المشاهدة و هذا يرجع لطبيعة الضغط الذي يتعر له المبحوث فيلجأ

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

إلى هذا النوع من الدراما ، كما نشير أن المسلسلات ذات الطابع الحربي و المغامراتي و البوليسي لها مكانة في عملية المشاهدة و هذا يرتبط بطبيعة السلوك الاتصالي للمبحوث الذي يتجسد في نمط عادات تلقاها المشاهد .

جدول رقم (50) يبين تأثير التخصص على المواضيع التي تقرأ في الجرائد من طرف

المبحوثين

المجموع	الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية	العلوم الاقتصادية والتجارية	الحقوق	التكنولوجيا والعلوم	
43 %30.06	15 %34.88	08 %29.62	10 %50	10 %18.86	السياسية
18 %12.58	09 %20.93	06 %22.22	/	03 %05.66	الثقافية
50 %34.96	08 %18.60	13 %48.14	06 %30	23 %43.39	الرياضية
10 %06.99	05 %11.62	/	01 %05	04 %07.54	الاجتماعية
13 %09.09	03 %06.97	/	03 %15	07 %13.20	التسلية
09 %06.29	03 %06.97	/	/	06 %11.32	الإعلانات
143 %100	43 %100	27 %100	20 %100	53 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 34.96% من المبحوثين يقرأون الجرائد الرياضية وتتدعم هذه النسبة بـ 48.14% من المبحوثين ينتمون لتخصص العلوم الاقتصادية

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

والتجارية وعلوم التسيير، بالمقابل نجد نسبة 30.06% من المبحوثين يقرأون المواضيع السياسية وتتدعم هذه النسبة بـ 50% من المبحوثين ينتمون لتخصص العلوم القانونية والإدارية، كما نجد نسبة 06.29% من المبحوثين يقرأون المواضيع التي تتعلق بالإعلانات وتتدعم هذه النسبة بـ 11.32% من المبحوثين ينتمون لتخصص التكنولوجيا والعلوم.

إن الجرائد ذات الطابع الرياضي و في المواضيع الرياضية تلقى إقبالا واسعا لدى المبحوثين و هذا يرتبط بطبيعة المبحوث و الذي يكونوا في أغلبهم من جنس الذكور ، وهنا نشير أن المبحوثين ذو تخصص العلوم الاقتصادية و التكنولوجيا أكثر مقروئية للأخبار الرياضية و هذا راجع ربما لطبيعة التخصص الذي يختلف تماما عن موضوع الرياضة وبالتالي هناك تعاكس بين التخصص و مقروئية الاخبار الرياضية ، كما نشير أن الأخبار السياسية لها رواج و أكثر مقروئية و الأمر هنا يترز عند أصحاب تخصص الآداب والعلوم الإنسانية و الاجتماعية إضافة إلى تخصص الحقوق ، و عليه هناك ارتباط بين نوع التخصص و مقروئية الاخبار السياسية .

جدول رقم (51) يبين تأثير الفروق الجنسية على مشاهدة المسلسلات المدبلجة

المجموع	أ	ذ	
99 %69.23	30 %78.94	69 %65.71	نعم
44 %30.76	08 %21.05	36 %34.28	لا
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 69.23% من المبحوثين يشاهدون المسلسلات المدبلجة، وتتدعم هذه النسبة بـ 78.94% من المبحوثين ينتمون لجنس الإناث، بالمقابل نجد نسبة 30.76% من المبحوثين لا يشاهدون المسلسلات المدبلجة وتتدعم هذه النسبة بـ 34.28% من المبحوثين ينتمون لجنس الذكور.

تلقى عملية مشاهدة المسلسلات المدبلجة إقبالا في عملية المشاهدة و الأمر يتركز أكثر عند جنس الإناث و هو لا يختلف عند جنس الذكور الذين لديهم إقبالا في عملية المشاهدة ، و هنا نشير ان المسلسلات المدبلجة تختلف من مسلسل لآخر ، فحسب رأي أحد المبحوثين الأمر يتعلق بمشاهدة مسلسل " وادي الذئاب " و هو مسلسل مدبلج يختلف عن الآخرين لانه ذو طابع سياسي في حين مشاهدة جنس الإناث للمسلسلات ذو الطابع الاجتماعي العاطفي .

و عليه بعض المبحوثين لا يرتبطون بعية المشاهدة للمسلسلات المدبلجة من منطلق مبدأ عام و من منطلق هناك أولويات في عملية المشاهدة .

جدول رقم (52) يبين رؤية المبحوث لقضايا المسلسلات المدبلجة

ك	%	
25	17.48%	قضايا تشبه قضايا المجتمع
76	53.14%	تطرح مشاكل الحب والعلاقات العاطفية بجدية وصراحة
25	17.48%	تعرض شخصيات جديدة
17	11.88%	أخر
143	100%	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 53.14% من المبحوثين يرون أن قضايا المسلسلات المدبلجة تطرح مشاكل الحب والعلاقات العاطفية بجدية وصراحة، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام بالمقابل نجد نسبة 11.88% من المبحوثين يرون أن قضايا المسلسلات المدبلجة متنوعة ومتعددة.

تتنوع و تختلف المسلسلات المدبلجة ، فهناك مسلسلات تحاكي واقع الدولة المنتجة فيها ، و بالتالي هي مسلسلات تمس قضايا المجتمع ، و النوع الغالب هو المسلسلات التي تطرح مشاكل العلاقات العاطفية و هنا نجد المبحوثين يتركزون في مشاهدتها خاصة لدى جنس الإناث ، كما نشير أن بعض المسلسلات ترتبط مشاهدتها بوجود شخصيات معروفة أو قد تكون جديدة ، و عليه تختلف عملية المشاهدة من مبحوث لآخر حسب شخصية المبحوث و نوع المسلسل المعروض .

2- الممارسة الاتصالية للأستاذ الجامعي في ضوء وسائل الثقافة الجماهيرية:

خلال هذا التحليل سنقوم بعرض المؤشرات التي ترتبط ببعدها الممارسة الاتصالية في شكل معطيات مجدولة إحصائياً، وهنا نشير أن هذه المؤشرات ترتبط بـ (الاستماع للأغاني، الاهتمام بالإنتاج السينمائي المحلي والعالمية، التشجيع الرياضي، تقليد الرموز الجماهيرية...).

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

جدول رقم (53) يبين تأثير متغير السكن الجغرافي على الاستماع للأغاني

المجموع	ريفي	شبه حضري	حضري	
73 %51.04	12 %66.66	25 %59.52	36 %43.37	نعم أستمع
70 %48.95	06 %33.66	17 %40.47	47 %56.62	لا أستمع
143 %100	18 %100	42 %100	83 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 51.04% من المبحوثين يستمعون للأغاني وتتدعم هذه النسبة بـ 66.66% من المبحوثين يسكنون المناطق الريفية، بالمقابل نجد نسبة 48.95% من المبحوثين لا يستمعون للأغاني وتتدعم هذه النسبة بـ 56.62% من المبحوثين يسكنون المناطق الحضرية.

إن عملية استماع للأغاني تكاد تكون متساوية بين المبحوثين ، و هنا نشير أن القاطنين بالمناطق الريفية أكثر استماعا من الفئات الأخرى و ربما هذا راجع لشخصية المبحوثين في تلك المناطق ، كما أن هناك فئة لا تهتم بسماع الأغاني و هذا راجع لتعارض (حسب المبحوثين) المستوى التعليمي لهم مع خصوصية هذه الأغاني و طبيعتها و نمطها الغالب ، فالمبحوث عادة يتكلم عن أي نوع من الأغاني فالطابع الأندلسي أو الشعبي هو ليس بالضرورة طابع الراي ، هذا الأخير الذي نادرا ما نجد المبحوثين يسمعون.

جدول رقم (54) يبين مدى حضور المبحوث للحفلات الغنائية

%	ك	
31.46%	45	نعم حضرت
68.53%	98	لم أحضر
100%	143	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 68.53% من المبحوثين لم يحضروا الحفلات الغنائية بالمقابل نجد نسبة 31.46% من المبحوثين "نعم حضروا الحفلات الغنائية".

لا يرتبط جل المبحوثين بعملية الحضور للحفلات الغنائية و هذا لأسباب تتعدد وتختلف لدى هذه الفئة ، سواء أسباب ترتبط بالمبحوث أو ترتبط بالتقاليد الخاصة بالحفلات ، هذه الاخيرة التي هي جديدة على المجتمع الجزائري خاصة المهرجانات الغنائية و التي عادة تكون في الفترة الصيفية ، و هنا يبقى " مهرجان تيمقاد " و " مهرجان جميلة " أهم المهرجانات المشهورة في الجزائر إضافة إلى الحفلات المناسبات التي تقام سواء في الوسط أو الغرب الجزائري ، و أن الأسباب التي ترتبط بالمبحوث نفسه تتجسد في قناعاته الإيديولوجية و في تنشئته الاجتماعية و مستواه العلمي الذي يراه أنه لا يسمح له بمتابعة والحضور إلى الحفلات الغنائية .

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

جدول رقم (55) يبين تأثير متغير الجنس على وجود مغني أو مطرب يمكن أن يقتدي به

المجموع	أ	ذ	
30 %20.97	20 %52.63	10 %09.52	نعم يوجد
113 %79.02	18 %47.36	95 %90.47	لا يوجد
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 79.02% من المبحوثين لا يوجد لديهم مغني أو مطرب يمكن أن يقتدوا به، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام ونجدها تتدعم بـ 90.47% من المبحوثين هم من جنس الذكور، بالمقابل نجد نسبة 20.97% من المبحوثين يوجد لديهم مغني أو مطرب يمكن أن يقتدوا به، وتتدعم هذه النسبة بـ 52.63% من المبحوثين من جنس الإناث.

إن جل المبحوثين لا يوجد لديهم مغني أو مطرب يمكن أن يقتدوا به نظرا للموقف الذي يتخذونه من هذا الرمز الجماهيري أو **تقيده** من الغناء في حد ذاته و هو الرفض ، و على حسب تعبير أحد المبحوثين أنه أعلى مستوى و دراية و معرفة من هذا المطرب فكيف يمكن أن يقتدي به خاصة إذا تعدى الأمر إلى الجوانب الأخلاقية للمغني ، و هذا لا يعني ان بعض من هذه الفئة لا تسمع الأغاني و إنما تسمع و لكن ليس هناك اقتداء ، أما الفئة القليلة التي تقتدي بمعنى الاستماع يكون هذا الأمر في طابع معين في طابع معين كالشعبي أو القبائلي ، و عليه عملية استماع للأغاني لا يعني أن المبحوث يقتدي بالمغني.

جدول رقم (56) يبين تأثير متغير الوسط الجغرافي على وجود ممثل أو ممثلة يمكن أن

يقندي بها

المجموع	ريفي	شبه حضري	حضري	
30 %20.97	12 %66.66	08 %19.04	10 %12.04	يوجد
113 %79.02	06 %33.33	34 %80.95	73 %87.95	لا يوجد
143 %100	18 %100	42 %100	83 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 79.02% من المبحوثين لا يوجد لديهم ممثل أو ممثلة يمكن أن يقتدوا بها، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام ونجدها تتدعم بـ 87.95% من المبحوثين يسكنون المناطق الحضرية، بالمقابل نجد نسبة 20.97% من المبحوثين يوجد لديهم ممثل أو ممثلة يمكن أن يقتدوا به، وتتدعم هذه النسبة بـ 66.66% من المبحوثين يسكنون المناطق الريفية.

تبين النتيجة أنه أغلب المبحوثين لا يعتبرون الممثلات أو الممثلين كقدوة يمكن ان تكون لهم ، و هذا يرتبط بعدة أسباب من وجهة نظر المبحوثين تتجسد بالدرجة الأولى في المستوى التعليمي للمبحوثين الذي يفوق مستوى التعليمي لهؤلاء الممثلين ، و يتركز هذا الاعتبار كون أغلبهم يقطنون في المناطق الحضرية و في شبه حضرية على حساب المناطق الريفية ، و بالتالي خصوصيات المناطق الحضرية لا تغطي على شخصية المبحوث تجعله في منأى بأن يضع ممثل كقدوة له ، بالمقابل نجد فئة لديها من الممثلين

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

يعتبرونه كقدوة و يتركز هذا أكثر في القاطنين بالمناطق الريفية ، كما نشير أن هذا التمرکز يرتبط بجنس الإناث أكثر .

جدول رقم (57) يبين تأثير عامل السن على وجود إعجاب بشخصية عمومية

المجموع	أكثر من 50 سنة	[150-41]	[140-31]	أقل من 30 سنة	
99 %69.23	04 %80	30 %66.66	59 %73.75	06 %46.15	نعم يوجد
44 %30.76	01 %20	15 %33.33	21 %26.25	07 %53.84	لا يوجد
143 %100	05 %100	45 %100	80 %100	13 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 69.23% من المبحوثين لديهم إعجاب فعلا بشخصية عمومية وتتدعم هذه النسبة بـ 80% من المبحوثين تجاوزوا سن الخمسين، بالمقابل نجد نسبة 30.76% من المبحوثين لا يوجد لديهم إعجاب بشخصية عمومية وتتدعم هذه النسبة بـ 53.84% من المبحوثين سنهم أقل من 30 سنة.

تتنوع الشخصية العمومية في مفهوم المبحوثين من رجل سياسة إلى رجل الدين إلى العالم إلى المغنيين و الممثلين و هؤلاء كلهم يشتركون كونهم كثيري الظهور في وسائل الإعلام و الاتصال ، و النتيجة تبين أنه هناك إعجاب بشخصيات عمومية و يكون الأمر كذلك لدى الفئة السنية الأكبر لأنها ترتبط بشخصية عمومية منذ مدة و أغلب الشخصيات العمومية المرتبطة بهذا السن صرف رجال السياسة و حتى الدين ، و هنا نشير إلى أنه

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

لكل فئة سنية شخصيتها التي تعجب بها ، فالفئة السنية الصغيرة ترتبط بالشخصيات الرياضية ، و عليه عامل السن له دور في الإعجاب بنوع الشخصية العمومية .

جدول رقم (58) يبين تأثير الحالة العائلية على وجود إعجاب برمز جماهيري

(شخصية عالمية)

المجموع	أرمل	مطلق	متزوج	أعزب	
53 %37.06	01 %25	05 %71.42	/	47 %75.80	نعم
90 %62.93	03 %75	02 %28.57	70 %100	15 %24.19	لا
143 %100	04 %100	07 %100	70 %100	62 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 62.93% من المبحوثين ليس لديهم إعجاب برمز جماهيري (شخصية عالمية) وهذه النسبة تمثل اتجاه عام ونجدها تتدعم بـ 100% من المبحوثين هم متزوجون، بالمقابل نجد نسبة 37.06% من المبحوثين لديهم إعجاب برمز جماهيري (شخصية عالمية)، وتتدعم هذه النسبة بـ 75.80% من المبحوثين ينتمون لفئة العزاب.

إن الرمز الجماهيري هو وليد وسائل الثقافة الجماهيرية و يكون له صدى عالمي ، و هذا الرمز يتمثل بالدرجة الأولى سواء في لاعبي كرة القدم أو الممثلين العالميين المشهورين ، و هنا نشير أنه أغلب المبحوثين ليس لديهم إعجابا بهؤلاء الرموز الجماهيرية و عدم وجود هذا الإعجاب يرتبط بنمط شخصية و ثقافة هؤلاء الرموز التي تختلف عن شخصية و ثقافة و تقاليد المبحوثين .

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

كما نشير أن المبحوثين الذين لديهم إعجاب بالرموز الجماهيرية تكون في الغالب "لاعبي كرة القدم العالميين" و ذلك نظر لارتباط بمتابعة هؤلاء المبحوثين للرياضة وبالأخص كرة القدم و يتجسد الأمر أكثر عن جنس الذكور .

جدول رقم (59) يبين تأثير القناة المفضلة على الاهتمام بتمثلي الأفلام السينمائية العالمية

المجموع	القنوات العربية والأجنبية	القناة الوطنية	
66 %46.15	46 %79.31	20 %23.52	نعم
77 %53.84	12 %20.68	65 %76.47	لا
143 %100	58 %100	85 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 53.84% من المبحوثين لا يهتمون بتمثلي الأفلام السينمائية العالمية، وهذه النسبة تمثل اتجاه عام ونجدها تتدعم بنسبة 76.47% من المبحوثين يشاهدون القناة الوطنية، بالمقابل نجد نسبة 46.15% من المبحوثين لديهم اهتمام بتمثلي الأفلام السينمائية العالمية وتتدعم هذه النسبة بـ 79.31% من المبحوثين يشاهدون القنوات العربية والأجنبية.

إن المبحوثين الأكثر مشاهدة للقناة الوطنية ليس لديهم اهتمام لتمثلي الأفلام السينمائية لأن القناة الوطنية معظم برامجها محلية جوارية لا تركز و لا ترتبط بهؤلاء

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

الممثلين نادرا ، و عليه عملية المشاهدو للقناة لها تأثير على الاهتمام بممثلي الأفلام السينمائية ، في حين الكثير من المبحوثين لديهم هذا الاهتمام خاصة متتبعي القنوات العربية و الأرضية لأن هذه الأخيرة مرتبطة بصورة واضحة بهؤلاء الممثلين .

جدول رقم (60) يبين تأثير متغير الجنس على هواية المبحوث للأفلام السينمائية

المجموع	أ	ذ	
95 %66.43	25 %65.78	70 %66.66	مهتم بالتشجيع
48 %33.56	13 %34.21	35 %33.33	ليس لديه اهتمام
143 %100	38 %100	105 %100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 66.43% من المبحوثين لديهم اهتمام بالتشجيع الرياضي وتتدعم هذه النسبة بـ 66.66% من المبحوثين هم من جنس الذكور، بالمقابل نجد نسبة 33.56% من المبحوثين ليس لديهم اهتمام بالتشجيع الرياضي وتتدعم هذه النسبة بـ 34.21% من المبحوثين هم من جنس الإناث. إن عملية التشجيع الرياضي ترتبط أكثر بجنس الذكور و ذلك نظرا لاعتبارات اجتماعية إذ في جنس الذكور يميلون إلى الرياضة سواء كممارسة أو مشاهدة أكثر من جنس الإناث و الأمر لا يتوقف على الجنس فقط بل أن هناك فئة من المبحوثين ليس لديها أي اهتمام بالتشجيع الرياضي ، و هذا الأخير طبيعته هي التي تفرض الاهتمام فهناك تشجيع مباشر يكون في الملعب و هو الأصعب لأن المبحوث لا ينتقل إلى الملعب

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

نظرا لعدة اعتبارات ، و هناك تشجيع يكون عن طريق المتابعة في وسائل الإعلام خاصة التلفزيون و الفضائيات ، و هذا النوع من التشجيع هو الذي يلقي رواجاً و أقل تكلفة بل سمح للجنسين بالدخول في عملية التشجيع الرياضي .

جدول رقم (61) يبين طبيعة الفريق الذي يشجعه المبحوث

%	ك	
%21.05	20	فريق محلي
%78.94	75	فريق عالمي
%100	*95	المجموع

* الذين أجابوا بنعم حول تشجيعهم لفريق معين.

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه يتمثل في نسبة 78.94% من المبحوثين تشجيعهم الرياضي يتعلق بفريق عالمي بالمقابل نجد نسبة 21.05% من المبحوثين تشجيعهم الرياضي يتعلق بفريق محلي.

إن الفرق الأكثر تشجيعاً هي الفرق العالمية على حساب الفرق المحلية ، فالفرق العالمية يشجعها المبحوث من منطلق عدة اعتبارات كوجود لاعب جزائري في فريق معين أو طبيعة الفريق تفرض التشجيع كالفرق الإسبانية ، و إن عدم التشجيع للفريق المحلي يرتبط بعوامل اجتماعية أكثر من شيء آخر و كانخفاض المستوى و العنف و انعدام الأمن .

جدول رقم (62) يبين تأثير السكن الاجتماعي على زيارة الملعب للتشجيع

المجموع	ريفي	شبه حضري	حضري	
50 %34.96	12 %66.66	26 %61.90	12 %14.45	زرت الملعب
93 %65.03	06 %33.33	16 %38.09	71 %85.54	لم أزر الملعب
143 %100	18 %100	42 %100	83 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 65.03% من المبحوثين لم يزوروا الملعب ملاعب كرة القدم، ونجد هذه النسبة تتدعم بـ 85.54% من المبحوثين يسكنون المناطق الحضرية، بالمقابل نجد نسبة 34.96% من المبحوثين زاروا ملاعب كرة القدم ونجد هذه النسبة تتدعم بـ 66.66% من المبحوثين يسكنون المناطق الريفية.

تبين النتيجة انه ليس هناك تقاليد لزيارة الملاعب و يتركز الامر أكثر عند القاطنين بالمناطق الحضرية لأن هذه الفئة تلجأ إلى فضاءات أخرى في الغالب ، في حين فائة المبحوثين القاطنين بالمناطق الريفية الاكثر زيارة للملاعب و ذلك لأن الجمهور الذي يقصد الملاعب لديه سمات شخصية من شخصية قاطني المناطق الريفية .

جدول رقم (63) يبين الوسيلة المحبذة في تشجيع الفريق

%	ك	
%37.89	36	الملعب
%62.10	59	عن طريق التلفزيون
%100	*95	المجموع

* الذين أجابوا بنعم حول تشجيعهم لفريق معين.

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 62.10% من المبحوثين يرون أن الوسيلة المحبذة في تشجيع الفريق هي التلفزيون، بالمقابل نجد نسبة 37.89% من المبحوثين يرون ان زيارة الملعب هو الوسيلة المحبذة لتشجيع الفريق.

تبقى الوسيلة المحبذة في التشجيع هو التلفزيون خاصة إذا ارتبط التشجيع بالفرق العالمية لأنه استحالة التنقل إلى الماعب و ما يلاحظ أنه في الرياضة المحلية فالمبحوثين يفضلون المشاهدة عن طريق التلفزيون ، هذا الاخير الذي ارتبط في الآونة الاخيرة بتطور الفضائيات و بروز بالدرجة الاولى القنوات الرياضية المتخصصة .

جدول رقم (64) يبين مدى وجود لاعب مفضل في فريق التشجيع

%	ك	
%73.68	70	يوجد
%26.31	25	لا يوجد
%100	*95	المجموع

* الذين أجابوا بنعم حول تشجيعهم لفريق معين

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة %73.68 من المبحوثين لديهم لاعب مفضل في الفريق الذي يشجعونه، بالمقابل نجد نسبة %26.31 من المبحوثين لا يوجد لديهم لاعب مفضل في الفريق الذي يشجعونه.

تبين النتيجة انه يوجد لدى أغلب المبحوثين لاعب مفضل داخل الفريق الذي يشجعونه ، هذا التفضيل يرتبط بشخصية و مهارة هذا اللاعب بالدرجة الاولى ، بالمقابل نجد فئة من المبحوثين ليس لديها لاعب مفضل و لكن تشجيعهم ارتبط بالفريق ككل خاصة الفرق المحلية عكس الفئة الاولى أي نجد اللاعب المفضل هو الأساس .

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

جدول رقم (65) يبين تأثير عامل السن على وجود لاعب عالمي يمكن الاقتداء به

المجموع	أكثر من 50 سنة	[50-41]	[40-31]	أقل من 30 سنة	
23 %16.08	/	05 %11.11	05 %06.25	13 %100	يوجد
120 %83.91	05 %100	40 %88.88	75 %93.75	/	لا يوجد
143 %100	05 %100	45 %100	80 %100	13 %100	المجموع

يبين لنا الجدول التالي أن نسبة 83.91% من المبحوثين لا يوجد لديهم لاعب عالمي يمكن الاقتداء به وهذه النسبة تمثل اتجاه عام ونجدها تتدعم بـ 100% من المبحوثين سنهم تجاوز الخمسين سنة، بالمقابل نجد نسبة 16.08% من المبحوثين يوجد لديهم لاعب عالمي يمكن الاقتداء به، وتتدعم هذه النسبة بـ 100% من المبحوثين سنهم أقل من 30 سنة.

تظهر النتيجة انه ليس لدى المبحوثين لاعب عالمي يمكن الاقتداء به خاصة لدى الفئة السنية الأكبر لأن هذه الاخيرة ليس لديها اهتمام واضح بالرياضة و بالتشجيع و عليه النتيجة تظهر أنه كلما كان سن المبحوث أقل كان هناك لاعب عالمي يمكن الاقتداء به ، و بهذا نقول أن هناك تأثير لعامل السن على الاقتداء بلاعب عالمي .

استنتاج الفرضية الثالثة:

لقد جاءت الفرضية الثالثة: « إن السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي مرتبط أساسا بعملية تأثير وسائل الثقافة الجماهيرية » ومنه بدأنا في تحليل هذه الفرضية من متغير "السلوك الثقافي الجماهيري" الذي يكتسبه الأستاذ الجامعي من منطلق تأثيره بوسائل الثقافة الجماهيرية، ومنه ارتبط هذا المتغير ببعدي "السلوك الاتصالي نحو المؤسسات الإعلامية" و"الممارسة الاتصالية الجماهيرية" وعليه تم عرض المؤشرات التي ترتبط بكل بعد مع الأخذ بعين الاعتبار معظم المتغيرات الاجتماعية التي هي من خصائص المبحوث ومنه كانت النتائج كالتالي:

- إن السلوك الاتصالي التلفزيوني يتجه لدى المبحوث نحو مشاهدة برامج الأفلام والمسلسلات وهذا يتدعم أكثر لدى جنس الإناث في حين يكون جنس الذكور أكثر تدعيم لبرامج الرياضة إضافة إلى البرامج الإخبارية والبرامج الدينية.
- إن المعطيات السابقة تبين لنا أن برامج المسلسلات والأفلام تتركز بالدرجة الأولى في المسلسلات الاجتماعية ثم تليها المسلسلات والأفلام الهزلية.
- إن مقروئية الجرائد تتركز أكثر في المواضيع الرياضية خاصة لدى المبحوثين المنتمين لتخصص العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- هناك سلوك اتصالي إيجابي للأستاذ الجامعي عندما يتعلق الأمر بمشاهدة المسلسلات المدبلجة وهنا الأمر يتدعم أكثر لدى جنس الإناث، وفق هذه المعطيات فإن هذه المسلسلات المدبلجة قضاياها تتعلق بمشاكل الحب والعلاقات العاطفية التي تكون بجدية وصراحة.

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

- إن الممارسة الاتصالية الجماهيرية للأستاذ الجامعي تبقى في حدود المتوسط خاصة إذا تعلق الأمر باستماعه للأغاني أين نجد النسبة في حدود 51.04% وهنا نشير أنه لا يوجد تأثير واضح للسكن الجغرافي للأستاذ الجامعي.
- يبقى حضور الأستاذ الجامعي للحفلات الغنائية تحت المتوسط وبالتالي هذا النوع من الممارسة لا يلقى قبول لدى الأستاذ الجامعي.
- إن الممارسة الاتصالية الجماهيرية تكاد لا تكون إذا تعلق الأمر بوجود مغني أو مطرب يمكن أن يقتدي به الأستاذ الجامعي وهنا نجد الأمر يتدعم أكثر لدى جنس الذكور.
- إن وجود ممثل أو ممثلة يمكن أن يقتدي بها الأستاذ نسبتها ضعيفة ومنها لا يتأثر الوسط الجغرافي الذي ينتمي إليه الأستاذ الجامعي.
- إن الممارسة الاتصالية الجماهيرية تتجه نحو الإيجاب إذ تعلق الأمر بوجود إعجاب نحو شخصية عمومية، والتي تكون هذه الشخصية تتجسد عادة في رئيس الجمهورية أو وزير أو رئيس حزب، وهنا نشير أنه كلما تقدم المبحوث في السن كان يوجد لديه إعجاب بشخصية عمومية معينة.
- إن الممارسة الاتصالية الجماهيرية تتجه نحو السلب إذا تعلق الأمر بوجود إعجاب برمز جماهيري (شخصية عالمية) وهناك تأثير واضح للحالة العائلية على عدم وجود هذا الإعجاب خاصة لدى الفئات المتزوجة.
- إن الأستاذ الجامعي الذي يفضل القناة الوطنية ينقص لديه الاهتمام بممثلي الأفلام السينمائية العالمية والعكس صحيح.
- إن الممارسة الاتصالية الجماهيرية للأستاذ الجامعي هي واضحة وجليّة من خلال عملية التشجيع الرياضي وهنا نجد أن لا تأثير لمتغير الفروق الجنسية على ذلك، وعليه نجد في ضوء هذا التشجيع اتجاه نحو الاهتمام بالفرق العالمية الأوروبية على

الفصل الثامن : السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي

حساب الفرق المحلية بمعنى هناك متابعة واهتمام بالبطولات العالمية على حساب البطولة المحلية.

- إن النتيجة السابقة تتدعم في جزئها الأخير من خلال امتناع الأستاذ الجامعي عن زيارة الملاعب للتشجيع الرياضي وأن كان البعض زار الملاعب فنجد تأثير متغير المنطقة الجغرافية واضح خاصة لدى القاطنين بالمناطق الريفية، في حين يبقى التلفزيون هو الوسيلة المحبذة لعملية التشجيع على حساب زيارة الملعب، وهنا نشير أن هذه الممارسة الاتصالية الجماهيرية تتجسد أكثر من خلال وجود لاعب مفضل في فريق التشجيع .

إنه من خلال هذه النتائج يتبين لنا أن السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي هو نتيجة واضحة لتأثير وسائل الثقافة الجماهيرية ومنه الاتجاه الإيجابي لمؤشرات السلوك الاتصالي والممارسة الاتصالية تجعلنا نقر بتحقيق الفرضية الثالثة بنسبة كبيرة.

الاستنتاج العام :

إن موضوع الثقافة الجماهيرية و إشكالية الاستهلاك الثقافي عند المثقف الجامعي يندرج ضمن سوسيولوجية الثقافة ، حاولنا أن نقيس تأثير هذا النمط من الثقافة الذي هو نتيجة لانتشار و تطور وسائل الإعلام و الاتصال على ما يستهلكه المثقف الجامعي الذي تم تحديده إجرائيا في الأستاذ الجامعي ، هذا التأثير الذي يتميز بإطار معرفي متميز يتجاوز أي نمط ثقافة و بالتالي كان هناك تعارض بين خصوصية الثقافة الجماهيرية والإطار المعرفي للأستاذ الجامعي ، و هذا لب الإشكالية التي حاولت أن تبحث في ثلاث أبعاد ترتبط بمتغير الاستهلاك الثقافي الذي حاولنا تحديده من خلال اتجاه الأستاذ الجامعي نحو هذا النمط و أخيرا البحث في السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي ، و بالتالي شكلت هذه الأبعاد الثلاث فرضيات الدراسة .

إن التحديد المفاهيمي بين أن الثقافة الجماهيرية جاءت نتيجة التغير الاجتماعي الحاصل في العالم ككل ، و الذي هو مرتبط أساس بتطور العلم و التكنولوجيا و الذي يتجسد أكثر في الشكل الذي هو عليه اليوم وسائل الإعلام و الاتصال هذه الأخيرة التي لها تأثير متزايد على كل الفئات الاجتماعية ، و منه هذا التزايد جعل الاستهلاك يتزايد من فئة لأخرى ، و منه ظهور مفهوم الاستهلاك الثقافي الذي بينت الدراسة أنه يرتبط بمفهوم الحاجيات و الإشباع مما أدى إلى ازدياد التأثير ليصبح يعبر عن ممارسة جماهيرية لدى كل الفئات حتى فئة المثقفين التي تتميز بإطار معرفي أعلى و أحسن من ما تعرفه هذه الثقافة الجماهيرية .

إن الثقافة الجماهيرية في ميزان النظريات السوسيولوجية تختلف من نظرية لأخرى و لكنها تتفق كلها على أن الحديث عن هذا النمط من الثقافة هو بالضرورة التعرض إلى الإطار الاجتماعي و الثقافي لوسائل الإعلام و الاتصال ، لتكون النتيجة أن هذا النمط من الثقافة له تأثير واضح و جلي و يمس كل الفئات بمختلف مستوياتها ، و عليه جاءت

نتائج النظريات بين منحيين الأول يرى فيها أنها إيجابية و هي نتيجة للتطور و الرقي الذي يتميز به المجتمع المعاصر ، و الثاني يرى فيها تلك السلبية لأن تأثيرها عبر المعتقدات ، و العادات و التقاليد ، و نزع الحدود بين المعرفة العامة و العلمية ، بل هناك من سماها بثقافة الذوق الهابط .

كما بينت الدراسة أن الثقافة الجماهيرية ارتبطت بالكثير من المفاهيم كالإعلام الثقافي و الذي يحمل في طياته الربط بين الإعلام و الثقافة يشكل تلك الجدلية التي تحاول أن تبحث تأثير النظام الإعلامي على الثقافة ، و تأثير النظم الثقافية على الوظائف الإعلامية ، إضافة إلى ارتباط مفهوم الثقافة الجماهيرية بمفهوم العولمة الثقافية ، و هذه الأخيرة التي هي بدورها نتيجة تطور وسائل الإعلام ، و تبقى أهم نتيجة في هذا الارتباط هو تغير علاقة الفرد بمحيطه الاجتماعي ، و عليه كان هناك زوال للنسيج الاجتماعي للمجتمع التقليدي ، و بالتالي كان هناك تغير للسلوكات و المواقف ، و انعكس ذلك على الجانب الديني و الأخلاقي للأفراد ، فكانت تلك التأثيرات النفسية و حتى الثقافية من حيث تغيير القيم عبر وسائل الثقافة الجماهيرية التي هي نفسها وسائل الإعلام و الاتصال ، و تبقى وسائل الاتصال كالصحف ، و التلفزيون و الانترنت أهم وسائل من حيث التأثير و بالتالي من حيث تشكيل نوع من الثقافة الجماهيرية ، كما أن عرض كل وسيلة على حدى نجد أن الصحافة المكتوبة تعطي للمستهلك مقروئية جماهيرية ، و التلفزيون نكون عن طريقه تقاليد كالمشاهدة الجماهيرية ، أما الانترنت فنكون عن طريقها ذلك التفاعل الجماهيري بين المستهلك و الأداة التكنولوجية .

إن النتائج السابقة تجعلنا ندخل في لب إشكالية الموضوع إذ تطرقنا إلى مفهوم المثقف ، هذا الأخير يكون الإطار المعرفي يتجسد في تلك الثقافة الراقية التي تختلف اختلاف جذري و كلي عن الثقافة الجماهيرية ، و بالتالي يكون البحث عن مجالات الاستهلاك الثقافي للمثقف أي أن هناك تأثير مختلف للمقروئية الجماهيرية و الاستعمال

الجماهيري و السلوك الجماهيري على المثقف ، خاصة إذا كان هذا المثقف الأستاذ الجامعي الذي يتميز بتكوين منهجي و أكاديمي و على هذا اختلف التأثير من أستاذ لآخر .

يختلف التكوين الأكاديمي للأستاذ حسب تخصصه و حسب فروقهم الجنسية وسكنهم الجغرافي ، و حسب فئاتهم السنية و حالتهم العائلية إضافة إلى خبرتهم المهنية ، فهذه المتغيرات الاجتماعية لها دور في عملية التأثير أي هذه المتغيرات الاجتماعية لها دور و تأثير في رسم أو تبني موقف ، و لها تأثير في عملية الاستعمال الجماهيري لوسائل الثقافة الجماهيرية ، غير أن هذه المعطيات الاجتماعية رسمت لكل أستاذ سلوكه الجماهيري النابع عن هذا التأثير .

إن موقف الأستاذ الجامعي اتجاه الثقافة الجماهيرية مرتبط بتأثير هذه الأخيرة عليه حيث بينت الدراسة صدق الافتراض و منه نجد الأستاذ يميل إلى قبول ما تفرضه وسائل الإعلام و الاتصال أكثر ما يرفضه ، أي أن الاستهلاك يكون وفق الحاجيات التي يريدها الأستاذ ، كما أن هذا القبول أو الرفض مرتبط بطبيعة كل وسيلة إعلامية ، فنجد هناك قبول للمقروئية الجماهيرية المتعلقة بالجرائد و لكن هناك ميدان لرفض التفاعل الجماهيري المرتبط بتأثير الانترنت ، و يبقى أهم استنتاج هو الاستهلاك الذي لا غنى عنه فيما يتعلق بالتلفزيون ، هذا الأخير الذي له الدور الكبير في رسم السلوكات الجماهيرية أي أن للتلفزيون التأثير الأكثر على حساب الوسائل الأخرى .

يرتبط استعمال الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية من منطلق درجة تأثيرها عليه ، هذا الافتراض لم يتحقق من حيث أن الأستاذ الجامعي لا يتجه إلى تبني الوسيلة و لكن لديه اتجاه إلى امتلاكها ، فعملية التبني ترتبط بالشراء أي الاقتناء ، فنجد الأستاذ لا يقتني في البداية أي وسيلة إلا إذا كان ضمن احتياجاته غير أن كل ما يتبناه

الأستاذ يمتلكه ، فيصبح له تحكم تقني و معرفي في الوسيلة ، و في كل هذا الاستعمال الجماهيري للأستاذ يرتبط بالدرجة الأولى باحتياجاته الاستهلاكية .

إن السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي مرتبط أساس بعملية تأثير وسائل الثقافة الجماهيرية ، و هذا ما بينته الدراسة من صدق هذا الافتراض ، فنجد سلوك يرتبط مباشرة بالمؤسسة الإعلامية الجماهيرية ، و عليه هناك اختلاف في هذا السلوك باختلاف الوسيلة الجماهيرية ، حسب الظروف الاجتماعية التي يكون عليها المستهلك ، كما أن الممارسة الاتصالية للأستاذ في ضوء وسائل الثقافة الجماهيرية تختلف و تتعدد بل و في بعض الأحيان تنعدم ، و هنا نشير إلى أن الممارسة الاتصالية الجماهيرية هي الحلقة الأخيرة و المهمة في عملية تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على المثقف الجامعي .

خاتمة

خاتمة:

الثقافة الجماهيرية هي ظاهرة اجتماعية تتميز بالتغيير المستمر و هي نتاج التفاعل بين الإنسان و وسائل الإعلام و الاتصال ، و عليه مفهومها ارتبط بالتطور السريع والمذهل لهذه الوسائل ، كما أن ربط هذا المفهوم بالمتقف وجدنا أن المثقف الجامعي يختار استعمالاته وفق دوافع محددة ، و أن الظروف الشخصية و الاستعدادات النفسية تؤثر على عادات استعمال وسائل الإعلام ، و أيضا على المعتقدات و التوقعات الخاصة بالفوائد التي تقدمها وسائل الإعلام ، و التي تشكل بدورها أفعال اختيار وسائل الإعلام و استهلاكها ، وكل هذا له عواقب معرفية و وجدانية و سلوكية .

إن الثقافة الجماهيرية ظاهرة اجتماعية شاملة ، و هذه الشمولية ترتبط بكل فئات المجتمع ليس لفئة على حساب على حساب فئة أخرى ، فالتلقي لا يكون متوحد الشكل لأن الأمر يتوقف على الخصوصيات الثقافية لكل مجموعة و كذلك على الوضعية التي تعيشها المجموعة زمن التلقي ، و عليه بهذا الثقافة الجماهيرية هي ثقافة عالمية ، و هنا نشير إلى أن موضوع هذه الثقافة يرتبط بالدرجة الأولى بمجال استهلاكها ، هذا الأخير الذي ارتبط بالإنتاج الصناعي الإعلامي و منه ارتباط هذا الأمر بمفهوم التسويق ، لنجد تأثير العوامل الاقتصادية على الإنتاج الثقافي الذي يرتبط بهذه الثقافة .

إن التحاليل الخاصة بالثقافة الجماهيرية تخلص إلى نوع من التسوية الثقافية بين المجموعات الاجتماعية تحت تأثير التوحيد الشكلي للثقافة المرتبطة بالإعلام ، و عليه غالبا ما تؤدي إلى استلاب ثقافي و إلى إبطال أية قدرة إبداعية لدى الفرد .

كما نجد أن مفهوم الثقافة الجماهيرية يرتبط أيضا بمفهوم الجماهير ، هذا الأخير الذي يتميز بعدم الوضوح ، إذ تشير الكلمة تارة إلى مجموع السكان و تارة أخرى إلى مكوناتها الشعبي ، كما نجد هناك خلط بين " الثقافة للجماهير " و " ثقافة الجماهير "

و بهذا الدراسات السوسولوجية تبين أن وسائل الاتصال الجماهيري لها اختراق أكثر عمقا من الطبقات الوسطى مما هو عليه في الطبقات الشعبية .

إن الثقافة الجماهيرية ارتبطت بالنظريات الثقافية فأصبح لدينا ما يعرف بنظرية الثقافة الجماهيرية و هذه الأخيرة تهتم بالرسائل التي توزعها وسائل الاتصال الجماهيري ، وهذا التوزيع الذي يخضع عمليا إلى نموذج السوق و الذي يتموضع في نطاقه المستهلك بالشيء المستهلك ، و منه الموضوع هو تحديد الشكل الجديد لثقافة المجتمع المعاصر ، وفي النهاية نقول أن الثقافة الجماهيرية تتحدد في نقطتين مهمتين الأولى الاهتمام بأعمال الإنتاج الإعلامي كنظام معقد من الممارسات المحددة لصناعة الثقافة و صورة الواقع الاجتماعي ، و ثانيا الاهتمام باستهلاك الإعلام الجماهيري كمكان للتعارض بين ممارسات اتصالية شديدة التباين ، و في النهاية الثقافة الجماهيرية هي ثقافة مرتبطة بالتغير الاجتماعي بالدرجة الأولى .

قائمة المراجع

* قائمة المصادر و المراجع باللغة العربية:

1. أحمد موصلي: جذور أزمة المثقف العربي، سلسلة حوارات القرن الجديد، دار الفكر، دمشق، ط1 .
2. أديب خضور، دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1998 .
3. آرثر أسابغر، أساليب التحليل الإعلامي، (تر) علي شويل، الدر الدولية للنشر، بيروت.
4. الهجرسي ، سعد محمد ، المكتبات و المعلومات في المدارس و الكليات ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 1993.
5. أنطوان زحلان، الطبيعة الشاملة للتحدي الثقافي، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 263، جانفي 2001.
6. أنطونيو غرامشي: قضايا مادية تاريخية، (تر) فواز طرابلسي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ط1، 1971 .
7. بوتومور: الصفوة والمجتمع،(تر) محمد الجوهري وآخرون، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988 .
8. بيرنار ميبيج، الفكر الاتصالي، (تر) أحمد القصور، دار توبقال للنشر، المغرب، ط1، 2011 .
9. بيير بورديو، العنف الرمزي، (تر) نظير جامل، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1994 .
10. ت.س. إليوت، ملاحظات نحو تعريف الثقافة، (تر) شكري محمد عياد، المؤسسة العامة للتأليف والنشر، 1975 .
11. نوم بوتومور، مدرسة فرانكفورت، (تر) سعد هجرس، دار أويا، ليبيا، ط2، 1999.
12. ثريا التيجاني: القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، ط1، 2011 .

13. جاك طاكسة: غرامشي، دراسة ومختارات، (ت.ر) إبراهيم محمول، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، 1972 .
14. جمال العيفة : الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2003.
15. جون سكوت : علم الاجتماع المفاهيم الأساسية ، (تر) محمد عثمان ، الشبكة العربية للأبحاث و النشر ، ط1 ، بيروت ، 2009 .
16. حامد ربيع: الثقافة العربية بين الغزو الصهيوني وإرادة التكامل القومي، دار الموقف العربي، القاهرة، 1983 .
17. حسن مسكين: أزمة النخب العربية، دار القروين، المملكة العربية، ط1 ، 2007.
18. حنفاوي بعلي: مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن، منشورات الإختلاف، الجزائر، ط1، 2007 .
19. حيدر إبراهيم علي: المثقف العربي و السلطة، المجتمع الثقافي العربي، بيروت، 1996 .
20. خالد حامد: مدخل إلى علم الاجتماع، مطبعة الجسور للنشر والتوزيع الجزائر، ط1 ، 2008 .
21. خليل أحمد خليل ومحمد علي الكبسي: مستقبل العلاقة بين المثقف والسلطة، سلسلة حوارات القرن الجديد، دار الفكر، دمشق سوريا، ط1، 2001 .
22. ديدفبد انغليز وجون هيوسون، مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة (تر) لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، 2013، بيروت، لبنان .
23. زكي نجيب محفوظ: هموم المثقفين، دار الشروق، بيروت، 1998 .
24. سامية محمد جابر، الفكر الاجتماعي، نشأته واتجاهاته وقضاياها، دار العلوم العربية، بيروت، 1989 .
25. سمير إبراهيم حسن، الثقافة المجتمع، دار الفكر، دمشق، 2007 .

26. صامويل بي هنتفون، **عولمات كثيرة**، مكتبة العبيكان، الرياض، 2002 .
27. عبد الغني عماد: **سوسيولوجيا الثقافة**، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 2008، بيروت، لبنان .
28. عبد السلام حيمر: **في سوسيولوجيا الثقافة والمتقنين**، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط1، 2009 .
29. عبد الرحمن بن زيد الزبيدي : **المتقف العربي بين العصرانية الإسلامية ومقومات الفاعلية الثقافية للمتقف المسلم** ، دار كنوز إشبيليا ، المملكة العربية السعودية ، ط1 ، 2002 .
30. عبد الرحمن عزي: **الإعلام والبعد الثقافي، من القيمي إلى المرئي**، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، العدد13، جانفي*جوان 1996 .
31. عبد الرحمن عزي : **دراسات في نظرية الاتصال**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، 2009 .
32. عبد الرحمن غزي وآخرون: **الإعلام والمجتمع**، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010 .
33. عبد الرحمن عزي والسعيد بومعيزة : **الإعلام والمجتمع**، دار الورسم للنشر والتوزيع، القبة، الجزائر، 2010 .
34. عبد الله العروي: **ثقافتنا في ضوء التاريخ**، المركز الثقافي العربي لدار البيضاء، ط2، 1982 .
35. عبد الله الغدامي، **الثقافة التلفزيونية، سقوط التخبطة وبروز الشعبي**، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط2، 2005 .
36. عصام سليمان الموسى: **تطوير الثقافة الجماهيرية العربية**، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2002 .
37. علي حرب: **الفكر والحداثة**، دار الكنوز الأدبية، بيروت، ط2، 1997 .

38. عماد مكاوي ولىلى حسن السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصر**، الدار المصرية اللبنانية، 1998 .
39. غريب سيد أحمد: **علم الاجتماع والاتصال**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999.
40. فضيل دليو: **أسس البحث وتقنياته**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
41. فيروز راد وأمير رضاتي: **تطور الثقافة**، (تر)، أحمد الموسوي مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، بيروت، 2009 .
42. مجدي ، محمد فريد ، **دائرة معارف القرن العشرين** ، بيروت ، دار الفكر ، ج 1 ، 1979 .
43. محمد الأمين موسى: **العامل النفسي والاتصال**، دار النورس للخدمات، الرباط، ط1، 1994 .
44. محمد الفاتح حمدي وآخرين، **تكنولوجيا الاتصال والأعلام الحديثة**، مؤسسة كنوز الحكمة والنشر والتوزيع، ط1، 2011 .
45. محمد عابد الجابري: **المثقفون في الحضارة العربية محنة بن حنبل ونكبة بن رشد**، دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2 ، 2000 .
46. محمد عاطف غيث: **قاموس علم الاجتماع**، الهيئة المصرية، القاهرة .
47. محمد محفوظ: **الخطور والمثاقفة**، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 2000 .
48. ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش، **نظريات وسائل الإعلام**، (تر)كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993 .
49. نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات**، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001 .

50. نصر الدين العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، دار القصبه للنشر، الجزائر، 1999 .
51. منير المرسي سرحان: في اجتماعيات التربية ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت لبنان ، ط 3، 1981 .
52. نواره حسين : المثقفون الجزائريون بين الأسطورة و التحول العسير ، دار مونة للنشر، الجزائر ، 2013 .
53. هارلمبس وهوليورن: سوسيولوجيا الثقافة والهوية (تر) حاتم حميد محسن، ط1، 2010، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا .
54. يحي اليحياوي، العولمة والتكنولوجيا، دار الطليعة، بيروت، ط1، 2002 .
55. عبد الفتاح العلمي: واقع ومستقبل المثقف العربي في ضل التحديات التي تعيشها البلاد العربية،.....

* قائمة المصادر و المراجع باللغة الفرنسية :

1. Armand Mattelart, Jean Marie Piemme, **Télévision en jeux sans frontières**, (presses universitaire de Grenoble, 1980).
2. Bernaer Lamizet. « Mèdiation culture et societe »in introduction auxsciences de l'information et de la communication 'Denis Benoit les Edition d'oranisation.Paris.
3. Jaqueline Russ, **les thvéories** du pouvoir, librairiegénérale français, paris1994 .
4. Jem marc piotte, **la Pensée Politique de Gramçci**, edition électronique chicontiml, Guebec, 2002 .
5. Louis Bodon, **les intellectuels escistent–ils !** société(paris), Boyard édition ,1997 .
6. Madeline Gravity, **Méthode des sciences sociales**, 3^{eme} ed, paris, 1976 .
7. Morin E,**L'esprit du temps**, Grasset, paris, 1962.
8. M.Teitler et Autre, Elites, **Pourvir et légitimité au maghreb** Edition du cetre national de la recherche Scientifique , Paris.1973.

* الرسائل الجامعية :

- 1- ریحان المولودة معمر جميلة ، البحث العلمي في الجامعة الجزائرية و دور تكنولوجيا المعلومات و الانترنت في تطويره مع دراسة ميدانية بجامعة منتوري بقسنطينة ، رسالة ماجستير ، علم المكتبات ، قسنطينة ، 2001 .
- 2-ميرهان حسين الحلواني: الثقافة الرفيعة والثقافة الجماهيرية في برامج التلفزيون المصري، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1988 .

* المجالات :

- 1- جمال علي زهران: تأثير الأوضاع المجتمعية على دور المثقف العربي، الرباط، المجلس القومي للثقافة (مجلة الوحدة)، السنة4، العدد40، جانفي 1988 .
- 2- سعيد بومعيزة: الأثر السوسيو-ثقافي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في الجزائر، (المجلة الجزائرية للاتصال)، العدد 14 ، 1996، معهد علوم الإعلام والاتصال، الجزائر .
- 3- سفيان ميمون: من تجليات الثقافة، (مجلة فكر ومجتمع)، العدد 18 ، أكتوبر 2013 .
- 4- سليمان العسكري: الثقافة والإنسان العربي إطلالة على المشهد الراهن (مجلة العربي)، وزارة الإعلام، الكويت، العدد509، سنة2001 .
- 5- راسل جاكوبي، نهاية اليوتوبيا: السياسة والثقافة في زمن اللامبالاة، (تر) فاروق عبد القادر، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001 .
- 6- محمد عابد الحابري : العولمة و الهوية الثقافية ، مجلة المستقبل العربي، 1998 ، العدد 02 .

7- معين علي خليل: نماذج من المثقفين في المجتمع العربي، (مجلة الوحدة)، المجلس القومي للثقافة العربية، الرباط، سنة4، العدد40، جانفي 1988 .

8- نصر الدين العيافي، إشكالية وسائل الاتصال السمعي البصري بين « تسلية الثقافة وثقافة التسلية»، (مجلة الإذاعات العربية)، العدد 2000 .

9- نصر الدين العيافي: عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد14، ديسمبر1996، دار الحكمة، الجزائر .

10-سفيان ميمون: من تجليات الثقافة (فكر ومجتمع)، طكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، العدد18، 2013

* الجريدة الرسمية :

1- الجريدة الرسمية الجزائرية ، مرسوم رقم 83-544 المؤرخ في 24 سبتمبر 1983، العدد 40 .

2- الجريدة الرسمية الجزائرية ، مرسوم رقم 85-60 المؤرخ في 23 مارس 1985 ، خاص بالقانون الأساسي لعمال المؤسسات و الإدارات العمومية .

3- الجريدة الرسمية الجزائرية ، مرسوم تنفيذي رقم 89-122 المؤرخ في 18 جويلية 1989 .

* الموسوعات :

- الموسوعة العربية العالمية ، الرياض ، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر و التوزيع ، 1999.
- موسوعة الويكيبيديا، 07 ديسمبر 2009 .
- الاتحاد العام للعمال الجزائريين ، القانون الأساس العام للعامل ، قانون رقم 79-12 المؤرخ في 05 أوت 1978 .

الملاحق

* البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذ أ
- 2- الخبرة المهنية:
- 3- التخصص:
- 4- السن:
- 5- السكن الجغرافي: حضري شبه حضري ريفي
- 6- الحالة العائلية: أعزب متزوج مطلق أرمل

1- أسئلة الثقافة الجماهيرية:

- 1- هل تملك جهاز تلفزيون؟ نعم لا
- 2- عدد أجهزة التلفزيون في منزلك:
- 3- ما هي قنواتك المفضلة؟
- القناة الوطنية القنوات العربية والأجنبية
- 4- ما هي فترات مشاهدتك لقنواتك المفضلة؟
- الصباح بعد الظهر المساء
- 5- هل لديك جريدة مفضلة تشتريها يوميا؟
- نعم لا
- 6- هل أنت من رواد مقاهي الانترنت؟
- نعم لا
- 7- هل تتحدث مع أفراد أسرتك أو الأصدقاء حول ما تتأثر به من وسائل الاتصال؟
- نعم لا
- 8- هل أنت من المعجبين بمشاهدة الأفلام السينمائية؟
- نعم لا

- أين تحبذ مشاهدة الفيلم السينمائي؟

1. في قاعة السينما

2. عن طريق التلفزيون

3. شيء آخر
أذكره

9- هل أنت من المعجبين بمشاهدة المسرح؟

نعم لا

- أين تحبذ مشاهدة المسرح؟

1. في قاعة المسرح

2. في التلفزيون

3. شيء آخر
أذكره

II - أسئلة الاتجاه:

1- هل كل ما تستهلكه من وسائل الإعلام يلقي لديك قبول؟

نعم لا عدم القبول

- إذا كانت الإجابة بـ "لا" حدد مبررات

2- ما هي درجات تعرضك لوسائل الإعلام الآتية؟

لا	أحيانا	دائما	
			- أستمع إلى الراديو
			- أشاهد التلفزيون
			- أتردد على دور العرض السينمائي
			- أتردد على المسرح
			- أقرأ بعض الصحف
			- أقرأ بعض المجلات
			- استعمل الانترنت

3- حدد سلبيات وسائل الإعلام التي تراها.

.....
.....

4- حدد إيجابيات وسائل الإعلام التي تراها.

.....
.....

5- هل ترى اتجاهك نحو مشاهدة الوسيلة **مميزة** من خلال :

- البرنامج الوسيلة في حد ذاتها شيء آخر

6- هل تعتقد أن وسائل الاتصال والإعلام لها دور ثقافي؟

- نعم لا وضح ذلك في كلتا الإجابتين

.....
.....

7- ما هي وسائل الاتصال التي تراها بأن لها تأثير من الجوانب الثقافية؟

8- في رأيك كيف تقدم وسائل الإعلام قضايا الثقافية؟

1. بشكل إيجابي

2. بشكل سلبي

3. بشكل متوازن

9- هل تحاول تطبيق ما تشاهده من أفكار ولقطات لها صلة بواقع المجتمع الجزائري؟

- نعم لا أحيانا

10- هل ترى أن التلفزيون قد غير القيم في مجتمعنا؟

- نعم لا وضح ذلك في كلتا الإجابتين

.....
.....

11- هل تقرأ الجرائد أو المجلات الأجنبية؟

1. لا أقرأ

2. نعم يوميا

3. أحيانا

12- هل تقرأ الجرائد أو المجلات الوطنية؟

1. لا أقرأ

2. نعم يوميا

3. أحيانا

13- هل تستعمل الانترنت؟

1. لا أبدا

2. نعم يوميا

3. أحيانا

14- هل تذهب إلى السينما؟

1. لا أذهب

2. نعم أذهب

3. أحيانا

15- هل تشاهد العروض المسرحية؟

1. لا أبدا

2. نعم دائما

3. أحيانا

16- هل تستعير أشرطة أو أفلام من المحلات؟

- نعم لا أحيانا

17- هل تستمع إلى القنوات الإذاعية؟

- نعم لا أحيانا

18- هل تشاهد القنوات الفضائية؟

- نعم لا

19- هناك من يرى أن البرامج التلفزيونية يجب أن تعمل على تكريس القيم الدينية

- هل توافق على ذلك؟

- أوافق لا أوافق

III- أسئلة خاصة بالاستعمال:

أ- التبني:

1- هل أنت من هواة شراء كل ما يتعلق بالتكنولوجيا الجديدة؟

- نعم لا

2- هل تقني الجرائد يوميا؟

- نعم لا

3- هل لديك اشتراك شهري أو سنوي مع جريدة معينة؟

- نعم لا

4- هل لديك اشتراك خاص بالانترنت؟

- نعم لا

5- ما طبيعة الانترنت التي تستعملها؟

1. عن طريق الهاتف

2. عن طريق الجهاز المحمول

3. في المنزل

6- هل سبق وأن اقتنيت تذكرة سينما؟

- نعم لا

..... لماذا في كلتا الحالتين؟

7- هل سبق وأن اقتنيت تذكرة مسرح؟

- نعم لا

..... 8- كم ساعة تجلس أمام التلفزيون يوميا؟

9- هل تشاهد التلفزيون؟

- وحدك

- العائلة

..... 10- ما هي البرامج التي تحبذ مشاهدتها وحدك؟

..... 11- ما هي البرامج التي تشاهدها مع العائلة؟

12- هل سبق وأن اتصلت أو راسلت إحدى وسائل الإعلام؟

- نعم لا

13- إذا كان نعم، هل كان ذلك بغرض:

1. طلب برنامج أو أغنية

2. طلب النصح أو الإرشاد

3. التعبير عن إعجاب

4. إجابة أخرى

14- هل تتحكم جيدا بكل ما يتعلق بتكنولوجيا الاتصال؟

- نعم لا

15- هل تتقن جيدا لغة الانترنت؟

- نعم لا

16- هل لديك دراية بالتحكم في جهاز التلفزيون؟

- نعم لا

17- هل أنت مشارك في مواقع الاتصال الاجتماعي؟

- نعم لا

18- ما هو موقع التواصل الاجتماعي الذي تشارك فيه؟

19- هل أنت من هواة الأفلام السينمائية؟

- نعم لا

20- هل تتابع المسرح عن طريق التلفزيون؟

- نعم لا

IV- أسئلة الممارسة الاتصالية(السلوك):

1- ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في التلفزيون؟

<input type="checkbox"/> - برامج علمية	<input type="checkbox"/> - برامج إخبارية	<input type="checkbox"/> - حصص دينية
<input type="checkbox"/> - برامج طبية	<input type="checkbox"/> - برامج تعليمية	<input type="checkbox"/> - حصص اجتماعية
<input type="checkbox"/> - رياضية	<input type="checkbox"/> - برامج سياسية	<input type="checkbox"/> - حصص ترفيهية
<input type="checkbox"/> - رسوم متحركة	<input type="checkbox"/> - مسرحيات	<input type="checkbox"/> - أفلام ومسلسلات

2- إذا كانت الأفلام والمسلسلات، ما نوعها؟

<input type="checkbox"/> - أفلام خيالية	<input type="checkbox"/> - أفلام بوليسية	<input type="checkbox"/> - أفلام اجتماعية
<input type="checkbox"/> - أفلام مغامرات	<input type="checkbox"/> - أفلام حربية	<input type="checkbox"/> - أفلام هزلية

3- ما هي الأوقات التي تشاهد فيها التلفزيون أكثر؟

- أيام العمل - العطل - كل الأيام

4- ما هي المواضيع التي تقرأها في الجرائد؟

<input type="checkbox"/> - السياسية	<input type="checkbox"/> - الثقافية	<input type="checkbox"/> - الرياضية
<input type="checkbox"/> - الاجتماعية	<input type="checkbox"/> - التسلية	<input type="checkbox"/> - الإعلانات

- أخرى

5- هل تشاهد المسلسلات المدبلجة؟

- نعم لا

6- هل تعتقد أن المسلسلات المدبلجة :

1. تطرح قضايا تشبه قضايانا

2. تطرح مشاكل الحب والعلاقات بجدية وصراحة

3. ترى فيها شخصيات جديدة

4. إجابة أخرى.....

7- هل ترى أن مسألة العلاقات العاطفية مشكلة جديرة بالاهتمام في المسلسلات؟

- نعم لا

8- يقال أن للانترنت تأثير سلبي، ما رأيك؟

- صحيح خطأ

- إذا كنت ترى سلبية الانترنت لماذا؟

.....

9- ما هي مجالات استعمالك للانترنت؟

.....

.....

10- هل أنت من مستمعي الأغاني؟

- نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم فما نوعها؟

.....

11- هل سبق أن حضرت حفل غنائي لمغني أو مطرب؟

- نعم لا

12- هل لديك اسم مغني أو مطرب يمكن أن تقتدي به

- نعم لا

13- هل لديك اسم ممثل أو ممثلة يمكن أن تقتدي بها؟

- نعم لا

14- هل لديك إعجاب بشخصية عمومية؟

- نعم لا

15- هل أنت معجب برمز جماهيري (شخصية عالمية)؟

- نعم لا

16- هل لديك اهتمام بممثلي الأفلام السينمائية العالمية؟

- نعم لا

17- هل أنت مهتم بالتشجيع الرياضي؟

- نعم لا

- إذا كان نعم، هل تشجيع : فريق محلي فريق عالمي

18- هل سبق لك أن زرت الملعب للتشجيع؟

- نعم لا

19- هل تتابع نتائج فريقك عن طريق التلفزيون؟

- نعم لا

20- ما هي الوسيلة المحبذة لديك في تشجيع فريقك؟

- الملعب مشاهدته عن طريق التلفزيون

- لماذا في كلتا الحالتين؟

21- هل لديك "لاعب" مفضل في فريق التشجيع؟

- نعم لا

22- هل أنت معجب بلاعب عالمي يمكن أن تقتدي به ؟

- نعم لا

23- كيف ترى من يقوم بتقليد الرموز الجماهيرية؟

24- هل سبق أن قلدت رمز جماهيري؟

- نعم لا

- إذا كان نعم، فما هي أوجه التقليد ؟

1. اللباس

2. تسريحة الشعر

3. شيء آخر

25- كيف ترى تأثير وسائل الإعلام والاتصال بصفة عامة على شخصية الفرد؟

.....

.....

.....

.....